



广州市金钟汽车零部件股份有限公司

与

南京证券股份有限公司

关于广州市金钟汽车零部件股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市申请文件

第三轮审核问询函的回复

（2020 年年报财务数据更新版）

保荐机构（主承销商）



二〇二一年三月

深圳证券交易所：

贵所于 2021 年 1 月 21 日出具的审核函〔2021〕010127 号《关于广州市金钟汽车零部件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三轮审核问询函》（以下简称“问询函”）已收悉。广州市金钟汽车零部件股份有限公司（以下简称“金钟股份”、“发行人”和“公司”）与南京证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”）、北京市金杜律师事务所（以下简称“发行人律师”）和华兴会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）等相关方对审核问询函所列问题进行了逐项落实与核查，**并将报告期由 2017 年至 2020 年 1-6 月更新至 2018 年至 2020 年**，现回复如下，请予审核。

如无特殊说明，本回复中所采用的简称或释义与《广州市金钟汽车零部件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”）中的释义一致。

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，均为四舍五入所导致的差异。为方便阅读，本回复采用以下字体：

问询函所列问题	黑体（加粗）
对问询函所列问题的回复	宋体
对招股说明书的引用	楷体（不加粗）
对招股说明书的补充修改、披露 对问询函回复的补充修改	楷体（加粗）

目 录

1.关于土地瑕疵	3
2.关于 DAG.....	23
3.关于天津戴卡、广州戴得和秦皇岛戴来	40
4.关于独立获取客户能力	61
5.关于持续经营能力	68
6.关于报告期内收入波动	87
7.关于单位成本构成	110
8.关于创业板定位	125

1.关于土地瑕疵

第二轮问询回复显示，目前报告期内发行人全部生产经营厂房均位于花都地块，花都地块未办理土地产权证书，未办理产权的厂房涉及的产能、实现的收入和利润占比接近 100%。

发行人拟通过三旧改造获取花都地块的土地产权证书，后续办理流程包括取得用地批复、完成土地征收手续、通过协议出让取得国有土地使用权并签订《国有建设用地使用权出让合同》。广州市规划和自然资源局花都区分局出具的相关函件显示发行人可通过协议出让方式取得国有土地使用权，与广州市规划和自然资源局签订《国有建设用地使用权出让合同》，发行人未披露获得了前述广州市规划和自然资源局出具的相关文件情况。

请发行人：

（1）分别披露前述用地批复、完成土地征收手续、签订土地出让合同等环节的主管部门情况，并披露是否获取了各环节主管部门出具的书面承诺证明文件或其共同上级主管部门出具的书面承诺证明文件，如否，请披露预计 2021 年将获取相关土地产权证书的依据是否充分。

（2）结合申报至今花都地块仍未获得土地产权证书，且发行人办理土地产权证书尚存在后续多项环节等情况，说明发行人在 2020 年 7 月提交发行上市申请文件时，是否认为前述瑕疵土地可以在短期内整改完毕；如是，请说明当时判断的依据，截至 2021 年 1 月，瑕疵土地尚未完成整改的原因及合理性；如否，请说明发行人提交申请文件时，是否符合发行条件、上市条件及信息披露要求。

请保荐人、发行人律师结合前述问题说明发行人是否符合中国证监会《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 18 的要求；说明在发行人申报时点是否对前述瑕疵土地问题执行了充分的核查程序，是否充分履行了勤勉、尽责义务，相关核查意见的发表是否审慎、严谨。

【回复】

一、分别披露前述用地批复、完成土地征收手续、签订土地出让合同等环节的主管部门情况，并披露是否获取了各环节主管部门出具的书面承诺证明文件或其共同上级主管部门出具的书面承诺证明文件，如否，请披露预计 2021 年

将获取相关土地产权证书的依据是否充分

（一）关于用地批复的主管部门

1、关于用地批复的权限委托

《中华人民共和国土地管理法（2019 修正）》第四十六条规定：“征收下列土地的，由国务院批准：（一）永久基本农田；（二）永久基本农田以外的耕地超过三十五公顷的；（三）其他土地超过七十公顷的。征收前款规定以外的土地的，由省、自治区、直辖市人民政府批准。”

2018 年 1 月 8 日，广东省人民政府公布《关于将一批省级行政职权事项调整由各地级以上市实施的决定》（广东省人民政府令第 248 号），广东省政府决定将 78 项省级行政职权事项调整由各地级以上市实施。其中“‘三旧’改造涉及完善土地征收手续审批”事项，由省国土资源厅（会同省住房城乡建设厅审查，省政府审批）变更为省国土资源厅、住房城乡建设厅、省政府委托地级以上市“三旧”改造主管部门会同住房城乡建设部门审查、市政府审批，用地批准后报省国土资源厅备案。”委托事项实施期限暂定 1 年，期满后广东省人民政府将根据实施效果评估情况决定是否延期。

2019 年 2 月 28 日，广东省人民政府公布《关于将一批省级行政职权事项继续委托各地级以上市实施的决定》（粤府〔2019〕16 号），决定将 54 项省级行政职权事项继续委托各地级以上市实施，其中“三旧”改造涉及完善土地征收手续审批继续按照《广东省人民政府关于将一批省级行政职权事项调整由各地级以上市实施的决定》（广东省人民政府令第 248 号）实施。该决定未设置委托期限。

2、关于用地批复的具体流程

2018 年 2 月，广东省国土资源厅关于印发《广东省人民政府委托“三旧”改造涉及土地征收审批职权实施方案》的通知（粤国土资三旧发[2018]13 号），该实施方案明确，委托行使“三旧”改造涉及土地征收审批权限的责任分担如下：“二、责任分担……（二）地级以上市人民政府：在委托权限范围内，实施‘三旧’改造涉及土地征收审批，并组织下属相关职能部门对报批材料进行审核，相关批准情况按规定上报备案并向社会公开……（六）地级以上市人民政府‘三旧’改造及城乡规划主管部门：负责依据我省‘三旧’改造政策规定对需报地级以上

市人民政府审批的‘三旧’改造涉及土地征收报批材料进行审核，提出明确审核意见供同级人民政府决策。”

2018 年 2 月，广东省国土资源厅下发的《关于印发“三旧”用地报批材料清单及范本的通知》（粤国土资三旧发〔2018〕26 号），明确“地级以上市人民政府根据省人民政府委托授权审核通过的‘三旧’用地，由其以省人民政府名义向地级以上市人民政府依法作出用地批准文件，批准文件由其单独编号（编号规则为：粤府土审（01-22）[年份]**号），采用广东省人民政府空白公文稿纸印刷，加盖分配本市使用的广东省人民政府国土审批专用章（编号分别为 01-22）。”

2018 年 4 月，广东省国土资源厅下发的《广东省国土资源厅关于印发深入推进“三旧”改造工作实施意见的通知》（粤国土资规字〔2018〕3 号）规定：“3. 用地行为发生在 1999 年 1 月 1 日至 2009 年 12 月 31 日之间的，依照 1998 年修订的土地管理法的相关规定，落实处理（处罚）后按土地现状办理征收手续，其中，改造方案由地级以上市人民政府审批，完善土地征收手续报地级以上市人民政府根据省人民政府委托进行审批。”

2018 年 7 月，广州市城市更新局发布《关于加强“三旧”改造项目涉及用地报批工作的函》（穗更新函〔2018〕849 号），明确“市政府审批同意后，由城市更新局在 10 个工作日内根据市政府审批意见代市政府办理用地批复”。

根据广州市人民政府网站披露，2018 年 12 月 30 日，中央编委备案通过、广东省委省政府批复《广州市机构改革方案》，决定组建广州市规划和自然资源局，不再保留广州市国土资源和规划委员会、广州市城市更新局。

根据上述规定，并结合对广州市规划和自然资源局及花都区分局的访谈、电话咨询及复函，发行人“三旧”改造项目地块涉及完善土地征收手续审批的用地批复需由广州市人民政府审批，具体实施过程为：经广州市花都区人民政府审核同意后，广州市规划和自然资源局花都区分局将完善用地手续材料报广州市规划和自然资源局，由广州市规划和自然资源局对相关材料进行审查，并提出明确审核意见供广州市人民政府审批，广州市人民政府审批同意后以广东省人民政府的名义出具用地批复文件，其后由广州市规划和自然资源局代市政府办理用地批复，由花都区人民政府负责批后实施。

（二）关于完成土地征收手续的主管部门

取得用地批复后需完成的土地征收手续主要包括取得规划条件批复和供地批复，具体主管部门情况如下：

1、规划条件批复的有权审核机关为广州市规划和自然资源局花都区分局

《中华人民共和国城乡规划法（2019 修订）》第三十八条：“在城市、镇规划区内以出让方式提供国有土地使用权的，在国有土地使用权出让前，城市、县人民政府城乡规划主管部门应当依据控制性详细规划，提出出让地块的位置、使用性质、开发强度等规划条件，作为国有土地使用权出让合同的组成部分。未确定规划条件的地块，不得出让国有土地使用权。”

自 2013 年 5 月 1 日起施行的《广东省城乡规划条例》（广东省第十一届人民代表大会常务委员会公告第 90 号）第三十六条规定：“国有土地使用权出让前，城市、县人民政府城乡规划主管部门应当依据控制性详细规划提出拟出让地块的规划条件。……”

根据上述规定及对广州市规划和自然资源局电话咨询，发行人“三旧”改造项目地块规划条件批复的有权审核机关为广州市规划和自然资源局花都区分局。

2、供地批复的有权审核机关为广州市规划和自然资源局

《广东省人民政府关于推进“三旧”改造促进节约集约用地的若干意见》（粤府〔2009〕78 号）指出：“（二十）纳入‘三旧’改造范围、需完善征收手续的土地，由当地市、县人民政府制订改造方案，报省人民政府批准后实施；供地手续由市、县人民政府按本意见办理。”

根据上述规定及对广州市规划和自然资源局电话咨询和对花都规资局的访谈，发行人“三旧”改造项目地块供地批复的有权审核机关为广州市规划和自然资源局。

（三）签订土地出让合同及办理不动产权证书环节的主管部门

《中华人民共和国城市房地产管理法（2019 修正）》第十五条第二款：“土地使用权出让合同由市、县人民政府土地管理部门与土地使用者签订。”自 2006 年 8 月 1 日起施行的《协议出让国有土地使用权规范（试行）》（国土资发〔2006〕

第 114 号) 规定: “国有土地使用权协议出让由市、县国土资源管理部门组织实施。”

根据上述规定对广州市规划和自然资源局电话咨询和对花都规资局的访谈, 发行人“三旧”改造项目地块土地出让合同签订部门为广州市规划和自然资源局。

(四) 关于取得相关主管部门书面文件的情况

针对发行人花都地块“三旧”改造用地报批的流程, 发行人分别向广州市花都汽车城管委会、广州市规划和自然资源局花都分局、广州市规划和自然资源局去函请示。

2021 年 1 月 25 日, 广州市规划和自然资源局花都分局向发行人出具复函, 表示其经商请广州市规划和自然资源局, 确认:

“根据广州金钟取得的旧厂自行改造项目实施方案的批复, 广州金钟项目地块需履行“三旧”改造涉及完善土地征收手续审批。根据广东省、广州市的相关规定, 广州金钟项目地块完善土地征收手续的用地报批流程如下: (1) 我单位负责审查用地报批文件, 用时一般为 35 工作日; (2) 我单位审核通过后报市规划和自然资源局审查用时一般为 20 工作日; (3) 审核通过后, 报广州市人民政府审批同意, 由花都区人民政府负责批后实施, 用时一般为 45 工作日。

若广州金钟符合“三旧”改造相关政策, 用地报批组卷材料齐备且符合审查要求, 则上述审批不存在实质性障碍; 如能于 2021 年 3 月 1 日前按要求完成组卷上报, 流程可于 2021 年内结束, 预计能于 2021 年内取得项目地块的土地权属证书。”

2021 年 1 月 29 日, 广州市规划和自然资源局出具复函表示, 对于广州市规划和自然资源局花都区分局出具的有关发行人“三旧”改造用地报批的流程请示的相关答复, 经核查该局无意见。

公司的“三旧”改造用地组卷报批材料已提交给广州市规划和自然资源局花都分局, 并于 2021 年 2 月 25 日取得了广州市规划和自然资源局花都分局出具的说明, 确认其已收悉公司的“三旧”改造用地组卷报批材料。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“五、公司主要固定资产

和无形资产”之“(二)无形资产”之“1、土地使用权”之“(2)尚未取得土地使用权证的宗地”之“⑧花都地块办理产权证明后续手续的主管部门及获取的确认文件情况”中补充披露以下内容：

“⑧花都地块办理产权证明后续手续的主管部门及获取的确认文件情况

根据广东省及广州市关于“三旧”改造相关审批职权的委托及实施细则，公司办理花都地块产权证明后续环节对应的主管部门情况如下：

取得用地批复环节，需由广州市规划和自然资源局对相关材料进行审查，并提出明确审核意见供广州市人民政府审批，广州市人民政府审批同意后以广东省人民政府的名义出具用地批复文件，其后由广州市规划和自然资源局代市政府办理用地批复。

完成土地征收手续环节，规划条件批复的有权审核机关为广州市规划和自然资源局花都区分局，供地批复的有权审核机关为广州市规划和自然资源局。

签订土地出让合同及办理不动产权证书环节，发行人需要与广州市规划和自然资源局签订《国有建设用地使用权出让合同》，并在依法缴交全额土地出让金及税费后申请办理《不动产权证书》。

2021年1月25日，广州市规划和自然资源局花都分局向发行人出具复函，表示其经商请广州市规划和自然资源局，确认：

“根据广州金钟取得的旧厂自行改造项目实施方案的批复，广州金钟项目地块需履行“三旧”改造涉及完善土地征收手续审批。根据广东省、广州市的相关规定，广州金钟项目地块完善土地征收手续的用地报批流程如下：(1)我单位负责审查用地报批文件，用时一般为35工作日；(2)我单位审核通过后报市规划和资源局审查用时一般为20工作日；(3)审核通过后，报广州市人民政府审批同意，由花都区人民政府负责批后实施，用时一般为45工作日。

若广州金钟符合“三旧”改造相关政策，用地报批组卷材料齐备且符合审查要求，则上述审批不存在实质性障碍；如能于2021年3月1日前按要求完成组卷上报，流程可于2021年内结束，预计能于2021年内取得项目地块的土地权属证书。”

2021 年 1 月 29 日，广州市规划和自然资源局出具复函表示，对于广州市规划和自然资源局花都区分局出具的有关发行人“三旧”改造用地报批的流程请示的相关答复，经核查该局无意见。

公司的“三旧”改造用地组卷报批材料已提交给广州市规划和自然资源局花都分局，并于 2021 年 2 月 25 日取得了广州市规划和自然资源局花都分局出具的说明，确认其已收悉公司的“三旧”改造用地组卷报批材料。”

二、结合申报至今花都地块仍未获得土地产权证书，且发行人办理土地产权证书尚存在后续多项环节等情况，说明发行人在 2020 年 7 月提交发行上市申请文件时，是否认为前述瑕疵土地可以在短期内整改完毕；如是，请说明当时判断的依据，截至 2021 年 1 月，瑕疵土地尚未完成整改的原因及合理性；如否，请说明发行人提交申请文件时，是否符合发行条件、上市条件及信息披露要求

（一）发行人提交发行上市申请文件时，认为花都地块瑕疵土地可以在短期内整改完毕

发行人于 2020 年 7 月提交发行上市申请文件时，认为花都地块瑕疵土地可以在短期内整改完毕，具体判断依据如下：

1、发行人花都地块“三旧”改造方案已获主管部门审批

广州市人民政府办公厅于 2019 年 4 月 18 日印发的《广州市深入推进城市更新工作实施细则》（穗府办规〔2019〕5 号）规定，“（二十一）推动事权下放，将符合控制性详细规划的城市更新片区策划方案、更新项目实施方案的审定权按程序委托各区政府（广州空港经济区管委会）实施。……”

2020 年 5 月 11 日，广州市花都区住房和城乡建设局出具《关于广州市金钟汽车零部件股份有限公司旧厂自行改造项目实施方案的批复》（花更新复[2020]3 号），同意发行人“以‘自行改造’方式实施微改造”，采用协议出让方式供地。

2020 年 6 月 16 日，广州市住房和城乡建设局向广州市花都区住房和城乡建设局出具的《关于广州市金钟汽车零部件股份有限公司项目更新改造实施方案备案情况的复函》（H20200728），指示广州市花都区住房和城乡建设局根据《关于广州市金钟汽车零部件股份有限公司旧厂自行改造项目实施方案的批复》（花更新复[2020]3 号）办理后续手续，并做好项目实施监管工作。

综上所述，发行人已于申报前取得区、市两级有关主管部门的关于“三旧”改造方案的批复或备案，发行人“三旧”改造方案已获政府部门审查同意。

2、花都地块符合广州市关于完善土地征收手续审批的适用条件

根据对广州市规资局的电话咨询意见和对花都区规资局的访谈确认，广州市目前按照《广州市城市更新局关于加强“三旧”改造项目涉及用地报批工作的函》（穗更新函〔2018〕849号）进行“三旧”改造项目涉及用地报批工作。该文规定：“（一）‘三旧’改造涉及完善土地征收手续审批。符合《关于推进‘三旧’改造促进节约集约用地的若干意见》（粤府〔2009〕78号，以下简称‘省政府78号文’）第六点第（十七）款规定，纳入‘三旧’改造范围和城市更新改造规划、符合土地利用总体规划和城乡规划、没有合法用地手续且已使用的建设用地，用地行为发生在1987年1月1日之后、2009年12月31日之前的，已与农村集体经济组织或农户签订征地协议并进行补偿，且未因征地补偿安置等问题引发纠纷、迄今被征地农民无不同意见，并已按用地发生时的土地管理法律、法规及政策规定落实处理（处罚），已纳入城市更新年度计划、编制‘三旧’改造实施方案，用地单位可申请完善征收手续并实施改造。”

根据以上规定，发行人花都地块符合广州市关于完善土地征收手续审批的适用条件，具体说明如下：

（1）发行人用地行为发生时间为2004年，并于2006年在瑕疵土地上建成厂房并投入使用，时间早于2009年12月31日，符合广东省“三旧”改造政策用地时间范围的要求。2019年10月，根据广州市住房和城乡建设局印发的《广州市城市更新三年行动计划（2019-2021年）》通知，发行人花都地块作为旧厂房改造项目列入其中。

（2）2003年11月14日，广州市花都区汽车城发展有限公司与民主村已就发行人花都地块签订有关征地《协议书》并支付征地费用，且自发行人使用瑕疵土地以来，未因征地补偿安置等问题与民主村引发纠纷；广州市花都区炭步镇民主村民委员会委员于2012年3月14日出具的《证明》，确认发行人项目地块已由广州花都汽车城发展有限公司与该村签订征地协议，该村已全额收齐征地补偿款，该村同意发行人通过“三旧”改造完善历史用地手续，对瑕疵土地进行“三

旧”改造无不同意见。

(3) 发行人花都地块已被主管部门落实处罚。2012 年 5 月 21 日，原广州市国土资源和房屋管理局花都区分局依据当时有效的《中华人民共和国土地管理法（2004 修正）》第四十三条第一款、第四十四条第一款和第七十六条第一款向发行人出具穗花国土监罚字[2012]148 号《土地违法案件行政处罚决定书》，认为发行人在 2004 年期间，未经国土部门批准擅自占用上述地块，构成非法占用土地行为，并对发行人处以合计金额 35,428.52 元（每平方米 2 元）的罚款，发行人于 2012 年 5 月 28 日缴纳了前述罚款。广州市花都区住房和城乡建设局出具的《广州市花都区住房和城乡建设局关于广州市金钟汽车零部件股份有限公司“三旧”改造项目实施方案的请示》（花建[2019]224 号）认为，违法用地行为已依法处理，可以依法完善用地手续。

(4) 根据《广州市花都区功能片区土地利用总体规划（2013-2020）调整完善方案》，发行人花都地块为建设用地。根据《广州市城市总体规划（2010—2020）》项目地块不涉及禁、限建区和“四线”，发行人花都地块规划用途为一类工业用地，实际用途与规划用途一致，符合土地利用总体规划和城乡规划。

(5) 发行人瑕疵土地已纳入标图建库范围。2019 年 4 月 30 日，广州市规划和自然资源局花都区分局出具《关于汽车产业基地“三旧”改造项目核定图斑红线控规相关情况的复函》（穗规划资源花函[2019]267 号），确认发行人瑕疵土地的标图建库号为 44011400031，土地使用性质为一类工业用地。

(6) 发行人已于 2020 年 3 月编制完成了《广州市金钟汽车零部件股份有限公司项目更新改造实施方案》，并提交给广州市花都区住房和城乡建设局进行审核。发行人已取得花都区住建局出具《关于广州市金钟汽车零部件股份有限公司旧厂自行改造项目实施方案的批复》（花更新复[2020]3 号）和广州市住房和城乡建设局向花都区住建局出具的《关于广州市金钟汽车零部件股份有限公司项目更新改造实施方案备案情况的复函》（H20200728），同意发行人“三旧”改造方案，采用协议出让方式供地。

综上分析，发行人花都地块符合广州市城市更新局发布《关于加强“三旧”改造项目涉及用地报批工作的函》（穗更新函〔2018〕849 号）中关于“三旧”

改造涉及完善土地征收手续审批的适用条件，发行人可以申请完善征收手续并实施改造。

3、花都区人民政府正积极推进“三旧”改造项目，发行人花都地块“三旧”改造得到地方政府的大力支持

发行人花都地块所在的地方政府花都区人民政府重视辖区内的“三旧”改造项目。2020年6月10日，广州市花都区2020年第三次城市更新工作领导小组会议审定了《2020年花都区城市更新项目计划及作战图》，根据该作战图，发行人预计于2021年取得土地使用权的产权证明。

根据《广州市深入推进城市更新工作实施细则》（穗府办规〔2019〕5号）规定，花都区人民政府负责发行人“三旧”改造用地的批后实施。花都区人民政府已于2020年5月19日出具了《关于广州市金钟汽车零件股份有限公司用地情况的说明》，确认“将根据三旧改造及相关政策，积极协助发行人完善地块及其地上建筑物的权属办理手续”。

4、发行人提交发行上市申请文件时，“三旧”改造已经取得显著进展

根据发行人当时从广州市花都区住房和城乡建设局取得的“‘三旧’改造完善征收手续工作流程图”，“三旧”改造完善征收手续工作流程一共有12个步骤，分别是（1）用地单位提交改造申请（需符合申请条件）、（2）所在镇（街、管委会）进行符合性初审出具审核意见、（3）区住房和城乡建设局审核、（4）用地单位组织编制更新实施方案、（5）区住房和城乡建设局对实施方案进行审查并征求区职能部门意见、（6）区城市更新工作领导小组会议审议实施方案、（7）区政府批复实施方案、（8）实施方案及批复文件报市城市更新工作领导小组备案、（9）由改造主体向市规划和自然资源局花都区分局申请办理用地报批手续，以及与区住房和城乡建设局签订监管协议、（10）获得用地批复同意完善征收手续、（11）区政府向相关权利人进行公告及通知用地主体办理用地手续、（12）用地单位办理用地手续和建设工程报建手续以及项目建设。发行人在提交发行上市申请文件时，“三旧”改造工作已经进展至上述流程中的第8个步骤，“三旧”改造方案已经市级有权部门备案，进入实质性推进阶段，尚待完成后续4个步骤。

2020年8月10日，花都住建局与公司签订了《广州市花都区城市更新改造

项目实施监管协议》。2021 年 2 月 25 日，广州市规划和自然资源局花都分局出具说明，确认其已收悉公司的“三旧”改造用地组卷报批材料。

综合分析，发行人花都地块符合“三旧”改造条件，已被纳入《广州市城市更新三年行动计划（2019-2021）》。广东省人民政府及国土资源厅自 2018 年以来密集出台与“三旧”改造工作相关的授权委托及实施意见，广州市人民政府也及时配套了更新城市工作的相关实施细则，“三旧”改造配套制度完善；发行人花都地块所在的花都区人民政府也积极推进“三旧”改造项目并对发行人“三旧”改造大力支持。发行人在 2020 年 7 月提交发行申请文件时，“三旧”改造已经进入实质推进阶段，实施方案已经获主管部门审批，花都区城市更新工作领导小组也明确了辖区内包括发行人的城市更新工作计划及作战图，发行人花都地块符合广州市“三旧”改造涉及完善土地征收手续审批申报的适用条件，因此，发行人认为花都地块瑕疵土地可以在短期内整改完毕。

（二）截至目前，花都地块瑕疵土地尚未完成整改的原因及合理性

提交发行上市申请文件后，发行人积极根据相关主管部门的要求，聘请相关测绘单位进行勘测定界，开展用地红线报批工作，但因土地勘测定界的技术原因，用地红线报批工作尚未完成，导致土地整改事项进展滞后。

2020 年 8 月，广州市花都区地籍测量队出具《广州市花都区用地界桩（坐标）点放样报告》和《土地勘测定界技术报告书》（案号：202000764），勘定花都地块的面积为 16,853 平方米。

2020 年 12 月，广州市规划和自然资源局花都区分局反馈因勘界面积存在细微差异，要求重新进行勘测定界。2020 年 12 月，广州市花都区地理信息中心（广州市花都区测绘管理所）就花都地块旧厂改造项目出具《土地勘测定界技术报告书》（案号：202000764-1），载明原 2020 年 8 月出具的成果（案号为 202000764）作废，重新勘定花都地块的面积为 16,851 平方米。发行人将上述报告重新提交至广州市规划和自然资源局花都区分局，用于申请用地红线批复。

综合分析，发行人花都地块截至 2021 年 1 月仍未完成整改，系因土地勘测定界等技术原因导致，存在合理性。截至目前，发行人土地勘测定界等事项已经完成，发行人“三旧”改造用地组卷报批材料已提交给广州市规划和自然资源局

花都分局，广州市规划和自然资源局花都分局正对用地报批材料进行审查。

三、请保荐人、发行人律师结合前述问题说明发行人是否符合中国证监会《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 18 的要求；说明在发行人申报时点是否对前述瑕疵土地问题执行了充分的核查程序，是否充分履行了勤勉、尽责义务，相关核查意见的发表是否审慎、严谨

（一）发行人符合中国证监会《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 18 的要求

1、发行人存在使用集体建设用地及其上建造的房产的情形，保荐机构和发行人律师已进行核查

针对发行人使用集体建设用地及其上建造的房产的情形，保荐机构和发行人律师已进行核查，具体情况如下：

（1）发行人使用集体建设用地行为曾收到过行政处罚，目前正通过“三旧”改造完善土地征收手续以取得用地批复

公司目前占有并使用位于广州市花都区炭步镇东风大道西侧、土地总面积 16,852.68 平方米、“三期”改造标图建库号 44011400031 的地块，该地块已经纳入“三旧”改造项目范围。

2012 年 5 月 21 日，广州市国土资源和房屋管理局花都区分局依据当时有效的《中华人民共和国土地管理法（2004 修正）》第四十三条第一款、第四十四条第一款和第七十六条第一款向公司出具穗花国土监罚字[2012]148 号《土地违法案件行政处罚决定书》，认为公司未经国土部门批准擅自占用上述地块，构成非法占用土地行为，并对公司处以合计金额 35,428.52 元（每平方米 2 元）的罚款，公司于 2012 年 5 月 28 日缴纳了前述罚款。当时有效的《土地管理法实施条例（2011 修订）》第四十二条规定：“依照《土地管理法》第七十六条的规定处以罚款的，罚款额为非法占用土地每平方米 30 元以下。”原广州市国土资源和房屋管理局花都区分局对公司处以的每平方米 2 元的罚款处罚远低于当时法定处罚幅度所设定的最高标准每平方米 30 元，因此上述处罚不构成重大行政处罚。

根据花都规资局 2020 年 9 月 3 日出具的复函（穗规划资源花函【2020】1593 号），除上述行政处罚外，暂未发现发行人因未取得用地手续而产生的其他行政

处罚记录，目前亦不存在其他导致发行人被其进行行政处罚的风险。2020 年 12 月 24 日，花都规资局出具复函，确认相关违法行为不属于重大违法行为，上述处罚不属于重大行政处罚。

发行人正通过“三旧”改造解决土地房产瑕疵，并取得了花都住建局于 2020 年 5 月 11 日出具的《关于广州市金钟汽车零部件股份有限公司旧厂自行改造项目实施方案的批复》（花更新复[2020]3 号），该批复同意发行人“以‘自行改造’方式实施微改造”，采用协议出让方式供地。根据花都区规资局于 2020 年 12 月 24 日出具《复函》（穗规划资源花函[202]2508 号），确认发行人花都地块完成三旧改造后，发行人将获得与花都地块相关的全部权属证明，不存在仍然面临权属不清晰或土地产权瑕疵的情形。

综上所述，发行人集体建设用地的使用不符合《土地管理法》等法律法规的规定，已于 2012 年被原广州市国土资源和房屋管理局花都区分局处以罚款 35,428.52 元，发行人已依法缴纳罚款，相关违法行为不属于重大违法行为，上述处罚不属于重大行政处罚，不构成发行上市障碍。

（2）发行人花都地块部分建筑物未取得批复，存在被处罚的风险，但罚款标准属于轻微档次，不构成重大违法违规行为

根据花都城管局于 2020 年 9 月 7 日出具的回函，发行人在花都基地的 A 厂房（建筑面积 4,597 平方米）、A 宿舍（建筑面积 1,386.5 平方米）和 B 宿舍（建筑面积 1,386.5 平方米），已先后于 2004 年 6 月 23 日和 2005 年 2 月 2 日取得了广州市城市规划局花都分局核发的《建设工程规划许可证》《建设工程施工许可证》，上述建筑物的建设已经取得了必要的许可，不存在被其予以行政处罚的风险；除上述建筑外，发行人花都厂区内的其他建筑（包括建筑面积 9,600 平方米的 B 厂房），系经区政府于 2017 年 3 月 10 号会议（区府办 61 号会议纪要）同意改扩建并于 2018 年完成建设的建筑。发行人改扩建时未依法取得《建设工程规划许可证》、《建设工程施工许可证》并未履行相关报建、验收程序，花都城管局有权依据相关法律法规对发行人予以行政处罚。

《中华人民共和国城乡规划法（2019 修正）》第六十四条规定：“未取得建设工程规划许可证或者未按照建设工程规划许可证的规定进行建设的，由县级以

上地方人民政府城乡规划主管部门责令停止建设；尚可采取改正措施消除对规划实施的影响的，限期改正，处建设工程造价百分之五以上百分之十以下的罚款；无法采取改正措施消除影响的，限期拆除，不能拆除的，没收实物或者违法收入，可以并处建设工程造价百分之十以下的罚款。”

根据花都城管局出具的回函，若该局对发行人进行罚款，则根据《广州市城市管理综合执法规范行政处罚自由裁量权规定的通知(2018 修订)》，并参考《关于发布广州市房屋建筑工程 2019 年参考造价的通知》，预计罚款金额将按以下公式计算：罚款总金额=1850 元/每平方米（6 米以下厂房）×建筑面积×5%。发行人根据上述标准按 B 厂房建筑面积 9,600 平方米测算罚款金额为 88.80 万元。根据《广州市城市管理综合执法规范行政处罚自由裁量权规定》，城市管理综合执法机关对违法行为作出罚款的处罚决定，有法定罚款幅度，裁量结果可分为严重、一般、轻微档次，花都城管局回函确认的罚款标准属于轻微档次。同时，根据花都规资局 2020 年 9 月 18 日印发的《〈花都区亲商助企二十六〉第 26 条实施细则》的通知（穗规划资源花函【2020】1728 号），“完善用地手续的历史咨询制项目，符合咨询审查方案或符合《广州市存量违法建设分类处理工作指引》有关尚可改正情形的免于行政处罚，市规划和自然资源局花都分局凭区城市管理和综合执法局出具的免于行政处罚函办理规划条件核实手续”。

发行人于 2020 年 7 月 22 日取得花都住建局出具的证明：发行人就花都地块的工程建设、施工行为、消防设计及验收方面不存在重大违法违规行为，发行人在三旧改造、完善手续期间，不存在因未取得产权证被其予以行政处罚的风险。

发行人于 2020 年 1 月 22 日取得花都规资局出具的说明，并于 2020 年 9 月 3 日取得其复函，确认：发行人花都地块的用地及兴建、使用地上建筑物的行为不存在违反国家和地方土地管理、规划等相关规定的重大违法违规行为，目前不存在被其行政处罚的风险。

综上分析，发行人 B 厂房改扩建未能履行相关报建、验收程序，存在被处罚的风险，但根据有权处罚部门预计的罚款标准，罚款标准属于轻微档次，不构成重大违法违规行为。

2、发行人花都基地瑕疵土地不属于短期内无法整改的情形，保荐机构和发

行人律师已比照证监会《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 18 的要求核查对发行人的重要性及对生产经营的影响

（1）发行人花都地块瑕疵土地不属于短期内无法整改的情形

发行人花都地块符合“三旧”改造条件，已被纳入《广州市城市更新三年行动计划（2019-2021）》；发行人已于申报前取得区、市两级有关主管部门的关于“三旧”改造方案的批复或备案，发行人“三旧”改造方案已获政府部门审查同意；发行人花都地块符合广州市城市更新局发布的《关于加强“三旧”改造项目涉及用地报批工作的函》（穗更新函〔2018〕849 号）中关于完善土地征收手续审批的适用条件；花都区人民政府正积极推进“三旧”改造项目，发行人花都地块“三旧”改造得到地方政府的大力支持；根据广州市花都区 2020 年第三次城市更新工作领导小组会议审定了《2020 年花都区城市更新项目计划及作战图》，以及花都规资局 2020 年 9 月 3 日出具的复函，发行人预计于 2021 年取得土地使用权的产权证明。

发行人认为花都地块瑕疵土地可以在短期内整改完毕的具体判断依据详见本问题回复之“二、（一）发行人提交发行上市申请文件时，认为花都地块瑕疵土地可以在短期内整改完毕”。

针对发行人花都地块“三旧”改造用地报批的流程，发行人分别向广州市花都汽车城管委会、广州市规划和自然资源局花都分局、广州市规划和自然资源局去函请示。2021 年 1 月 25 日，广州市规划和自然资源局花都分局向发行人出具复函，表示其经商请广州市规划和自然资源局，确认了发行人关于花都地块完善土地征收手续的用地报批的流程及时间，确认“若广州金钟符合“三旧”改造相关政策，用地报批组卷材料齐备且符合审查要求，则上述审批不存在实质性障碍；如能于 2021 年 3 月 1 日前按要求完成组卷上报，流程可于 2021 年内结束，预计能于 2021 年内取得项目地块的土地权属证书。”

2021 年 1 月 29 日，广州市规划和自然资源局出具复函表示，对于广州市规划和自然资源局花都区分局出具的有关发行人“三旧”改造用地报批的流程请示的相关答复，经核查该局无意见。

公司的“三旧”改造用地组卷报批材料已提交给广州市规划和自然资源局花

都分局，并于 2021 年 2 月 25 日取得了广州市规划和自然资源局花都分局出具的说明，确认其已收悉公司的“三旧”改造用地组卷报批材料。

(2) 保荐机构和发行人律师关于瑕疵地块对发行人重要性及生产经营影响的核查

保荐机构和发行人律师已比照证监会《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 18 的要求，量化分析花都地块瑕疵土地及其地上建筑对发行人的重要性，具体核查情况如下：

① 花都地块对发行人具有重要影响，但随着发行人清远现代化的生产基地建成投产，花都地块对发行人重要性将有所降低

发行人花都地块未取得产权证书，其面积为 16,852.68 平方米，占发行人自有土地面积的比例为 37.12%；花都地块未取得产权证书的房屋面积为 16,970.00 平方米，占公司自有房屋面积的比例为 49.08%。目前，发行人位于清远市清新区太平镇龙湾电镀工业园的清远生产基地 1#厂房已经建成，达产后将具备年产 3,820 万件汽车装饰件的生产能力，发行人已经具有两大生产基地。

2018 年至 2019 年，公司清远生产基地尚未投入正式生产，公司子公司清远纳格通过租赁取得的房屋仅从事电镀加工工序，相关产品需由公司进一步生产后才能对外销售，公司所有对外销售的产品均需经公司位于花都地块的生产基地加工和生产，故 **2018 年、2019 年**公司未取得产权证书的土地或房产产生的收入、毛利、利润占比均为 100%，花都地块对发行人具有重要影响。

随着公司大力推进清远生产基地建设，公司清远生产基地的生产能力逐步提升，截至本回复出具之日，公司清远生产基地已购置安装 20 余台注塑机，现代化的 PVD 喷涂线、三喷一烤喷涂线已完成建设并逐步投入正常生产，清远生产基地已具备完整的注塑、喷涂、电镀等生产车间，**2020 年以来公司部分产品已陆续转移至清远金钟生产，其中公司 2020 年实现销售的产品中有约 70 款产品在清远金钟完成生产（部分需在花都生产基地进行简单包装），清远金钟已开始为公司贡献一定的收入、毛利和利润。2020 年，公司未取得产权证书的花都地块相关产品的收入、毛利和利润分别为 36,280.34 万元、13,932.70 万元和 4,795.19 万元，占比分别为 91.51%、94.19%和 98.46%。**

未来，随着公司清远生产基地生产线不断完善以及产能逐步释放，公司未取得产权证书的土地或房产产生的收入、毛利和利润占比将会有所降低，花都地块对发行人的重要性将有所下降。

② 花都基地瑕疵地块不会对发行人生产经营产生重大不利影响

1) 花都生产基地不存在搬迁或拆除计划、不影响公司的正常生产经营

发行人自 2007 年至今持续在花都生产基地从事汽车零部件生产和研发，公司花都生产基地实际用途符合规划用途，不存在搬迁或拆除计划，公司尚未取得产权证书不影响公司正常使用相关土地及房屋，不影响公司的正常生产经营。2020 年 5 月，广州市花都区人民政府出具《关于广州市金钟汽车零件股份有限公司的用地情况说明》，证明：公司就花都地块的用地及兴建、使用地上建筑物的行为不存在重大违法违规行为；相关地块符合规划用途，花都区政府部门暂无征收以及变更土地用途的计划，公司可继续使用该地块及地上建筑物；现状土地和地上建筑物无权属纠纷。此外，广州市规划和自然资源局及其花都区分局、广州市花都区城市管理和综合执法局、广州市花都区住房和城乡建设局和广州市消防支队花都区大队等相关政府主管部门亦出具了相关文件。

2) 花都基地未来可能产生的相关损失将由控股股东、实际控制人承担

公司控股股东广州思呈睿、实际控制人辛洪萍已出具《关于承担瑕疵房产风险的承诺》，承诺：“为避免金钟股份花都地块房屋建筑物被有关部门责令拆除而可能给金钟股份带来资产损失及罚款的风险，本公司/本人承诺将承担因金钟股份房屋建筑物拆除给金钟股份造成的实际经济损失，包括但不限于拆除的直接损失、因拆迁可能产生的搬迁费用、固定配套设施损失、停工损失、被有权部门罚款等。”因此，前述搬迁费用及搬迁期间的相关损失将由公司控股股东、实际控制人承担，不会对发行人的财务状况和经营成果产生重大不利影响。

3) 发行人具备缴纳土地出让金的能力且未来新增土地使用权摊销金额不会对经营业绩产生较大影响

发行人花都地块“采用协议出让方式供地”，根据花都规资局出具的复函，公司需按补办土地有偿使用手续时同地段工业用途市场评估地价的 40%缴纳土地出让金，计算公式为：土地出让金=同地段工业用途每平方米市场评估地价×

花都生产基地可建设用地面积×40%。经查询相关网站，公司使用的花都地块同地段的工业用地近期公开出让的成交价格约为 0.08 至 0.12 万元/平方米。根据花都住建局出具的《关于广州市金钟汽车零部件股份有限公司旧厂自行改造项目实施方案的批复》，公司使用的花都地块土地总面积为 16,852.68 平方米，参考公司使用的该地块周边的工业用途地块近期公开出让的成交价格，公司需缴纳的土地出让金约为 539.29 万元至 808.93 万元。根据花都规资局的复函，公司花都地块的使用期限系自签订国有土地使用权出让合同之日起五十年，公司因此将每年新增土地使用权摊销金额 10.79 万元-16.18 万元，不会对公司的经营业绩产生较大影响。”

3、发行人关于花都地块瑕疵土地的情况已在招股说明书披露并进行了重大风险提示

发行人针对花都地块瑕疵土地问题，已经比照中国证监会《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 18 的要求，就花都地块对发行人生产经营的影响、未来因土地问题被处罚的责任承担主体、搬迁的费用及承担主体等情形在招股说明书“第六节 业务与技术”之“五、公司主要固定资产和无形资产”之“（二）、1、（2）尚未取得土地使用权证的宗地”进行了披露，并在“第四节 风险因素”之“五、部分土地及房屋建筑物未取得权属证书的风险”进行风险提示，同时就“部分土地及房屋建筑物未取得权属证书的风险”进行重大事项提示。

【保荐机构、发行人律师核查情况】

经核查，保荐机构和发行人律师认为：

1、发行人集体建设用地的使用不符合《土地管理法》等法律法规的规定，已于 2012 年被原广州市国土资源和房屋管理局花都区分局处以罚款 35,428.52 元，发行人已依法缴纳罚款，相关违法行为不属于重大违法行为，上述处罚不属于重大行政处罚，不构成发行上市障碍；

2、发行人 B 厂房改扩建未能履行相关报建、验收，存在被处罚的风险，但根据有权处罚部门预计的罚款标准，罚款标准属于轻微档次，不构成重大违法违规行为；

3、公司正通过“三旧改造”政策解决土地和房产瑕疵问题，且进入实质推

进阶段，不属于短期内无法整改的情形。发行人花都地块未取得产权证书土地面积和房产面积占其自有土地面积和房产面积的比例分别为 37.12%、49.08%，且报告期产生的收入、毛利、利润占比较高，对发行人具有重要影响，但随着发行人清远基地的投产，花都基地对发行人重要性将有所降低，不会对公司生产经营产生重大不利影响；

4、保荐机构和发行人律师已经按照中国证监会《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 18 的要求对发行人花都地块瑕疵土地和房产问题进行了披露和核查，发行人已在招股说明书中对“部分土地及房屋建筑物未取得权属证书的风险”进行了重大事项提示和风险因素提示。

（二）保荐机构和发行人律师在发行人申报时点对发行人花都地块瑕疵土地履行的核查程序

保荐机构和发行人律师在发行人 2020 年 7 月提交发行上市申请文件时，对发行人花都地块瑕疵土地履行的核查程序及核查结论如下：

1、实地查看了发行人花都地块及地上建筑物，对发行人实际控制人辛洪萍先生进行了访谈，了解发行人取得瑕疵土地的历史背景、流转过程及地上建筑物的报批报建情况。经核查，发行人取得花都地块历史脉络清晰，发行人土地现状和地上建筑物无权属纠纷；

2、查阅了发行人花都地块的土地流转协议，包括花都区炭步镇民主村和汽车城公司、汽车城公司和风神公司、风神公司与发行人等相关方签署的相关协议，查阅发行人向风神公司支付土地补偿款的单据、花都区炭步镇民主村收到土地补偿款的凭证、花都区炭步镇民主村出具的已全额收齐征地补偿款且同意发行人花都地块通过“三旧”改造完善历史用地手续的证明、花都区炭步镇民主村放弃听证的证明等。经核查，发行人花都地块已由汽车城公司与花都区炭步镇民主村签订征地协议，并进行了征地补偿，不存在因补偿安置等问题引起的纠纷；

3、查阅了发行人取得花都地块后，在花都地块自行建设厂房时取得的相关主管部门出具的批复和确认文件，包括广州市花都区发展计划局于 2004 年 5 月 31 日出具的《广东省投资项目登记备案证》（登记备案项目编码 040182300000525）、广州市花都区发展和改革局分别于 2005 年 4 月 29 日、2005

年 11 月 30 日分别出具的《关于扩建汽车零件生产项目核准的批复》（花发改基核[2005]5 号、花发改基核[2005]27 号）、广州市城市规划局花都区分局于 2004 年 6 月 23 日出具的《建设工程规划许可证》（编号 A200400155）、广州市花都区国土房产管理局于 2006 年 9 月 27 日出具的《建设项目用地预审报告》（花国房预审字[2006]024 号）、广州市城市规划局于 2006 年 7 月 19 日出具的《建设项目选址意见书》（穗规选[2006]176 号）等，经核查确认：发行人取得用地后在花都地块自建厂房具有特定的历史原因，已获得地方主管部门认可，花都地块历史用地行为符合土地利用总体规划、位置符合城市规划要求；

4、查阅了广州市规划和自然资源局花都区分局出具的《关于汽车产业基地“三旧”改造项目核定图斑红线控规相关情况的复函》（穗规划资源花函[2019]267 号）、《广州市城市更新总体规划文本》、《广州市花都区功能片区土地利用总体规划（2013-2020）》，与发行人花都地块相关的总体规划图和控制性详细规划导图等。经核查，发行人花都地块规划用地性质为一类工业用地，符合土地利用总体规划和城乡规划；

5、查阅了广州市国土资源和房屋管理局花都区分局于 2012 年 5 月 21 日出具的《土地违法案件行政处罚决定书》（穗花国土监罚字[2012]148 号）以及发行人罚款缴纳的情况，并查阅了当时有效的《土地管理法实施条例（2011 修订）》关于处罚金额的规定。经核查，发行人历史上非法占用土地行为已被主管部门予以行政处罚，该处罚不属于重大行政处罚；

6、通过网络检索、前往发行人所在地花都区人民法院查询、向与发行人相关的各级法院、仲裁机构发送询证函、发行人出具声明以及查阅发行人账务明细等方式，经核查：发行人与包括花都区炭步镇民主村在内的任何第三方不存在有关瑕疵土地的权属纠纷；

7、查阅了广东省人民政府及国土资源厅自 2018 年以来密集出台的关于“三旧”改造相关的职权委托及实施细则的指导意见，广州市人民政府及城市更新主管部门配套出具的相关指导文件，登录广州市规划和自然资源局网站查看近年来广州市“三旧”改造项目的批复情况，确认发行人花都地块“三旧”改造的实施路径和流程；

8、查阅广州市住房和城乡建设局关于印发《广州市城市更新三年行动计划（2019年-2021年）》的通知（穗建前期[2019]1802号），确认发行人花都地块项目已纳入广州市城市更新三年行动计划的旧厂房改造项目，查阅了发行人编制的《广州市金钟汽车零部件股份有限公司项目更新改造实施方案》，并及时跟进相关主管部门审批的情况，经核查，发行人“三旧”改造方案已于2020年6月16日在广州市住房和城乡建设局完成备案；

9、协助发行人与当地政府及相关部门多次沟通，取得花都区人民政府、广州市规划和自然资源局花都区分局出具的相关说明，确认发行人使用花都地块不属于重大违法行为，发行人花都地块实际用途符合规划用途，政府暂无征收或变更土地用途的计划，并表态积极协助发行人完善地块及其地上建筑物的权属办理手续。同时，跟进了解广州市花都区城市更新工作领导小组关于辖区内“三旧”改造项目实施计划及作战图的审议情况，根据其工作规划及作战图，发行人花都地块预计在2021年取得土地权属证书；

10、实地查看了发行人清远生产基地厂房建设情况及对应的环评报告，经核查，未来若由于政策的变化，发行人花都地块需要进行搬迁或拆除时，发行人清远生产基地有能力承接相关搬迁设备的部分生产任务，并测算相关拆迁成本，对发行人生产经营影响相对可控；

11、取得了公司控股股东广州思呈睿、实际控制人辛洪萍出具《关于承担瑕疵房产风险的承诺》，承诺将承担因金钟股份房屋建筑物拆除给金钟股份造成的实际经济损失，包括但不限于拆除的直接损失、因拆迁可能产生的搬迁费用、固定配套设施损失、停工损失、被有权部门罚款等，因此，发行人使用花都地块不会对发行人的财务状况和经营成果产生重大不利影响。

综上核查，保荐机构和发行人律师认为：在发行人申报时点，已对前述瑕疵土地问题执行了充分的核查程序，充分履行了勤勉、尽责义务，相关核查意见的发表审慎、严谨。

2.关于 DAG

第二轮问询回复显示：

(1) 发行人与 DAG 共用供应商代码，且独立享有不同模块的权限。在通用汽车、福特汽车体系内，发行人供应商母代码所对应的供应商名称为广州金钟，同时发行人拥有除 RFQ（报价）、财务模块权限以外的其他模块权限，DAG 拥有 RFQ（报价）、财务模块权限，发行人与 DAG 共同作为通用汽车、福特汽车的一级供应商。在克莱斯勒、特斯拉体系内，虽然供应商母代码所对应的供应商名称为 DAG，但发行人实际拥有关于工程开发、供应链、质量、客诉、评分等模块的权限，DAG 拥有 RFQ（报价）、财务模块权限，因此，发行人也与 DAG 共同作为整车厂商的一级供应商。

(2) 除发行人外，根据与 DAG 访谈了解，其亦将 National Engineering Industries (NEI)、Dicastal KSM 等汽车零部件企业的产品销售给通用、福特等整车厂商。在与上述汽车零部件企业合作的过程中，DAG 亦采用了与发行人相同的合作模式，DAG 与相关供应商共同作为整车厂商的一级供应商。

(3) 发行人与 DAG 寄售合作模式下，相关商品的所有权向其转移的相关时点的具体单据为 Transpak 仓库发运单，DAG 不再单独向公司出具相关签收确认文件表示其认可所有权已向其转移。若 DAG 对 Transpak 系统或整车厂商系统内产品报关、发货、领用等情况存在异议，及时向公司提出。DAG 已针对报告期内公司向其销售的产品、金额、型号等进行了确认。

请发行人：

(1) 披露与克莱斯勒和特斯拉的一级供应商认定为 DAG 而非发行人的原因，发行人未获取供应商母代码的原因，与通用汽车和福特汽车的供应商认证所使用的供应商名称不一致的原因。

(2) 对比其他与 DAG 作为共同供应商的零部件企业，披露其他零部件企业是否也存在与 DAG 共享供应商代码且部分权限由 DAG 独立享有的情形，如是，请披露涉及企业的具体情况。

(3) 结合收入确认的相关内部控制流程，披露未获得直接客户 DAG 的签收确认文件是否谨慎，是否符合行业惯例；DAG 是否出具了其他书面文件确认发行人销售的产品、金额和型号。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、披露克莱斯勒和特斯拉的一级供应商认定为 DAG 而非发行人的原因，发行人未获取供应商母代码的原因，与通用汽车和福特汽车的供应商认证所使用的供应商名称不一致的原因

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售情况和主要客户情况”之“（五）报告期前五大客户的基本情况”之“1、DAG LTD, LLC”之“（17）发行人与 DAG 共用供应商代码的具体情况”及不同整车厂商认证的供应商名称不一致的原因”中补充披露以下内容：

“（17）发行人与 DAG 共用供应商代码的具体情况”及不同整车厂商认证的供应商名称不一致的原因

在通用汽车、福特汽车、克莱斯勒和特斯拉等整车厂商系统内，公司与 DAG 相关的供应商信息情况如下：

整车厂商	合作起始时间	供应商名称	认证生产制造基地	供应商母代码	供应商子代码	负责主体	功能、权限
通用汽车	2006 年	GUANGZHOU JINZHONG	广州市花都区	545264020	-	金钟股份	工程开发、供应链、质量、客诉、评分
						DAG	RFQ（报价）、供应链、财务
福特汽车	2010 年	GUANGZHOU JINZHONG	广州市花都区	GJFY	GNUFA	金钟股份	工程开发、供应链、质量、客诉、评分
					GNUFB、GNUFE、GX35B	DAG	RFQ（报价）、供应链、财务
克莱斯勒	2007 年	DAG	广州市花都区	62497	62497B	金钟股份	工程开发、供应链、质量、客诉、评分
					62497C	DAG	RFQ（报价）、供应链、财务
特斯拉	2012 年	DAG	广州市花都区	122736	-	金钟股份	工程开发、供应链、质量、客诉、评分
						DAG	RFQ（报价）、供应链、财务

注：上表信息来自于上述整车厂商的供应商管理系统。

① 克莱斯勒和特斯拉的一级供应商认定为 DAG 而非发行人的原因

如上表所示，在通用汽车、福特汽车系统内，供应商母代码对应的供应商名称为广州金钟，在克莱斯勒、特斯拉系统内，供应商母代码对应的供应商名

称为 DAG。在上述整车厂商系统中，显示的供应商名称不同的主要原因系产品发货地址的差异所致。

由于福特汽车、克莱斯勒和特斯拉对产品供应的要求，公司对相关整车厂商采取了寄售模式。在此模式下，公司通过查询相关整车厂商需求计划或 DAG 订单邮件进行排产备货，并按照需求计划组织发货，将产品发送至公司北美寄售仓库 Transpak，公司授权寄售仓库根据整车厂商发布给 DAG 的每日供货计划办理出库发货。在此过程中，整车厂商认定其每日供货计划系发送给 DAG，发货地址系北美寄售仓库，因此，克莱斯勒和特斯拉的供应商管理系统中显示的供应商名称系 DAG，而非公司。

对于福特汽车，公司除通过 DAG 对福特汽车美洲工厂进行产品供应外，公司还系福特汽车合资公司长安福特以及福特汽车亚太工厂的供应商。福特汽车在公司的供应商母代码下，分地区给予了公司不同的供应商子代码，具体如下：

供应商母代码	供应商名称	供应商子代码		显示名称	负责主体	功能、权限	备注
GJFY	GUANGZHOU JINZHONG	GJFY	GJFYA、GX35A	金钟股份	金钟股份	所有功能、权限	负责长安福特及福特亚太地工厂产品供应
		GNUF	GNUFA	DAG	金钟股份	工程开发、供应链、质量、客诉、评分	负责福特美洲工厂产品供应
			GNUFB、GNUFE、GX35B	DAG	DAG	RFQ（报价）、供应链、财务	

注：上表信息来自于福特汽车的供应商管理系统。

如上表所示，公司供应福特汽车美洲工厂的子代码对应的供应商名称系 DAG，供应其他市场的则显示为金钟股份，因此，在福特汽车、克莱斯勒和特斯拉的供应商管理系统中，负责美洲市场产品供应的供应商名称均显示为 DAG，而非公司。

② 发行人未获取克莱斯勒、特斯拉供应商母代码的原因

通常整车厂商对于潜在供应商的审核是一个漫长而严格的过程，加之整车厂商对于公司等海外供应商不够熟悉，因此，在与整车厂商接洽初期，仅依靠公司自身进行北美整车厂商开拓具有较大的不确定性。而 DAG 作为本土的汽车

零部件中间商，拥有天然的沟通优势、丰富的北美市场经验，且与部分整车厂商拥有合作基础。因此，为加速推进北美市场开拓，公司与 DAG 进行了深入合作。公司通过 DAG 的指导及其与整车厂商的沟通，完成了供应商审核认证，进入了相关整车厂商的供应链体系。

在供应商审核过程中，由于部分北美整车厂商对公司等海外供应商缺乏信任基础，并且倾向于与本土企业进行商务结算。因此，DAG 为帮助公司快速进入整车厂商的供应链体系，以其公司名义申请了供应商母代码，从而公司未获得克莱斯勒、特斯拉供应商母代码。

虽然克莱斯勒、特斯拉供应商母代码所对应的供应商名称为 DAG，但发行人实际拥有关于工程开发、供应链、质量、客诉、评分等模块的权限，DAG 拥有 RFQ（报价）、财务模块权限。

③ 克莱斯勒、特斯拉与通用汽车和福特汽车的供应商认证所使用的供应商名称不一致的原因

如前所述，北美整车厂商系统中，供应商名称与配套产品的发货地址相关联。对于克莱斯勒和特斯拉，公司采用寄售模式，相关产品的发货地址系北美寄售仓库，因此，克莱斯勒和特斯拉系统中显示的供应商名称为 DAG。

对于福特汽车，公司不仅通过 DAG 向其美洲工厂进行产品供应，还直接对福特汽车合资公司长安福特以及福特汽车亚太工厂进行产品供应，因此，公司在福特汽车系统内显示的供应商名称系金钟股份，其中供应其美洲工厂的子代码对应的供应商名称系 DAG，而供应其他市场的则显示为金钟股份。对于通用汽车，根据通用汽车的产品供应要求，公司对通用汽车销售的 OEM 零件产品采用 FCA 方式进行结算，发货地址系公司的生产制造基地，因此对于通用汽车，系统中显示的供应商名称系金钟股份。

综上，克莱斯勒、特斯拉与通用汽车、福特汽车等整车厂商系统中显示的供应商名称不同，即相关整车厂商供应商认证所使用的名称不一致，主要系产品发货地址的差异所致。

基于上述情况，发行人已在招股说明书等相关文件中对涉及发行人系通用汽车、福特汽车、克莱斯勒和特斯拉的一级供应商的相关表述进行了修订，修订为

发行人通过 DAG 进入了通用汽车、福特汽车、克莱斯勒和特斯拉的供应链体系。

二、对比其他与 DAG 作为共同供应商的零部件企业，披露其他零部件企业是否也存在与 DAG 共享供应商代码且部分权限由 DAG 独立享有的情形，如是，请披露涉及企业的具体情况

（一）同行业公司存在采用与发行人和 DAG 相似的合作模式，与相关服务商共同作为整车厂商的合格供应商

DAG 等汽车服务商的存在是北美汽车行业专业化分工的结果，海外的汽车零部件企业与 DAG 等北美本土汽车服务商合作，并通过汽车服务商向北美整车厂商及其一级供应商销售产品系北美汽车行业常见的业务模式，在北美市场拥有较多类似于 DAG 等汽车零部件综合服务商，该模式有利于海外汽车零部件企业开拓北美市场及提升海外服务能力。

经查阅同行业公司的公开资料，国内的汽车零部件企业拓普集团(601689.SH)在北美开展业务亦采用与北美本土的汽车服务商进行合作。拓普集团主要从事汽车 NVH（即减震降噪及舒适性控制）领域橡胶减震产品和隔音产品的研发、生产与销售。2006 年以来，拓普集团与北美本土代理商拓普北美进行了建立了合作关系。2009 年、2010 年和 2011 年 1-11 月，拓普集团对拓普北美实现营业收入分别为 5,920.47 万元、19,345.29 万元和 24,487.91 万元，年均复合增长率为 103.38%。根据拓普集团的招股说明书，拓普集团与拓普北美的合作情况如下：

1、在 2009 年至 2011 年 1-11 月期间，拓普集团与拓普北美不存在关联关系

拓普北美成立于 2006 年 1 月 24 日，注册资本 10,000 加元。拓普北美是拓普集团北美市场的销售代理公司，主要从事拓普集团产品的代理销售、商务谈判、报价、技术交底、清关、物流仓储、分装检验和售后服务等业务。在 2009 年至 2011 年 1-11 月期间，加拿大自然人 Dino Zonni 持有拓普北美 100%股权，拓普集团与拓普北美不存在关联关系。

2、拓普集团与拓普北美的合作背景

2006 年之前，由于文化差异及对北美市场了解程度较低，加之拓普集团管理能力有限，拓普集团并未采取设立控股子公司方式作为开拓北美业务的销售平台，而是寻求合作伙伴与拓普集团共同开拓北美市场。加拿大自然人 Dino Zonni

先生在北美汽车制造领域工作多年，对北美市场的客户需求、采购流程、商务谈判等均有深入了解，符合拓普集团对于合作伙伴的要求，由此拓普集团与 Dino Zonni 先生设立的拓普北美之间建立了合作关系。在开拓北美市场过程中，拓普北美使用“拓普”商号，利用其本土优势与拓普集团的研发实力、供货能力、产品品质和价格优势相结合，共同通过同步研发将拓普产品推销至终端客户如美国通用和克莱斯勒的采购体系，拓普北美和拓普集团整体成为其合格供应商。

3、拓普集团与拓普北美的合作模式及合作分工情况

拓普集团通过拓普北美向通用汽车、克莱斯勒等北美客户销售产品，北美客户以拓普集团作为其最终供应商，拓普北美作为拓普集团在北美市场的代理商，在交易过程中主要起到沟通、协调与服务的桥梁作用。

拓普北美与通用汽车、克莱斯勒等客户签订销售合同时约定拓普北美为直接供应商，拓普集团为指定制造商。拓普集团根据北美客户的采购订单和采购计划组织安排生产，批量发货至拓普北美，拓普北美经过分包装后小批量供货至客户，并提供产品售后服务。

4、拓普集团与拓普北美定价及结算情况

根据拓普集团的招股说明书，拓普集团与拓普北美的产品定价方法为：在新产品开发当年拓普集团综合考虑新产品的生产成本、期间费用、海运费、各项税费和一定利润确定向拓普北美的销售价格。拓普集团和拓普北美与拓普北美的客户在同步研发过程中确定产品的最终价格，该最终价格由拓普集团向拓普北美的售价和拓普北美的费用两部分构成，拓普北美获得最终价格与向拓普集团采购价格的差额，用以支付销售产品过程中发生的服务费、清关费、物流仓储费、分装检验费等费用，拓普集团不再另行向拓普北美支付代理销售方面的费用。

拓普集团与美国通用、克莱斯勒等终端客户及其以及供应商在同步研发过程中确定合作关系，拓普北美是拓普集团 2011 年第二大客户，拓普北美的直接客户为通用汽车和克莱斯勒的旗下各公司及一级供应商。

因此，同行业公司拓普集团与拓普北美的合作模式与发行人和 DAG 相似的合作模式，共同作为相关整车厂商的合格供应商。

(二) 发行人未能获取其他零部件企业与 DAG 共享供应商代码的具体情况

发行人和相关中介机构与 DAG 就其与其他零部件企业向整车厂商供应其他零部件的情况进行了多轮沟通，但 DAG 出于其对自身及其合作伙伴的商业机密保护的考虑，未向发行人透露相关零部件企业的具体情况。发行人无法获取 DAG 关于其他零部件企业是否存在与 DAG 共享供应商代码且部分权限由 DAG 独立享有的具体信息和数据情况。但根据 DAG 提供的信息，DAG 与其他零部件企业的合作亦采用了与发行人相同的合作模式，在合作过程中，DAG 的工作人员有权登录供应商系统账户以帮助其与整车厂商开展业务。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售情况和主要客户情况”之“(五)报告期前五大客户的基本情况”之“1、DAG LTD, LLC”之“(18) 其他零部件企业与 DAG 作为共同供应商的情况”中补充披露以下内容：

“(18) 其他零部件企业与 DAG 作为共同供应商的情况”

在开拓北美市场过程中，汽车零部件企业选择与本土类似 DAG 的汽车零部件综合服务商合作属于行业惯例，上市公司拓普集团（601689.SH）亦在其招股说明书披露，拓普北美（加拿大自然人 Dino Zonni 先生设立）是拓普集团北美市场的销售代理公司，主要从事拓普集团产品的代理销售、商务谈判、报价、技术交底、清关、物流仓储、分装检验和售后服务等业务，拓普北美使用“拓普”商号，利用其本土优势与拓普集团的研发实力、供货能力、产品品质和价格优势相结合，共同通过同步研发将拓普产品推销至终端客户如美国通用和克莱斯勒的采购体系，拓普北美和拓普集团整体成为其合格供应商。

根据 DAG 提供的信息，其与其他零部件企业的合作亦采用了与公司相同的合作模式，在合作过程中，DAG 与其他零部件企业作为共同供应商，DAG 的工作人员有权登录相关供应商系统账户以帮助其与整车厂商开展业务。但 DAG 出于其对自身及其合作伙伴的商业机密保护的考虑，未向公司透露相关零部件企业的具体情况。公司无法获取 DAG 关于其他零部件企业是否存在与 DAG 共享供应商代码且部分权限由 DAG 独立享有的具体信息和数据。”

（三）DAG 与整车厂商签订的销售合同中关于 DAG 为直接供应商、发行人为指定制造商的相关约定情况

发行人未能取得 DAG 与相关整车厂商之间具有关于产品制造商相关约定的销售合同，但在相关整车厂商的系统中，显示发行人为指定的生产制造商。同时，由于发行人、DAG 与整车厂商的业务流程中，相关整车厂商直接向 DAG 发送项目询价包，发行人根据要求向 DAG 进行产品报价，DAG 在发行人的报价基础上加上自己的合理利润向整车厂商进行最终报价。在产品量产销售后，由 DAG 与整车厂商直接进行商务结算，并由整车厂商向 DAG 进行回款，因此 DAG 系相关整车厂商的直接供应商。

三、结合收入确认的相关内部控制流程，披露未获得直接客户 DAG 的签收确认文件是否谨慎，是否符合行业惯例；DAG 是否出具了其他书面文件确认发行人销售的产品、金额和型号

（一）寄售模式下对 DAG 收入确认内部控制流程及获取相关文件情况

1、合同约定

公司与 DAG 签署的《<产品销售框架协议>之补充协议》约定：“JZ 供 FORD、FCA CHRYSLA、TESLA 主机厂的产品，双方一致同意当 Transpak 仓库按照客户发布的需求计划将产品运离 Transpak 仓库，则视同这部分产品的所有权由 JZ 转移至客户，即 DAG”。（注：上述合同约定中“JZ”指发行人）

2、业务流程

DAG 寄售模式下的具体业务流程如下：

关键节点	业务流程
签订协议或合同	公司与 DAG 签订框架合同，框架合同中约定合作内容、供货方式、质量约定、结算方式、双方的权利义务等事项。
订货计划	公司销售部国外组业务员根据客户终端整车厂的系统所示计划以及国外寄售仓库存情况，计算形成新的销售计划，并将计划录入系统，生成发货单通知单，发货通知单信息包括：客户名称、发货日期、收货人及地址、产品编码、名称、规格型号、数量、单位等。
发货	公司仓库负责发货，根据系统发货通知单安排发货并生成销售出库单，并由货代公司向海关办理出口报关事项，将产品发送至公司合作第三方仓库内。
领用	整车厂商通过系统发布每日供货计划（包含品名、规格、数量信息、提货时间等），DAG 将整车厂商的每日供货计划发送给公司及公司的国外第三方物流仓库，公司授权国外第三方物流仓库根据 DAG 转发的整车厂商每日供货计划进行产品备货、检查和再包装，并根据整车厂商客户的提货通知，办理出库手续出具送货单，进行产品交付，在产品装车运离仓库后，即视为公司完成交付义务。交付数量以寄售仓库的装箱发运单为准。

收款	公司根据合同约定或经审批的付款条件向 DAG 收取货款。
----	------------------------------

因此，公司授权寄售仓库按照终端整车厂商发布给 DAG 的每日供货计划将产品装上其指定的车辆并运离仓库后，即视为公司完成交付义务，公司产品所有权上的主要风险和报酬转移给 DAG，公司未保留货物的管理权、也不再对其实施有效控制。

3、收入确认过程及依据

(1) 寄售仓库发运单

DAG 认可相关商品的所有权向其转移的相关时点的具体单据为 Transpak 仓库发运单。Transpak 每周向公司邮件发送福特汽车、克莱斯勒、特斯拉各家终端整车厂商客户产品的到货、发运、库存情况，并将邮件抄送 DAG 相关人员，如 DAG 对邮件内发货、库存等情况存在异议，将及时向公司与 Transpak 提出。

(2) 寄售仓库库存系统权限

公司及 DAG 业务人员拥有 Transpak 库存系统的账号权限，能够及时登入系统，查看公司相关产品在 Transpak 仓库的到货、发货、库存等情况，DAG 认可 Transpak 的仓储系统内按照终端整车厂商发布给 DAG 的每日供货计划的发货情况。

(3) 整车厂商系统领用记录

公司及 DAG 业务人员拥有福特、克莱斯勒、特斯拉整车厂商的供应商系统权限，能够登陆系统查看终端整车厂商公布的产品到货和上线数量，如 DAG 对 Transpak 系统与整车厂商系统内产品发货、领用等情况存在异议，也将及时向公司提出。

(4) 公司定期对寄售仓库库存数量进行再次核对

公司通过定期与寄售仓库核对结存数量、不定期到寄售仓库盘点实际结存数量等方式确认销售数量。

4、同行业公司境外寄售模式下收入确认依据的比较

同行业上市公司岱美股份的收入确认依据如下：“对于先发货至客户附近仓库然后由客户根据需要领用的，主要采用 DDP 的价格条件，以客户自境外仓库

提货时作为确认收入的时点。”岱美股份未明确披露客户自境外仓库提货的相关确认文件。

同行业公司精进电动科技股份有限公司（以下简称“精进电动”）海外寄售客户包括菲亚特克莱斯勒，根据精进电动问询函回复显示：“发行人对菲亚特克莱斯勒产品销售收入主要为寄售销售模式：发行人把货物发往位于北美的第三方仓库，菲亚特克莱斯勒根据排产计划，从第三方仓库提取货物。具体流程如下：

A、菲亚特克莱斯勒在其系统公布需求信息，发行人到菲亚特克莱斯勒系统查询后排产；

B、产品生产完成后，发行人与第三方仓库沟通发货日期、发货数量等事项，确定发货信息后，发行人内部生成发货指令（一般以对上邮件形式通知各相关部门），同时在 ERP 系统中生成《销售发货单》，并联系物流公司发货；

C、物流公司取货后，核对《销售发货单》信息后进行报关，将产品运送至境外第三方仓库；

D、第三方仓库收到货物后进行验收，验收合格后生成收发存明细表，每月末发送发行人。菲亚特克莱斯勒根据排产计划，从第三方仓库领取货物；第三方仓库根据领用信息制作领用记录，并把领用记录的代码传递给菲亚特克莱斯勒，菲亚特克莱斯勒根据领用记录的代码与发行人结算；

E、每月末，发行人通过进入第三方仓库系统查询当月领用记录、与仓库核对结存数量、到仓库盘点实际结存数量等方式确认当月销售数量，并以此确认收入。”相关单据包括：《销售合同》、《系统订单》、《海关报关单》、《第三方仓库系统内领用记录》、《形式发票》。根据上述披露内容，精进电动确认收入的依据为系统当月领用记录，主要相关单据为《第三方仓库系统内领用记录》，未明确披露客户相关签收确认文件。

此外，除了汽车零部件行业外，其他行业也存在境外客户要求采用寄售仓模式进行合作。无锡力芯微电子股份有限公司（A02642.SH）（以下简称“力芯微”）海外寄售客户为韩国公司 LG.ELECTRONICS.INC，根据力芯微问询函回复显示：“发行人使用的中转仓系由 LG 指定的韩国本地物流公司 Pantos Logistics Co.,

Ltd.（以下简称“Pantos”）运营，具体地点为韩国庆尚北道龟尾市工团路 1 号。发行人基于地域、语言等因素考虑，委托韩国本地公司 Fnbtechnology Co., Ltd.（以下简称“Fnb”）作为公司的外部销售服务单位，协助公司对 LG 进行产品推广、业务沟通和售后跟踪服务等。发行人和 Fnb 拥有 LG 与中转仓连接系统的登录权限，可实时查询公司产品运送至中转仓、LG 领用、库存情况等详细信息；Fnb 每周将中转仓库存情况、LG 预计需求和发货需求等信息发送给发行人，发行人核对库存数量并安排发货；每月初，Pantos 向发行人提供上月的仓储结算单，列明各产品具体入库时间、出库时间等信息；发行人将 Pantos 提供的仓储结算单的出入库信息与公司向 LG 的发货记录、LG 与中转仓连接系统中的出入库清单进行核对，以确认 LG 领用、中转仓存储情况的准确性。报告期内，公司中转仓模式下客户 LG 的领用量以 Pantos 提供的仓储结算单为依据，并与公司向 LG 的发货记录、LG 与中转仓连接系统中的出入库清单进行核对。”寄售中转仓模式下，力芯微将商品报关出口，运送至客户指定的中转仓，于客户实际领用时确认收入，收入确认依据为寄售仓库提供的仓储结算单，并与客户的发货记录、客户与中转仓连接系统中的出入库清单核对，未直接获取客户相关签收确认文件。

从上述案例可以看到，针对部分规模较大、信息系统较为完善的境外客户，采用寄售中转仓库合作方式时，通常通过邮件通知、系统领用记录等方式与终端客户进行销售情况确认，不再单独要求终端客户出具相关签收确认文件表示其认可所有权已向其转移，是部分企业通行的做法。发行人根据实际领用数量确认产品销售收入，以寄售仓库发运单作为收入确认依据，并与寄售仓库的系统库存、整车厂商系统领用记录、寄售仓库实际盘存数量进行核对，收入确认谨慎，符合行业惯例。

综上所述，DAG 与公司的合作中，寄售模式下，DAG 认可相关商品的所有权向其转移的相关时点的具体单据为 Transpak 仓库发运单，Transpak 发送至公司的收货、发货、库存情况邮件抄送至 DAG 相关人员，且公司及 DAG 业务人员拥有 Transpak 仓储系统和相关整车厂商系统权限，及时监督复核发货、领用、上线情况。发行人以寄售仓库发运单作为收入确认依据，并与寄售仓库的系统库存、整车厂商系统领用记录、寄售仓库实际盘存数量进行核对，根据实际领用数量确认收入，收入确认谨慎，符合行业惯例。

（二）直售模式下对 DAG 收入确认内部控制流程及获取相关文件情况

1、合同约定

公司与 DAG 签署的《<产品销售框架协议>之补充协议》约定：“JZ 供 GM 的产品，根据与 GM 签订的相关协议约定由 GM 指定承运人上门提货及运输，双方一致同意当 JZ 将货物在 JZ 公司内交给买方指定的承运人，并办理了出口报关手续，即完成交货，则视同这部分产品的所有权由 JZ 转移至客户，亦即 DAG。”

（注：上述合同约定中“JZ”指发行人）

2、业务流程

DAG 直售模式下的具体业务流程如下：

关键节点	业务流程
签订合同或订单	公司与 DAG 签订框架合同，框架合同中约定合作内容、供货方式、质量约定、结算方式、双方的权利义务等事项。
订货	客户按需求通过系统向公司销售部国外组下达订货单，公司销售部国外组业务员按客户系统所示将订货单信息录入系统；生成发货通知单，发货通知单信息包括：客户名称、发货日期、收货人及地址、产品编码、名称、规格型号、数量、单位等。
发货	公司仓库负责发货，根据系统发货通知单安排发货并生成销售出库单，并由货代公司向海关办理出口报关事项。公司出口通过 DAG 销售给通用汽车，通常采用的贸易方式为 FCA。
收款	公司根据合同约定或经审批的付款条件向 DAG 收取货款。

公司通过 DAG 销售给通用汽车的产品，采用 FCA 贸易模式，公司将产品交付给购买方或购买方指定的承运人并办理了出口报关手续作为主要风险报酬及所有权转移时点。

3、收入确认过程及依据

（1）出库单、报关单、货运提单

公司通过 DAG 销售给通用汽车的产品，采用 FCA 贸易模式，DAG 认可相关商品所有权向其转移的相关时点的具体单据为出库单、报关单、货运提单。

（2）整车厂商系统记录

公司完成出口报关手续后，在通用汽车整车厂商系统内上传发货、出口报关的相关 ASN 文件，DAG 业务人员拥有通用汽车的供应商系统权限，能够登陆系统查看终端整车厂商公布的产品到货和上线数量。若 DAG 对通用汽车整车厂商

系统内产品发货、报关等情况存在异议，及时向公司提出。

(3) 同行业公司境外直售模式下收入确认依据的比较

同行业上市公司岱美股份的收入确认依据如下：“对于直接出口销售的，一般采用 FCA、FOB、EXW 或 CIF 的价格条件，以货物报关出口并确认货物已装船时作为确认收入的时点。”对于 DAG 的直售模式，公司采用 FCA 贸易模式，相关收入确认时点和依据与岱美股份等同行业公司一致。

综上分析，直售模式下，公司采用 FCA 贸易模式，DAG 认可相关商品所有权向其转移的相关时点的具体单据为出库单、报关单、货运提单，DAG 通过整车厂商系统查询产品发货、出口、到货、上线情况及相关 ASN 文件，并查看终端整车厂商公布的产品发货和上线数量，不再单独向公司出具相关签收确认文件表示其认可所有权已向其转移，公司相关收入确认时点和依据与岱美股份等同行业公司一致，符合行业惯例。

(三) DAG 出具的确认发行人销售收入的其他书面文件

与发行人日常业务过程中，DAG 认可直售模式和寄售模式下所有权向其转移的相关时点与协议条款约定一致，DAG 不再单独向公司出具相关签收确认文件表示其认可所有权已向其转移。

在本次发行人申报材料的核查时，DAG 向保荐机构和申报会计师回函确认报告期发行人对其销售的产品对应的终端客户、规格型号、数量及销售总金额。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售情况和主要客户情况”之“(五)报告期前五大客户的基本情况”之“1、DAG LTD, LLC”之“(14)‘DAG 认可相关商品的所有权向其转移的相关时点’的具体单据情况、发行人对 DAG 收入确认符合行业惯例、收入确认谨慎”中修改披露以下内容：

“(14)‘DAG 认可相关商品的所有权向其转移的相关时点’的具体单据情况、发行人对 DAG 收入确认符合行业惯例、收入确认谨慎

① 寄售模式

1) 收入确认的具体单据情况

公司与 DAG 签署的《<产品销售框架协议>之补充协议》约定：“JZ 供 FORD、

FCA CHRYSLA、TESLA 主机厂的产品，双方一致同意当 Transpak 仓库按照客户发布的需求计划将产品运离 Transpak 仓库，则视同这部分产品的所有权由 JZ 转移至客户，即 DAG”（注：上述合同约定中“JZ”指发行人）。因此，公司授权寄售仓库按照终端整车厂商发布给 DAG 的每日供货计划将产品装上其指定的车辆并运离仓库后，即视为公司完成交付义务，公司产品所有权上的主要风险和报酬转移给 DAG。

DAG 认可相关商品的所有权向其转移的相关时点的具体单据为 Transpak 仓库发运单。DAG 业务人员拥有 Transpak 库存系统的账号权限，能够及时登入系统，查看公司相关产品在 Transpak 仓库的到货、发货、库存等情况，DAG 认可 Transpak 的仓储系统内按照终端整车厂商发布给 DAG 的每日供货计划的发货情况。

此外，DAG 业务人员拥有福特、克莱斯勒、特斯拉整车厂商的供应商系统权限，能够登陆系统查看终端整车厂商公布的产品到货和上线数量，如 DAG 对 Transpak 系统与整车厂商系统内产品发货、领用等情况存在异议，也将及时向公司提出。

2) 同行业公司境外寄售模式下收入确认依据的比较

同行业上市公司岱美股份的收入确认依据如下：“对于先发货至客户附近仓库然后由客户根据需要领用的，主要采用 DDP 的价格条件，以客户自境外仓库提货时作为确认收入的时点。”岱美股份未明确披露客户自境外仓库提货的相关确认文件。

同行业公司精进电动科技股份有限公司（以下简称“精进电动”）海外寄售客户包括菲亚特克莱斯勒，根据精进电动问询函回复显示：“发行人对菲亚特克莱斯勒产品销售收入主要为寄售销售模式：发行人把货物发往位于北美的第三方仓库，菲亚特克莱斯勒根据排产计划，从第三方仓库提取货物。具体流程如下：

A、菲亚特克莱斯勒在其系统公布需求信息，发行人到菲亚特克莱斯勒系统查询后排产；

B、产品生产完成后，发行人与第三方仓库沟通发货日期、发货数量等事项，

确定发货信息后，发行人内部生成发货指令（一般以对公邮件形式通知各相关部门），同时在 ERP 系统中生成《销售发货单》，并联系物流公司发货；

C、物流公司取货后，核对《销售发货单》信息后进行报关，将产品运送至境外第三方仓库；

D、第三方仓库收到货物后进行验收，验收合格后生成收发存明细表，每月末发送发行人。菲亚特克莱斯勒根据排产计划，从第三方仓库领取货物；第三方仓库根据领用信息制作领用记录，并把领用记录的代码传递给菲亚特克莱斯勒，菲亚特克莱斯勒根据领用记录的代码与发行人结算；

E、每月末，发行人通过进入第三方仓库系统查询当月领用记录、与仓库核对结存数量、到仓库盘点实际结存数量等方式确认当月销售数量，并以此确认收入。”根据上述披露内容，精进电动确认收入的依据为系统当月领用记录，未明确披露其取得客户相关签收确认文件。

针对部分规模较大、信息系统较为完善的境外客户，采用寄售中转仓库合作方式时，通常通过邮件通知、系统领用记录等方式与终端客户进行销售情况确认，不再单独要求终端客户出具相关签收确认文件表示其认可所有权已向其转移，是部分企业通行的做法。发行人根据实际领用数量确认产品销售收入，以寄售仓库发运单作为收入确认依据，并与寄售仓库的系统库存、整车厂商系统领用记录、寄售仓库实际盘存数量进行核对，未直接取得 DAG 签收确认文件符合行业惯例，收入确认谨慎。

② 直售模式

1) 收入确认的具体单据情况

公司与 DAG 签署的《<产品销售框架协议>之补充协议》约定：“JZ 供 GM 的产品，根据与 GM 签订的相关协议约定由 GM 指定承运人上门提货及运输，双方一致同意当 JZ 将货物在 JZ 公司内交给买方指定的承运人，并办理了出口报关手续，即完成交货，则视同这部分产品的所有权由 JZ 转移至客户，亦即 DAG。”

公司通过 DAG 销售给通用汽车的产品，采用 FCA 贸易方式，公司将产品交付给购买方或购买方指定的承运人并办理了出口报关手续作为主要风险报酬转移时点。

DAG 认可相关商品的所有权向其转移的相关时点的具体单据为出库单、报关单、货运提单。公司完成出口报关手续后,在通用汽车整车厂商系统内上传发货、出口报关的相关 ASN 文件,DAG 业务人员拥有通用汽车的供应商系统权限,能够登陆系统查看终端整车厂商公布的产品到货和上线数量。若 DAG 对通用汽车整车厂商系统内产品发货、报关等情况存在异议,及时向公司提出。

2) 同行业公司境外直售模式下收入确认依据的比较

同行业上市公司岱美股份的收入确认依据如下:“对于直接出口销售的,一般采用FCA、FOB、EXW或CIF的价格条件,以货物报关出口并确认货物已装船时作为确认收入的时点。”

对于DAG的直售模式,公司采用FCA贸易模式,相关收入确认时点和依据与岱美股份等同行业公司一致,发行人未直接获得DAG签收的确认文件,符合行业惯例,收入确认谨慎。

3) DAG出具的确认发行人销售收入的其他书面文件

与发行人日常业务过程中,DAG 认可直售模式和寄售模式下所有权向其转移的相关时点与协议条款约定一致,DAG 不再单独向公司出具相关签收确认文件表示其认可所有权已向其转移。DAG 已向保荐机构和申报会计师回函确认报告期发行人对其销售的产品对应的终端客户、规格型号、数量及销售总金额。”

【保荐机构、申报会计师核查情况】

一、核查程序

1、对部分整车厂商和 DAG 进行了访谈记录,查阅了整车厂商对供应商日常考核的资料、DAG 与发行人及整车厂商之间的合同;

2、实地走访了 DAG 和寄售仓库 Transpak,并视频访谈了 DAG 实际控制人 Dale 先生;

3、查阅了发行人与整车厂商的供应商系统截图及供应商代码;

4、查阅了同行业上市公司的招股说明书、年报等公开资料,检查发行人与 DAG 合作模式、合同条款,收入确认时点是否与同行业存在较大差异;

5、查阅了发行人与 DAG 签订的相关协议、业务沟通邮件、对账邮件、发

货单、领用对账单、销售发票、报关单、银行单据等原始凭证。

二、核查意见

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、由于发行人对克莱斯勒和特斯拉的产品销售系采用寄售模式，发货地址系北美寄售仓库，因此，在克莱斯勒和特斯拉的供应商管理系统中，显示的一级供应商名称系 DAG，而非发行人。由于 DAG 为帮助发行人快速进入整车厂商的供应链体系，以其名义申请了供应商母代码，从而发行人未获得克莱斯勒、特斯拉的供应商母代码。在福特汽车系统内，发行人通过北美寄售仓库供应其美洲工厂的子代码对应的供应商名称系 DAG，而通过发行人生产制造基地供应其他市场的则显示为金钟股份；对于通用汽车，公司向其销售的 OEM 零件产品的发货地址系公司的生产制造基地，因此其系统中显示的供应商名称系金钟股份。克莱斯勒、特斯拉与通用汽车、福特汽车等整车厂商系统中显示的供应商名称不同，即相关整车厂商供应商认证所使用的名称不一致，主要系产品发货地址的差异所致。发行人已在招股说明书等相关文件中对涉及发行人系通用汽车、福特汽车、克莱斯勒和特斯拉的一级供应商的相关表述进行了修订，修订为发行人通过 DAG 进入了通用汽车、福特汽车、克莱斯勒和特斯拉的供应链体系。

2、同行业公司拓普集团和拓普北美的合作模式与发行人和 DAG 合作模式相近，均系与相关服务商共同作为相关整车厂商的合格供应商。DAG 出于其对自身及其合作伙伴的商业机密保护的考虑，未向发行人透露相关零部件企业的具体情况。发行人无法获取 DAG 关于其他零部件企业是否存在与 DAG 共享供应商代码且部分权限由 DAG 独立享有的情形；发行人未能取得 DAG 与相关整车厂商签订的销售合同，在相关整车厂商的系统中，显示发行人为指定的生产制造商，同时基于相关业务模式，DAG 系相关整车厂商的直接供应商。

3、发行人未能直接获得 DAG 签收文件确认收入符合行业惯例，收入确认谨慎，DAG 已向保荐机构和申报会计师回函确认报告期发行人对其销售的产品对应的终端客户、规格型号、数量及销售总金额。

3.关于天津戴卡、广州戴得和秦皇岛戴来

第二轮问询回复显示：

（1）发行人对天津戴卡的销售通过上海杰康贸易商行等五家贸易企业进行商务结算。发行人解释称天津戴卡采用贸易企业进行商务结算是其从税务筹划及内部经营管理等角度考虑作出的安排。前述五家商行均系个人独资企业，上述贸易企业均由天津戴卡实际控制及管理。发行人与天津戴卡于 2017 年签订框架合同，并应天津戴卡要求与相关贸易企业签订具体购销合同并开票结算。发行人是根据天津戴卡的要求进行发货并进行月度对账，相关货物发往天津戴卡异地仓库。

（2）发行人于 2018 年 9 月秦皇岛戴来签订了《市场开发合作合同》，约定由秦皇岛戴来为发行人生产的汽车零部件产品提供居间介绍新客户、开辟新市场等服务，公司相应向秦皇岛戴来支付相关服务费。秦皇岛戴来系天津戴卡董事张用成的女儿张倩委托其团队成员成立的公司。

（3）2017 年发行人与天津戴卡的董事张用成发生的资金往来，发行人解释称主要系根据发行人与自然人张倩签订的业务合同，且受张倩委托，将应付给张倩的市场开拓及业务提成支付给其父名下的账户。

（4）广州戴得、天津戴卡系相关日系整车厂的一级供应商，但其本身并没有汽车内外饰装饰件的生产能力，发行人是其生产制造基地。

请发行人：

（1）说明天津戴卡采用贸易企业进行商务结算的可持续性，是否存在后续整改计划，如存在，请说明整改计划、进展及实施效果，相关整改计划的实施是否影响发行人未来持续获取天津戴卡订单的能力。

（2）在招股说明书中补充披露天津戴卡、广州戴得的相关业务模式，天津戴卡采用贸易企业进行商务结算的具体原因及合理性，是否存在潜在利益输送；发行人对天津戴卡销售并由贸易企业结算的资金流转、实物流转与合同约定及商业实质，未认定为第三方回款的原因；前述贸易企业由天津戴卡实际控制及管理的相关情况，杨美兰、陈冠祥、王青竹、杨锡培和戴社牛等五人是否与发行人存在资金往来；并在招股说明书风险因素部分充分揭示通过贸易企业结算所带来的相关风险。

(3)说明张倩对发行人提供的具体服务内容和当时所带来的业务贡献情况，并进一步分析说明 2017 年发行人与天津戴卡董事发生的资金往来相关行为是否涉及行贿受贿，是否存在真实业务往来。

(4)披露发行人主要客户天津戴卡、广州戴得无相关生产能力，将发行人作为其生产制造基地的业务模式是否属于行业惯例。

请保荐人、申报会计师、发行人律师发表明确意见。

【回复】

一、说明天津戴卡采用贸易企业进行商务结算的可持续性，是否存在后续整改计划，如存在，请说明整改计划、进展及实施效果，相关整改计划的实施是否影响发行人未来持续获取天津戴卡订单的能力

(一) 天津戴卡采用贸易企业进行商务结算的可持续性，以及相关整改计划、进展及实施效果

公司与天津戴卡的交易通过其控制的贸易企业进行结算系应天津戴卡的要求而做出的安排，自发行人与天津戴卡开展业务合作以来，均通过相关贸易企业进行结算。2021 年 1 月 30 日，发行人与天津戴卡签订《合作协议》（协议号：JZ-TD-2021-01-0001），约定：协议自签署之日生效，自协议生效之日起，发行人发出的合作范围内产品直接与天津戴卡开票结算；协议生效之日前发行人已发出仍未开票的合作范围内产品，亦均由发行人与天津戴卡直接开票结算。在后续实际业务执行过程中，公司将产品直接发往天津戴卡位于天津的自有仓库或其指定的异地仓库，经天津戴卡验收后，双方按月对账，公司相应向天津戴卡开具发票，天津戴卡收到发票后，按双方约定的期限向公司支付货款。

经过上述整改，发行人向天津戴卡的销售将不再通过贸易企业进行商务结算，而由发行人与天津戴卡直接开票结算，整改后的业务模式符合行业惯例。同时，整改前后，发行人的产品销售价格不变，天津戴卡向公司的回款期限与此前相关贸易企业向公司的回款期限相同，其他相关交易条件也未发生变化。

截至本回复出具之日，发行人向天津戴卡的发货已按整改后的业务模式进行开票结算，对于发行人 2020 年 12 月向天津戴卡发货的产品，发行人已于 2021 年 2 月向天津戴卡直接开票，后续将由天津戴卡直接向公司支付货款，自 2020

年 12 月起的所有发货将按照整改后的业务模式进行开票结算。因此，公司已切实对与天津戴卡的业务模式进行整改，相关整改措施的实施效果良好。

（二）公司与天津戴卡的销售不再通过贸易企业进行商务结算对公司未来持续获取天津戴卡订单的影响较小

发行人与天津戴卡及相关终端整车厂商的合作情况良好，相关合作具有互惠性，公司与天津戴卡的销售不再通过贸易企业进行商务结算对公司未来持续获取天津戴卡订单的影响较小。具体而言：

1、发行人已在汽车内外饰件领域建立了较高的行业地位，天津戴卡难以在较短时间内寻找到具备竞争力的替代供应商

自 2004 年成立以来，公司一直深耕汽车内外饰件领域，凭借强大的研发实力、稳定的产品质量、良好的供货能力和及时的售后响应，公司已成功进入世界主要整车厂商的供应体系，成为一家具备全球化供应能力的专业汽车内外饰件制造商，在全球汽车轮毂装饰件及汽车标识装饰件领域建立了较高的行业地位，汽车轮毂装饰盖、汽车字标等主要产品在全球市场占据了一定的市场份额。公司拥有出色的研发实力和丰富的研发积累，截至 2020 年末研发人员达 93 人，具备与整车厂商同步研发的能力；同时，公司拥有从产品开发、模具设计及制造，到注塑成型、电镀、喷涂、喷粉、丝印等表面装饰处理工艺的全流程自主生产能力，具有较大的产品生产能力，2020 年汽车轮毂装饰件、汽车标识装饰件的产量达 5,400 万件左右，公司的供货能力和产品质量深受整车厂商认可。因此，天津戴卡难以在较短时间寻找到在产品开发、供货能力、质量保证、价格等方面能够与公司全面竞争的汽车装饰件供应商。

2、发行人系天津戴卡在相关整车厂商的汽车装饰件项目中的定点生产制造基地，并经过了整车厂商的认证及多次考核

由于整车厂商对于一级供应商的产品质量、批量供应能力均有较高要求，因此在与整车厂商的项目同步开发过程中，整车厂商需要与配套一级供应商约定相关项目产品的生产制造基地并进行定点及认证，且一经定点审核，该生产制造基地在项目量产过程中不得随意更改。由于天津戴卡不具备汽车装饰件的生产制造能力，因此在其承接相关整车厂商的汽车装饰件项目时，均将发行人的生产制造

基地作为其唯一生产制造基地，由整车厂商进行审核认证，相关项目产品均由发行人的定点生产制造基地进行生产供应。后续整车厂商对一级供应商进行考核时，亦会对一级供应商的生产制造基地进行不定期现场考察，考核其生产管理、质量管理、供货能力等。自 2006 年合作以来，发行人通过天津戴卡配套的相关整车厂商，已通过了对公司的审核认证，并在合作过程中多次通过了对公司的现场考察和考核，对公司的供货能力、产品质量等较为认可。为保证正常生产和产品质量，整车厂商一般不会轻易对供应商进行更换，因此如天津戴卡寻找其他供应商，整车厂商是否同意存在较大不确定性，即使同意也需经过整车厂商的长期审核认证，认证壁垒相对较高，所需时间相对较长。

3、发行人与相关终端整车厂商合作关系良好，与发行人合作关系的稳定对相关整车厂商的正常产品生产和项目研发具有较高的重要性

报告期，发行人通过天津戴卡将产品最终主要销往一汽丰田、一汽轿车、东风小康和重庆庆铃，发行人与上述终端整车厂商已有多年的合作历史，具体情况如下：

整车厂商名称	采购内容	合作历程
一汽丰田	轮毂中心盖、大尺寸轮毂装饰盖、汽车标牌、汽车字标、车身装饰件	发行人于 2008 年通过了一汽丰田的认证，于 2009 年开始参与其卡罗拉车型的开发，以此建立合作。之后发行人参与其 391A、635A、770A 等项目的产品开发，为卡罗拉、荣放、奕泽等车型提供配套零部件。
一汽轿车	轮毂中心盖、汽车字标、方向盘标	发行人于 2004 年起与一汽轿车展开前期交流，并于 2007 年起开始配套奔腾品牌供应轮毂中心盖产品。2013 年起，发行人成为一汽轿车的一级供应商，开始直接参与其红旗、奔腾等品牌的产品开发，为相关车型提供配套零件。
东风小康	轮毂中心盖	发行人于 2009 年通过了东风小康的认证，之后发行人参与了 S106 等项目的产品开发，为东风风光等车型提供配套零部件。
重庆庆铃	轮毂中心盖、大尺寸轮毂装饰盖	发行人于 2009 年通过了重庆庆铃的认证，于 2010 年开始参与其五十铃皮卡车型的开发和提供配套零部件。

在多年的合作过程中，发行人与上述整车厂商合作关系稳定，并已成为其汽车轮毂装饰件领域的核心供应商之一，发行人承担着占相关整车厂商较大比重的汽车轮毂装饰件项目的研发、生产和供应任务，比如发行人是一汽丰田轮毂装饰盖（包括轮毂中心盖和大尺寸轮毂装饰盖产品）的独家供应商，与发行人合作关

系的稳定对相关整车厂商的正常产品生产和项目研发具有较高的的重要性。

自 2021 年 1 月 30 日签订《合作协议》对双方的结算模式进行调整以来，发行人与天津戴卡合作关系稳定，天津戴卡正常向公司下达销售订单，公司按订单要求向其交货，公司与天津戴卡结算模式的调整未影响公司对天津戴卡的正常销售。

综上所述，公司与天津戴卡的销售不再通过贸易企业进行商务结算对公司未来持续获取天津戴卡订单的影响较小。同时，发行人在招股说明书“第四节 风险因素”之“二、经营和管理风险”之“（二）销售模式风险”中补充披露了“2、与天津戴卡的合作模式风险”，对公司与天津戴卡的业务模式调整后可能对公司持续获取天津戴卡订单的不利影响进行了风险提示。

二、在招股说明书中补充披露天津戴卡、广州戴得的相关业务模式，天津戴卡采用贸易企业进行商务结算的具体原因及合理性，是否存在潜在利益输送；发行人对天津戴卡销售并由贸易企业结算的资金流转、实物流转与合同约定及商业实质，未认定为第三方回款的原因；前述贸易企业由天津戴卡实际控制及管理的相关情况，杨美兰、陈冠祥、王青竹、杨锡培和戴社牛等五人是否与发行人存在资金往来；并在招股说明书风险因素部分充分揭示通过贸易企业结算所带来的相关风险。

（一）在招股说明书中补充披露天津戴卡、广州戴得的相关业务模式，天津戴卡采用贸易企业进行商务结算的具体原因及合理性，是否存在潜在利益输送；发行人对天津戴卡销售并由贸易企业结算的资金流转、实物流转与合同约定及商业实质，未认定为第三方回款的原因；前述贸易企业由天津戴卡实际控制及管理的相关情况，杨美兰、陈冠祥、王青竹、杨锡培和戴社牛等五人是否与发行人存在资金往来

1、在招股说明书中补充披露天津戴卡、广州戴得的相关业务模式，天津戴卡采用贸易企业进行商务结算的具体原因及合理性，是否存在潜在利益输送

发行人在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售情况和主要客户情况”之“（四）报告期前五大客户销售”之“2、广州戴得与天津戴卡”，将“（4）广州戴得与天津戴卡采用不同结算方式的原因”修改披露为“（4）公司

与天津戴卡、广州戴得的相关业务模式及结算方式差异的原因，天津戴卡采用贸易企业进行商务结算的具体原因及合理性，不存在潜在利益输送”，具体披露内容如下：

“（4）公司与天津戴卡、广州戴得的相关业务模式及结算方式差异的原因，天津戴卡采用贸易企业进行商务结算的具体原因及合理性，不存在潜在利益输送

① 公司与天津戴卡、广州戴得的相关业务模式

对于广州戴得，发行人自 2004 年成立后就与广州戴得建立合作关系，随着合作关系不断密切以及整车厂商供应商资质认证事宜的筹备，2007 年发行人与广州戴得签订关于长期战略合作的《合作协议》，双方结成战略伙伴关系，广州戴得将发行人作为其生产制造基地，广州戴得通过了包括广汽丰田、广汽本田、东风本田、东风日产、东风启辰、广汽乘用车、广汽菲亚特等终端整车厂商的认证。自 2008 年起，发行人与广州戴得合作的产品逐步量产后，发行人开始对广州戴得实现销售，发行人直接与广州戴得开票结算，广州戴得是发行人的直接客户，广州戴得按约定的信用期限向发行人回款。具体业务流程中，广州戴得通过邮件等方式向公司下达订货单及整车厂商需求计划，公司根据需求计划进行排产备货，并根据订货单组织发货交付，由公司自有车队将产品发往广州戴得指定仓库或广州戴得到公司厂区提货。广州戴得对合格产品进行验收，在商品交付验收后，产品的所有权即转移至广州戴得，实现销售。之后，广州戴得根据整车厂商的生产计划进行产品发货、交付，在整车厂商领用产品前，广州戴得需要按照整车厂商的产品质量、产品包装等要求对产品进行分拣、检查、再包装等一系列工作。

对于天津戴卡，发行人于 2006 年与天津戴卡建立合作关系，与广州戴得类似，天津戴卡以公司作为生产制造基地，先后通过了包括一汽丰田、一汽轿车、东风小康、重庆庆铃等整车厂商认证。自 2012 年起，发行人与天津戴卡合作的产品逐步量产，自相关产品实现销售以来，应天津戴卡要求，发行人销售均通过其指定的贸易企业结算。公司与天津戴卡实际业务执行过程中，在项目开发阶段，天津戴卡将整车厂商的零部件项目交由发行人负责设计、开发；在产品量产后，天津戴卡直接向发行人下发订单，发行人将产品交付至天津戴卡仓库

并由天津戴卡负责验收，并按月度与天津戴卡进行对账，相关贸易企业认可天津戴卡验收确认及对账结果。发行人根据和天津戴卡对账的结果，应天津戴卡的要求与其指定的贸易企业签订《购销合同》、进行开票结算，对应的开票商贸企业根据《购销合同》约定的信用期限向发行人支付货款。公司与天津戴卡的交易通过其控制的贸易企业进行结算系应天津戴卡的要求而做出的安排，不属于行业惯例。

2021年1月30日，发行人与天津戴卡签订《合作协议》，约定：协议自签署之日生效，自协议生效之日起，发行人发出的合作范围内产品直接与天津戴卡开票结算；协议生效之日前发行人已发出仍未开票的合作范围内产品，亦均由发行人与天津戴卡直接开票结算。根据上述合作协议，发行人向天津戴卡的销售将不再通过相关贸易企业进行结算。截至本招股说明书签署日，发行人与天津戴卡对于上述协议的执行情况良好。

② 广州戴得与天津戴卡采用不同结算方式的原因，天津戴卡采用贸易企业进行商务结算的具体原因及合理性，不存在潜在利益输送

报告期内，发行人与广州戴得直接进行业务结算，而发行人对天津戴卡的销售通过五家贸易企业进行商务结算，主要原因是广州戴得和天津戴卡股权结构不完全一致，天津戴卡采用贸易企业进行商务结算是其从税务筹划及内部经营管理等角度考虑作出的安排。具体而言：报告期，与公司进行商务结算的贸易企业均选择以个人独资企业的形式设立，均注册在上海嘉定、上海崇明等有税收优惠政策的地区，其所得税适用核定征收，因此留存部分利润可以达到减少税负的目的；天津戴卡和广州戴得虽然受同一自然人控制，但天津戴卡还有其他外部股东，内部制度较多，流程较为复杂，部分事务处理效率较低，通过贸易企业方便费用支出。天津戴卡自与公司开展业务合作以来，均通过设立在上海的贸易企业进行结算，业务模式稳定，具有延续性和合理性。

公司与天津戴卡业务结算模式系天津戴卡及其股东自主商业及利益安排，不存在潜在的利益输送。”

2、发行人对天津戴卡销售并由贸易企业结算的资金流转、实物流转与合同约定及商业实质，未认定为第三方回款的原因

发行人在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售情况和主要客户情况”之“（四）报告期前五大客户销售”之“2、广州戴得与天津戴卡”，将“（8）与天津戴卡、贸易企业之间交易的货物流转、资金及发票开具情况”修改披露为“（8）公司对天津戴卡销售并由贸易企业结算的资金流转、实物流转与合同约定及商业实质，相关业务不属于第三方回款”，具体披露内容如下：

“（8）公司对天津戴卡销售并由贸易企业结算的资金流转、实物流转与合同约定及商业实质，相关业务不属于第三方回款

① 发行人对天津戴卡销售并由贸易企业结算的资金流转、实物流转与合同约定及商业实质情况

报告期，公司与天津戴卡签订的合作协议系双方的合作框架协议，未签订具体的经济合同对产品的交付、结算、质量保证等事项进行约定。在**结算方式调整之前**，在具体业务执行过程中，公司根据天津戴卡的要求与相关贸易企业签订具体的购销合同（即销售订单），该购销合同对交货、费用承担、质量保证、结算等条款进行了具体约定。公司与天津戴卡实际业务执行过程中，公司将产品直接发往指定地点即天津戴卡位于天津的自有仓库或其指定的异地仓库，经天津戴卡验收后，按月对账后，公司分别对签订经济合同的贸易企业进行开票。相关贸易企业收到发票后，按《购销合同》约定的期限给公司支付货款，回款单位与签订经济合同方、开票方均一致。

报告期，发行人对天津戴卡销售并由贸易企业结算的资金流转、实物流转与合同约定及商业实质的具体情况如下：

项目		天津戴卡	贸易企业
合同性质		框架合同，确立长期战略合作伙伴关系	具体的购销合同，对产品名称、型号、数量、单价、交货地点和时间、运输方式和费用负担、质量标准、质量保证、付款方式及期限进行了具体约定；与部分贸易企业亦比照与天津戴卡的框架合同，签订合作协议。
客户性质		战略合作伙伴	直接客户
核心商务条件		负责与发行人谈判确定	不参与
合同具体	商务拓展	“2、天津戴卡的职责： 2.1 负责市场开拓和商务结算工作，广州金钟提供合作和协助； 2.2 有权以天津戴卡的名义和各客	未做约定

约定		户签署合作及开发合同协议,天津戴卡承诺将签署的产品合作及开发合同转移至广州金钟,并且不与任何第三方公司签署相同内容的开发合同。 3、广州金钟的职责: 3.1 负责产品的开发、设计和制造,天津戴卡提供合作和协助; 3.2 维护天津戴卡的商务地位,承诺不以任何形式与天津戴卡的客户直接签定开发合作协议,也不与任何第三方公司签署相同内容的开发合同。 3.3 对天津戴卡提供的图纸和相关技术资料不得向第三方泄露和作其他用途。”	
价格确定	未做约定		明确了各型号产品的单价
交货方式	未做约定		“二、交货地点和时间:甲方将每月订单传至乙方,乙方组织生产,按甲乙双方约定的时间,由乙方负责运输到甲方指定地点。”
结算方式	“双方一致同意,在不触犯中国法律的情况下,广州金钟就本协议合作范围内产品所实现的销售直接与天津戴卡指定的第三方结算。”		“六、付款方式及期限:货到经甲方检验合格后每半年按乙方实际发货数量回款。七:其他:1、按合同金额开立增值税发票。”
运输	未做约定		“三、运输方式和费用负担:乙方负担运费,乙方负责发运,并按甲方要求发运。”
质量保证	未做约定		“四、质量标准:主机厂要求。五、质量保证:乙方提供该产品的质量合格证明及其它相关资料并据此提供相应质量保证。”
实物流转	发行人聘请物流公司负责将产品运输至天津戴卡自有仓库。产品交付时,天津戴卡组织对产品进行验收。		产品实物流转不经过贸易企业,但贸易企业认可天津戴卡对账及验收结果。
资金流转	天津戴卡非发行人直接客户,不直接向公司回款。		发行人根据与天津戴卡每月对账结果,制作购销合同,开具相关贸易企业增值税发票。 贸易企业收到天津戴卡款项后,按照购销合同约定的金额,在信用期内支付款项给发行人。
商业实质	发行人的战略合作伙伴,直接负责与发行人对接项目开发及具体商务条件谈判,其指定贸易企业与发行人签订购销合同并进行结算,非发行人直接客户,但发行人实质视其为重要客户之一。		根据天津戴卡对账情况,与发行人直接签订购销合同,系发行人的直接客户,承担回款义务。
发行人信息披露	基于和天津戴卡合作历程及模式、天津戴卡与发行人业务合作中所发挥的实际作用、以及天津戴卡出具的确认函,同时按业务实质,将对五家贸易企业的销售视为对天津戴卡的销		按发行人直接客户披露。

售。具体披露情况见“(四) 1、报告期前五大客户销售情况”。

综上分析，报告期，发行人对天津戴卡销售并由贸易企业结算的资金流转、实物流转与合同约定及商业实质一致。

② 未将五家贸易企业回款认定为第三方回款的具体原因

根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 26，第三方回款通常是指发行人收到的销售回款的支付方（如银行汇款的汇款方、银行承兑汇票或商业承兑汇票的出票方或背书转让方）与签订经济合同的往来客户不一致的情况。

根据上述合同条款及商业实质的对比分析，报告期，公司与天津戴卡仅签订合作框架协议，未签订具体的经济合同，对产品的交付、结算、质量保证等事项进行约定，天津戴卡并非发行人直接客户。实际业务操作过程中，发行人与五家贸易企业签订具体的《购销合同》，对产品名称、型号、数量、单价、交货地点和时间、运输方式和费用负担、质量标准、质量保证、付款方式及期限进行了具体约定，发行人向相关贸易企业开具发票，相关贸易企业为发行人的直接客户并直接向发行人支付货款。

报告期，五家贸易企业各自根据与发行人签订的《购销合同》形成的应付货款逐笔回款，各贸易企业均在信用期内按时回款，报告期内未发生串户或委托一家集中回款的情况，亦未发生过坏账情况。

因此，报告期，发行人收到的五家贸易企业的销售回款的支付方与签订经济合同的客户一致，不属于《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 26 认定的第三方回款的情形，发行人已建立了有效的内部控制制度，上述结算模式不影响销售的真实性，不影响销售循环内部控制有效性，不构成本次发行上市的实质性障碍。”

3、相关贸易企业由天津戴卡实际控制及管理的相关情况，杨美兰、陈冠祥、王青竹、杨锡培和戴社牛等五人是否与发行人存在资金往来

发行人在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售情况和主要客户情况”之“（四）报告期前五大客户销售”之“2、广州戴得与天津戴卡”，

补充披露如下：

“（9）相关贸易企业由天津戴卡实际控制及管理的相关情况，相关贸易企业工商登记的股东与公司不存在资金往来

报告期，与发行人进行结算的五家贸易企业，是天津戴卡及其股东出于税务筹划及内部经营管理等需要专门设立，仅与发行人开展业务，发行人为相关贸易企业唯一的供应商，天津戴卡为其唯一的客户。个人独资企业在一定贸易规模下所得税可以核定征收，为控制单个企业的交易额度，因此在一个会计年度内存在同时指定多个贸易企业与金钟股份结算的情况。五家贸易企业的日常经营管理由天津戴卡负责，五家贸易企业合署办公，集中管理，指定专人和发行人对接购销合同的签订和发票寄送等事项。

在上述业务模式下，发行人与天津戴卡的业务合作过程中，在项目开发阶段，天津戴卡将整车厂商的零部件项目交由发行人负责设计、开发；在产品量产，天津戴卡直接向发行人下发订单，发行人将产品交付至天津戴卡仓库并由天津戴卡负责验收，并按月度与天津戴卡进行对账，相关贸易企业认可天津戴卡验收确认及对账结果。发行人根据和天津戴卡对账的结果，应天津戴卡的要求与其指定的贸易企业签订《购销合同》、进行开票结算，对应的开票贸易企业根据《购销合同》约定的信用期限向发行人支付货款。

报告期，除因结算需要发行人与贸易企业指定的经办人员沟通购销合同的签订和发票开具事项外，发行人与相关贸易企业无其他需要沟通事项，发行人不需要与相关贸易企业进行任何商业条款的谈判，对于与天津戴卡业务合作中的主要事项，发行人均直接与天津戴卡的经办人进行沟通、协调和确认。综上所述，天津戴卡实际控制及管理其指定结算的贸易企业。

报告期，天津戴卡指定结算的贸易企业的工商登记股东包括杨美兰、陈冠祥、王青竹、杨锡培和戴社牛等五人，发行人与上述人员不存在聘用、股权、合作伙伴等关系，不存在资金往来及其他利益往来。”

（二）在招股说明书风险因素部分充分揭示通过贸易企业结算所带来的相关风险

发行人在招股说明书“第四节 风险因素”之“二、经营和管理风险”之“（二）

销售模式风险”中补充披露了“2、与天津戴卡的合作模式风险”，具体如下：

“2、与天津戴卡的合作模式风险

公司于 2006 年与天津戴卡建立合作关系，天津戴卡以公司作为生产制造基地，先后通过了包括一汽丰田、一汽轿车、东风小康、重庆庆铃等整车厂商认证。自 2012 年起，公司与天津戴卡合作的产品逐步量产，自相关产品实现销售以来，应天津戴卡要求，公司销售均通过其指定的贸易企业结算。在实际业务执行过程中，在项目开发阶段，天津戴卡将整车厂商的零部件项目交由公司负责设计、开发；在产品量产后，天津戴卡直接向公司下发订单，公司将产品交付至天津戴卡仓库并由天津戴卡负责验收，并按月度与天津戴卡进行对账，相关贸易企业认可天津戴卡验收确认及对账结果。公司根据和天津戴卡对账的结果，应天津戴卡的要求与其指定的贸易企业签订《购销合同》、进行开票结算，对应的开票贸易企业根据《购销合同》约定的信用期限向公司支付货款。报告期，应天津戴卡的要求，与公司进行商务结算的贸易企业包括上海杰康贸易商行、上海濠苑贸易商行、上海瑜珩贸易商行、上海贵濠贸易商行、上海庭灏贸易商行，上述贸易企业仅与公司开展业务，其日常经营管理由天津戴卡负责。

天津戴卡与公司的业务通过上述贸易企业进行结算，系天津戴卡及其股东出于税务筹划及内部经营管理等需要作出的商业安排，天津戴卡自与公司开展业务合作以来，均通过设立在上海的贸易企业进行结算，业务模式稳定，不存在潜在的利益输送。报告期，相关贸易企业各自根据与发行人签订的《购销合同》在信用期内按时回款，未发生串户或委托一家集中回款的情况，亦未发生过坏账情况。报告期，公司通过相关贸易企业向天津戴卡实现的销售收入及毛利情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
收入	2,590.73	6.53%	3,071.51	8.18%	3,090.00	9.09%
毛利	554.94	3.75%	688.86	4.72%	654.52	5.04%

注：上表 2020 年度的数据未包含公司直接对天津戴卡实现的少量销售带来的收入及毛利。

2021 年 1 月 30 日，发行人与天津戴卡签订《合作协议》，约定：协议自签

署之日生效，自协议生效之日起，发行人发出的合作范围内产品直接与天津戴卡开票结算；协议生效之日前发行人已发出仍未开票的合作范围内产品，亦均由发行人与天津戴卡直接开票结算。根据上述合作协议，发行人向天津戴卡的销售将不再通过相关贸易企业进行结算。在上述业务模式调整前后，相关产品的销售价格、回款期限等交易条件均未发生变化。截至本招股说明书签署日，发行人与天津戴卡对于上述协议的执行情况良好。

未来，如果因发行人与天津戴卡的业务模式调整而导致公司与天津戴卡的合作关系发生不利变化使公司不能持续、稳定的获取天津戴卡的订单，将对公司的经营业绩造成一定不利影响。”

三、说明张倩对发行人提供的具体服务内容和当时所带来的业务贡献情况，并进一步分析说明 2017 年发行人与天津戴卡董事发生的资金往来相关行为是否涉及行贿受贿，是否存在真实业务往来

（一）张倩及其团队对发行人提供的具体服务内容和当时所带来的业务贡献情况

1、张倩及其团队对发行人提供的具体服务内容

张倩及其团队熟悉北方汽车市场，拥有多年汽车零件市场开拓经验及丰富的资源，主要协助公司开拓北方汽车零件市场。双方约定开拓业务前张倩及其团队及时向发行人报告拟开发客户名单及客户基本情况；若发行人已接触该目标客户，则张倩及其团队应回避。其向发行人提供的具体服务包括：前期市场调研、客户关系维护、新产品信息沟通、协助公司获得客户新项目报价参与资格、协助公司参与新项目竞标等。

发行人在张倩及其团队的协助下，自 2013 年起陆续收到一汽集团旗下品牌的供应商提名信并开始项目开发。公司于 2014 年 9 月与张倩签订《市场开发合作合同》，对于“合作事项、报酬、开发客户”等内容进行正式约定。公司与一汽集团各品牌自 2013 年以来的立项、量产项目数量情况如下：

项目	2013 年度	2014 年度	2015 年度	2016 年度	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度
立项项目数量	6	5	21	0	5	48	16	3
量产项目数量	0	0	7	2	5	8	50	24

2、张倩及其团队给公司带来的业务贡献情况

(1) 2017 年以前张倩及其团队给公司带来的业务贡献情况

2017 年之前，发行人在张倩及其团队的协助下，在一汽集团的市场开拓取得了较大的进展，2013 年至 2015 年进入立项阶段的项目数量分别为 6 个、5 个、21 个，其中有 7 个项目自 2015 年进入量产、2 个项目 2016 年进入量产，进入量产的项目主要是一汽轿车的阿特兹、奔腾 B50、X80、T99、B30 等车型的汽车字标、汽车标牌、轮毂中心盖等多款产品，根据与张倩约定的结算口径（以实际开票金额计提销售提成），2015 年和 2016 年实现开票金额分别是 97.62 万元、140.27 万元。

(2) 报告期以来张倩及其团队给公司带来的业务贡献情况

在张倩及其团队协助下，报告期公司通过了一汽-大众整车厂商供应商资质认证，公司多款产品陆续在一汽集团实现量产，主要客户涉及一汽集团下属的一汽轿车、一汽股份、一汽-大众等整车厂商，并且开发了配套一汽奔腾、一汽红旗、一汽-大众的多款轮毂装饰件产品，汽车车身装饰件在一汽红旗和一汽奔腾实现了批量销售。根据与张倩及其团队约定的按开票结算的口径统计，**2017 年至 2020 年度**，张倩及其团队为公司带来的收入贡献情况如下表所示：

单位：万元

项目	产品类型	主要配套车型	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一汽奔腾	轮毂中心盖、汽车字标、汽车标牌、汽车车身装饰件等	阿特兹、奔腾 B30、B50、B70、T99、X40、X80 等车型	369.36	375.45	427.70	405.98
一汽红旗	轮毂中心盖、汽车字标、汽车标牌、汽车车身装饰件等	红旗 H5、H7、HS5、HS7、EV	871.48	646.30	-	-
一汽-大众	轮毂中心盖	捷达 VS5、VS7	229.14	100.95	-	-
小计			1,469.98	1,122.70	427.70	405.98
占发行人当期营业收入的比重			3.70%	1.26%	2.91%	1.25%

2019 年，一汽红旗品牌 H5、H7、HS5、HS7、EV 等车型相关项目经过约 2 年的前期沟通及开发后投入量产，2019 年、**2020 年**开票金额分别为 646.30 万元、**871.48** 万元。同时，公司通过一汽-大众的供应商资质认证后，于 2019 年开始生产配套捷达 VS5 和 VS7 车型的轮毂中心盖产品，2019 年、**2020 年**开票金额分别 100.95 万元、**229.14** 万元，呈快速增长趋势，上述项目成为公司对一汽集团销

售收入的新增长点。

（二）2017 年发行人与天津戴卡董事发生的资金往来相关行为存在真实业务往来，不涉及行贿受贿

1、2017 年发行人与天津戴卡董事发生的资金往来相关行为存在真实业务往来

公司于 2014 年 9 月与自然人张倩签订《市场开发合作合同》，基于双方（甲方为发行人，乙方为张倩）在《市场开发合作合同》对报酬事项的约定，发行人需要支付费用包括乙方为甲方开拓业务必要的差旅住宿等、前期市场开拓费用以及按乙方开拓市场实际实现销售额的提成。

自双方确定合作关系以来，张倩及其团队协助公司开拓一汽集团下属一汽轿车的阿特兹、奔腾 B50、X80、T99、B30 等车型的汽车字标、汽车标牌、轮毂中心盖等多款产品，2015 年和 2016 年分别实现开票 97.62 万元、140.27 万元。张倩及其团队协助公司开拓的项目陆续进入量产期，张倩自 2017 年开始要求公司按照《市场开发合作合同》的约定支付对应报酬，按照上述合同约定，公司对张倩存在付款义务，根据张倩向发行人出具的《委托函》，发行人分别于 2017 年 5 月、8 月向其父亲张用成账户支付 14 万元、10 万元的业务提成费用。同时，在张倩及其团队协助下，2017 年公司成功取得一汽集团下属一汽-大众的新项目报价参与资格，并开始参与一汽-大众新项目竞标，确认应向其支付项目前期市场开拓费用 24 万元。公司于 2017 年 9 月向张用成账户支付 30 万元市场开拓服务费及业务提成，另于 2017 年 9 月向张用成账户支付发行人应承担的差旅费用 0.49 万元。至此，发行人 2017 年度累计向张用成个人账户支付相关款项合计 54.49 万元。

2017 年度，发行人基于与张倩签订的《市场开发合作合同》，一次性计提了当年及补提了以前年度应支付给张倩的关于一汽集团销售业务提成及市场开拓费用共计 138.69 万元，扣除已受其委托支付给张用成账户的 54 万元及计提代缴的个人所得税 7.5 万元后，截至 2017 年 12 月 31 日，公司账面应付张倩 77.19 万元。根据发行人与张倩、秦皇岛戴来签订的《关于合作模式变更的说明及确认》，各方约定发行人与张倩 2014 年 9 月签订的《市场开发合作合同》终止，后续合

作由发行人与秦皇岛戴来接续，发行人和张倩基于 2014 年 9 月相关协议约定应支付给张倩的费用由秦皇岛戴来收取，2018 年 10 月发行人已经将上述 77.19 万元支付给秦皇岛戴来。

综上分析，发行人 2017 年与天津戴卡董事张用成发生的资金往来是基于张倩及其团队为公司提供的市场开拓服务和相关业务提成而受张倩委托支付所发生，具有真实的业务往来。

2、2017 年发行人与天津戴卡董事发生的资金往来相关行为不涉及行贿受贿

2017 年发行人与天津戴卡董事发生的资金往来相关行为不涉及行贿受贿，具体分析如下：

发行人 2017 年与天津戴卡董事张用成发生的资金往来是基于张倩及其团队为公司提供的市场开拓服务和相关业务提成，具有真实的业务往来，且款项支付系根据张倩向发行人出具的《委托函》，张倩委托发行人将款项支付至其父张用成的账户所发生，相关资金往来具有合理性。

发行人建立了《财务管理制度》、《内审管理制度》、《员工手册》等反商业贿赂相关的制度并有效地执行。发行人与一汽奔腾、一汽股份等公司签署了廉洁合同等相关文件，明确了诚信经营及廉洁从业等反商业贿赂的相关内容，以防范业务活动中的商业贿赂风险。

发行人及子公司取得了市场监督管理部门出具的合法合规证明，发行人董事、监事、高级管理人员、核心技术人员均取得了无犯罪记录证明；发行人及其董监高、主要销售人员、主要采购人员均出具了《反商业贿赂承诺书》；同时经查询中国裁判文书网、中国执行信息公开网、全国法院失信被执行人名单信息公布与查询平台，国家企业信用信息公示系统、信用中国网站、人民法院公告网、12309 中国检察网等网站，发行人及其董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、张倩、张用成均不存在因行贿受贿被执行的情况。

四、披露发行人主要客户天津戴卡、广州戴得无相关生产能力，将发行人作为其生产制造基地的业务模式是否属于行业惯例

发行人主要客户天津戴卡、广州戴得无相关产品的生产能力，其将发行人作为其生产制造基地的业务模式在行业内较为常见，属于行业惯例，具体情况分析

如下：

（一）广州戴得向整车厂商销售的气门嘴产品也系向其零部件供应商直接采购

根据对广州戴得的访谈记录，广州戴得除销售发行人的汽车装饰件产品外，还从事气门嘴销售、车轮组装等业务，气门嘴产品销售收入约占其总收入的 10%，广州戴得无气门嘴产品的生产制造能力，其主要向国营江西气门芯厂和保隆科技（603197.SH）下属子公司上海保隆工贸有限公司采购气门嘴产品，并销售给广汽丰田、广汽本田、东风本田、东风日产等整车厂商。因此，广州戴得在其气门嘴产品相关业务中采取的业务模式，与销售发行人的汽车装饰件产品相关业务模式相同。

（二）汽车零部件行业存在一级供应商在无生产能力的情况下，向上游供应商采购产品后直接销售给整车厂商的情形

汽车零部件行业存在整车厂商的一级供应商在无生产能力的情况下，取得一级供应商资质，并在向上游供应商采购相关产品后直接销售给下游整车厂商的情形，该种模式在日系整车厂商较为常见，相关一级供应商如丰田通商株式会社等知名贸易商社。丰田通商株式会社（以下简称“丰田通商”）主要为日系整车厂商在全球范围内采购汽车零部件产品，国内的四通新材（300428.SZ）、华峰铝业（601702.SH）、保隆科技（603197.SH）等汽车零部件上市公司均通过丰田通商对下游整车厂商或其一级供应商销售产品。

除日系整车厂商与丰田通商外，国内汽车零部件行业也存在与广州戴得和天津戴卡相关业务模式类似的一级供应商，如与上市公司顺博合金（002996.SZ）合作的经销商重庆顺博贸易有限公司（以下简称“顺博贸易”）。根据顺博合金（002996.SZ）2020 年 8 月公开披露的招股说明书，顺博合金与顺博贸易之间不存在实质和潜在的关联关系。顺博贸易设立于 2006 年，自设立后至今其主营业务均为经销顺博合金的铝合金产品，产品销售的最终用户为重庆长安汽车股份有限公司和重庆长安铃木汽车有限公司的下属生产单位，为了体现与顺博合金紧密合作关系，其商号也就取为“顺博”。顺博合金通过顺博贸易向长安汽车销售产品，顺博贸易作为经销商在供应链中为顺博合金和长安汽车提供服务，其提供的

主要服务内容如下：经销商将产品用户的采购计划传达给顺博合金，节约产品用户的沟通成本，长安汽车每周下达铝合金锭采购计划，顺博贸易专人负责长安汽车的采购计划与顺博合金生产供应的协调、衔接；经销商作为顺博合金产品的直接购买方，代产品用户验收，顺博合金直接对长安汽车发货，顺博贸易专人负责在长安汽车货场安排验收；经销商及时向顺博合金反馈产品用户的产品使用进度，帮助产品用户下达供货指令，顺博贸易专人负责在长安汽车生产现场跟踪铝合金锭的生产领用进度，在每周采购计划范围内安排顺博合金及时供货；经销商帮助顺博合金跟进售后服务，顺博贸易专人负责参加长安汽车产品质量协调会，跟踪顺博合金产品的质量表现并及时向顺博合金反馈。长安汽车每个年度都要对顺博合金的生产现场组织检查，对顺博合金的产品质量控制体系进行评估，生产企业、经销商、产品用户的合作模式已有十余年的历史，各方合作关系稳定，顺博合金作为生产企业以及顺博贸易作为经销商，均得到产品用户长安汽车的认可，维护顺博合金与顺博贸易之间的经销关系有利于顺博合金的产品销售业务。

从上述顺博合金（002996.SZ）披露的情况来看，顺博合金与顺博贸易的合作模式与发行人与天津戴卡、广州戴得的合作模式较为相似。

综上，公司主要客户天津戴卡、广州戴得无相关产品的生产能力，其将公司作为其生产制造基地的业务模式在汽车零部件行业较为常见，属于行业惯例。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售情况和主要客户情况”之“（五）报告期前五大客户的基本情况”之“2、广州戴得与天津戴卡”之“（10）天津戴卡、广州戴得无相关产品的生产能力，将发行人作为其生产制造基地，属于行业惯例”中补充披露以下内容：

“（10）天津戴卡、广州戴得无相关产品的生产能力，将发行人作为其生产制造基地，属于行业惯例

在发行人与天津戴卡和广州戴得的合作中，天津戴卡和广州戴得负责市场开拓、与整车厂商的直接联络，发行人负责产品的设计开发和生产制造。天津戴卡和广州戴得在与发行人合作之前已是相关整车厂商的一级供应商，但其不具备汽车装饰件的生产制造能力，因此其在承接相关整车厂商的汽车装饰件项目时，均将发行人的生产制造基地作为其生产制造基地，由整车厂商进行审核

认证，相关项目产品均由发行人的定点生产制造基地进行生产。在后续供应过程中，相关整车厂商也直接对发行人的生产制造基地进行考核。

天津戴卡、广州戴得无相关产品的生产能力，其将发行人作为其生产制造基地的业务模式，在行业内较为常见，属于行业惯例。除销售发行人的汽车装饰件产品外，广州戴得还从事气门嘴、车轮组装等业务，其在气门嘴等产品的业务中采取的模式与销售发行人的汽车装饰件产品相关业务模式相同。

在汽车零部件行业，存在整车厂商的一级供应商在无生产能力的情况下，取得一级供应商资质，并在向上游供应商采购相关产品后直接销售给下游整车厂商的情形，该种模式在日系整车厂商较为常见。如丰田通商株式会社（以下简称“丰田通商”）主要为日系整车厂商在全球范围内采购汽车零部件产品，国内的四通新材（300428.SZ）、华峰铝业（601702.SH）、保隆科技（603197.SH）等汽车零部件上市公司均通过丰田通商对下游整车厂商或其一级供应商销售产品。此外，国内也存在类似情况，如顺博合金（002996.SZ）与其经销商重庆顺博贸易有限公司的合作模式即为类似模式。

综上，公司主要客户天津戴卡、广州戴得无相关产品的生产能力，其将公司作为其生产制造基地的业务模式，在汽车零部件行业较为常见，属于行业惯例。”

【保荐机构、发行人律师、申报会计师核查情况】

一、核查程序

1、查阅了发行人与天津戴卡于 2017 年、2021 年分别签订的《合作协议》，并对发行人董事长进行了访谈，了解相关业务模式整改情况及相关影响；

2、查阅了发行人向自然人张用成支付款项的凭证及相关的《委托函》、《市场开发合作合同》、《关于合作模式变更的说明及确认》，取得了发行人对相关事情出具的情况说明；复核了发行人计提应付张倩及其团队服务费的计算依据及标准以及款项支付情况；

3、对发行人实际控制人进行访谈，了解发行人在一汽集团主要产品的开拓历程、发行人与一汽集团相关项目的立项、量产、获取提名信等具体情况；

4、查询了中国裁判文书网、中国执行信息公开网、全国法院失信被执行人名单信息公布与查询平台、国家企业信用信息公示系统、信用中国网站、人民法院公告网、12309 中国检察网等网站；

5、查阅了四通新材（300428.SZ）、华峰铝业（601702.SH）、保隆科技（603197.SH）、顺博合金（002996.SZ）等同行业公司公开资料，了解其通过服务商或经销商对终端客户的销售模式及销售情况；

6、对广州戴得卡进行了访谈，了解其与发行人的业务合作模式、其他业务开展情况。

二、核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师和发行人律师认为：

1、2021 年 1 月 30 日，发行人已与天津戴卡签订《合作协议》，约定发行人向天津戴卡的销售将不再通过相关贸易企业进行结算，而由发行人与天津戴卡直接开票结算，整改后的业务模式符合行业惯例，且整改前后，相关产品的销售价格、回款期限等交易条件均未发生变化。截至本回复出具之日，发行人向天津戴卡的发货已按整改后的业务模式进行开票结算，对于发行人 2020 年 12 月向天津戴卡发货的产品，发行人已于 2021 年 2 月向天津戴卡直接开票，后续将由天津戴卡直接向公司支付货款，**自 2020 年 12 月起的所有发货**将按照整改后的业务模式进行开票结算。因此，公司已切实对与天津戴卡的业务模式进行整改，相关整改措施的实施效果良好。本次整改对发行人持续获取天津戴卡订单的影响较小，发行人已对上述情况进行了风险提示；

2、发行人已按要求在招股说明书中补充披露了天津戴卡、广州戴得的相关事项，并在招股说明书风险因素部分充分揭示了报告期与天津戴卡的交易通过贸易企业进行结算，目前已调整为双方直接结算的相关风险；

3、张倩及其团队主要协助公司开拓北方汽车零件市场，其提供的具体服务包括：前期市场调研、客户关系维护、新产品信息沟通、协助公司获得客户新项目报价参与资格、协助公司参与新项目竞标等。2017 年前，在张倩及其团队的协助下，发行人对一汽集团的市场开拓取得了较大进展，有多个项目完成立项或已进入量产阶段，配套一汽轿车的部分项目已于 2015 年开始实现销售，报告期

相关客户持续为公司贡献销售收入，对公司经营业绩具有一定贡献。发行人 2017 年与天津戴卡董事张用成发生的资金往来是基于张倩及其团队为公司提供的市场开拓服务和相关业务提成而受张倩委托支付所发生，具有真实的业务往来，不涉及行贿受贿；

4、公司主要客户天津戴卡、广州戴得无相关产品的生产能力，其将公司作为其生产制造基地的业务模式，在汽车零部件行业较为常见，属于行业惯例。

4.关于独立获取客户能力

第二轮问询回复显示，报告期内，发行人对自主开拓客户的销售收入占比分别为 27.59%、19.35%、17.44%和 23.68%，通过第三方开拓客户的销售收入占比分别为 72.41%、80.65%、82.56%和 76.32%。报告期内，发行人通过第三方开拓客户所涉及的第三方主要包括 DAG、广州戴得和天津戴卡等，通过上述第三方开拓客户实现的销售收入占比较高。

请发行人结合同行业可比公司情况进一步分析并披露自主开拓客户比例较低是否属于行业惯例，结合前述情况进一步分析发行人是否具备独立面向市场获取客户的能力，并就自主开拓客户比例较低所带来的风险作重大事项提示。

请保荐人发表明确意见。

【回复】

一、请发行人结合同行业可比公司情况进一步分析并披露自主开拓客户比例较低是否属于行业惯例

1、通过第三方开拓客户属于汽车零部件行业的惯例

通过第三方开拓客户系汽车零部件行业的行业惯例，行业内普遍存在通过服务商或代理商进行客户开拓的情况，部分同行业上市公司披露的利用第三方开拓客户的情况如下：

公司名称	主营业务	第三方开拓客户情况	第三方开拓客户收入情况
松原股份 (300893.SZ)	汽车安全带总成及零部件等汽车被动安全系统产品及特殊座椅安全装置的	通过代理商协助开拓境外市场	2017-2018 年通过代理实现的销售收入分别为 1,923.72 万元、1,830.33 万元，实现销售数量分别为 22.35 万件、19.32 万件。

	研发、设计、生产、销售及服务		
恒帅股份 (已通过深交所上市委审核)	车用微电机及以微电机为核心组件的汽车清洗泵、清洗系统产品的研发、生产与销售	与 Bestmold、Mayne-mckenny、ICSD、个人等服务商签订协议,按照后期销售金额或销售数量支付服务商一定的销售佣金	2017年-2020年1-6月通过服务商模式实现的销售收入占同期销售收入比例分别为 14.75%、16.16%、16.37%、15.75%。
新火炬 (双林股份 (300100.SZ) 收购标的)	汽车轮毂轴承及其单元的研发、生产和销售	与 CRS UUU AUTOMOTIVE PARTS LLC、Terry Barr Sales、MCM REPRESENTACIONES 等中间服务商签订服务协议,由其为新火炬在南美、北美、欧洲等市场提供售后服务及区域推广	未披露通过第三方开拓客户的数据,2012年-2014年1-5月新火炬在北美、欧洲等市场的销售收入分别为 25,242.63 万元、34,733.09 万元、16,617.95 万元,占当年销售收入比重分别为 59.34%、60.27%、62.37%
万通智控 (300643.SZ)	轮胎气门嘴、轮胎气压监测系统(TPMS)以及相关工具及配件研发、生产和销售	通过推介方开拓市场并支付佣金	未披露
拓普集团 (601689.SH)	汽车 NVH(即减震降噪及舒适性控制)领域橡胶减震产品和隔音产品的研发、生产与销售	通过拓普北美进行北美市场开拓。	2012年-2014年,拓普北美的营业收入为 31,884.01 万元、31,908.41 万元和 39,322.45 万元,占同期拓普集团营业收入的比例为 17.00%、13.82%和 14.37%。
发行人	汽车内外饰件设计、开发、生产和销售	通过 DAG、广州戴得、天津戴卡和秦皇岛戴来等进行客户开拓	报告期 ,发行人通过第三方开拓客户的销售收入占比分别为 80.65%、82.56%和 74.95% 。

注:松原股份、恒帅股份、万通智控、拓普集团相关信息来源于其招股说明书;新火炬相关信息来源于发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易报告书。

由上表可知,发行人通过 DAG、广州戴得、天津戴卡和秦皇岛戴来等第三方进行客户开拓的情形,在同行业可比公司中较为普遍,属于汽车零部件行业惯例。

2、自主开拓客户比例较低不属于行业惯例,但发行人自主开拓比例较低具有合理性

同行业上市公司通过第三方开拓客户实现的收入占比没有明显规律,但与其相比,发行人对自主开拓客户的销售收入占比较低,上述情形不属于行业惯例。发行人报告期对自主开拓客户的销售收入占比较低的具体原因分析如下:

(1) 发行人对自主开拓客户的销售收入占比统计口径相对谨慎

同行业上市公司公开资料未专门披露通过第三方开拓客户实现的销售收入及占比,仅能根据其披露的计提销售佣金部分的销售收入或相关客户的情况进行分析,对于其通过一级供应商实现的销售收入未披露其具体区分及定性,而发行

人在统计第三方开拓客户实现的销售收入时，除将通过秦皇岛戴来这种按销售金额收取提成的情况认定为第三方开拓外，还将对广州戴得、天津戴卡等整车厂商一级供应商的销售也认定为第三方开拓，统计口径相对谨慎。若将对广州戴得、天津戴卡的销售占比从对第三方开拓客户中剔除，发行人自主开拓客户实现的销售收入占比分别为 46.46%、42.31%和 51.25%。

（2）通过第三方开拓客户是发行人发展初期迅速打开市场的必然选择

在发行人业务发展初期，由于发行人经营规模较小、市场开拓能力有限、品牌知名度较低，自主开拓整车厂商客户具有较大难度，为快速打开市场，发行人采用了通过 DAG、广州戴得、天津戴卡等第三方进行客户开拓的方式。通过与第三方的合作，发行人快速进入了通用汽车、福特汽车、克莱斯勒、特斯拉、一汽集团、一汽丰田、广汽丰田、广汽本田、东风本田、东风日产等整车厂商的供应链体系，并逐渐成为了相关整车厂商汽车轮毂装饰件的主要供应商之一。

（3）发行人与主要合作方为长期合作伙伴，发行人是相关方汽车内外饰件的唯一供应商，相关合作关系较为稳固

发行人已与 DAG、天津戴卡及广州戴得合作十余年，多年来各方合作关系稳定。同时，发行人也与 DAG、天津戴卡及广州戴得签订了长期合作协议，在合作协议约定的合作模式下，发行人无论是在经营业绩上，还是终端客户开发上均取得了良好的成果，相关业务合作具有稳定性和可持续性。为了保障合作伙伴的商业利益，在双方合作范围内客户的新产品和新项目，发行人亦延续了原有的合作模式，未直接对接相关整车厂商进行商务谈判或直接供货。发行人与 DAG、天津戴卡及广州戴得的合作过程中，DAG、天津戴卡及广州戴得均无生产能力，发行人为其在主要整车厂商认证的制造基地，DAG、天津戴卡及广州戴得主要负责客户的拓展以及前期洽谈，发行人主要负责项目开发与产品生产，双方充分发挥了各自的优势，相关合作具有较强的互惠性，具有持续合作的商业合理性，相关合作关系较为稳固。

（4）报告期公司服务原有主要客户占用了大量产能，受产能限制，公司对自主开拓的新客户的销售收入总体相对较少

报告期，公司仅有花都生产基地能够进行大规模产品生产，而花都生产基地

的产能已达到饱和状态，在保证现有主要客户订单及时交付的情况下，公司内部可挖掘的生产潜力较为有限。同时，对于汽车零部件行业而言，客户对供应商产品交付的及时性、定点项目供应的保障性要求较高，如取得相关订单后，公司未能及时、充足的向整车厂商交付产品，将对公司的行业信誉造成较大不利影响。因此，报告期，在公司产能已较为饱和的情况下，公司一方面不断自主开拓新的整车厂商客户，以为公司后续发展提供充足的客户储备和潜在订单来源，另一方面大力推进清远生产基地建设，以提升公司的产能规模，这导致公司报告期营业收入主要来自于前期通过第三方开拓的整车厂商客户，而对公司自主开拓的新客户的销售规模还相对较小，占比相对较低。2020 年，公司清远生产基地多条生产线已建成投产，为公司不断深化与自主开拓客户的合作关系，深入挖掘自主开拓客户的业务机会，提高自主开拓客户的收入贡献，提供了有力的产能支撑。

综上所述，报告期发行人对自主开拓客户的销售收入占比较低，不属于行业惯例，但与公司的业务发展历程、与客户的合作情况及产能建设情况相匹配，具有合理性。

二、结合前述情况进一步分析发行人是否具备独立面向市场获取客户的能力

发行人自 2004 年成立以来，一直深耕汽车内外饰件领域，经过超过十五年的行业积累，已具备了独立面向市场获取客户的能力，具体如下：

1、发行人目前在汽车轮毂装饰件及汽车标识装饰件领域已具备较高的行业地位

自 2004 年成立以来，发行人一直深耕汽车内外饰件领域，凭借出色的研发实力、稳定的产品质量、良好的供货能力和及时的售后响应，发行人已成功进入世界主要整车厂商的供应体系，成为一家具备全球化供应能力的专业汽车内外饰件制造商，产品不仅供应国内市场，还远销北美、欧洲、韩国、泰国、印度、巴西等国家和地区，在全球汽车轮毂装饰件及汽车标识装饰件领域建立了较高的行业地位，汽车轮毂装饰盖、汽车字标等主要产品在全球市场占据了一定的市场份额。

同时，发行人与国内外众多知名整车厂商建立了长期稳定的合作关系，成为

欧洲 FCA、现代起亚、一汽股份、一汽轿车、一汽-大众、上汽通用、上汽乘用车、长安福特、长安马自达、长城汽车、小鹏汽车、比亚迪、蔚来汽车、理想汽车、特斯拉中国等国内外知名整车厂商的一级供应商,以及一汽丰田、广汽丰田、广汽本田、东风本田、广汽乘用车、东风日产、东风启辰、广汽菲亚特等知名整车厂商的二级供应商,并通过 DAG 进入了通用汽车、福特汽车、克莱斯勒、特斯拉、北美丰田和北美本田的供应链体系。

整车厂商在选择零部件供应商时,尤其看重供应商的研发能力、质量水平、配套经验和供货能力。发行人较高的行业地位以及丰富、稳定的整车厂商客户群体,已充分反映了发行人在研发能力、质量水平、配套经验和供货能力等方面的竞争优势。较高的行业地位和竞争优势有利于发行人未来持续地独立面向市场开拓客户。

2、发行人已建立了实力过硬的项目开发团队

通过多年的团队内部培养和外部人才引进,发行人已建立了一支基础扎实、经验丰富、专业性强的项目开发团队。发行人内部设有项目部,主要负责从前期的市场开拓及意向客户接洽,到整车厂商审核认证、项目报价及项目开发等一系列的客户开发工作。**截至 2020 年 12 月 31 日**,发行人项目部共有 **24 人**,平均具有 5 年以上汽车零部件行业经验。同时,发行人项目部由发行人董事长辛洪萍先生直接领导和管理,辛洪萍先生深耕汽车零部件行业近 30 年,对汽车零部件行业有着深刻的理解和战略前瞻性,并拥有丰富的汽车内外饰行业经营管理经验和市场营销经验。

3、发行人具备较强的研发能力、自主生产能力和质量保证能力

在发行人所处的汽车零部件行业中,自主创新的核心技术研发能力和持续的研发投入是汽车内外饰件企业不断深入 OEM 供应体系的重要保证。发行人拥有出色的研发实力和丰富的研发积累,截至 **2020 年末**研发人员达 **93 人**,具备与整车厂商同步研发的能力,在模具设计与制造、注塑成型、表面装饰处理工艺等方面形成了独特的技术优势,形成了丰富的研发成果,截至本回复出具之日,公司共拥有专利 **90 项**,其中 8 项发明专利、**82 项**实用新型专利。

在生产能力方面,发行人已在广东省广州市和清远市拥有两大生产基地,拥

有从产品开发、模具设计及制造，到注塑成型、电镀、喷涂、喷粉、丝印等表面装饰处理工艺的全流程自主生产能力，具有较大的产品生产能力，2019 年汽车轮毂装饰件、汽车标识装饰件的产量达 5000 万件左右。

在质量保证能力方面，发行人根据 IATF16949:2016 质量管理体系的要求，建立了《质量管理体系》，在原材料采购、生产、品质检验等方面按照相关行业标准 and 下游客户要求，建立了完善的质量管理体系及产品检验体系，制定了严苛的检测标准，并严格执行与监督评估，同时持续改进，使公司质量管理体系的运行水平不断提高，并始终处于有效的受控状态下。

发行人较强的研发能力、自主生产能力和质量保证能力深受下游整车厂商的认可，使公司与整车厂商的合作不断深入，客户群体不断增加。

4、发行人已自主开拓了多家与第三方合作范围外的整车厂商客户

2017 年以来，发行人自主开拓了蔚来汽车、小鹏汽车、理想汽车、比亚迪、吉利汽车、华人运通、上汽乘用车、恒大国能、合众新能源、东风新能源、长安新能源、上汽大众、**法国标致等十余家**整车厂商客户。同时，发行人对自主开拓的现代起亚、上汽通用、理想汽车、小鹏汽车、蔚来汽车、上汽乘用车、江淮汽车、万丰奥威及采埃孚天合等九家整车厂商和一级供应商客户的销售收入稳步提升。其中，发行人对现代起亚的销售收入增长最为迅猛，**销售收入由 2018 年度的 386.90 万元增至 2020 年度 3,220.63 万元，年均复合增长达 188.52%，2020 年度，现代起亚已成为发行人当期第三大客户。**

从开拓客户家数看，发行人自主开拓且收入贡献为 50 万元以上的客户由 2017 年的 8 家上升至 **2020 年的 16 家**；从客户收入贡献看，**2020 年**自主开拓且收入贡献为 50 万元以上的 **16 家**客户中，有 **8 家**客户系 **2017 年以来**新开拓的客户，有 **9 家**客户的收入年均复合增长率超过 50%，有 2 家年均复合增长率在 5%-20% 之间，发行人已具备较强的自主开拓客户的能力且开拓效果良好。

报告期公司服务原有主要客户占用了大量产能，受产能限制，公司对自主开拓的新客户的销售收入总体相对较少，自主开拓客户的收入占比相对较低。2020 年，公司清远生产基地多条生产线已建成投产，为公司不断深化与自主开拓客户的合作关系，深入挖掘自主开拓客户的业务机会，提高自主开拓客户的收入贡献，

提供了有力的产能支撑。随着与国内外众多知名整车厂商客户的合作逐渐深入，发行人自主开拓客户的收入贡献有望不断增长。

综上所述，虽然报告期公司自主开拓客户实现的销售收入占比较低，但近年来公司自主开拓的整车厂商客户数量不断增加，对现代起亚等自主开拓客户的销售收入快速增长，加之清远生产基地的投产为公司深入挖掘自主开拓客户提供了有力的产能支撑，公司自主开拓客户的收入贡献有望不断增长，公司具备独立面向市场获取客户的能力。

三、就自主开拓客户比例较低所带来的风险作重大事项提示

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“二、经营和管理风险”之“（二）销售模式风险”之“3、自主开拓客户收入占比较低的风险”中修改并补充披露下述内容，并在“重大事项提示”之“四、本公司特别提醒投资者注意‘风险因素’中的下列风险”之“（六）自主开拓客户收入占比较低的风险”进行提示：

“3、自主开拓客户收入占比较低的风险

报告期内，公司对自主开拓客户的销售收入占比分别为 19.35%、17.44%和 25.05%，通过第三方开拓客户的销售收入占比分别为 80.65%、82.56%和 74.95%。报告期，公司通过第三方开拓客户所涉及的第三方主要包括 DAG、广州戴得、天津戴卡和秦皇岛戴来等。发行人成立初期，基于自身的实际情况，采取了与第三方合作拓展客户的方式，帮助公司快速打开市场，并随着公司与相关客户合作的不断深入，通过第三方开拓客户实现的销售收入快速增长，加之报告期公司服务原有主要客户占用了大量产能，受产能限制，公司对自主开拓的新客户的销售收入总体相对较少，导致公司通过第三方开拓客户实现的收入占比较高，上述情形不属于行业惯例，但与公司的业务发展历程、与客户的合作情况及产能建设情况相匹配，具有合理性。未来，如果公司与上述第三方的合作关系发生不利变化，或者上述第三方自身的经营发生重大不利变化，将可能影响公司通过上述第三方实现的销售收入，进而影响公司的经营业绩。同时，报告期公司自主开拓客户的销售收入占比相对较低，如果未来公司新客户、新项目的自主开拓效果不佳，自主开拓客户无法贡献较大的销售收入，将影响公司的经营业绩。”

【保荐机构核查情况】

一、核查程序

- 1、查阅了同行业公司公开资料，了解通过第三方开拓客户的情况；
- 2、对发行人项目部负责人进行了访谈，了解公司独立开拓客户的情况；
- 3、对发行人董事长进行了访谈，了解公司的业务发展历程、与主要客户的合作情况，以及独立面向市场获取客户的能力；
- 4、取得了发行人报告期内的销售数据，分析发行人通过第三方开拓客户和自主开拓客户的销售收入及占比；
- 5、取得了发行人报告期独立开拓客户的供应商审核认证资料。

二、核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、发行人通过 DAG、广州戴得、天津戴卡和秦皇岛戴来等第三方进行客户开拓的情形，在同行业可比公司中较为普遍，属于汽车零部件行业惯例。发行人自主开拓客户实现的收入占比较低，不属于行业惯例，但与公司的业务发展历程、与客户的合作情况及产能建设情况相匹配，具有合理性。

2、发行人在汽车轮毂装饰件及汽车标识装饰件领域已具备较高的行业地位，并建立了较强的项目开发团队，自主开拓的整车厂商客户数量不断增加，对现代起亚等自主开拓客户的销售收入也快速增长，加之清远生产基地的投产为公司深入挖掘自主开拓客户提供了有力的产能支撑，公司自主开拓客户的收入贡献有望不断增长，公司具备独立面向市场获取客户的能力。

3、发行人已就自主开拓客户实现的收入占比较低进行了风险提示和重大事项提示。

5.关于持续经营能力

第二轮问询回复显示，

（1）发行人按在研项目的预计量产时间对公司在研项目的未来收入进行了

预测，2020年至2022年，相关在研项目预计收入分别为4,598.52万元、15,974.64万元和23,810.82万元，主要系来自于韩国现代、北美通用、广汽丰田、法国标致和特斯拉的整车厂客户收入。在相关预测收入的计算过程及谨慎性回复中，发行人仅定性解释了预测收入的假设条件，并列示了新能源汽车厂商和传统整车厂商按照年预示需求量折算比例，未正面回答第二轮问询回复相关问题。

（2）发行人未在第二轮问询回复中详细说明设立以来原材料采购、生产模式、经营模式、产能扩产等方面的演变情况。

请发行人：

（1）进一步补充说明前述在研项目预计收入的计算过程及依据，结合各在研项目所处阶段、研发进度、历年在研项目的转化率、在研项目对应车型销量情况、细分主要客户及对应车型销量数据进一步说明相关在研项目预计实现收入测算的谨慎性及合理性。

（2）结合设立以来主要产品或服务、原材料采购、生产模式、经营模式、下游客户、产品终端应用领域、产能扩产等方面的演变情况，分析并披露报告期内发行人主营业务是否发生重大变化，是否影响发行人持续经营能力。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、进一步补充说明前述在研项目预计收入的计算过程及依据，结合各在研项目所处阶段、研发进度、历年在研项目的转化率、在研项目对应车型销量情况、细分主要客户及对应车型销量数据进一步说明相关在研项目预计实现收入测算的谨慎性及合理性

（一）进一步补充说明前述在研项目预计收入的计算过程及依据

1、在研项目预计收入的计算过程

发行人根据相关在研项目转化产品的销售单价、产品年预示需求量、在研项目对应车型的历史销量情况、客户年降政策等因素，对在研项目未来实现收入情况进行了测算分析，具体测算公式为：

年度预计销售收入=产品单价×年度预计销量×（1-年降比率），其中，预计

销量=年预示需求量×折算比例×当年量产月份数/12。

根据前述公式，发行人在研项目收入预计的具体计算过程列示如下：

客户名称	产品型号	量产日期	产品单价 (元) ①	年降比率 ②	年预示需求量 (件) ③	折算比例 ④	年销售月份数			预计收入（万元）		
							2020年度 ⑤	2021年度 ⑥	2022年度 ⑦	2020年度 ⑧=①×③× ④×⑤/12	2021年度 ⑨=①×③×④ ×(1-②)×⑥/12	2022年度 ⑩=①×③×④ ×(1-②) ² ×⑦/12
A	型号 1	2020.10	1.69	3%	87,600	90%	2	12	12	2.22	12.94	12.54
B	型号 2	2021.09	6.50	-	420,000	90%	-	3	12	-	360.36	1,441.44
.....												
.....												
合计										4,598.52	19,609.21	29,644.53

2、在研项目预计收入的计算依据

在研项目收入预计的计算过程中，主要涉及的因素包括产品单价、量产日期、年降比率、年预示需求量、折算比例、年销售月份数、预计销量，相关因素的计算依据如下：

名称	说明	计算依据
产品单价	各产品的预计销售单价	根据发行人与客户签订的项目定点书或价格协议确定产品单价。
量产日期	各产品的预计量产时间	根据发行人与客户同步开发项目时，客户提供的量产日程，并结合项目实际开发进度综合考虑确定。
年降比率	各产品每年的降价比例	根据项目定点书或价格协议，并结合与相关客户历史合作中年降执行情况，确定各产品的年降比例。
年预示需求量	各产品的年度预示需求量	客户在项目发包时，其项目询价包中会提供相关产品在项目实现量产后一年或多年的预示需求量，以供中标供应商评估和规划自身产能，发行人将客户提供的预示需求量进行年化计算，确定年预示需求量。
折算比例	为计算预计销量而对预示需求量进行一定的折扣	发行人根据各类型客户的近年市场销量情况、历史产品实际销量与需求计划的比例情况，给予了各客户不同的折扣比例；同时，部分产品考虑到在量产初期有一定的产能爬坡期，因此部分产品在量产当年的折算比例略低于后续年度。
年销售月份数	各产品的年度预计量产销售月份数	根据各产品的预计量产日期，计算的各产品的销售月份数，对于某一产品，在量产当年的销售月份数为 12-量产日期对应的月份数，后续年度的销售月份数则为 12 个月。
预计销量	为各在研项目每年度预计销量	预计销量=年预示需求量×折算比例×年销售月份数/12

3、在研项目预计收入情况

根据前述计算过程及依据，发行人在研项目中前十大在研项目的预计收入情

况如下：

项目名称	量产时间	单价(元)	年预示需求量(万件)	折算比例	预计销量(万件)			预计收入(万元)		
					2020年	2021年	2022年	2020年	2021年	2022年
项目1	2021.09	52.00	42.00	80%	-	8.40	33.60	-	436.80	1,747.20
项目2	2021.02	54.00	30.00	70%、70%、80%	-	17.50	24.00	-	916.65	1,218.24
项目3	2020.12	16.25	43.20	90%	35.64	38.88	38.88	579.15	631.80	631.80
项目4	2021.09	42.90	42.00	80%	-	8.40	33.60	-	360.36	1,441.44
项目5	2021.11	213.74	9.60	80%	-	0.64	7.68	-	136.79	1,641.52
项目6	2020.12	9.15	90.00	70%、90%、90%	21.00	81.00	81.00	192.15	718.92	696.68
项目7	2020.12	9.15	90.00	70%、90%、90%	21.00	81.00	81.00	192.15	718.92	696.68
项目8	2020.12	9.00	108.00	50%、60%、60%	27.00	64.80	64.80	243.00	583.20	583.20
项目9	2020.12	14.28	33.75	70%、80%、80%	19.69	27.00	27.00	281.20	374.08	362.51
项目10	2020.12	38.17	13.83	80%	2.77	11.06	11.06	105.58	409.65	396.98
前十大在研项目预计收入								1,593.23	5,287.16	9,416.25
在研项目合计预计收入								4,598.52	19,609.21	29,644.53

发行人提请投资者注意：上表中在研项目的预计收入情况系根据客户提供的预计量产时间、年降政策、年预示需求量、折算比例等因素进行预计。发行人在研项目预计收入的实际实现情况，受相关项目的研发进度、量产时间、客户生产计划和订单需求、终端车型的销售情况、市场环境、市场竞争等多种因素影响，具有一定的不确定性，相关因素的综合影响难以准确预计。受上述情况影响，发行人2020年量产项目实际实现收入为3,825.83万元，略低于发行人2020年量产项目预计收入，预计收入的实际完成率为83.20%。因此，上表列示的在研项目预计收入的测算结果具有一定的不准确性。上述在研项目预计收入仅为发行人基于在研项目的测算结果，用于分析发行人具备持续经营能力，不构成对发行人的盈利预测，其实现具有较大的不确定性，提请投资者注意投资风险。

（二）结合各在研项目所处阶段、研发进度、历年在研项目的转化率、在研项目对应车型销量情况、细分主要客户及对应在研车型销量数据进一步说明相关在研项目预计实现收入测算的谨慎性及合理性

1、公司在研项目所处阶段及研发进度

出于谨慎性的原则，发行人仅将已定点项目列入在研发项目，并纳入前述在研项目预计收入的测算样本中。定点项目系指发行人已通过了与整车厂商的前期

报价、询价、技术、质量体系评审等一系列工作，正式成为了相关项目的配套供应商。在项目定点后，通常双方会签订项目定点书，发行人与整车厂商的供货关系已基本明确。

公司定点项目的研发阶段主要可以分为项目立项、结构（工艺）设计、开模、样品试制、小批量生产 5 个阶段。通常来说，公司立项后即进入结构（工艺）设计阶段，由发行人按照客户要求对产品结构设计，设计完成后根据设计进入开模阶段，并根据磨具试制样品，试制完成后由公司内部实验检验，或送往客户处进行检验，检验合格后即进入小批量生产阶段。

截至 2020 年 11 月 30 日，除 2020 年以来已实现量产的 230 个零部件项目，发行人有 141 个零部件项目处于研发阶段，其所处阶段情况如下：

所处阶段	项目数量
结构（工艺）设计	74
开模	37
样品试制	11
小批量生产	19
合计	141

如上表所示，相关项目均处于实质研发阶段，相关项目的开发均系按照客户项目开发计划的要求执行，客户会持续跟踪项目研发进度，且在相关项目取得研发进展后，发行人以邮件等形式通知客户，客户知悉对应在研项目的研发阶段及研发进度。因此，发行人各项目的研发阶段划分明确，相关在研项目均按照既定的开发计划进行，随相关车型的量产，相关在研项目均可实现量产销售。

2、发行人历年在研项目的转化情况

由于发行人在研项目均系发行人在中标相关整车厂商项目并在公司定点后所完成立项，相关项目均有明确 SOP 量产时间和开发计划，发行人须根据整车厂商客户的同步开发要求进行开发。报告期发行人在研项目均最终实现量产，发行人报告期内的在研项目未出现无法成功转化的情况。因此，发行人在测算在研项目预计收入时，将前述项目均作为未来量产项目是谨慎、合理的。

3、在研项目主要客户及对应在研车型销量情况

（1）在研项目中对主要客户的预计收入情况

根据发行人截至 2020 年 11 月 30 日的在研项目测算,2020 年度-2022 年度,发行人在研项目预计收入中,前五大客户为现代起亚、通用汽车、法国标致、小鹏汽车、广汽本田、特斯拉、上汽乘用车。前五大客户预计收入合计分别为 3,360.15 万元、12,860.85 万元和 18,465.45 万元,占同期预计收入的 73.07%、65.59%和 62.29%。在主要客户在研项目的量产销售带动下,预计在研项目在 2020 年度-2022 年贡献的收入将逐年提升。

(2) 各在研车型的历史销量情况、预计需求量情况及折算比例情况

在测算在研车型的销量时,采用客户提供的年度预示需求量乘以一定的折算比例进行计算,即基于谨慎性原则,在客户提供的年度预示需求量基础上考虑了一定折扣。前述各年前五大客户的在研项目配套车型的历史销量情况、预示需求量情况及折算比例情况如下:

①现代起亚

单位:万辆

序号	车型名称	主要配套产品	年度销量/ 预示需求量	计算预计销量时采用的折算比例
1	SONATA	汽车字标	45.00%	第一年: 50%-60%; 第二、第三年: 70%
2	SORENTO	汽车字标、轮毂装饰盖	48.62%	第一年: 50%-60%; 第二、第三年: 70%
3	SELTO	汽车字标	112.63%	第一年: 50%-60%; 第二、第三年: 70%
4	GENESIS	汽车字标	77.43%	第一年: 50%; 第二、第三年: 70%
5	ELANTRA	汽车字标	86.54%	第一年: 50%; 第二、第三年: 70%
6	CRETA	汽车字标、轮毂装饰盖	446.81%	第一年: 50%; 第二、第三年: 70%
7	新车型 A	轮毂装饰盖	-	第一年: 50%; 第二、第三年: 70%

注: 车型销量数据来源于现代起亚官网,系相关车型 2020 年度全球销量;年度预示需求量数据来源于现代起亚提供的项目询价包。

发行人对现代起亚的在研项目主要配套 SONATA、SORENTO、SELTO、GENESIS、ELANTRA 等车型。由于现代起亚系以车型为项目包进行发包时,中标的供应商即是该车型相关产品的独家供应商。发行人系上述车型汽车字标、轮毂装饰盖等产品的独家供应商。由上表可见,现代起亚 SONATA、SORENTO、

GENESIS、ELANTRA 等部分车型的相关车型的预示需求量高于历史销量，其主要原因系历史销量仅代表的是旧款车型，发行人承接是相关车型的换代新车型，预示需求量系现代起亚对其换代新车型的销售估计。同时，发行人在**预计**销量时，在现代起亚提供的相关车型的预示需求量基础上，考虑了 50%-70%的折算比例。

②通用汽车

单位：万辆

序号	车型名称	主要配套产品	年度销量/预示需求量	计算预计销量时采用的折算比例
1	SUBURBAN	轮毂镶件	185.99%	第一年：70%；后续年度 90%
2	YUKON	轮毂装饰盖	284.18%	第一年：70%；后续年度 90%
3	ESCALADE	轮毂装饰盖	106.49%	第一年：70%；后续年度 90%
4	EXPRESS	轮毂装饰盖	366.12%	第一年：70%；后续年度 90%
5	SAVANA	轮毂装饰盖	121.57%	第一年：70%；后续年度 90%
6	SIERRA HD	轮毂镶件	1536.70%	第一年：70%；后续年度 90%

注：车型销量数据来源于 Marklines，系通用汽车相关车型 2020 年度北美销量数据；年度预示需求量数据来源于通用汽车提供的项目询价包。

发行人对通用汽车的在研项目主要配套 SUBURBAN、YUKON、ESCALADE、EXPRESS、SAVANA 等车型。由上表可见，相关车型预示需求量均低于历史销量，并且根据与通用汽车合作的历史经验，其预示需求量通常与实际销量数据较接近，因此发行人在**预计**销量时，在通用汽车提供的相关车型的预示需求量基础上，考虑了“第一年 70%，后续年度 90%”的折算比例。

③法国标致

单位：万辆

序号	车型名称	主要配套产品	年度销量/预示需求量	计算预计销量时采用的折算比例
1	标致 308	轮毂镶件	474.20%	第一年：60%；第二、第三年：90%
2	雪铁龙 C4	轮毂镶件	117.33%	第一年：70%；第二、第三年：90%
3	雪铁龙 C5	轮毂镶件	312.20%	第一年：60%-70%；第二、第三年：90%
4	DS4	轮毂镶件	117.46%	第一年：60%；第二、第三年：90%

注：车型销量数据来源于 Marklines，相关销量系法国标致相关车型全球销量数据，其中标致 308、雪铁龙 C5 是 2020 年度销量，雪铁龙 C4 是 2019 年度销量，DS4 是 2017 年度销量；年度预示需求量数据来源于法国标致提供的项目询价包。

发行人对法国标致的在研项目主要配套标致 308、雪铁龙 C4、雪铁龙 C5、DS4 等车型，相关产品均为轮毂镶件，相关车型预示需求量均低于历史销量，因此相关车型的预示需求量总体较为合理，发行人在**预计**销量时，在法国标致提供的相关车型的预示需求量基础上，考虑了 60%-90%的折算比例。

④小鹏汽车

单位：万辆

序号	车型名称	主要配套产品	年度销量/预示需求量	计算预计销量时采用的折算比例
1	P7	轮毂装饰盖、轮毂镶件、汽车字标、汽车标牌	28.36%	第一年：40%-50%；第二、第三年：60%

注：车型销量数据来源于太平洋汽车网，系小鹏汽车 P7 2020 年度销量；年度预示需求量数据来源于小鹏汽车提供的项目询价包。

发行人系小鹏汽车 P7 车型的轮毂装饰盖、轮毂镶件、汽车字标、汽车标牌等产品的独家供应商，小鹏汽车 P7 于 2020 年 4 月 27 日上市，并于同年 7 月开始销售起量，2020 年第四季度 P7 销售了 8,527 辆，占当年累计销售量的 55.74%。虽然小鹏汽车给予发行人的车型预计需求量 5.40 万辆高于 2020 年度的累计销量，但 P7 车型的销售系于 2020 年下半年开始逐步放量，且自销售以来月度销量持续上升，2020 年 12 月即销售了 3,691 辆。因此小鹏汽车提供的 P7 车型的预示需求量总体较为合理，发行人在**预计**销量时，在小鹏汽车提供的相关车型的预示需求量基础上，考虑了 40%-50%的折算比例。

⑤广汽本田

单位：万辆

序号	车型名称	主要配套产品	年度销量/预示需求量	计算预计销量时采用的折算比例
1	飞度	轮毂装饰盖，汽车字标	137.98%	第一年：60%；第二、第三年：80%
2	皓影	汽车字标，汽车前后标	186.08%	第一年：60%；第二、第三年：80%
3	雅阁	轮毂装饰盖，汽车字标，汽车前后标	797.63%	第一年：60%；第二、第三年：80%
4	LIFE	汽车字标	-	第一年：60%；第二、第三年：80%
5	讴歌 CDX	汽车字标	133.42%	第一年：60%；第二、第三年：80%

注：车型销量数据来源于 Marklines，系相关车型 2020 年度销量数据，LIFE 于 2020 年

12 月上市销售；年度预示需求量数据来源于广州戴得提供的相关项目询价包。

发行人对广汽本田的在研项目主要配套飞度、皓影、雅阁、LIFE 和讴歌 CDX 等车型。发行人不是广汽本田相关车型的独家供应商，因此飞度、皓影、雅阁、讴歌 CDX 等车型的历史销量远大于广汽本田的预示需求量。同时，由于 LIFE 系于 2020 年 12 月上市销售，历史销量数据较少，不具备参考性。发行人在预计销量时，结合与广汽本田合作的历史经验，在广汽本田提供的相关车型的预示需求量基础上，考虑了 60%-80%的折算比例。

⑥特斯拉

单位：万辆

序号	车型名称	主要配套产品	年度销量/ 预示需求量	计算预计销量时采用的折算比例
1	MODEL S/X	轮毂装饰盖	65.22%	三年均为 80%
2	MODEL Y	轮毂装饰盖	67.17%	三年均为 80%

注：车型销量数据来源于 Marklines，系相关车型 2020 年度的销量数据；年度预示需求量数据来源于特斯拉的项目询价包。

发行人对特斯拉的在研项目主要配套 MODEL S、MODEL X、MODEL Y 等车型，主要系轮毂装饰盖等产品。由上表可见，MODEL S、MODEL X、MODEL Y 车型 2020 年度销售量低于预示需求量。近年来，特斯拉发展迅猛，根据其披露的全球销量数据，2020 年特斯拉全球交付 49.96 万辆，其预计 2021 年汽车交付量的增长率将超过 50%。此外，Model Y 已于 2020 年底在上海超级工厂投产，并且将逐步达到最大产能。在此基础上，基于特斯拉近年来的发展态势，发行人在测算预计销售量时，在特斯拉提供的相关车型的预示需求量基础上，考虑了 80%的折算比例。

⑦上汽乘用车

单位：万辆

序号	车型名称	主要配套产品	年度销量/ 预示需求量	计算预计销量时采用的折算比例
1	荣威	轮毂装饰盖，轮毂镶件	269.69%	第一年：70%-80%；后续年度：80%

注：车型销量数据来源于 Marklines，系相关车型 2020 年度的销量数据；年度预示需求量数据来源于上汽乘用车的项目询价包。

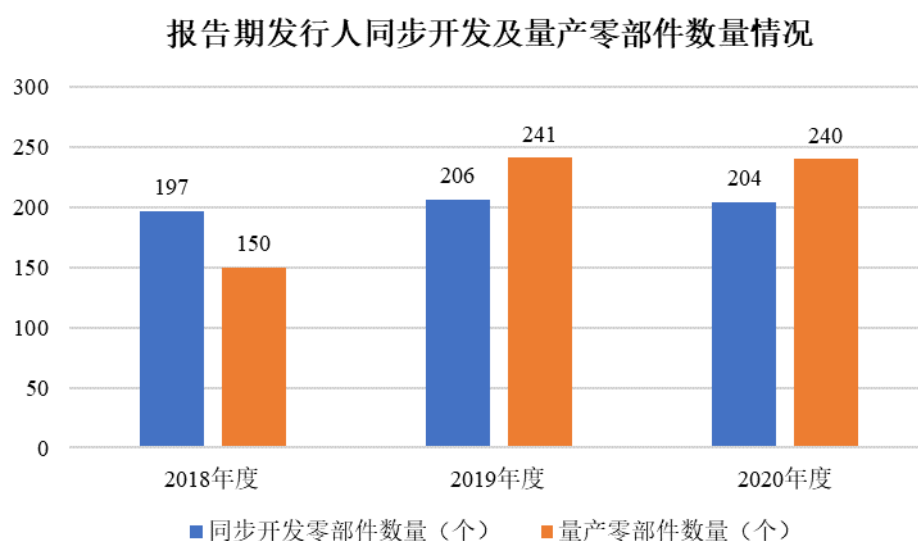
发行人对上汽乘用车的在研项目主要配套其荣威品牌车型。由于上汽乘用车系发行人于 2020 年度新开拓的客户，因此发行人的产品供应占其终端销量的比重较低。发行人在**预计**销量时，在上汽乘用车提供的相关车型的预示需求量基础上，考虑了 70%-80%的折算比例。

综上所述，发行人在测算在研项目预计实现收入时，综合考虑了相关在研项目所处阶段、研发进度、转化率、预计量产时间、客户提供的年预示需求量数据、客户的历史销量数据、折算比例、年降政策等因素，其中相关在研项目因均系中标后根据整车厂商客户的同步开发要求进行立项，预计均能实现转化；量产日期根据客户提供的量产日程，并结合项目实际开发进度综合考虑确定；**预计**销量时，在客户提供的预示需求量基础上，考虑了一定的折算比例；**预计**价格时，基于与客户约定的产品价格和一定的年降比率进行测算；上述在研项目预计实现收入的**测算过程具有一定的谨慎性及合理性**。但同时发行人在研项目预计收入的**实际实现情况**，受相关项目的研发进度、量产时间、客户生产计划和订单需求、终端车型的销售情况、市场环境、市场竞争等多种因素影响，具有一定的不确定性，相关因素的综合影响难以准确预计，发行人在研项目预计收入的**测算结果具有一定的不准确性**。发行人已提醒投资者注意上述情况，并提醒投资者相关测算结果仅用于分析发行人具备持续经营能力，不构成对发行人的盈利预测，其实现具有较大的不确定性，提请投资者注意投资风险。

4、报告期发行人在研项目及实现量产的项目数量总体稳步提升，体现了发行人较强的持续经营能力

发行人在研项目均系发行人在中标相关整车厂商项目并在公司定点后所完成立项，相关项目均有明确 SOP 量产时间和开发计划，发行人须根据整车厂商客户的同步开发要求进行开发，报告期发行人在研项目均最终实现量产，即均成功实现转化。报告期，发行人与整车厂商客户的合作关系良好，整车厂商客户数量也不断增加，推动公司的在研项目数量稳步提升。**2017 年度以来公司在研项目数量稳步增加，2017 年度公司当年立项的在研项目和当年实现量产的在研项目数量为 136 个和 97 个，至 2019 年度相关在研项目数量已达 206 个和 241 个，年均复合增长率分别达 23.07%和 57.62%。2020 年度受新冠疫情影响，当年立项的在研项目和当年实现量产的在研项目数量与 2019 年度基本持平。总体上，报**

告期发行人的在研项目及实现量产的项目数量稳步提升,相关在研项目和量产项目的具体数量如下:



上述报告期各期实现量产的项目为公司贡献了一定的销售收入,具体情况如下:

单位: 万元

年份	项目数量		量产项目对应的收入			报告期量产项目占当期营业收入比例
	同步开发	量产	2018 年度	2019 年度	2020 年度	
2018 年度	197	150	1,873.46	-	-	5.51%
2019 年度	206	241	8,820.62	2,550.70	-	30.27%
2020 年度	204	240	7,596.78	7,762.21	3,825.83	48.39%
合计			18,290.86	10,312.91	3,825.83	-

从上表可见,公司 2018 年度实现量产的项目,在 2018 年至 2020 年合计为公司贡献了销售收入 18,290.86 万元。2019 年度实现量产的项目,在 2019 年至 2020 年合计为公司贡献了销售收入 18,290.86 万元。2019 年度实现量产的项目,在 2019 年至 2020 年合计为公司贡献了销售收入 10,312.91 万元。2020 年当年实现量产的项目在 2020 年为公司贡献了销售收入 3,825.83 万元。在公司 2020 年的营业收入中,2018 年至 2020 年各期实现量产的项目带来的销售收入分别为 7,596.78 万元、7,762.21 万元、3,825.83 万元,占 2020 年营业收入的比例分别为 19.16%、19.58%和 9.65%,累计达到了 48.39%。

在新项目不断增加的带动下，2018 年至 2020 年，公司营业收入稳步提升，分别为 34,008.32 万元、37,563.37 万元和 39,646.85 万元，2019 年至 2020 年同比分别增长 10.45%和 5.55%，体现了公司具有较强的持续经营能力。

除上述报告期内的在研项目及量产项目外，随着公司持续的客户开拓和项目开发，公司的在研项目数量总体不断增加。截至 2021 年 2 月底，发行人有 198 个零部件项目处于研发阶段，较 2020 年 11 月 30 日的 141 个进一步提升，各项目所处阶段情况如下：

所处阶段	项目数量
结构（工艺）设计	87
开模	40
样品试制	34
小批量生产	37
合计	198

上述在研项目均为整车厂商已定点的项目，即对相关项目而言，发行人已通过了与整车厂商的前期报价、询价、技术、质量体系评审等一系列工作，并正式成为了相关项目的配套供应商，发行人与整车厂商就上述在研项目相关产品的供货关系已基本明确。相关项目主要配套现代起亚、通用汽车、法国标致、小鹏汽车、广汽本田、特斯拉、上汽乘用车等知名整车厂商，项目配套车型的历史销量情况良好，还有部分车型系整车厂商近年来主要推出的新车型，如特斯拉 MODEL Y、小鹏汽车 P7 等，上述在研项目实现量产后将为公司带来一定的销售收入，为公司未来经营业绩奠定了良好的基础。

综上，报告期发行人同步开发的零部件和量产零部件的数量总体稳步提升，推动了发行人报告期经营业绩持续增长；同时，发行人在研项目储备丰富，在研项目数量总体不断增加，截至 2021 年 2 月底，发行人处于研发阶段的项目达 198 个，相关项目预计均能成功实现量产，为发行人未来经营业绩奠定了良好的基础。综上，发行人具有较强的持续经营能力。

二、结合设立以来主要产品或服务、原材料采购、生产模式、经营模式、下游客户、产品终端应用领域、产能扩产等方面的演变情况，分析并披露报告期内发行人主营业务是否发生重大变化，是否影响发行人持续经营能力

公司自设立以来一直从事汽车装饰件的研发、生产和销售，经过多年的研发

和生产的积累，公司的汽车轮毂装饰件产品已在细分领域拥有较高的市场占有率，设立至今公司共经历了如下四个发展阶段：

时间	阶段
2004 年-2006 年	建设筹备
2007 年-2010 年	早期创业
2011 年-2015 年	高速成长
2016 年至今	稳步发展

1、建设筹备期（2004 年-2006 年）

在前期金钟五金厂的经营基础上，发行人实际控制人于 2004 年开始筹建金钟有限。2006 年上半年公司完成了初期厂房的建设，随后陆续完成了注塑、冲压和丝印等设备以及喷涂生产线的购置、安装及调试，建设了模具车间，当时设计产能约为 200 万件/年。这一阶段公司的生产设备自动化水平较低，注塑机需要人工更换磨具和上下料，冲床依赖人工进行材料的抓取与搬运，喷涂环节由人工使用喷枪进行喷涂。

在采购方面，公司通过同行介绍、主动开拓等方式与国内外知名原材料供应商建立联系并达成合作意向，公司从设立之初就坚持产品质量至上的指导方针，产品生产所需的主要原材料塑胶粒子、涂料和铝材等均采用国内外一线品牌。

在下游客户方面，在金钟五金厂的客户和业务基础上，公司开始筹划市场渠道的搭建，通过多种渠道的对接，公司开始与 DAG、广州戴得、天津戴卡、立中车轮、万丰奥威等客户建立合作，并与 DAG 共同完成了通用汽车的审核认证，进入了其供应链；同时，公司成为了一汽轿车、一汽马自达、一汽股份、长城汽车等整车厂商的二级供应商。

这一阶段，公司开始研发的主要产品为轮毂中心盖，公司除了部分样品的研发生产和原材料的零星采购外，还未开始向整车厂商批量供货。

2、早期创业期（2007 年-2010 年）

2007 年起，公司陆续开始向各大整车厂商批量供货，公司的产品生产能力迅速提升，客户积累不断丰富，为公司经营规模的迅速增长奠定了坚实的基础。具体而言：

在生产方面，随着订单数量的逐渐增加，公司原有的生产设备已无法满足客

户需要，因此公司陆续购置安装了新的注塑和丝印设备，并改造扩充了喷涂生产线，2010 年公司的产能已扩大至约 600 万件/年。为了争取通用汽车的轮毂中心盖项目，公司于 2008 年投建了一条喷粉生产线，进一步丰富了公司的表面装饰处理工艺。此外，对于电镀等生产工序，由于涉及的产品还相对较少，公司均采用了外协的生产方式。

在采购方面，公司产品所需的主要原材料为塑胶粒子、涂料和铝材等，公司均使用国内外一线品牌，产品包装所需的纸箱和模具使用的钢材主要来自国内优质供应商。

在下游客户方面，公司完成了多家主要客户的储备。在国外方面，经过公司与 DAG 的共同开拓，成功进入了克莱斯勒和福特汽车的供应链，至此公司完成了对北美三大整车厂商的布局；在国内方面，公司进入了一汽丰田、广汽丰田、广汽乘用车、东风启辰等整车厂商的供应链体系。

这一阶段，公司的产品品类较为单一、产品结构相对简单，主要产品为汽车轮毂中心盖和轮毂镶件，规格型号也相对较少，主要应用于汽车的轮毂装饰。

3、高速成长期（2011 年-2015 年）

2011 年开始，经过前期积累，公司进入了收入的高速增长期。这一阶段，公司花都生产基地的产能大幅提升，公司产品种类拓展到大尺寸轮毂装饰盖、方向盘标、汽车字标等，客户数量和销售规模大幅增长。具体而言：

为了满足消费者需求的个性化、多样化以及客户订单的快速增长需求，公司一方面增加原有类型的机器设备，如增加注塑、丝印等设备，进而扩大生产能力，并在综合考虑产能、场地等因素后引入了注塑外协生产工艺，生产能力进一步提高，产能进一步提升至约 2,000 万件/年。2013 年，福特汽车提出了开发一款大尺寸轮毂装饰盖的需求，以配套福特 F150 车型，由于该款产品采用了较多的卡簧设计，对于卡簧的强度和耐腐蚀性均有较高要求，公司在综合考量自建与外协成本后引入了金属表面防腐处理外协工序。此外，随着公司电镀产品种类和数量的增长，外协电镀厂商在产品交付、质量管理和产能安排等方面越来越难以满足公司要求，加之外协电镀的成本较高，因此公司开始寻求自建电镀生产线，综合考虑环保政策、地理位置和租金费用等因素后，公司选择在广东省清远市龙湾电

镀工业园新建电镀生产基地，并于 2013 年成立清远纳格作为电镀生产基地的运营主体，相关电镀生产线于 2013 年底建成并陆续投入使用，规模化的生产降低了公司的电镀成本，同时随着电镀生产经验的不断积累，电镀工艺逐渐成为公司的核心工艺，进一步提升了公司的市场竞争力。

在采购方面，随着塑胶粒子、涂料等原材料的一线国际品牌厂商在国内陆续投资建厂，公司的原材料采购渠道逐渐从进口转向国内购买，塑料粒子和涂料等原材料的进口数量占比大幅下滑。受益于原材料国产化带来的采购价格降低，公司的生产成本有所降低，盈利水平有所提高。此外，随着清远纳格电镀生产线的逐步建成，电镀金属和电镀添加剂也逐渐成为公司的主要原材料，与塑胶粒子和涂料类似，公司为了保证产品质量的稳定性，也采用了国内外一线品牌。

在下游客户方面，公司在这一阶段完成了现代起亚、上汽通用、长安福特、长安马自达等整车厂商的审核认证，成为其一级供应商，并成为了广汽本田、东风本田、广汽菲亚特等整车厂商的二级供应商，还通过 DAG 进入了特斯拉的供应链。在积极开拓整车厂商客户的同时，公司基于前期客户储备，积极参与通用汽车、克莱斯勒、福特汽车等主要客户的项目开发。

这一阶段，公司进一步丰富了产品品类。2010 年，东风启辰计划使用一款采用亚克力材料的汽车标牌，由于原有供应商在技术上无法满足要求，因此东风启辰寻求开发新的供应商。公司承接了上述产品的开发需求，并以此为契机进入了东风启辰的供应商体系，历经 1 年多的技术攻关，成功完成了产品的研发并顺利实现量产，在此基础上公司又为东风启辰成功研发了汽车字标和大尺寸轮毂装饰盖产品，并作为二级供应商为东风启辰研发了汽车方向盘标。通过上述合作，公司的产品种类进一步拓展至汽车字标、大尺寸轮毂装饰盖、方向盘标等，产品应用领域从汽车轮毂装饰扩大到汽车车身前后、汽车内部的装饰、标识，公司产品本身的结构、样式、配色也进一步复杂化、多样化。

随着公司汽车轮毂装饰件和汽车标识装饰件产品的批量销售，公司的经营业绩高速增长，公司的营业收入自 2011 年的 0.52 亿元，快速增长至 2015 年的 2.23 亿元，年均复合增长率达 43.87%。

4、稳步发展期（2016 年至今）

2016 年开始，随着国内外整车产销量增速的下滑，公司的收入规模增长速度开始放缓，公司逐步进入了稳步发展期。这一阶段，公司花都生产基地的产能进一步提升，并新建成了清远生产基地，公司的产品品类及应用领域进一步拓展到汽车车身装饰件，客户数量持续增长，尤其是紧随新能源汽车行业的快速发展，公司自主开拓了多家新能源整车厂商客户。具体而言：

在生产方面，公司对花都生产基地的生产设备进行了自动化升级改造，通过引入注塑机器人和自动化集中供料系统，解决了人工更换磨具和人工上下料带来的生产效率较低的问题；通过安装丝印机器人和自动喷涂装置、搭建自动化的包装作业线，在节省大量人力的同时促进了生产效率的提高；通过引入冲压机器人，不仅实现了 24 小时全天候加工，更提高了生产作业过程的安全性；此外，公司还引入了全自动 CCD 检测设备，进一步提升了公司的产品检测能力，为公司进一步改进生产工艺、提升产品良率提供了有力的技术支持。相关优化生产工艺、改善工作流程和设备升级改造措施的实施，以及提高简单产品外协注塑的比例等方式，使公司花都生产基地的产能进一步提高至约 6,000 万件/年。此外，公司还积极推进环保设备的升级改造，对注塑废气、喷涂废气等污染物采用了更为先进的处理方式，进一步提升了公司对各类污染物的收集、处理或处置能力。

随着销售规模不断扩大，公司的产能瓶颈问题日益突出，为进一步提高产能，并丰富公司的产品结构，公司于 2017 年开始投建清远生产基地，项目全部建设完成后，公司的产能将大幅提升，并将新增全 PVD 格栅、铝板装饰条、保险杠装饰件总成等新产品，为公司增加新的收入增长点。截至本回复出具之日，清远生产基地已完成 1#厂房的建设，购置安装 20 余台注塑机，PVD 喷涂线、三喷一烤喷涂线已完成建设并逐步投入使用，上述两条喷涂生产线可实现生产过程精准感知、关键工序质量实时控制、制造全过程数据控制等功能，使公司的自动化、智能化、信息化水平大幅提升，公司清远生产基地目前的产能可达约 2,000 万件/年，为公司经营规模的持续增长提供了有力的产能支撑。

在采购方面，公司的原材料种类未发生重大变化，公司在保持主要供应商相对稳定的同时，不断对原材料及外协供应商进行优化调整。同时，随着公司清远生产基地逐步投产，公司部分注塑、PET 表面镀膜等工序由委外加工逐步转由公司自主生产。

在下游客户方面，一方面公司不断深化与现有客户的合作，加大新项目开发力度和新产品领域合作，报告期发行人同步开发及量产零部件数量稳步提升；另一方面公司持续开拓新的整车厂商客户，报告期公司进入了一汽-大众、上汽乘用车、吉利汽车、北美丰田、北美本田等传统整车厂商的供应商名录。此外，公司还紧跟汽车行业“新四化”、新能源汽车快速增长等行业发展趋势，对众多国内外主流新能源汽车厂商进行了重点开拓，成为了蔚来汽车、小鹏汽车、理想汽车、比亚迪、华人运通、恒大国能、合众新能源、东风新能源、长安新能源、LUCID、RIVIAN 等新能源整车厂商的一级供应商。

这一阶段，基于多年的研发生产经验，公司逐步开始拓展汽车车身装饰件业务。2017 年，公司配套一汽红旗 H5/HS5 车型的一款车身装饰件总成产品成功实现量产，实现了公司产品品类及应用领域的进一步延伸。报告期内，公司的装饰条、车身装饰件总成等车身装饰件产品陆续实现批量供货，为公司带来了新的收入来源，未来有望成为推动公司收入增长的重要因素。

这一阶段，公司的营业收入由 2016 年的 2.57 亿元，稳步增长至 2020 年的 3.96 亿元，年均复合增长率为 11.41%，公司已逐步成长为一家具备全球化供应能力的专业汽车内外饰件制造商，汽车轮毂装饰盖、汽车字标等主要产品在全球市场占据了一定的市场份额。

综上所述，自设立以来，公司始终围绕汽车内外饰件领域进行产品开发和市场拓展，主要产品从汽车轮毂装饰件逐步延伸至汽车标识装饰件、汽车车身装饰件，应用领域从汽车轮毂装饰逐步拓展到汽车车身和汽车内部装饰、标识，产品种类和应用领域不断丰富，客户数量持续增长，产能不断扩大，并根据公司的业务发展情况不断升级公司的生产制造能力，优化公司的原材料采购和外协加工，报告期公司的主营业务未发生重大变化，不影响公司的持续经营能力。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、公司主营业务情况”之“（三）主营业务、主要产品、主要经营模式的演变情况”中修改并披露以下内容：

“.....

2016 年开始，随着国内外整车产销量增速的下滑，公司的收入规模增长速

度开始放缓，公司逐步进入了稳步发展期。这一阶段，公司花都生产基地的产能进一步提升，并新建成了清远生产基地，公司的产品品类及应用领域进一步拓展到汽车车身装饰件，客户数量不断丰富，尤其是紧随新能源汽车行业的快速发展，公司拓展了多家新能源汽车厂商。具体而言：

在生产方面，公司对花都生产基地的生产设备进行了自动化升级改造，通过引入注塑、丝印和冲压等机器人、自动化集中供料系统、自动喷涂装置和自动化包装作业线，在节省大量人力的同时促进了生产效率的提高，提高了生产作业过程的安全性；此外，公司还引入了全自动 CCD 检测设备，进一步提升了公司的产品检测能力，为公司进一步改进生产工艺、提升产品良率提供了有力的技术支持。相关优化生产工艺、改善工作流程和设备升级改造措施的实施，以及提高简单产品外协注塑的比例等方式，使公司花都生产基地的产能进一步提高至约 6,000 万件/年。此外，公司还积极推进环保设备的升级改造，对注塑废气、喷涂废气等污染物采用了更为先进的处理方式，进一步提升了公司对各类污染物的收集、处理或处置能力。

随着销售规模不断扩大，公司的产能瓶颈问题日益突出，为进一步提高产能，并丰富公司的产品结构，公司于 2017 年开始投建清远生产基地，项目全部建设完成后，公司的产能将大幅提升，并将新增全 PVD 格栅、铝板装饰条、保险杠装饰件总成等新产品，为公司增加新的收入增长点。截至本招股说明书签署之日，清远生产基地已完成 1#厂房的建设，购置安装 20 余台注塑机，PVD 喷涂线、三喷一烤喷涂线已完成建设并逐步投入使用，上述两条喷涂生产线可实现生产过程精准感知、关键工序质量实时控制、制造全过程数据控制等功能，使公司的自动化、智能化、信息化水平大幅提升，公司清远生产基地目前的产能可达约 2,000 万件/年，为公司经营规模的持续增长提供了有力的产能支撑。

在采购方面，公司的原材料种类未发生重大变化，公司在保持主要供应商相对稳定的同时，不断对原材料及外协供应商进行优化调整。同时，随着公司清远生产基地逐步投产，公司部分注塑、PET 表面镀膜等工序由委外加工逐步转由公司自主生产。

在下游客户方面，一方面公司不断深化与现有客户的合作，加大新项目开发力度和新产品领域合作，报告期发行人同步开发及量产零部件数量稳步提升；

另一方面公司持续开拓新的整车厂商客户，报告期公司进入了一汽-大众、上汽乘用车、吉利汽车、北美丰田、北美本田等传统整车厂商的供应商名录。此外，公司还紧跟汽车行业“新四化”、新能源汽车快速增长等行业发展趋势，对众多国内外主流新能源汽车厂商进行了重点开拓，成为了蔚来汽车、小鹏汽车、理想汽车、比亚迪、华人运通、恒大国能、合众新能源、东风新能源、长安新能源、LUCID、RIVIAN 等新能源整车厂商的一级供应商。

2016 年度以来，基于多年的研发生产经验，公司逐步开始拓展汽车车身装饰件业务。2017 年，公司配套一汽红旗 H5/HS5 车型的一款车身装饰件总成产品成功实现量产，实现了公司产品品类及应用领域的进一步延伸。报告期内，公司的装饰条、车身装饰件总成等车身装饰件产品陆续实现批量供货，为公司带来了新的收入来源，未来有望成为推动公司收入增长的重要因素。

这一阶段，公司的营业收入由 2016 年的 2.57 亿元，稳步增长至 2020 年的 3.96 亿元，年均复合增长率为 11.41%，公司已逐步成长为一家具备全球化供应能力的专业汽车内外饰件制造商，汽车轮毂装饰盖、汽车字标等主要产品在全球市场占据了一定的市场份额。

自设立以来，公司始终围绕汽车内外饰件领域进行产品开发和市场拓展，主要产品从汽车轮毂装饰件逐步延伸至汽车标识装饰件、汽车车身装饰件，应用领域从汽车轮毂装饰逐步拓展到汽车车身和汽车内部装饰、标识，产品种类和应用领域不断丰富，客户数量持续增长，产能不断扩大，并根据公司的业务发展情况不断升级公司的生产制造能力，优化公司的原材料采购和外协加工，报告期公司的主营业务未发生重大变化，不影响公司的持续经营能力。”

【保荐机构、申报会计师核查情况】

一、核查程序

1、查阅并复核了发行人在研项目预计收入测算表，查阅了发行人与客户项目定点过程中签署的项目询价包；核查了发行人与主要客户的年降政策及执行情况；访谈了发行人研发项目主要执行人员，了解了研发项目执行阶段、执行周期、历史研发项目转化率等情况；**查阅了相关在研项目配套车型的历史销量情况。**

2、取得了发行人出具的说明并对发行人实际控制人进行了访谈，查阅了发

行人报告期的机器设备明细、采购和销售明细表、环评报告和新增产线合同等资料。

二、核查意见

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、发行人在测算在研项目预计实现收入时，综合考虑了相关在研项目所处阶段、研发进度、转化率、预计量产时间、客户提供的年预示需求量数据、客户的历史销量数据、折算比例、年降政策等因素，相关在研项目预计实现收入的**测算过程具有一定的谨慎性及合理性**。上述在研项目预计收入仅为发行人基于在研项目的测算结果，用于分析发行人具备持续经营能力，不构成对发行人的盈利预测，其实现具有不确定性，提请投资者注意投资风险。因此，基于发行人报告期在研项目和量产项目数量稳步提升，且目前仍有多个具有良好市场前景的在研项目储备，发行人具备持续经营能力。

2、自设立以来，公司始终围绕汽车内外饰件领域进行产品开发和市场拓展，主要产品从汽车轮毂装饰件逐步延伸至汽车标识装饰件、汽车车身装饰件，应用领域从汽车轮毂装饰逐步拓展到汽车车身和汽车内部装饰、标识，产品种类和应用领域不断丰富，客户数量持续增长，产能不断扩大，并根据公司的业务发展情况不断升级公司的生产制造能力，优化公司的原材料采购和外协加工，报告期公司的主营业务未发生重大变化，不影响公司的持续经营能力。

6.关于报告期内收入波动

第二轮问询回复显示：

(1)报告期各期，年降产品年降金额占发行人利润总额的比重分别为 1.03%、4.18%、6.05%和 10%，逐年增长。发行人未正面详细分析主要产品年降比例占比逐年提高的原因及合理性。

(2)报告期内发行人独家供货的销售收入占比较低，发行人解释称主要原因系：整车厂商一般拥有多个车型，对各个车型或平台所需的汽车装饰件，其一般都会独立进行招标，并最终选定一家供应商，对该车型或该平台而言该供应商一般为相关产品的独家供应商，但对整车厂商整体而言，其不同车型或不

同平台最终选定的供应商可能不同，部分客户也会引入多家供应商从而分散供货风险，导致整车厂商对某类产品可能存在多家供应商。

(3) 2017 年至 2020 年 1-6 月，发行人对长安福特的轮毂中心盖和大尺寸轮毂装饰盖销售收入分别为 1,362.71 万元、611.31 万元、248.35 万元和 101.71 万元，占该类业务销售收入的比重分别为 5.41%、2.35%、0.87%和 0.98%。2019 年，长安福特为避免单一采购风险而引入了其他供应商，导致公司不再是其独家供应商，但发行人的供货比例仍显著高于其他供应商。

请发行人：

(1) 根据不同客户的具体车型情况进一步区分独家供货和非独家供货分类披露发行人对主要客户主要产品的销售情况及占比，并分析变化情况；分析竞争对手加入对长安福特相关产品销售的影响、供货比例变化情况，报告期内对其主要客户的销售是否存在因竞争对手加入导致独家供货地位丧失的情形，如存在，请进一步提示相关风险。

(2) 披露主要客户各年降价幅度及实际执行情况，分析报告期内年降产品年降金额占发行人利润总额的比重逐年增长的原因及合理性。

(3) 披露主要客户的年降政策变化对发行人经营业绩的影响，相关降价要求是否持续、对发行人未来持续经营能力是否存在不利影响，如存在，请进一步提示相关风险。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、根据不同客户的具体车型情况进一步区分独家供货和非独家供货分类披露发行人对主要客户主要产品的销售情况及占比，并分析变化情况；分析竞争对手加入对长安福特相关产品销售的影响、供货比例变化情况，报告期内对其主要客户的销售是否存在因竞争对手加入导致独家供货地位丧失的情形，如存在，请进一步提示相关风险

(一) 根据不同客户的具体车型情况进一步区分独家供货和非独家供货分类披露发行人对主要客户主要产品的销售情况及占比，并分析变化情况

1、受公司产品特点及整车厂商项目包的管理差异影响，发行人获知主要产品配套主要客户终端车型的情况存在差异

不同的整车厂商客户在项目招标时，对项目包的管理存在一定差异，导致发行人无法完全获知公司主要产品在整车厂商客户具体车型的配套情况。按照整车厂商对项目包管理的方式不同，发行人可获知配套终端车型的情况存在差异，具体而言：

（1）部分整车厂商客户的项目按照具体车型进行项目发包，在此情况下发行人可获取公司汽车零部件产品在终端车型的配套情况。

（2）部分整车厂商客户的项目以汽车平台项目的方式进行项目发包，一个项目包中的零部件配套该平台的多款车型。在此情况下，由于一个平台项目配套多款车型，该平台可能并非相关车型的唯一制造平台，因此，在此情况下发行人无法获取公司产品在各具体车型的配套情况，进而无法知悉公司的相关产品是否是独家供货。

（3）发行人的主要产品为汽车轮毂装饰件和汽车标识装饰件，其主要起品牌标识、装饰作用，对于部分整车厂商客户而言，公司产品在其各车型之间具有一定的通用性，因此，发行人的产品可能存在配套整车厂商客户全系或多个车型的情况，而整车厂商出于其供应商管理政策考虑，可能存在不止发行人一家供应商，导致发行人不是相关整车厂商的唯一供应商。

因此，以下关于发行人主要客户主要产品的销售情况分析系根据发行人可获知的对主要客户具体车型的独家供货和非独家供货情况进行分类，对于部分无法获知独家供货或非独家供货情况的产品，发行人基于谨慎性原则，将相关产品分类至非独家供货。

2、按照独家供货和非独家供货分类，发行人对主要客户主要产品的销售情况及占比

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售情况和主要客户情况”之“（十三）按独家供货和非独家供货分类，发行人对主要客户主要产品的销售情况及占比”中补充披露以下内容：

“（十五）按独家供货和非独家供货分类，发行人对主要客户主要产品的销

售情况及占比

报告期，根据公司产品对主要客户具体车型的配套情况，按照独家供货和非独家供货分类，公司独家供货、非独家供货对应的销售收入及占比情况如下：

单位：万元

业务类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
独家供货	11,127.11	28.26%	9,104.52	24.36%	9,131.82	27.00%
非独家供货	28,241.97	71.74%	28,266.74	75.64%	24,690.75	73.00%
合计	39,369.09	100.00%	37,371.26	100.00%	33,822.57	100.00%

根据具体产品分类，公司对主要客户独家供货、非独家供货对应的销售收入及占比情况如下：

1、轮毂中心盖和大尺寸轮毂装饰盖

轮毂中心盖和大尺寸轮毂装饰盖均属于应用于汽车轮毂的装饰盖，发行人该类产品按车型对独家供货客户与非独家供货客户的销售情况及占比如下表所示：

单位：万元

类型	整车厂商	车型	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
			销售收入	占比	销售收入	占比	销售收入	占比
独家供货	FCA	JEEP 系列	2,703.36	9.84%	3,231.06	11.37%	3,650.57	14.06%
	一汽丰田	全系车型	1,990.96	7.24%	1,863.57	6.56%	1,899.66	7.31%
	广汽丰田	全系车型	1,963.47	7.14%	1,850.16	6.51%	1,719.68	6.62%
	长安福特	全系车型	95.34	0.35%	11.92	0.04%	611.31	2.35%
	广汽乘用车	全系车型	386.97	1.41%	417.55	1.47%	665.67	2.56%
	一汽轿车	阿特兹	125.39	0.46%	153.98	0.54%	184.34	0.71%
	现代起亚	SORENTO、AC3、SONATA	433.78	1.58%	0.81	0.00%	-	0.00%
	一汽-大众	捷达	233.39	0.85%	101.98	0.36%	-	0.00%
	长城汽车	欧拉、长城炮品牌	252.06	0.92%	89.89	0.32%	13.48	0.05%
	小计		8,184.73	29.78%	7,721.10	27.18%	8,744.92	33.67%
非独家供货	福特	全系车型	6,604.46	24.03%	7,766.39	27.34%	8,209.13	31.61%
	通用	雪佛兰、GMC、凯迪拉克	4,393.68	15.98%	4,925.13	17.34%	4,743.45	18.26%
	克莱斯勒	道奇 RAM 系列	3,141.87	11.43%	3,353.44	11.81%	538.73	2.07%

长城汽车	哈弗、风骏品牌	805.95	2.93%	921.38	3.24%	829.82	3.20%
广汽本田	全系车型	1,503.98	5.47%	1,077.74	3.79%	903.71	3.48%
其他	-	2,851.86	10.38%	2,471.82	8.70%	1,791.31	6.90%
小计		19,301.81	70.22%	20,685.60	72.82%	17,226.18	66.33%
合计		27,486.54	100.00%	28,406.70	100.00%	25,971.10	100.00%

注：公司对终端整车厂商 FCA 销售的 JEEP 系列包括欧洲 FCA、克莱斯勒以及广汽菲亚特的 JEEP 系列车型。

总体上，报告期发行人轮毂中心盖和大尺寸轮毂装饰盖产品独家供货对应的销售收入为 8,744.92 万元、7,721.10 万元和 8,184.73 万元，所占比例为 33.67%、27.18%和 29.78%。2019 年度，由于长安福特引入了第二供应商，承接了原由发行人供应长安福特杭州工厂的轮毂中心盖订单，加上非公司独家供货的克莱斯勒道奇 RAM 系列的轮毂装饰盖产品 2019 年度销量大幅上升，导致 2019 年度发行人轮毂中心盖和大尺寸轮毂装饰盖产品的独家供应收入占比小幅下滑。2020 年，随发行人对现代起亚、一汽-大众独家供货的轮毂装饰盖产品逐步批量供货，发行人当期轮毂中心盖和大尺寸轮毂装饰盖产品的独家供应收入占比有所回升。

(1) 全部产品独家供货的客户

报告期，从具体配套车型来看，发行人对终端整车厂商欧洲 FCA、一汽丰田、广汽丰田、广汽乘用车及现代起亚为独家供货，且报告期内未发生变化。其中，发行人独家供应欧洲 FCA 的 JEEP 系列车型，一汽丰田、广汽丰田、广汽乘用车的全系车型，现代起亚的 SORENTO、AC3、SONATA 车型。

(2) 部分产品独家供货的客户

单位：万元

终端厂商	类型	车型	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
			销售收入	占比	销售收入	占比	销售收入	占比
克莱斯勒	独家	JEEP 系列	1,936.67	38.13%	2,413.59	41.85%	2,772.93	83.73%
	非独家	道奇 RAM 系列	3,141.87	61.87%	3,353.44	58.15%	538.73	16.27%
	合计		5,078.55	100.00%	5,767.04	100.00%	3,311.66	100.00%
长安福特	独家	全系车型	95.34	37.64%	11.92	4.80%	611.31	100.00%
	非独家	杭州工厂车型	157.97	62.36%	236.43	95.20%	-	0.00%
	合计		253.31	100.00%	248.35	100.00%	611.31	100.00%
一汽集团	独家	阿特兹	125.39	30.08%	153.98	33.08%	184.34	93.91%

		捷达	233.39	55.99%	101.98	21.91%	-	0.00%
		小计	358.79	86.07%	255.95	55.00%	184.34	93.91%
	非独家	奔腾、红旗品牌	58.07	13.93%	209.46	45.00%	11.95	6.09%
	合计		416.85	100.00%	465.41	100.00%	196.29	100.00%
长城汽车	独家	欧拉品牌、长城炮系列	252.06	23.82%	89.89	8.89%	13.48	1.60%
	非独家	哈弗品牌、风骏系列	805.95	76.18%	921.38	91.11%	829.82	98.40%
	合计		1,058.02	100.00%	1,011.27	100.00%	843.30	100.00%

注：克莱斯勒包括了通过 DAG 和立中集团对克莱斯勒销售的轮毂装饰盖产品；一汽集团包括了配套一汽轿车、一汽股份及一汽-大众相关车型的轮毂装饰盖产品。

① 克莱斯勒：发行人对克莱斯勒销售的产品配套其 JEEP 系列和道奇 RAM 系列车型，其中 JEEP 系列由发行人独家供货，且在报告期内未发生变化；道奇 RAM 系列非发行人独家供货。由于发行人配套道奇 RAM 系列的 DD、DT、HD 等轮毂装饰盖项目陆续于 2017 年、2018 年实现量产，使得对克莱斯勒的独家供货收入比例出现较大幅度下滑。对道奇 RAM 系列车型而言，公司的供货比例及相关销售收入如下：

单位：万元

整车厂商	非独家供货车型	指标	2020 年度	2019 年度	2018 年度
克莱斯勒	道奇 RAM	供货比例	64.95%	67.80%	36.06%
		销售收入	3,141.87	3,353.44	538.73

注：因每辆车一般配套 4 个轮毂装饰盖，故供货比例=轮毂装饰盖产品销量/涉及车型当年累计销量/4

从上表可见，2019 年较 2018 年，公司对道奇 RAM 系列车型的供货比例大幅提升，并随着该系列车型销量的不断增长，公司的销售收入大幅增长。2020 年，受新冠疫情导致克莱斯勒汽车生产及相应对公司产品的领用减少影响，公司配套道奇 RAM 系列车型的轮毂装饰盖项目实现销售收入较 2019 年度小幅下滑。

② 长安福特：2018 年，发行人是长安福特轮毂装饰盖的独家供应商。长安福特在国内主要有重庆、杭州和哈尔滨等三地工厂，2019 年度，长安福特为避免单一采购风险而引入了其他供应商，由其承接了原由发行人供应长安福特杭州工厂的轮毂中心盖产品订单，发行人对长安福特杭州工厂的供货逐步终止。发行人供应长安福特的轮毂装饰盖产品具有通用性，相关产品型号较少，主要

包括 6M21 型号、DP5C 型号等，其中 6M21 型号产品是发行人供应长安福特的主要产品，该产品发行人同时供应其杭州工厂和其他工厂。2019 年，因长安福特杭州工厂引入了 6M21 型号产品的其他供应商，公司不再是长安福特(含其重庆、杭州和哈尔滨三地工厂) 6M21 型号产品的独家供应商，导致公司对长安福特的独家供货收入比例出现了较大幅度下滑。2019 年 10 月起，发行人配套林肯品牌的 DP5C 型号轮毂装饰盖产品开始批量供货，因发行人是长安福特该产品的独家供应商，导致发行人 2020 年对长安福特的独家供货收入比例小幅回升。

报告期，发行人对长安福特轮毂装饰盖的销售收入及整体供货比例如下：

单位：万元

整车厂商	主要车型	指标	2020 年度	2019 年度	2018 年度
长安福特	全系车型	供货比例	62.44%	89.04%	100.48%
		销售收入	253.31	248.35	611.31

注：因每辆车一般配套 4 个轮毂装饰盖，故供货比例=轮毂装饰盖产品销量/涉及车型当年累计销量/4

2018 年至 2020 年，发行人配套长安福特的轮毂装饰盖产品销售收入分别为 611.31 万元、248.35 万元和 253.31 万元，呈下降趋势。2019 年，发行人对长安福特的销售收入下降 59.37%，其主要原因系：一方面长安福特 2019 年度的汽车销量为 18.40 万辆，较 2018 年度的 37.78 万辆大幅下降了 51.30%，是公司对其销售收入下降的主要原因；另一方面，因长安福特杭州工厂引入了其他供应商，公司对其供货比例小幅下降。2020 年，公司对长安福特的供货比例下降至 62.44%，但受 2020 年长安福特的汽车销量回升，以及配套林肯品牌的部分轮毂装饰盖产品开始批量供货等因素影响，发行人 2020 年对其的销售收入较 2019 年略有上升。

③ 一汽集团：报告期，发行人对一汽集团独家供货的车型分别为一汽轿车的阿特兹车型、一汽-大众的捷达品牌，其中阿特兹车型自报告期初即系发行人独家供货的车型，报告期未发生变化。一汽-大众的捷达品牌项目于 2019 年度实现量产。2019 年度，发行人配套红旗 H5、H7 等车型的项目逐步量产，因其非独家供应商，导致发行人对一汽集团的独家供货收入比例出现下滑。除上述 2019 年度以外，发行人对一汽集团的独家供货收入比例均保持较高水平。报告期，发行人对一汽集团非独家供货轮毂装饰盖产品的销售收入为 11.95 万元、209.46

万元和 58.07 万元，金额相对较小。

④ 长城汽车：报告期，发行人对长城汽车独家供货的车型分别为欧拉品牌和长城炮车型，非独家供货的车型包括哈弗品牌和风骏车型。其中配套长城炮车型和欧拉品牌的轮毂装饰盖产品分别于 2018 年和 2019 年实现量产，因此报告期发行人对长城汽车的独家供货收入比例稳步提升。报告期，发行人对长城汽车非独家供货轮毂装饰盖产品的销售收入及供货比例变动分析如下：

单位：万元

整车厂商	非独家供货车型	指标	2020 年度	2019 年度	2018 年度
长城汽车	哈弗品牌、风骏系列	供货比例	72.76%	64.92%	39.65%
		销售收入	805.95	921.38	829.82

注：因每辆车一般配套 4 个轮毂装饰盖，故供货比例=轮毂装饰盖产品销量/涉及车型当年累计销量/4

2019 年以来，凭借较强的竞争优势，发行人对长城汽车的整体供货比例持续提升，导致 2019 年的销售收入有所增长。2020 年，公司对长城汽车销售单价相对较低的配套哈弗品牌车型的轮毂装饰件销售数量大幅增长，导致公司的供货比例有所提升，但受当年销售单价较高的产品销售数量有所减少及发生年降等因素影响，公司的销售收入有所下滑。

(3) 全部产品非独家供货的客户

发行人对福特汽车、通用汽车、广汽本田等整车厂商销售的产品为非独家供货。对于福特汽车、通用汽车等整车厂商，其项目发包通常按照平台项目发包，一个项目包中的零部件配套该平台的多款车型，而该平台也可能非相关车型的唯一制造平台，因此，对于部分项目发行人无法获取相关产品在各具体车型的配套情况，无法获知对具体车型是否独家供货；对于部分项目，发行人能够获知其车型配套情况，但发行人不是相关车型的独家供应商。对于广汽本田等整车厂商，发行人产品配套其全系车型，整车厂商出于其供应商管理政策考虑，存在不止发行人一家供应商，因此发行人对其配套的产品不是独家供货。

对于上述主要客户，公司主要轮毂装饰盖产品的销售收入及供货比例变动分析如下：

单位：万元

整车厂商	主要车型	指标	2020 年度	2019 年度	2018 年度
福特汽车	F 系列	供货比例	34.12%	29.83%	31.88%
	销售收入		6,604.46	7,766.39	8,209.13
通用汽车	雪佛兰	供货比例	57.11%	62.04%	62.77%
	GMC	供货比例	51.12%	57.23%	53.58%
	销售收入		4,393.68	4,925.13	4,743.45
广汽本田	全系车型	供货比例	93.60%	78.37%	63.57%
	销售收入		1,503.98	1,077.74	903.71

注：因每辆车一般配套 4 个轮毂装饰盖，故供货比例=轮毂装饰盖产品销量/涉及车型当年累计销量/4；除上表列示的 F 系列、雪佛兰及 GMC 车型外，发行人还有少量产品配套福特汽车、通用汽车的其他车型，相关销售收入较少。

对于福特汽车 F 系列皮卡车型，以及通用汽车的雪佛兰品牌、GMC 品牌车型，报告期发行人对其的供货比例总体较为稳定，销售收入变动也相对较小，2020 年受新冠疫情影响，发行人对福特汽车、通用汽车的销售收入有所减少。对于广汽本田，报告期，随着发行人持续的市场开拓，发行人配套广汽本田的雅阁、奥德赛等车型的相关项目于 2018 年起逐步量产，导致发行人对广汽本田的销量占其终端车型销量的比例逐年提升，并成为其主要轮毂装饰盖供应商，销售收入也呈现持续增长态势。

2、汽车标识装饰件

公司汽车标识装饰件产品按车型对独家供货客户与非独家供货客户的销售情况及占比如下表所示：

单位：万元

类型	客户名称	车型	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
			销售收入	占比	销售收入	占比	销售收入	占比
独家供货	现代起亚	GRANDEUR、SONATA 等	2,857.28	38.51%	1,383.42	25.71%	386.90	10.09%
	小鹏汽车	P7	85.10	1.15%	-	-	-	-
	小计		2,942.38	39.66%	1,383.42	25.71%	386.90	10.09%
非独家供货	一汽丰田	全系车型	766.72	10.33%	995.51	18.50%	1,043.20	27.21%
	广汽丰田	全系车型	966.17	13.02%	814.68	15.14%	1,015.34	26.48%
	东风本田	全系车型	694.49	9.36%	428.99	7.97%	489.25	12.76%
	一汽集团	全系车型	415.43	5.60%	809.81	15.05%	315.05	8.22%
	广汽本田	全系车型	729.20	9.83%	473.36	8.80%	286.98	7.49%

	其他	-	904.65	12.19%	474.52	8.82%	297.01	7.75%
	小计		4,476.67	60.34%	3,996.87	74.29%	3,446.82	89.91%
	合计		7,419.05	100.00%	5,380.29	100.00%	3,833.73	100.00%

报告期内，发行人汽车标识装饰件中，独家供货产品占该类产品销售收入的比率为 10.9%、25.71%和 39.66%。现代起亚是发行人近年来重点开拓的客户之一，发行人于 2014 年起与现代起亚建立合作。现代起亚系根据车型进行项目发包，且单个项目包的供应商唯一，发行人配套现代起亚的汽车字标和汽车标牌等汽车标识装饰件产品配套其 GRANDEUR、SONATA、SELTOS、PALISADE、SORENTO、SANTRO、K5、GENESIS、AVANTE、VELOSTER、CARNIVAL 等车型，相关产品均系独家供货。报告期以来，随发行人与现代起亚同步开发的多个汽车标识装饰件项目进入量产阶段，发行人对现代起亚的销售收入逐年提升，使得发行人汽车标识装饰件中，独家供货产品占该类产品销售收入的比率逐年上升。

3、轮毂镶件、螺母盖、车身装饰件等其他汽车装饰件产品

报告期内，发行人销售的轮毂镶件、螺母盖、汽车车身装饰件等其他汽车装饰件产品均属于非独家供货。报告期，上述产品的销售收入占当期销售收入的比重平均为 8.92%，占比较小。”

（二）分析竞争对手加入对长安福特相关产品销售的影响、供货比例变化情况，报告期内对其主要客户的销售是否存在因竞争对手加入导致独家供货地位丧失的情形，如存在，请进一步提示相关风险

1、分析竞争对手加入对长安福特相关产品销售的影响、供货比例变化情况

报告期，发行人对长安福特轮毂装饰盖的销售收入、整体供货比例及长安福特的汽车销量情况如下：

单位：万元、万辆

整车厂商	主要车型	指标	2020 年度	2019 年度	2018 年度
长安福特	全系车型	供货比例	62.44%	89.04%	100.48%
		销售收入	253.31	248.35	611.31
		汽车销量	25.33	18.40	37.78

注：因每辆车一般配套 4 个轮毂装饰盖，故供货比例=轮毂装饰盖产品销量/涉及车型当年累计销量/4

2018年至2020年，发行人配套长安福特的轮毂装饰盖产品销售收入分别为611.31万元、248.35万元和253.31万元，2020年和2019年较2018年出现了较大幅度的下滑，主要有两方面原因：1) 长安福特2019年度的汽车销量为18.40万辆，较2018年度的37.78万辆大幅下降了51.30%，是公司当年对其销售收入下降的主要原因；2) 2018年，发行人是长安福特轮毂装饰盖的独家供应商。2019年起，长安福特为避免单一采购风险而引入了其他供应商，由其承接了原由发行人供应长安福特杭州工厂的轮毂中心盖产品订单，发行人对长安福特杭州工厂的供货逐步终止。因此，公司对长安福特的供货比例逐年下滑，并综合导致2019年发行人对其的销售收入下滑59.37%。2020年，长安福特的汽车销量回升，由于发行人仍是长安福特重庆、哈尔滨工厂的独家供应商，且配套林肯品牌的部分轮毂装饰盖产品开始批量供货，导致发行人2020年对其的销售收入较2019年略有上升，但由于发行人已停止对长安福特杭州工厂的供货，因此供货比例较2019年度小幅下滑。

2、报告期内对其主要客户的销售是否存在因竞争对手加入导致独家供货地位丧失的情形，如存在，请进一步提示相关风险

报告期内，除轮毂中心盖和大尺寸轮毂装饰盖业务方面的主要客户长安福特外，发行人不存在因竞争对手加入而导致对主要客户丧失独家供货地位的情况。

从公司近年来参与整车厂商项目投标的情况来看，未发现已具有一定规模的新晋竞争对手，再加上汽车内外饰件行业在客户认证、技术研发、产品生产等方面存在一定进入壁垒，短期内行业出现具有较强市场竞争力和一定业务规模的竞争对手的可能性相对较低。此外，汽车零部件行业发展成熟，整车厂商的管理模式较为成熟稳定，公司主要客户的采购政策也未发生重大变化，有助于公司保持对主要客户供货份额的稳定。因此，短期内竞争对手加入导致发行人对主要客户丧失独家供货地位或供货比例下降，以及对发行人持续经营能力造成重大影响的风险相对较低。

尽管如此，随着全球汽车行业的快速发展，汽车零部件行业的市场竞争不断加剧，如果公司现有竞争对手在技术研发、产品质量、产品成本及定价等方面的竞争力不断增强，或者行业内出现了新的具备较强竞争力的竞争对手，或者公司主要客户出于降低供货风险或其他目的而引入了其他供应商或提高了对其他供

应商产品的采购比例，公司将存在对主要客户丧失独家供货地位或供货比例下降的风险，进而将影响发行人的收入规模和利润水平。

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“一、行业和市场风险”之“（五）竞争对手加入的风险”中补充披露上述相关内容：

“（五）竞争对手加入的风险

经过长期发展，我国汽车内外饰件行业已基本形成了充分竞争、市场化程度较高的市场格局，公司部分竞争对手具备较强的市场竞争力。随着全球汽车行业的快速发展，汽车零部件行业的市场竞争不断加剧，如果公司现有竞争对手在技术研发、产品质量、产品成本及定价等方面的竞争力不断增强，或者行业内出现了新的具备较强竞争力的竞争对手，或者公司主要客户出于降低供货风险或其他目的而引入了其他供应商或提高了对其他供应商产品的采购比例，公司将存在对主要客户丧失独家供货地位或供货比例下降的风险，进而将影响公司的收入规模和利润水平。”

二、披露主要客户各年降价幅度及实际执行情况，分析报告期内年降产品年降金额占发行人利润总额的比重逐年增长的原因及合理性

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售情况和主要客户情况”之“（十）发行人产品年降分析”中修改并补充披露以下内容：

“1、主要客户的年降政策及实际执行情况

公司报告期各期的前五大客户包括 DAG、广州戴得及天津戴卡、中信戴卡、一汽集团、现代起亚、立中集团、长城汽车，上述主要客户年降的相关约定及总体执行情况如下：

序号	公司名称	年降的相关约定及总体执行情况
1	DAG	公司与 DAG 约定，按具体订单所确定的合同货物价格及付款时间，向公司付款。公司通过 DAG 销售给福特汽车、克莱斯勒的产品，在报价时通常约定降价年限和降价比例，年降周期通常为每年一次，实际执行时，公司与 DAG 结合当年销售产品数量情况协商确定年降金额和产品。
2	广州戴得	广州戴得为整车厂商的一级供应商，其年降要求一般不在报价中体现，由双方每年结合整车厂商的年降要求进行协商，降价年限不定，周期通常为每年一次，即通常每年进行协商，但并非每年都实际发生年降，经协商发生年降时，年降产品和幅度由双方协商确定，年降幅度一般为 3%-8%。
3	天津戴卡	天津戴卡为整车厂商的一级供应商，其年降要求一般不在报价中体现，由双方每年结合整车厂商的年降要求进行协商，降价年限不定，周期通常为每年一次，即通常每年进行协商，但并非每年都实际发生年降，经协商发生年降时，年降产品由双方协商确定，年降幅度一般为 1%-8%。

4	中信戴卡	公司向中信戴卡销售的产品主要配套通用汽车和克莱斯勒的轮毂铸件, 相关价格协议中约定了年降政策及汇率波动调整机制, 实际执行时主要根据汇率调整产品价格。
5	一汽集团	公司与一汽集团约定: 公司填写零部件报价单, 并向客户提供构成价格的详细资料, 经客户核算后由双方共同确定并签订零部件价格协议; 在合同履行过程中, 若原材料价格、物流费用、汇率等发生变化, 任何一方要求更改价格; 此种情况下, 价格可由双方协商决定。公司报价时会提出降价年限和降价比例, 每年在与客户协商一致后签订价格协议, 约定销售价格。一般而言, 公司与该客户每年就年降产品及幅度进行协商, 即年降周期为每年一次, 年降幅度一般按 3%-6% 执行。
6	现代起亚	公司销售给现代起亚的产品, 其价格经双方协商确定和调整, 公司在报价时会提出降价年限和降价比例, 后续按照约定进行年降。报告期内, 公司对现代起亚的销售自 2019 年开始放量, 2020 年下半年开始按 3% 执行年降。
7	立中集团	公司与立中集团的销售合同中约定了产品价格, 各期对其销售的产品因配套终端车型的销量变化而存在较大波动, 故未约定年降条款, 报告期未发生年降。
8	长城汽车	公司与长城汽车约定: 供应部件的价格由双方协商确定, 该价格应于每年 12 月底之前重新谈定; 但是, 经济状况、法律法规发生大幅度变更、变动, 或供应部件的设计、规格和/或技术规格发生变更或改进时, 供应部件的价格和交易条件可以经双方协商改订。公司在报价时一般会提出降价年限和降价比例, 实际执行时, 双方会就年降产品及幅度再进行协商, 降价周期一般为每年一次 (其中 2018 年和 2020 年为半年降一次), 年降幅度一般按 5%-13% 执行。

报告期内, 公司发生年降的客户主要包括各期前五大客户中的 DAG、广州戴得、天津戴卡、长城汽车、一汽集团、现代起亚, 以及其他客户重庆长安、上汽通用等, 其中 DAG、广州戴得、天津戴卡、长城汽车、一汽集团系报告期主要的年降客户, 其年降金额占公司报告期年降总额的比重达 92.80%, 该等主要年降客户年降的具体执行情况如下:

序号	公司名称	年降的具体执行情况
1	DAG	2018 年度、2019 年度配套克莱斯勒 JEEP 和 RAM 车型的轮毂中心盖和大尺寸轮毂装饰盖经协商发生年降。2020 年配套福特汽车 F 系列车型的多款大尺寸轮毂装饰盖按 1% 执行年降。
2	广州戴得	2018 年度配套广汽丰田、广汽乘用车、广汽本田等品牌 40 余款轮毂中心盖、汽车字标等产品按 2%-4% 执行了年降; 2019 年度配套广汽丰田、广汽乘用车、广汽本田等品牌的 70 余款轮毂中心盖、汽车字标等产品按 3%-7% 执行了年降; 2020 年度配套广汽丰田、广汽乘用车、广汽本田等品牌的 80 余款轮毂中心盖、汽车字标等产品按 3%-8% 执行了年降。
3	天津戴卡	2018 年度经协商未发生年降; 2019 年度配套一汽丰田的 30 余款轮毂中心盖、汽车字标等产品按 2.5% 执行了年降; 2020 年度配套一汽丰田的 20 余款轮毂中心盖、汽车字标等产品按 3% 执行了年降。
4	长城汽车	2018 年度配套哈弗等车型的多款轮毂中心盖等产品按 8%-15% 执行了年降; 2019 年度配套哈弗等车型 10 余款轮毂中心盖、大尺寸轮毂装饰盖等产品按 0%-3% 执行了年降; 2020 年度配套哈弗等车型的 10 余款轮毂中心盖、大尺寸轮毂装饰盖等产品按 5%-10% 执行了年降。
5	一汽集团	2018 年配套奔腾 B30 等车型的 6 款汽车标牌、轮毂中心盖等产品按 2% 执行年降, 1 款产品按 16% 执行了年降; 2019 年配套红旗 H5、奔腾 B30 等车型的 10 余款汽车标牌、轮毂中心盖等产品按 3%-7% 执行了年降; 2020 年度配套红旗 H5、奔腾 T99 等车型的 20 款轮毂中心盖、汽车车身装饰件等产品按 5% 执行了年降。

报告期内, 公司年降客户的年降金额及幅度情况具体如下:

单位: 万元

客户	整车厂商	2020 年度		2019 年度		2018 年度		合计 年降金额
		年降 金额	年降金 额占比	年降金 额	年降金 额占比	年降 金额	年降金 额占比	
DAG	克莱斯勒	-	-	155.23	2.62%	86.48	2.55%	241.71
	福特汽车	32.57	0.49%	-	-	-	-	32.57
	小计	32.57	-	155.23	-	86.48	-	274.28
广州戴得	广汽丰田	81.79	2.69%	35.37	1.31%	47.47	1.71%	164.63
	广汽本田	78.04	3.34%	51.48	3.21%	18.37	1.52%	147.89
	东风本田	33.34	2.83%	19.95	1.85%	19.94	2.24%	73.23
	广汽乘用车	30.84	6.93%	12.78	2.97%	26.82	3.87%	70.44
	广汽菲亚特	3.12	4.52%	-	-	0.52	0.32%	3.64
	东风日产	-	-	6.12	1.33%	3.71	0.86%	9.83
	小计	227.13	-	125.71	-	116.83	-	469.67
天津戴卡	一汽丰田	-	-	62.15	2.13%	-	-	62.15
	重庆庆铃	-	-	0.39	2.44%	-	-	0.39
	小计	-	-	62.53	-	-	-	62.53
长城汽车	长城汽车	70.99	6.18%	13.97	1.34%	69.49	8.38%	154.45
一汽集团	一汽奔腾	14.24	2.67%	10.21	1.97%	25.41	4.77%	49.86
	一汽红旗	0.12	0.01%	25.53	1.58%	-	-	25.65
	小计	14.36	-	35.74	-	25.41	-	75.51
其他客户	-	62.53	1.36%	6.70	2.21%	11.14	2.23%	80.37
合计		407.59	-	399.89	-	309.35	-	1,116.83

注：年降金额包括两种情形，发生年降产品的年降金额=（上年平均单价-本年平均单价）*本年销量，或者双方协商年降金额；年降金额占比=年降金额/（销售收入+年降金额）；上表对天津戴卡的销售收入指通过相关贸易商行对天津戴卡的销售收入。其他客户包括重庆长安、上汽通用、现代起亚等，其年降金额较小。

注：2020 年上半年，公司与天津戴卡协商确定部分产品按年降幅度 3%的价格进行结算；2020 年下半年，经双方再次协商，确定 2020 年继续执行上一年度的价格，即 2020 年全年未发生年降。

从上表可见，报告期内，除 2018 年长城汽车经协商年降比例较大外，公司主要年降客户的年降比例较为稳定，年降金额占当期销售收入的比重均相对较低。

2、报告期内年降产品年降金额占发行人利润总额的比重逐年增长的原因及合理性

报告期内，发行人年降产品年降金额及对发行人经营业绩的具体影响如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	合计
年降金额	407.59	399.89	309.35	1,116.83
年降客户销售收入	32,252.91	32,185.43	25,441.35	89,879.69
年降占年降客户收入的比重	1.26%	1.23%	1.20%	1.24%
公司营业收入	39,646.85	37,563.37	34,008.32	111,218.54
年降占营业收入的比重	1.03%	1.06%	0.91%	1.00%
公司营业毛利	14,792.08	14,588.56	12,984.34	42,364.98
年降占营业毛利的比重	2.76%	2.74%	2.38%	2.64%
公司利润总额	5,656.87	6,614.77	7,401.31	19,672.95
年降占利润总额的比重	7.21%	6.05%	4.18%	5.68%

报告期各期，公司年降产品年降金额分别为 309.35 万元、399.89 万元和 407.59 万元，占当期发生年降情形的客户销售收入的比例分别为 1.20%、1.23% 和 1.26%，占当期营业收入的比例分别为 0.91%、1.06%和 1.03%，占当期营业毛利的比例分别为 2.38%、2.74%和 2.76%，占当期利润总额的比例分别为 4.18%、6.05%和 7.21%。公司报告期各期年降金额变动及其占利润总额的比例逐年增长的原因分析如下：

2019 年，公司年降金额较 2018 年度上升 90.54 万元，主要系对 DAG、天津戴卡的年降金额大幅增长，而对长城汽车的年降大幅下降所致，具体而言：(1) 2019 年，公司向 DAG 销售的配套克莱斯勒的大尺寸轮毂装饰盖销售收入快速增长，从 2018 年的 174.57 万元增加到 2019 年的 2,699.32 万元，导致公司当年与 DAG 协商确定的年降金额较 2018 年大幅增长 68.76 万元，增幅达 79.51%。(2) 2019 年，公司销售给广州戴得配套广汽丰田、广汽乘用车、广汽本田等品牌的 70 余款轮毂中心盖、汽车字标产品持续发生年降，导致 2019 年公司对广州戴得的年降金额增至 125.71 万元，较 2018 年略有上升。(3) 2019 年，经公司与天津戴卡协商，公司销售给天津戴卡配套一汽丰田等整车厂商的多款轮毂中心盖产品发生年降，年降金额合计 62.53 万元。(4) 2019 年，经公司与长城汽车协商，配套哈弗等车型的多款轮毂中心盖、大尺寸轮毂装饰盖等产品的价格下降约 0-3%，年降金额由 2018 年的 69.49 万元下降至 2019 年的 13.97 万元。上述因素综合导致公司 2019 年年降金额较 2018 年上升 90.54 万元，增幅达 29.27%，但由于公司的利润总额下滑 10.63%，导致年降金额占当期利润总额的比重由 4.18%提高至 6.05%。对于发生年降的客户而言，公司 2019 年的年降金额占年降

客户销售收入总额的比例由 2018 年的 1.20%略微增长至 1.23%，增幅较小，年降金额占公司营业收入的比重由 2018 年的 0.91%增长至 1.06%，增幅也相对较小。

2020 年，公司年降金额为 407.59 万元，与 2019 年基本持平，公司当期主要客户的年降金额变动情况分析如下：（1）公司每年与 DAG 结合当年销售产品数量情况协商确定年降金额和产品，2020 年经协商配套福特汽车 F 系列车型的多款大尺寸轮毂装饰盖按 1%执行年降 32.57 万元，而 2019 年年降金额为 155.23 万元。（2）2020 年，公司与广州戴得就配套广汽丰田、广汽乘用车、广汽本田等品牌的 80 余款轮毂中心盖、汽车字标等产品重新协商确定价格，降价幅度约为 3%-8%，相关年降金额合计 227.13 万元，较 2019 年度增长 101.42 万元，占对其销售收入的比重大幅提高；（3）2020 年，重庆长安、上汽通用、现代起亚等客户配套长安福特、长安马自达、上汽通用 GL6、昂科旗、现代起亚 SELTOS、SONATA 等多款车型的轮毂中心盖、汽车字标及汽车标牌等产品发生年降，年降金额合计 62.53 万元；（4）2020 年，经公司与天津戴卡协商，全年未发生年降。2020 年，受年初新冠疫情及美元汇率波动等因素影响，公司经营业绩出现一定程度的下滑，利润总额较 2019 年度下降 14.48%，导致公司年降金额占当期利润总额的比例由 2019 年的 6.05%增长至 7.21%，增长了 1.16 个百分点。

总体而言，公司与主要客户中的部分客户约定了年降事宜，但具体降价政策的执行情况，包括是否执行年降以及年降的产品和幅度通常由公司与客户每年协商确定，报告期内，除 2018 年长城汽车个别产品年降比例较大外，公司主要客户的年降比例较为稳定，年降金额占当期销售收入的比重均相对较低。2018 年至 2020 年，公司的年降金额占营业收入的比重较为稳定，但受公司利润总额下滑影响，公司年降金额占利润总额的比重逐年提高，具有合理性。”

三、披露主要客户的年降政策变化对发行人经营业绩的影响，相关降价要求是否持续、对发行人未来持续经营能力是否存在不利影响，如存在，请进一步提示相关风险

（一）主要客户的年降政策变化对发行人经营业绩的影响

报告期，发行人主要客户的年降情况及年降金额变化对发行人经营业绩的影

响请见本问题回复之“二、披露主要客户各年降价幅度及实际执行情况，分析报告期内年降产品年降金额占发行人利润总额的比重逐年增长的原因及合理性”。

同时，发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售情况和主要客户情况”之“（十）发行人产品年降分析”之“3、报告期主要客户的年降政策变化对发行人经营业绩的影响”中补充披露以下内容：

“3、报告期主要客户的年降政策变化对发行人经营业绩的影响

（1）主要客户的年降政策对发行人经营业绩的影响

报告期，发行人主要年降客户的年降对公司主营业务收入和主营业务毛利率的影响程度具体如下：

单位：万元

年度	序号	客户名称	年降金额	年降对主营业务收入的影响程度	年降对主营业务毛利率的影响程度
2020 年度	1	广州戴得	227.13	-0.57%	-0.36%
	2	长城汽车	70.99	-0.18%	-0.11%
	3	DAG	32.57	-0.08%	-0.05%
	4	上汽通用	30.19	-0.08%	-0.05%
	5	其他客户	62.53	-0.16%	-0.10%
	合计		407.59	-1.02%	-0.65%
2019 年度	1	DAG	155.23	-0.41%	-0.25%
	2	广州戴得	125.71	-0.34%	-0.21%
	3	天津戴卡	62.53	-0.17%	-0.10%
	4	一汽集团	35.74	-0.10%	-0.06%
	5	长城汽车	13.97	-0.04%	-0.02%
	6	其他客户	6.70	-0.02%	-0.01%
	合计		399.89	-1.06%	-0.65%
2018 年度	1	广州戴得	116.83	-0.34%	-0.21%
	2	DAG	86.48	-0.26%	-0.16%
	3	长城汽车	69.49	-0.21%	-0.13%
	4	一汽集团	25.41	-0.08%	-0.05%
	5	其他客户	11.14	-0.03%	-0.02%
	合计		309.35	-0.91%	-0.56%

注：1、年降对主营业务收入的影响程度=（主营业务收入/（主营业务收入+年降金额）-1）*100%；2、年降对主营业务毛利率的影响程度=主营业务毛利率-年降前主营业务毛利率。

从上表可见，报告期，发行人发生年降的客户年降金额对主营业务收入的影响程度分别为-0.91%、-1.06%和-1.02%，年降对主营业务毛利率的影响程度分别为-0.56%、-0.65%和-0.65%。

从报告期整体来看，年降金额占发行人报告期营业收入的比重为 1.00%，占营业毛利的比重为 2.63%，对发行人整体影响较小。关于上述主要客户的年降金额变化及对发行人经营业绩的影响见“2、报告期内年降产品年降金额占发行人利润总额的比重逐年增长的原因及合理性”。

（2）主要客户年降政策的敏感性分析

① 报告期发生年降的客户的敏感性分析

对报告期发生年降的客户进行敏感性分析，报告期上述客户的旧产品中仅部分产品发生年降，假定上述客户的所有旧产品都存在年降，在年降政策为年降 1%、2%及 3%的情况下，对公司主营业务综合毛利率的敏感性分析如下表所示：

项目		2020 年度	2019 年度	2018 年度
年降 3%	毛利率变动	-1.47%	-1.53%	-1.38%
	毛利率变动幅度	-3.98%	-3.98%	-3.66%
年降 2%	毛利率变动	-0.97%	-1.01%	-0.92%
	毛利率变动幅度	-2.63%	-2.63%	-2.42%
年降 1%	毛利率变动	-0.48%	-0.50%	-0.45%
	毛利率变动幅度	-1.31%	-1.30%	-1.20%

注：主营业务毛利率=（主营业务收入-主营业务成本）/主营业务收入*100%；毛利率变动=（主营业务收入-旧产品年降比例对应金额）/主营业务收入*100%-主营业务毛利率；毛利率变动幅度=毛利率变动/主营业务毛利率。

从上表可见，报告期公司发生年降的客户旧产品销售价格年降 1%会使主营业务毛利率分别降低 0.45%、0.50%和 0.48%，下降幅度分别为 1.20%、1.30%和 1.31%，主营业务毛利率对于年降价格的敏感系数分别为 1.20、1.30 和 1.31。

② 报告期各期前五大客户年降的敏感性分析

报告期，公司各期前五大客户中的部分客户未发生年降，且发生年降的客户仅部分旧产品发生年降，假设报告期各期前五大客户的所有旧产品都存在年降，在年降政策分别为年降 1%、2%及 3%的情况下，对公司主营业务综合毛利率的敏感性分析如下表所示：

项目		2020 年度	2019 年度	2018 年度
年降 3%	毛利率变动	-1.45%	-1.53%	-1.49%
	毛利率变动幅度	-3.94%	-3.97%	-3.95%
年降 2%	毛利率变动	-0.96%	-1.01%	-0.99%
	毛利率变动幅度	-2.61%	-2.63%	-2.61%
年降 1%	毛利率变动	-0.48%	-0.50%	-0.49%
	毛利率变动幅度	-1.29%	-1.30%	-1.29%

注：主营业务毛利率=（主营业务收入-主营业务成本）/主营业务收入*100%；毛利率变动=（主营业务收入-旧产品年降比例对应金额）/主营业务收入*100%-主营业务毛利率；毛利率变动幅度=毛利率变动/主营业务毛利率。

从上表可见，报告期各期前五大客户旧产品销售价格年降 1%会使主营业务毛利率分别降低 0.49%、0.50%和 0.48%，下降幅度分别为 1.29%、1.30%和 1.29%，主营业务毛利率对于年降价格的敏感系数分别为 1.29、1.30 和 1.29。

综上，报告期，主要客户的年降政策及其变化对公司经营业绩的影响相对较小。”

（二）相关降价要求是否持续、对发行人未来持续经营能力是否存在不利影响

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售情况和主要客户情况”之“（十）发行人产品年降分析”之“4、相关降价要求的持续性以及对发行人未来持续经营能力的影响”中补充披露以下内容：

“4、相关降价要求的持续性以及对发行人未来持续经营能力的影响

（1）客户降价要求的持续性

公司存在年降政策的客户中，对于国内整车厂商，公司与客户在报价和签订合同时，客户一般会要求约定降价年限和降价比例，降价年限一般是 3-5 年，幅度为 3%-5%左右，实际执行时，双方还可能就年降涉及的产品及幅度再进行协商；对于国外整车厂商，公司与客户在报价和签订合同时，部分客户会要求约定降价年限和降价比例，实际执行时，双方也可能结合销售产品数量协商确定年降金额和产品，或根据约定进行年降；对于一级供应商，年降要求一般不在报价中体现，由双方每年结合整车厂商的年降要求进行协商，公司与一级供应商降价年限不定，且并非每年都发生年降，发生年降时其降价幅度一般为 1%-8%。

因此，总体来看，对于具体产品而言，在降价年限内，主要客户的降价政策总体具有持续性，但具体降价政策的执行情况，包括是否执行年降以及年降的产品和幅度通常由公司与客户每年协商确定，在 3-5 年左右的降价年限后，相关产品的年降政策一般不再执行。

（2）年降对发行人未来持续经营能力的影响

① 报告期主要客户的年降政策对发行人经营业绩的影响较小

报告期各期，公司主要客户年降金额分别为 309.35 万元、399.89 万元及 407.59 万元，占当期发生年降客户销售收入总额的比例分别为 1.20%、1.23%及 1.26%，占公司当期营业收入的比例分别为 0.91%、1.06%及 1.03%，占公司当期营业毛利的比例分别为 2.38%、2.74%及 2.76%，占比较小。从上述情况可见，报告期年降政策对发行人经营业绩的影响较小。

关于报告期年降对公司主营业务综合毛利率的敏感性分析见“3、报告期主要客户的年降政策变化对发行人经营业绩的影响”，从相关分析可见，公司主营业务毛利率对于年降价格的敏感系数较小。

② 年降政策的执行情况通常由公司与客户每年协商确定，在一定期限后具体产品的年降政策一般不再执行，公司旧产品不存在毛利率持续下滑的情况

报告期内，公司仅部分旧产品发生年降，且并非所有旧产品均发生年降。在毛利率方面，公司新产品的销售毛利率通常较高，由于年降政策会对相关产品的价格产生一定不利影响，其毛利率通常呈下降趋势。从报告期公司新产品与旧产品的毛利率变动情况来看，公司旧产品不存在毛利率持续下滑的情况。报告期，公司新产品及旧产品的毛利率情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
新产品	40.00%	25.65%	48.05%
旧产品	36.21%	39.48%	35.95%

注：上表中新产品指当年实现量产销售的产品；旧产品指以前年度实现量产销售的产品。

从上表可见，报告期，公司的旧产品毛利率存在一定波动，2019 年度公司旧产品的毛利率较 2018 年度有所增加，主要系 2018 年度实现量产销售的配套克莱斯勒的轮毂中心盖和大尺寸轮毂装饰盖在 2019 年度的销售收入增长较大，

且其毛利率较高所致。2020 年，受年初新冠疫情影响，国内外整车厂商出现停工停产现象，导致公司产能利用率下降，同时公司清远生产基地投入使用，厂房及机器设备折旧增加，导致公司相关产品毛利率有所下降。2019 年度，公司新产品毛利率下降，主要原因系当期新产品销售收入中汽车字标产品占比较高，而该类产品的整体销售毛利率较低。

汽车零部件行业普遍存在年降政策，对于具体产品而言，在降价年限内，主要客户的降价政策总体具有持续性，但具体降价政策的执行情况，包括是否执行年降以及年降的产品和幅度通常由公司与客户每年协商确定，在 3-5 年降价年限后，相关产品的年降政策一般不再继续执行，因此不会因为年降而导致公司具体产品的毛利率和收入持续下滑。

③ 公司积极加强新客户、新项目、新产品领域的拓展，有助于降低旧产品年降对公司经营业绩的影响

自 2004 年成立以来，发行人一直深耕汽车内外饰件领域，并已成长为一家具备全球化供应能力的专业汽车内外饰件制造商。公司在研发实力、产品质量、供货能力和售后响应等方面具备较强的市场竞争力，为公司开拓新客户、开发新项目、开拓新产品领域奠定了较为坚实的基础，这将对公司的经营业绩产生积极影响，并降低年降对公司经营业绩及持续经营能力的影响。

首先，在新客户开拓方面，发行人已具备较强的自主开拓客户的能力且开拓效果良好。报告期以来，公司已自主开拓了蔚来汽车、小鹏汽车、理想汽车、比亚迪、吉利汽车、华人运通、上汽乘用车、恒大国能、合众新能源、东风新能源、长安新能源、上汽大众等众多整车厂商客户，对其销售收入稳步提升，新客户贡献的销售收入不断增加有助于降低老客户产品年降的影响。

其次，在新项目开发方面，随着发行人与下游整车厂商客户的合作不断深入，同步开发及量产零部件数量从 2018 年度的 197 个和 150 个增长到 2020 年度的 204 个和 240 个，有力支撑了公司营业收入的稳步提升。在公司 2020 年的营业收入中，2018 年至 2020 年各期进入量产阶段的项目带来的销售收入占公司营业收入的比例分别为 19.16%、19.58%和 9.65%，累计达到 48.39%。随着同步开发项目陆续进入量产阶段，其将为公司带来新的收入贡献。由于年降通常仅针

对旧产品，良好的产品梯队和持续的新项目收入将降低旧产品年降对公司经营业绩的影响。

再次，在新产品领域拓展方面，目前公司已在全球汽车轮毂装饰件及汽车标识装饰件领域建立了较高的行业地位，以此为基础，公司不断加强新产品领域的拓展，并逐步新增了车身装饰条、车身装饰件总成、格栅等汽车车身装饰件产品，2018 年度公司汽车车身装饰件销售收入仅为 386.05 万元，占当期营业收入的比例为 1.14%，而到 2020 年其销售收入已大幅增长至 1,941.50 万元，占当期营业收入的比例提高至 4.90%。公司清远生产基地已新增了格栅、装饰条等新产品的产能，将为相关产品的放量提供充足的产能保障。新产品领域的不断拓展和收入贡献的不断增长将进一步降低原有旧产品年降对公司经营业绩的影响。

综上所述，报告期，年降政策对公司经营业绩的影响较小，公司主营业务毛利率对于年降价格的敏感系数较小，是否执行年降以及年降的产品和幅度通常由公司与客户每年协商确定，而在一定期限后具体产品的年降政策一般不再执行，再加上公司具有较强的技术研发实力和客户拓展能力，并积极加强新客户、新项目、新产品领域的拓展，有助于降低旧产品年降对公司经营业绩的影响，因此年降政策不会对公司经营业绩及持续经营能力造成重大不利影响。”

（三）年降政策的相关风险提示

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“二、经营和管理风险”之“（十一）产品价格年降风险”中修改并补充披露了年降政策相关风险提示，并在“重大事项提示”之“（七）产品价格年降风险”进行重大事项提示，具体内容如下：

“公司产品为汽车装饰件，主要根据产品成本加成法向客户报价并协商确定产品价格。汽车行业普遍存在供应商产品价格年降惯例，新产品量产后通常会存在一定年限的价格年降，具体年降政策以及是否执行年降、年降的产品和幅度等具体执行情况由公司与客户协商确定，在 3-5 年左右的降价期限后具体产品的年降政策一般不再执行。报告期各期，公司主要客户年降金额分别为 309.35 万元、399.89 万元及 407.59 万元，年降金额占累计营业收入的比重为 1.00%，占累计营业毛利的比重为 2.64%，占累计利润总额的比重为 5.68%，对公司的经营业绩

影响相对较小。年降政策影响公司产品的销售价格和毛利率水平,在执行年降时,公司产品的销售价格和毛利率水平会因此而下降。如果未来年降涉及的客户、产品、降价幅度或期限增加,公司成本控制水平未能同步提高,或者新客户开拓、新项目开发及量产、新产品领域拓展不及预期,或者新产品的订单量不及预期,公司经营业绩可能因年降政策而存在下降风险。”

【保荐机构、申报会计师核查情况】

一、核查程序

1、访谈了发行人董事长,取得了发行人报告期对于汽车轮毂装饰盖的内外销数量及收入数据;

2、查阅了 Marklines 全球汽车信息平台关于相关终端整车厂商客户的销售数据,取得并分析了发行人对独家供货客户与非独家供货客户的销售情况及占比;

3、访谈了发行人董事长,了解终端整车厂商客户的供应商管理策略及其对发行人供货地位的相关影响;

4、访谈了发行人高级管理人员,了解公司与客户约定的年降情况及内部控制流程,分析公司年降政策是否符合行业惯例;检查与主要客户之间的年降协议及相关文件;复核年降协议是否已按照约定执行,对应确认收入的单价是否已按照年降价格执行;就主要客户年降政策对发行人毛利率的影响进行敏感性分析,测算其对发行人经营业绩的影响程度;

5、访谈了销售部门、财务部门相关人员,了解公司销售与收入循环相关的内部控制制度并执行穿行测试和控制测试,评价销售年降相关的内部控制设计是否合理,执行是否有效;

6、实地走访主要销售客户,了解相关合作背景、业务开展模式、合同主要条款等,分析相关年降政策是否符合合作模式及行业惯例,验证其真实性及合理性。

二、核查意见

经核查,保荐机构和申报会计师认为:

1、报告期,发行人对主要客户独家供货的产品系汽车轮毂装饰盖和汽车标

识装饰件产品，发行人主要独家供货客户包括 FCA、一汽丰田、广汽丰田、长安福特、广汽乘用车、一汽轿车、现代起亚、一汽-大众、长城汽车、小鹏汽车等。2019 年因长安福特引入第二供应商，加上非独家供货的克莱斯勒道奇 RAM 系列的轮毂装饰盖产品 2019 年度销量大幅上升，导致发行人 2019 年度独家供应收入占比小幅下滑；2020 年度，随发行人对现代起亚独家供货的轮毂装饰盖产品、标识装饰件产品和一汽-大众独家供货的轮毂装饰盖产品逐步批量供货，发行人 2020 年度独家供应收入占比小幅上升。报告期，除长安福特外，发行人对主要整车厂商相关车型的独家供货情况未发生变化，不存在因竞争对手加入导致对主要客户丧失独家供货地位的情况。如竞争对手加入导致发行人对主要客户丧失独家供货地位或供货比例下降，将对公司经营业绩造成一定不利影响，发行人已在招股说明书中补充披露了上述风险。

2、公司与主要客户中的部分客户约定了年降事宜，但具体降价政策的执行情况，包括是否执行年降以及年降的产品和幅度通常由公司与客户每年协商确定，报告期内，除 2018 年长城汽车经协商年降比例较大外，公司主要客户的年降比例较为稳定，年降金额占当期销售收入的比重均相对较低。2018 年至 2020 年，公司的年降金额占营业收入的比重较为稳定，但受公司利润总额下滑影响，公司年降金额占利润总额的比重逐年提高，具有合理性。

3、报告期，主要客户的年降政策及其变化对公司经营业绩的影响相对较小。对于具体产品而言，在降价年限内，主要客户的降价政策总体具有持续性，但具体降价政策的执行情况，包括是否执行年降以及年降的产品和幅度通常由公司与客户每年协商确定，在 3-5 年左右的降价年限后，相关产品的年降政策一般不再持续。报告期，主要客户的年降政策对公司经营业绩的影响相对较小，年降政策不会对公司经营业绩及持续经营能力造成重大不利影响。发行人已对产品价格年降政策相关的风险进行了风险提示和重大事项提示。

7.关于单位成本构成

第二轮问询回复显示，报告期内，汽车轮毂装饰件中的轮毂镶件单位成本分别为 2.10 元/件、2 元/件、1.12 元/件和 1.69 元/件；轮毂中心盖 2018 年单位成本为 2.30 元/件，相比 2017 年的 2.01 元/件增长明显；大尺寸轮毂装饰盖单位成

本分别为 10.97 元/件、11.14 元/件、10.85 元/件和 10.66 元/件。发行人仅定性解释相关产品单位成本变化的原因，未予以定量分析。

请发行人结合产品结构和客户结构的变化、各型号产品尺寸占比及对应单位成本情况，进一步细化并定量分析轮毂镶件、轮毂中心盖报告期内单位成本波动较大的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、报告期内轮毂镶件单位成本波动较大的原因及合理性

（一）轮毂镶件的平均单位成本波动情况

2017 年至 2020 年，公司轮毂镶件产品单位成本构成及变动情况如下：

单位：元/件

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	单位成本	占比	单位成本	占比	单位成本	占比	单位成本	占比
直接材料	2.95	54.58%	2.46	58.79%	3.67	54.07%	3.16	50.90%
直接人工	0.47	8.73%	0.61	14.49%	1.12	16.54%	0.95	15.27%
制造费用	1.98	36.69%	1.12	26.72%	2.00	29.39%	2.10	33.84%
合计	5.40	100.00%	4.18	100.00%	6.79	100.00%	6.21	100.00%

2018 年，公司轮毂镶件的单位成本为 6.79 元/件，相比 2017 年的 6.21 元/件，增幅为 9.45%。2018 年，轮毂镶件的单位直接材料为 3.67 元/件，较 2017 年的 3.16 元/件，增长 0.51 元/件，主要受主要原材料塑胶材料采购成本提高影响。在直接人工方面，2018 年其单位直接人工为 1.12 元/件，较 2017 年的 0.95 元/件，增长 0.17 元/件，主要是由于 2018 年公司完善了薪酬结构，生产人员的工资薪酬增加，人工成本相应增加。

2019 年公司轮毂镶件的单位成本为 4.18 元/件，较 2018 年大幅下降为 38.46%。其中轮毂镶件的单位直接材料为 2.46 元/件，降幅 33.10%，单位直接人工为 0.61 元/件，降幅 46.08%，单位制造费用为 1.12 元/件，降幅 44.06%，单位直接材料、直接人工、制造费用均有较大幅度的下降，与客户结构、产品结构的变化相关。

2020 年，公司轮毂镶件的单位成本为 5.40 元/件，相比 2019 年的 4.18 元/

件，增长 1.22 元/件，增幅为 29.29%。轮毂镶件 2020 年单位制造费用为 1.98 元/件，较 2019 年的 1.12 元/件，增长 0.87 元/件，主要原因系 2020 年清远生产基地投入使用，使得在清远生产的单位产品分摊的固定资产折旧摊销增加，同时公司 2020 年轮毂镶件主要产品的注塑和涂装工序阶段性采用外协加工，制造费用占比明显提高，上述原因导致 2020 年单位制造费用上升。

（二）客户结构及各客户的产品结构变化对轮毂镶件对应单位成本的影响

2017 年至 2020 年，公司轮毂镶件产品的单位成本波动主要受到客户结构和各客户的产品的影响，公司轮毂镶件的主要客户情况如下表所示：

单位：万元、元/件

项目	2020 年度		2019 年度	
	收入	收入占比	收入	收入占比
轮毂镶件	1,573.76	100.00%	1,320.90	100.00%
其中：中信戴卡	1,363.52	86.64%	895.14	67.77%
立中集团	3.45	0.22%	1.20	0.09%
万丰奥威	74.01	4.70%	424.56	32.14%
韩国 HANDS 公司	132.77	8.44%	-	-
项目	2018 年度		2017 年度	
	收入	收入占比	收入	收入占比
轮毂镶件	2,637.35	100.00%	3,886.33	100.00%
其中：中信戴卡	1,912.03	72.50%	2,834.56	72.94%
立中集团	604.05	22.90%	1,045.05	26.89%
万丰奥威	116.89	4.43%	0.24	0.01%

2017 年至 2020 年，轮毂镶件主要客户为中信戴卡、立中集团、万丰奥威及韩国 HANDS 公司，配套终端整车厂商包括通用汽车、克莱斯勒、北京现代、长城汽车、法国标致、小鹏汽车等，公司不同客户、不同产品的销售结构占比的变化主要受轮毂镶件产品配套终端车型的生命周期和升级换代的影响。2019 年，公司轮毂镶件产品平均单位成本大幅下降，主要系对中信戴卡的平均单位成本大幅下降，以及平均单位成本相对较高的立中集团的销售占比大幅下降、平均单位成本较低的万丰奥威的销售占比大幅提高所致。2020 年，公司轮毂镶件产品平均单位成本大幅上升，主要系对中信戴卡的平均单位成本大幅上升且销售占比大幅提高，以及平均单位成本较高的韩国 HANDS 公司销售收入大幅增加所致。

公司对不同客户镶件的销售收入的变化主要受配套车型升级换代和新产品

量产影响。公司销售给不同客户的轮毂镶件产品主要配套的整车厂商及车型，以及其产品尺寸和工艺的具体情况如下：

单位：立方厘米、万元、元/件

项目	配套整车厂商	主要配套车型	产品尺寸	主要工艺	2020 年度	
					收入	收入占比
轮毂镶件					1,573.76	100.00%
中信戴卡					1,363.52	86.64%
产品 1	通用汽车	Suburban	800-900	注塑、电镀	592.37	37.64%
产品 10	法国标致	Camelia	1300-1400	注塑、涂装	200.78	12.76%
产品 11	法国标致	Camelia	1300-1400	注塑、涂装	195.35	12.41%
产品 12	小鹏汽车	P7	1600-1700	注塑、涂装	181.44	11.53%
立中集团					3.45	0.22%
万丰奥威					74.01	4.70%
产品 2	北京现代	菲斯塔	450-550	注塑、涂装	74.01	4.70%
韩国 HANDS 公司					132.77	8.44%
产品 13	法国标致	Camelia	1300-1400	注塑、涂装	132.37	8.41%
项目	配套整车厂商	主要配套车型	产品尺寸	主要工艺	2019 年度	
					收入	收入占比
轮毂镶件					1,320.90	100.00%
中信戴卡					895.14	67.77%
产品 3	北京现代	菲斯塔	450-550	注塑、涂装	402.56	30.48%
产品 4	通用汽车	ESCALADE 等	900-1200	注塑、电镀	321.72	24.36%
产品 5	克莱斯勒	RAM	1200-1300	注塑、涂装	153.66	11.63%
立中集团					1.20	0.09%
万丰奥威					424.56	32.14%
产品 2	北京现代	菲斯塔	450-550	注塑、涂装	377.45	28.57%
项目	配套整车厂商	主要配套车型	产品尺寸	主要工艺	2018 年度	
					收入	收入占比
轮毂镶件					2,637.35	100.00%
中信戴卡					1,912.03	72.50%
产品 4	通用汽车	ESCALADE 等	900-1200	注塑、电镀	1,696.91	64.34%
产品 3	北京现代	菲斯塔	450-550	注塑、涂装	136.10	5.16%
立中集团					604.05	22.90%
产品 6	克莱斯勒	RAM	900-1000	注塑、电镀	241.76	9.17%
产品 7	克莱斯勒	RAM	900-1000	注塑、涂装	206.03	7.81%
万丰奥威					116.89	4.43%

产品 2	北京现代	菲斯塔	450-550	注塑、涂装	116.89	4.43%
项目	配套整车厂商	主要配套车型	产品尺寸	主要工艺	2017 年度	
					收入	收入占比
轮毂镶件					3,886.33	100.00%
中信戴卡					2,834.56	72.94%
产品 4	通用汽车	ESCALADE 等	900-1200	注塑、电镀	2,018.74	51.94%
产品 5	克莱斯勒	RAM	1200-1300	注塑、涂装	525.79	13.53%
产品 8	通用汽车	ESCALADE 等	1000-1100	注塑、涂装	261.42	6.73%
立中集团					1,045.05	26.89%
产品 6	克莱斯勒	RAM	900-1000	注塑、电镀	471.08	12.12%
产品 7	克莱斯勒	RAM	900-1000	注塑、涂装	269.39	6.93%
产品 9	长城汽车	哈弗 H2	50-100	注塑、涂装、电镀	109.45	2.82%
万丰奥威					0.24	0.01%

注：公司通过中信戴卡销售给通用汽车的轮毂镶件产品规格型号较多，上表根据产品项目、配套车型、生产工艺汇总。

1、中信戴卡

2017 年，公司销售给中信戴卡的轮毂镶件产品主要配套通用汽车 ESCALADE 等车型和克莱斯勒 RAM 车型，尺寸在 900-1300 立方厘米，生产工序主要包括注塑、电镀、涂装，因电镀工序成本较大，因此采用电镀工序产品 4 单位成本显著高于产品 5 和产品 8。

2018 年，由于原材料采购价格上涨和薪酬结构调整，中信戴卡轮毂镶件对应产品的平均单位成本上升。其中，产品 4 单位成本上升，主要系电镀工艺变化导致消耗的材料成本增加所致。

2018 年起，公司通过中信戴卡配套北京现代菲斯塔车型的新款轮毂镶件开始批量供货，2019 年其销售收入及占比提高，成为 2019 年对中信戴卡销售的主要轮毂镶件产品，2019 年产品 3 销售收入 402.56 万元，占轮毂镶件收入整体比例为 30.48%。该产品尺寸约为 450-550 立方厘米，尺寸偏小，且涉及的生产工序为注塑和涂装，因结构和材料的差异，其价格和单位成本相对较低。因此，公司 2019 年对中信戴卡销售的轮毂镶件的平均单位成本较上年大幅下降。

2020 年，公司与中信戴卡合作配套通用汽车 Suburban、法国标致 Camel ia、

小鹏汽车 P7 等多款车型的新款轮毂镶件开始批量供货,实现销售 1,363.52 万元,轮毂镶件收入占比达 86.64%。其中,配套通用汽车 Suburban 车型的轮毂镶件产品尺寸约为 800-900 立方厘米,生产工艺主要包括注塑和电镀环节,尺寸较大,导致注塑成本较高,且电镀工艺中单挂产品数量较少,单位成本相对较高。配套法国标致 Camelia 车型的轮毂镶件产品尺寸约为 1300-1400 立方厘米,生产工艺主要包括注塑和涂装环节,尺寸较大,且涂料耗用量较高,产品平均成本较高。配套小鹏汽车 P7 车型的轮毂镶件产品尺寸约为 1600-1700 立方厘米,因工序较为简单,产品平均成本相对较低。此外,2020 年,公司向中信戴卡销售配套北京现代菲斯塔车型的轮毂镶件产品,单位成本较低,由于进入车型生命周期尾声,销量大幅下降。因此,2020 年公司对中信戴卡销售轮毂镶件产品单位成本明显上升。

2、立中集团

2017 年,公司向立中集团销售的轮毂镶件产品主要包括配套长城汽车哈弗 H2 车型及配套北美克莱斯勒 RAM 车型的两类产品。配套长城汽车哈弗 H2 车型的轮毂镶件产品(产品 9)尺寸约为 50-100 立方厘米,尺寸最小,涂装及电镀成本均较低,2017 年该项目进入尾声,2018 年不再供货。配套北美克莱斯勒 RAM 车型的两款轮毂镶件产品尺寸约为 900-1000 立方厘米,尺寸较大,生产工序主要包括注塑、电镀、涂装,其中采用电镀工序的产品(产品 6)单位成本高于采用涂装工序的产品(产品 7)。

2018 年由于原材料采购价格上涨和薪酬结构调整,销售给立中集团的轮毂镶件产品单位成本均有所上升。2019 年,因终端车型升级换代,公司对立中集团的轮毂镶件销售收入锐减。

3、万丰奥威

2018 年起,公司通过万丰奥威配套北京现代菲斯塔车型的新款轮毂镶件开始批量供货,该产品尺寸约为 450-550 立方厘米,尺寸偏小,且涉及的生产工序为注塑和涂装,单位成本均相对较低。2018 年实现销售 116.89 万元,2019 年销售收入 377.45 万元,较 2018 年增加了 222.90%,因生产规模的提升,2019 年平均单位份成本降低,2020 年该产品进入生命周期尾声,材料采购价格下降,平

均成本最低。

4、韩国 HANDS 公司

2020 年起，公司通过韩国 HANDS 公司销售的配套法国标致的新款轮毂镶件产品进入量产，该款产品尺寸约为 1300-1400 立方厘米，生产工艺主要包括注塑和涂装环节，尺寸较大，且油漆耗用量较高，产品平均成本相对较高。

综上所述，报告期，公司轮毂镶件单位成本存在一定波动，主要受产品结构和客户结构变化、产品尺寸和工艺差异，以及生产人员薪酬水平、原材料价格波动及固定费用摊销等因素影响。2019 年，轮毂镶件单位成本 4.18 元/件，较 2018 年大幅下降 38.46%，主要是由于以下原因：（1）公司通过中信戴卡和万丰奥威配套北京现代的新款轮毂镶件销量大幅上升，产品尺寸较小，生产工序较为简单，报告期单位成本较低；（2）公司销售给立中集团配套北美克莱斯勒 RAM 车型的轮毂镶件产品尺寸约为 900-1000 立方厘米，尺寸较大，生产工序主要包括注塑、电镀、涂装，采用电镀工序的产品单位成本较高。2019 年，因终端车型升级换代，公司对立中集团的轮毂镶件销售收入锐减。（3）塑胶粒子等原材料采购价格有所回落，2019 年轮毂镶件产品的单位直接材料为 2.46 元/件，降幅 33.10%。因此，2019 年公司轮毂镶件产品平均单位成本下滑，具有合理性。2020 年，公司轮毂镶件单位成本 5.40 元/件，较 2019 年增长 29.19%，主要原因系：公司通过中信戴卡、韩国 HANDS 公司配套通用汽车 Suburban、法国标致 Camelia 等车型的轮毂镶件因其尺寸较大，注塑成本较高，加之生产过程电镀工艺中单挂产品数量较少或油漆耗用量较高等原因，导致其平均单位成本相对较高，由于 2020 年上述产品的销售收入及占比大幅提高，而前期销售收入占比较高且平均单位成本较低的配套北京现代菲斯塔车型的产品销售收入大幅减少，导致 2020 年公司轮毂镶件单位成本较 2019 年大幅增长，具有合理性。

二、报告期内轮毂中心盖单位成本波动较大的原因及合理性

（一）轮毂中心盖的平均单位成本波动情况

2017 年至 2020 年，公司轮毂中心盖单位成本分别为 2.01 元/件、2.30 元/件、2.22 元/件和 2.17 元/件，其构成及变动情况如下：

单位：元/件

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	单位成本	占比	单位成本	占比	单位成本	占比	单位成本	占比
直接材料	1.05	48.39%	1.17	52.52%	1.26	54.74%	1.10	54.56%
直接人工	0.43	19.76%	0.46	20.74%	0.47	20.57%	0.35	17.25%
制造费用	0.69	31.85%	0.59	26.74%	0.57	24.69%	0.57	28.19%
合计	2.17	100.00%	2.22	100.00%	2.30	100.00%	2.01	100.00%

2018 年，公司轮毂中心盖的单位成本为 2.30 元/件，相比 2017 年的 2.01 元/件，增幅为 14.20%。在直接材料方面，2018 年轮毂中心盖的单位直接材料为 1.26 元/件，较 2017 年的 1.10 元/件增长 0.16 元/件，增幅为 14.55%，主要系原材料塑胶材料采购成本提高所致。公司报告期内采购金额最大的塑胶材料品种 PC/ABS 塑料粒子 2017 年度、2018 年度的采购均价分别为 22.30 元/千克、24.10 元/千克，增幅达 8.07%。在直接人工方面，2018 年轮毂中心盖的单位直接人工为 0.47 元/件，较 2017 年的 0.35 元/件，增长 0.12 元/件，主要原因系 2018 年发行人完善了薪酬体系，生产人员的人均月薪从 2017 年的 3,973.69 元/月上涨至 2018 年的 4,627.60 元/月，导致轮毂中心盖的单位直接人工有所提高。

2019 年，公司轮毂中心盖的单位成本为 2.22 元/件，较 2018 年小幅下降 3.17%，主要系受到原材料采购价格小幅下滑影响，单位直接材料为 1.17 元/件，较 2018 年下降 0.09 元/件，降幅为 7.11%。

2020 年，公司轮毂中心盖的单位成本为 2.17 元/件，较 2019 年小幅下降 2.19%，尽管清远生产基地投入使用和 2020 年上半年开工不足使得单位产品分摊的固定资产折旧费等固定成本增加，单位制造费用有所增加，但 2020 年原材料采购价格有所下降，综合导致 2020 年轮毂中心盖单位成本较 2019 年小幅下降。

（二）客户结构及各客户的产品结构变化对轮毂中心盖对应单位成本的影响情况

2017 年至 2020 年，公司轮毂中心盖产品的主要客户情况如下表所示：

单位：万元、元/件

项目	2020 年度		2019 年度	
	收入	收入占比	收入	收入占比
DAG	4,600.93	35.34%	5,863.62	42.34%
其中：克莱斯勒	2,448.61	18.81%	3,066.26	22.14%

福特汽车	1,185.40	9.11%	1,615.97	11.67%
通用汽车	966.92	7.43%	1,181.40	8.53%
广州戴得	3,468.24	26.64%	3,393.38	24.50%
天津戴卡	1,552.10	11.92%	1,454.41	10.50%
FCA 集团	766.05	5.88%	815.65	5.89%
上汽通用	860.23	6.61%	804.65	5.81%
其他	1,770.22	13.60%	1,517.25	10.96%
轮毂中心盖合计	13,017.77	100.00%	13,848.96	100.00%
项目	2018 年度		2017 年度	
	收入	收入占比	收入	收入占比
DAG	6,478.92	44.65%	5,001.20	37.91%
其中：克莱斯勒	3,135.91	21.61%	2,478.88	18.79%
福特汽车	2,109.83	14.54%	1,225.39	9.29%
通用汽车	1,233.19	8.50%	1,296.94	9.83%
广州戴得	3,291.73	22.68%	2,332.21	17.68%
天津戴卡	1,377.26	9.49%	1,281.41	9.71%
FCA 集团	863.23	5.95%	902.92	6.84%
上汽通用	743.01	5.12%	580.16	4.40%
其他	1,757.83	12.11%	3,094.78	23.46%
轮毂中心盖合计	14,512.00	100.00%	13,192.69	100.00%

报告期内，轮毂中心盖主要客户为 DAG、广州戴得、天津戴卡、FCA 集团及上汽通用，产品配套终端整车厂商包括克莱斯勒、福特汽车、通用汽车、广汽丰田、广汽本田、东风本田、广汽乘用车、一汽本田等，公司轮毂中心盖产品销售客户较多，涵盖终端整车厂商及产品型号种类也较多。

2018 年，公司轮毂中心盖的单位成本 2.30 元/件，相比 2017 年增长 14.20%，各家客户产品单位成本均有不同幅度的增长，主要系受到原材料采购价格上涨和薪酬结构完善的影响。2019 年、2020 年，公司轮毂中心盖的单位成本受到客户结构、产品结构、生产人员薪酬水平、原材料价格波动及固定费用摊销等因素影响，有所下降。

2017 年至 2020 年公司轮毂中心盖产品对应的下游的客户、配套的车型、主要产品尺寸及涉及的主要工艺的具体情况如下：

1、DAG

公司销售给 DAG 的轮毂中心盖产品主要配套克莱斯勒、福特汽车、通用汽

车，具体情况如下：

单位：立方厘米、万元、元/件

项目	主要配套车型	产品尺寸	主要工艺	2020 年度		2019 年度	
				收入	收入占比	收入	收入占比
DAG				4,600.93	35.34%	5,863.62	42.34%
克莱斯勒				2,448.61	18.81%	3,066.26	22.14%
产品 1	JEEP	100-200	注塑、电镀、涂装	1,862.12	14.30%	2,244.23	16.21%
产品 2	RAM	100-200	注塑、电镀	577.87	4.44%	703.73	5.08%
福特汽车				1,185.40	9.11%	1,615.97	11.67%
产品 3	P552 项目车型	200 以上	注塑、丝印、喷涂、涂装、冲压、热处理、镁加力	1,145.04	8.80%	1,603.74	11.58%
通用汽车				966.92	7.43%	1,181.40	8.53%
产品 4	雪佛兰 MALIBU	100-200	注塑、丝印、喷粉、冲压	413.42	3.18%	733.69	5.30%
产品 5	雪佛兰科鲁泽	100-200	注塑、丝印、喷粉、冲压	382.87	2.94%	351.06	2.53%
项目	主要配套车型	产品尺寸	主要工艺	2018 年度		2017 年度	
				收入	收入占比	收入	收入占比
DAG				6,478.92	44.65%	5,001.20	37.91%
克莱斯勒				3,135.91	21.61%	2,478.88	18.79%
产品 1	JEEP	100-200	注塑、电镀、涂装	2,646.21	18.23%	2,467.32	18.70%
产品 2	RAM	100-200	注塑、电镀	477.35	3.29%	1.59	0.01%
福特汽车				2,109.83	14.54%	1,225.39	9.29%
产品 3	P552 项目车型	200 以上	注塑、丝印、喷涂、涂装、冲压、热处理、镁加力	2,049.23	14.12%	1,200.28	9.10%
通用汽车				1,233.19	8.50%	1,296.94	9.83%
产品 4	雪佛兰 MALIBU	100-200	注塑、丝印、喷粉、冲压	867.05	5.97%	812.56	6.16%
产品 5	雪佛兰科鲁泽	100-200	注塑、丝印、喷粉、冲压	220.42	1.52%	253.90	1.92%

注：公司通过 DAG 销售给克莱斯勒、福特汽车、通用汽车的轮毂中心盖产品规格型号较多，上表根据产品项目、配套车型、规格型号分类汇总。

公司通过 DAG 配套克莱斯勒 JEEP 和 RAM 车型的轮毂中心盖产品，其中 JEEP 车型的轮毂中心盖产品(产品 1)尺寸为 100-200 立方厘米，造型比较简单，平均单位成本较低，2017 年至 2020 年该类产品单位成本逐年下降主要是由于该

类产品颜色、光泽度要求种类较多，2019 年起使用涂装工序的产品占比提升，导致单位成本有所下降。配套 RAM 车型的轮毂中心盖产品（产品 2）尺寸为 100-200 立方厘米，外表造型特别，表面积较大，电镀耗用原材料较多，且需要加装底座材料，单位成本较高，2018 年产品进入量产阶段，2018 年原材料价格处于报告期高位，因此该产品单位成本为报告期内最高，2020 年由于主要耗用的 PA66+PPE 塑胶粒子材料平均采购价格较 2019 年下降 9.98%，单位成本有所降低。

公司配套福特汽车 P552 项目车型的轮毂中心盖产品（产品 3），由于组装成套，涉及工序较为复杂，包括注塑、丝印、喷涂、涂装、冲压、热处理、镁加力等，耗用材料较多，单位成本水平较高，2018 年起平均单位成本上升主要是由于该系列产品应客户要求要求进行设计变更，工序增加，耗用材料增加所致。

公司通过 DAG 销售给通用汽车的轮毂中心盖产品主要配套雪佛兰 MALIBU（产品 4）、雪佛兰科鲁泽（产品 5）等车型，2017 年平均成本较高，主要是由于存在部分样件小批量生产，分摊的间接成本较高所致。其中，配套雪佛兰 MALIBU 的产品 4，2019 年单位成本上升，主要是由于该款产品使用的喷粉设备老化，产品报废率略有上升，单位成本小幅上升。

2、广州戴得

公司销售给广州戴得的轮毂中心盖产品主要配套广汽丰田、广汽本田、东风本田、广汽乘用车等终端整车厂商，具体情况如下：

单位：立方厘米、万元、元/件

项目	主要配套车型	产品尺寸	主要工艺	2020 年度		2019 年度	
				收入	收入占比	收入	收入占比
广州戴得				3,468.24	26.64%	3,393.38	24.50%
产品 6	丰田全系	200-300	注塑、真空电镀、丝印、热处理	1,230.78	9.45%	1,067.70	7.71%
产品 7	广汽传祺	100-200	注塑、电镀、涂装	366.75	2.82%	417.55	3.01%
产品 8	本田享域等	200-300	注塑、电镀、涂装	688.13	5.29%	568.46	4.10%
产品 9	本田雅阁等	200-300	注塑、电镀、涂装	336.26	2.58%	360.60	2.60%
产品 10	本田冠道等	200-300	注塑、电镀、涂装	146.47	1.13%	205.52	1.48%

项目	主要配套车型	产品尺寸	主要工艺	2018 年度		2017 年度	
				收入	收入占比	收入	收入占比
广州戴得				3,291.73	22.68%	2,332.21	17.68%
产品 6	丰田全系	200-300	注塑、真空电镀、丝印、热处理	992.69	6.84%	550.06	4.17%
产品 7	广汽传祺	100-200	注塑、电镀、涂装	665.67	4.59%	614.14	4.66%
产品 8	本田享域等	200-300	注塑、电镀、涂装	266.00	1.83%	58.15	0.44%
产品 9	本田雅阁等	200-300	注塑、电镀、涂装	227.92	1.57%	241.36	1.83%
产品 10	本田冠道等	200-300	注塑、电镀、涂装	301.32	2.08%	335.87	2.55%

注：公司销售给广州戴得配套广汽乘用车、广汽本田、东风本田的轮毂中心盖产品规格型号较多，上表根据产品项目、配套车型、规格型号分类汇总。

2017 年至 2020 年，广州戴得轮毂中心盖产品的单位成本略有波动，2018 年轮毂中心盖单位成本较 2017 年上升，主要是由于配套丰田全系产品（产品 6），主要因公司产能不足，该产品部分工序转为外协，制造费用增长。2020 年配套丰田全系产品（产品 6）单位成本下降，主要是由于公司为优化生产效率，改变模具构造，由原先的一模生产 4 件产品变为一模生产 8 件产品，生产工时减少，分摊的直接人工和制造费用折旧成本较少。

3、天津戴卡

公司销售给天津戴卡的轮毂中心盖产品主要配套一汽丰田相关车型，具体情况如下：

单位：立方厘米、万元、元/件

项目	主要配套车型	产品尺寸	主要工艺	2020 年度		2019 年度	
				收入	收入占比	收入	收入占比
天津戴卡				1,552.10	11.92%	1,454.41	10.50%
产品 11	丰田全系	200-300	注塑、真空电镀、丝印、热处理	1,366.10	10.49%	1,133.49	8.18%
产品 12	丰田普拉多	700-800	注塑、涂装、电镀	83.93	1.64%	182.77	1.32%
产品 13	丰田普拉多	700-800	注塑、涂装、电镀	-	-	-	-
项目	主要配套车型	产品尺寸	主要工艺	2018 年度		2017 年度	
				收入	收入占比	收入	收入占比
天津戴卡				1,377.26	9.49%	1,281.41	9.71%
产品 11	丰田全系	200-300	注塑、真空电镀、丝印、热处理	1,043.45	7.19%	773.95	5.87%
产品 12	丰田普拉多	700-800	注塑、涂装、电镀	171.99	1.19%	37.50	0.28%

产品 13	丰田普拉多	700-800	注塑、涂装、电镀	-	-	233.06	1.77%
-------	-------	---------	----------	---	---	--------	-------

2017 年至 2020 年，天津戴卡轮毂中心盖产品的单位成本呈现先上升后下降的趋势。2018 年轮毂中心盖单位成本较 2017 年上升，主要是由于：（1）配套丰田全系的产品（产品 11）因公司产能不足，该产品部分工序转为外协，制造费用增长。（2）2017 年底配套丰田普拉多车型的轮毂中心盖进行产品升级，由产品 13 升级为产品 12，该型号产品尺寸较大且需经过电镀、涂装工序，耗用特殊的涂装材料，材料成本较高，工序相对复杂，因此单位成本较高。2017 年底产品升级后，调整了使用涂装材料的品种，单位成本显著提高。

2019 年，由于产品 12 应客户要求设计变更，主漆的耗用量增加，导致单位成本相应上升，2020 年该产品进入项目周期尾声，因分摊折旧摊销增加，导致单位成本进一步提高。

此外，2020 年，产品 11 因公司优化生产效率，改变模具构造，由原先的一模生产 4 件产品变为一模生产 8 件产品，生产工时减少，分摊的直接人工和制造费用折旧成本较少，单位成本下降。

4、FCA 集团

公司销售给 FCA 集团的轮毂中心盖产品主要配套 JEEP 相关车型，具体情况如下：

单位：立方厘米、万元、元/件

项目	主要配套车型	产品尺寸	主要工艺	2020 年度		2019 年度	
				收入	收入占比	收入	收入占比
FCA 集团				766.05	5.88%	815.65	5.89%
产品 14	JEEP	100-200	注塑、电镀	49.70	0.38%	370.78	2.68%
产品 15	JEEP	100-200	注塑、电镀	241.53	1.86%	259.27	1.87%
产品 16	JEEP	100-200	注塑、电镀	98.86	0.76%	26.52	0.19%
产品 17	JEEP	100-200	注塑、电镀	78.20	0.60%	79.70	0.58%
产品 18	JEEP	100-200	注塑、涂装	95.51	0.73%	-	-
项目	主要配套车型	产品尺寸	主要工艺	2018 年度		2017 年度	
				收入	收入占比	收入	收入占比
FCA 集团				863.23	5.95%	902.92	6.84%
产品 14	JEEP	100-200	注塑、电镀	370.47	2.55%	251.42	1.91%
产品 15	JEEP	100-200	注塑、电镀	179.52	1.24%	289.07	2.19%

产品 16	JEEP	100-200	注塑、电镀	168.87	1.16%	187.96	1.42%
产品 17	JEEP	100-200	注塑、电镀	57.28	0.39%	172.70	1.31%
产品 18	JEEP	100-200	注塑、涂装	-	-	-	-

公司销售给 FCA 集团的轮毂中心盖产品主要配套 JEEP 车型,产品型号较多,尺寸有所差异。**2020 年**,FCA 集团的轮毂中心盖产品单位成本较 2019 年下降,主要系当期新产品 18 的涂装工艺较为简单,单位成本最低。

5、上汽通用

公司销售给上汽通用的轮毂中心盖产品主要配套雪佛兰、别克、昂科旗相关车型,具体情况如下:

单位:立方厘米、万元、元/件

项目	主要配套车型	产品尺寸	主要工艺	2020 年度		2019 年度	
				收入	收入占比	收入	收入占比
上汽通用				860.23	6.61%	804.65	5.81%
产品 19	雪佛兰	100-200	注塑、丝印、喷粉、冲压	140.04	1.08%	283.15	2.04%
产品 20	雪佛兰	100-200	注塑、丝印、喷粉、冲压	259.77	2.00%	358.59	2.59%
产品 21	别克 GL6、昂科旗	100-200	注塑、喷粉、冲压	460.43	3.54%	162.91	1.18%
项目	主要配套车型	产品尺寸	主要工艺	2018 年度		2017 年度	
				收入	收入占比	收入	收入占比
上汽通用				743.01	5.12%	580.16	4.40%
产品 19	雪佛兰	100-200	注塑、丝印、喷粉、冲压	351.52	2.42%	323.64	2.45%
产品 20	雪佛兰	100-200	注塑、丝印、喷粉、冲压	195.50	1.35%	176.10	1.33%
产品 21	别克 GL6、昂科旗	100-200	注塑、喷粉、冲压	195.99	1.35%	80.43	0.61%

注:公司销售给上汽通用的轮毂中心盖产品规格型号较多,上表根据产品项目、配套车型、规格型号分类汇总。

2017 年至 2020 年,上汽通用轮毂中心盖产品主要配套雪佛兰、别克、昂科旗等车型,单位成本呈现先上升后下降的趋势。2019 年,上汽通用轮毂中心盖产品较 2018 年上升,主要是由于上述产品使用的喷粉设备老化,该产品报废率略有上升,单位成本小幅上升。2020 年 5 月喷粉设备进行搬迁改造,搬迁后产品生产效率提高,分摊的制造费用下降,导致产品单位成本较 2019 年下降。

综上分析,报告期,公司轮毂中心盖产品客户及产品型号较多,单位成本存

在一定波动，主要受客户结构变化、生产人员薪酬水平、原材料价格波动及固定费用摊销等因素影响。2018 年，公司轮毂中心盖的单位成本为 2.30 元/件，相比 2017 年的 2.01 元/件，增幅为 14.20%。其中，单位直接材料为 1.26 元/件，较 2017 年增长 0.16 元/件，增幅为 14.55%，主要系原材料塑胶材料采购成本提高所致。单位直接人工为 0.47 元/件，较 2017 年增长 0.12 元/件，主要原因系 2018 年发行人完善了薪酬体系，生产人员工资增长，导致轮毂中心盖的单位直接人工有所提高。2019 年、2020 年公司轮毂中心盖的单位成本小幅下降，主要系原材料采购价格回落等因素所致。因此，公司轮毂中心盖单位成本波动具有合理性。

【保荐机构、申报会计师核查情况】

一、核查程序

- 1、取得了发行人的营业成本构成明细、产品 BOM 表、原材料采购明细；
- 2、取得了发行人的员工花名册，分析生产人员工资总额、平均工资在报告期的变动情况；
- 3、取得了发行人与主要供应商的采购合同/订单、对账单、发票及付款凭证，对比分析了报告期发行人主要原材料的采购价格变动情况；
- 4、实地查看了发行人花都生产基地、清远生产基地，了解公司的产品生产情况；
- 5、取得了发行人报告期内各类产品收入、成本明细表，分析各类产品客户结构、产品结构的变动情况。

二、核查意见

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

- 1、报告期，公司轮毂镶件单位成本存在一定波动，主要受产品结构和客户结构变化、产品尺寸和工艺差异，以及生产人员薪酬水平、原材料价格波动及固定费用摊销等因素影响。2019 年，轮毂镶件单位成本大幅下降，主要是由于：（1）2019 年，公司通过中信戴卡和万丰奥威配套北京现代的新款轮毂镶件销量大幅上升，产品尺寸较小，生产工序较为简单，单位成本较低；（2）2019 年，公司销售给立中集团配套北美克莱斯勒的轮毂镶件产品，因终端车型升级换代，销售

锐减，该产品尺寸较大，生产工序较多，单位成本较高；（3）2019 年，塑胶粒子等主要原材料采购价格有所回落。2020 年，公司轮毂镶件单位成本较 2019 年有所增长，主要原因系：公司通过中信戴卡、韩国 HANDS 公司配套通用汽车 Suburban、法国标致 Camelia 等车型的轮毂镶件因其尺寸较大，注塑成本较高，加之生产过程电镀工艺中单挂产品数量较少或油漆耗用量较高等原因，导致其平均单位成本相对较高，由于 2020 年上述产品的销售收入及占比大幅提高，而前期销售收入占比较高且平均单位成本较低的配套北京现代菲斯塔车型的产品销售收入大幅减少，导致 2020 年公司轮毂镶件单位成本较 2019 年大幅增长。报告期，公司轮毂镶件产品平均单位成本波动具有合理性。

2、报告期，公司轮毂中心盖产品客户及产品型号较多，单位成本存在一定波动，主要受客户结构变化、生产人员薪酬水平、原材料价格波动及固定费用摊销等因素影响。轮毂中心盖单位成本 2018 年相比上年增长，主要系生产人员薪酬水平提高及原材料采购价格上升所致。2019 年、2020 年公司轮毂中心盖的单位成本小幅下降，主要系原材料采购价格回落等因素所致。公司轮毂中心盖单位成本波动具有合理性。

8.关于创业板定位

申报文件显示，发行人自 2004 年成立以来一直专注于汽车内外饰件的研发、生产和销售，具备模具设计制造、冲压、注塑、电镀、喷涂、喷粉及丝印等全流程生产能力。凭借多年的研发经验、稳定的产品质量、良好的供货能力以及及时的售后响应，公司已和国内外多家知名整车厂商建立了长期稳定的合作关系。

请发行人结合技术水平、核心技术的可替代性，发行人技术或产品方面的创造性研发及应用情况，发行人在经营模式、技术融合等方面的创意性，按照《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第三条、《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》第十九条的规定，披露各项主要业务在创新、创造、创意方面的具体特征，以及发行人是否符合创业板定位。

请保荐人发表明确意见。

【回复】

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“二、发行人所处行业的基本情况”之“（三）所属行业的特点和发展趋势”之“5、发行人自身的创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况”补充披露以下内容：

“.....

（1）公司所处行业符合深圳证券交易所关于创业板定位的相关要求

根据《国民经济行业分类标准》（GBT4754-2017），公司所属行业为“C36 汽车制造业”之“C3670 汽车零部件及配件制造”类别；根据中国证监会《上市公司行业分类指引（2012年修订）》，公司所处行业为汽车制造业（C36）中的汽车零部件，细分行业为汽车零部件行业中的汽车内外饰件行业。

公司所处行业是国家鼓励发展的行业，不属于《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》第四条所规定的原则上不支持申报创业板上市的行业。

（2）公司主要业务在创新、创造、创意方面的具体特征

自成立以来，公司一直高度重视研发创新，经过十余年的创新发展，公司在全球汽车轮毂装饰件及汽车标识装饰件领域建立了较高的行业地位。公司以创新驱动发展，主要业务具备创新、创造、创意相关特征，具体而言：

① 公司的技术水平、核心技术的可替代性方面

1) 公司的技术水平方面

汽车内外饰件行业是跨学科、多技术的系统集成体，其技术水平主要体现在模具开发、注塑成型、表面装饰处理等方面，行业技术具有融合性强、技术含量高、技术跨度大、更新快等显著特点，尤其是随着整车厂商对汽车外观、材料强度、生产成本、环保性能及安全保护等方面的要求日益提高，汽车内外饰件行业的技术水平和技术含量不断提升。公司在模具开发、注塑成型、表面装饰处理等方面的技术水平情况具体如下：

首先，在模具设计与制造方面，公司积累了丰富的模具开发经验，具备了

完整的模具设计、开发和制造能力，公司生产的绝大多数产品所需要的模具均由公司自主设计与制造。经过多年积累，公司掌握了一模多腔、快速制模、热流道、二次双色注塑模具等模具开发技术，开发完成的模具型腔精度可达 0.02mm，表面粗糙度为 0.2um，使用寿命可达 100 万模次，处于行业领先水平。出色的模具设计、开发和制造能力保障了公司产品的生产效率、加工精度、产品合格率和使用寿命。

其次，在注塑成型方面，公司掌握了 IMD、IMR、二次双色注塑成型、嵌件注塑成型、快速换模等独特的注塑工艺技术，可以满足客户不同的产品外观设计需求，并能有效提高注塑生产工艺的加工效率。同时，通过引进全自动烘烤输送一体化集中供料系统，公司基本实现了注塑生产过程的全自动化，该技术替代了传统人工上下料操作，能够缩短上下料期间设备等待时间、提升加工效率，进而保证了注塑工艺生产的连续性和产品质量的稳定性。

再次，在表面装饰处理方面，公司掌握了各类不同塑胶材料及部分金属材料的特性，掌握了较为全面的表面装饰处理工艺，能够根据产品设计需求，对各种不同材料进行电镀、喷涂等表面装饰处理，在有效改善材料外观及装饰性的同时，也改善了其在电、热及耐蚀等方面的性能，提高了其表面机械强度。尤其是在电镀领域，经过多年的开发和自主创新，公司设计开发了采用特殊材料和结构的辅助阳极，并积累了丰富的辅助阳极形状、尺寸、数量等经验数据，结合电镀仿真软件的辅助分析，通过合理布局工装排位，可以自主控制产品镀层的厚度分布，同时能够根据不同产品特点快速开发电镀工艺，解决了特殊形状产品深凹处电流无法到达的难题，减少了产品电镀焦痕和积留问题，能够更好地满足整车厂商个性化、多样化的产品设计要求，并有效缩短了产品开发周期，提高了产品研发效率，提升了公司的同步开发能力和市场竞争力。

除上述具体技术领域外，同步开发能力已成为衡量汽车零部件供应商技术水平的重要因素之一。与整车厂商同步开发对供应商的研发能力及合作稳定性要求较高，通常只有一级供应商才具有较强的同步开发能力，同一个零部件项目通常只有少数几个甚至一个一级供应商。公司作为国内外主流整车厂商一级供应商，具备与整车厂商同步开发的能力。在获取整车厂商或一级供应商的产品研发包后，公司能够充分理解整车厂商对新产品的设计理念和技术要求，能

够在第一时间根据客户的概念图案构造出产品的内部结构，快速进行模具设计并制订相应的生产工艺，从而保证匹配整车厂商新车的开发进度，并最终配套量产。

2) 公司核心技术的可替代性方面

汽车内外饰件行业具有融合性强、技术含量高、技术跨度大、技术更新快等特点，产品生产也具有专业程度高、分工精细、设备专用性较强等特点，因此只有掌握了完整的核心技术，才能同步开发并生产出满足整车厂商客户需求且在成本、环保等方面具备竞争力的产品。此外，不同客户对汽车内外饰件的要求差异较大，不同汽车内外饰件的技术难点也不尽相同，多样化的客户群体和产品种类需要强大的核心技术和研发实力支撑，而这需要持续的研发投入以及长期的研发制造经验与数据积累。

公司拥有出色的研发实力和丰富的研发积累，具备与整车厂商同步研发的能力，在模具设计与制造、注塑成型、表面装饰处理工艺等方面形成了独特的技术优势，形成了丰富的研发成果。截至目前，公司已形成了汽车车标 PVD 技术、电镀仿真技术和塑料结构零件有限元分析技术等 18 项核心技术，并已拥有专利 90 项，其中 8 项发明专利、82 项实用新型专利。上述核心技术的掌握，使公司不仅能有效提升装饰件的外观及装饰性，改善了其在电、热及耐蚀等方面的性能，提高了其表面机械强度，还能提高生产效率，降低生产过程中的能耗和污染，保证了产品质量及其稳定性，并能更好地满足汽车零部件轻量化、智能化的发展趋势，也使公司能够与整车厂商客户的产品同步开发，持续满足客户个性化、多样化的产品需求。

因此，由于公司的核心技术涉及的技术种类较多，技术含量高，行业内其他企业研发新的替代技术所需的周期较长，难度较大。此外，目前公司应用于主要产品的核心技术大部分具有自主专利保护，且均处于保护期限内，在保护期限内，行业内其他企业无法通过该类受保护的专利研发具有替代性的技术。总体而言，公司核心技术的可替代性相对较低。

② 公司技术及产品方面的创造性研发及应用

1) 公司结合雷达技术、空气动力技术等先进技术进行创造性的研发与应用

近年来，随着人们对驾驶安全、出行便利和驾乘舒适度的要求逐步提高，越来越多的消费者开始关注汽车的辅助驾驶功能，毫米波汽车雷达作为智能辅助驾驶重要的传感器逐渐成为行业热点。用于实现 ACC 功能（自适应巡航控制）的雷达，一般装配在汽车车标后面，雷达可以穿透与之适配的车标材料，实现目标距离、速度及角度的探测。在车标厚度、材质、表面喷涂、安装间距、造型等因素的影响下，雷达的反射波、折射波会与入射波互相干涉，从而导致雷达性能的下降。为此，公司基于多年的汽车标牌研发生产经验，综合运用电磁学、材料、信号处理等多种学科技术，自主研发设计了采用特殊材料，且结构均匀、制造精度高的 ACC 标牌，有效满足了雷达波的传输要求，目前相关产品已通过第三方专业实验室检测，各项指标均能够满足相关要求。

绿色汽车和节能减排是汽车行业发展的重要趋势，汽车整车气动阻力所引起的油耗问题日益受到重视，早期汽车整车的减阻优化主要集中于车身上表面，相关研究与应用已日渐趋于成熟，进一步优化提升的空间相对不大。汽车在行驶过程中，车轮旋转会带动部分空气与前方来流交汇于轮腔与车轮的间隙通道，造成车轮周围气流紊乱，从而影响汽车底部及整车的气动性能。相关研究结果表明，车轮对整车气动阻力的影响可占到整车气动阻力的 30%，轮毂内外侧开口面积、轮毂形面、样式及不同开口数量等因素均会对整车的气动性能造成影响，其中轮毂装饰盖特别是大尺寸轮毂装饰盖的影响不容小觑。在与整车厂商多年的同步研发过程中，公司紧密跟踪行业发展趋势，掌握了专业化软件的重叠网格技术，实现车轮旋转条件下的气动特性和流场特点分析，并积累了大量的经验数据，不仅可以满足客户产品装饰性的要求，更能优化改进汽车整车的气动性能，从而增强了公司的产品竞争力，提高了公司产品的技术壁垒。

2) 公司创造性的研发了多项模具相关技术，有效提高了公司产品的生产效率

公司拥有丰富的模具开发经验，具备完整的模具设计、开发和制造能力，公司创造性的研发了多项模具相关技术，有效提高了公司产品的生产效率，提高了加工精度、产品合格率和使用寿命。公司部分模具相关技术创新如下：

技术成果	创造性特征
特殊摆杆先复位结构	普通注塑模具一般采用斜顶/滑块结构，无法完成造型特殊的产品

	注塑成型过程的脱模顶出，公司设计开发了一种特殊的摆杆先复位结构，改进了传统模具结构的缺陷
剪裁与打孔工艺合并	传统冲压板料生产过程分为剪裁与打孔两道工序，公司设计开发了一种特殊结构的冲压模具，可实现剪裁与打孔工艺的同步进行，避免了往复取材，从而缩短了生产加工时间
模内注塑	传统片材注塑工艺需要用到 2 套模具，同时需要辅助机器人完成片材的预定位，模内注塑可实现注塑成型的同时进行片材加饰，最终使产品与装饰承印片材覆合成为一体，提高了生产效率
注塑产品模内断胶	传统工艺在注塑成型完成后，再进行水口切割，水口剪切过程容易产生局部应力和裂纹，通过冷却前模内断胶的方式可以解决这一问题，同时可以简化工艺流程
铝盖液压成型	行业内普遍采用压铸成型，无法避免由此产生的产品表面压铸沙眼，产品电镀后的沙眼缺陷更加明显，导致产品合格率较低，采用液压成型方式可以克服上述缺陷，进而可提高产品良率、降低生产成本

3) 公司创造性的研发了多种更能满足整车厂商智能化、轻量化、环保化要求的汽车内外饰件产品

利用公司的核心技术，公司创造性的研发了多种更能满足整车厂商智能化、轻量化、环保化要求的汽车内外饰件产品，公司部分研发成果如下：

产品类别	技术成果	创造性特征
大尺寸轮毂装饰盖	可使轮毂大盘的重量最轻达 380g	采用变截面方法，对传统轮毂大盘的壁厚进行减薄处理，结合结构力学与注塑仿真技术，在实现产品减重的同时，也能满足产品的强度要求
	安装后可使传统轮毂的风阻系数减少 4 个 count	采用空气动力学与结构力学仿真技术，对传统轮毂大盘的造型进一步优化，通过一种特殊的卡接结构，在通风孔处卡接低风阻的轮毂大盘，可以降低传统轮毂的风阻系数、改善整车的气动性能
轮毂镶件	实现轮毂镶件的简易拆装，便于多种轮毂造型设计	传统的轮毂镶件一般采用螺钉紧固结构，无法灵活更换轮毂造型，通过设计开发一种特殊的卡接结构，实现了轮毂镶件的简易拆装，并可在原有轮毂的基础上设计更多轮毂造型
轮毂中心盖	轮毂中心盖可在轮毂旋转时依然显示品牌 logo	在车辆行驶过程中，传统的轮毂中心盖由于轮毂带动旋转，无法看清轮毂中心盖上的品牌 logo 标识，为了突出品牌 logo，公司将标牌与本体通过一根转轴联接，当本体随车轮旋转时，在偏心重块的作用下，轴承无法通过自身的摩擦力带动转轴旋转，进而使标牌能一直保持同一方向，不随轮毂的旋转而转动
	轮毂中心盖具有发光功能	传统的轮毂中心盖在夜晚无法看清品牌 logo，通过在中心盖上使用植入微电机与发光二极管，并控制涂层厚度，可以实现 logo 的发光功能，使消费者有更强的品牌感受
	ACC 标牌	公司对汽车标牌产品采用的材料、结构、制造工艺进行创新，自主研发设计了采用特殊材料，且结构均匀、制造精度高的 ACC 标牌，有效满足了雷达波的传输要求
轮毂谐振器	安装后可使轮毂噪音降低 6dB	汽车在高速行驶的过程中，车轮轮胎胎面与路面相互作用会产生噪声，结合声学仿真技术，公司开发了一款塑料谐振器，安装在轮毂处后可以降低车辆行驶过程中的

		噪音
方向盘标	实现了高温高爆条件下的安全可靠	公司通过对结构设计进行改进并应用有限元分析技术开发出的方向盘标牌，能有效保证标牌在高温高爆时仍能可靠固定在方向盘上，避免飞脱造成人身伤害

③ 公司经营模式、技术融合等方面的创意性

1) 经营模式的创意性

近年来，随着整车厂商全球化采购的不断深入，汽车零部件企业的竞争愈发激烈，整车厂商对零部件企业的同步研发能力提出了更高的要求，目前汽车零部件企业与整车厂商同步开发已逐步成为行业的主流趋势。传统的研发模式往往依靠特定领域的技术人员组成项目组，导致企业内部资源无法得到合理配置。在多年持续参与整车厂商项目同步研发的过程中，公司积极采取跨组织、跨部门的研发合作方式，逐渐形成了以开发部和技术部为核心，多部门协作的研发体系，使公司研发人员的知识结构得以互补、信息资源得以共享，极大地提高了研发效率，公司也具备了较强的同步开发能力。公司经营模式的创意性主要体现在较强的同步开发能力，这有助于公司更好的匹配整车厂商新车型的开发进度，并最终配套量产。

2) 技术融合的创意性

汽车内外饰件是具有安全性、装饰性、功能性的汽车零部件，随着整车行业加速向“新四化”（电动化、智能化、网联化、共享化）方向发展，汽车内外饰件行业也不断与其他产业和技术交互融合，不断向智能化、轻量化、环保化等方向发展。公司紧密跟踪新材料、新技术的发展与应用，并将相关技术与公司的汽车内外饰件产品相融合，以更好的满足整车厂商的需求。

首先，公司注重新材料的应用研发与技术融合。汽车轻量化已逐渐成为实现节能减排的重要途径，其中碳纤维复合材料凭借轻质、高强度、高刚度、抗振性能好、抗疲劳、耐腐蚀等众多优越越来越受到汽车工业的重视，发展碳纤维复合材料汽车零部件设计制造关键技术已成为中国汽车产业节能环保、转型升级的战略举措，2015年国务院发布的《中国制造2025》已明确将碳纤维复合材料汽车零部件技术作为节能与新能源汽车领域的重要发展方向。目前，公司已经掌握了碳纤维复合材料的热压成型工艺，该工艺是在一定的温度与压力下，碳纤维复合板发生软化和形变，从而制备一定形状的片材，然后通过模内注塑

完成零件背面的装配结构成型，目前公司已解决了由于产品形状复杂、织物的刚性较低导致的纤维过度变形、产品易出现屈曲、起皱等缺陷，为未来碳纤维材料的大规模应用打下了扎实的技术基础。

其次，公司高度关注雷达技术、空气动力技术等先进技术与公司产品和技术融合，开发了能够有效满足雷达波传输要求的 ACC 标牌、能够大幅降低风阻系数的大尺寸轮毂装饰盖等产品，具体请见“② 公司技术及产品方面的创造性研发及应用”之“1) 公司结合雷达技术、空气动力技术等先进技术进行创造性的研发与应用”。

再次，公司紧跟汽车行业发展趋势，积极拓展新能源汽车整车厂商客户。根据新能源汽车产业发展规划（2021-2035 年）（征求意见稿），2025 年我国新能源汽车新车销量占比将达到 25%左右，坚持发展新能源汽车已成为我国的国家战略，同时也是全球汽车产业的发展趋势。公司紧跟新能源汽车发展趋势，近年来，已对众多国内外主流新能源汽车厂商进行了重点开拓。截至本招股说明书签署之日，公司已与特斯拉、小鹏汽车、比亚迪、蔚来汽车、北汽新能源、理想汽车等新能源汽车厂商的一级供应商。与上述新能源汽车整车厂商客户的合作将为公司经营业绩带来积极影响。

综上，公司具有较高的技术水平，并掌握了先进的核心技术，具有丰富的技术及产品创新研发成果，经营模式方面形成了较强的同步开发能力，并注重公司产品与新材料、新技术及行业新趋势的融合，因此，公司主要业务具有创新、创造和创意相关特征。

（3）公司具有较好的成长性

自 2004 年成立以来，公司一直深耕汽车内外饰件领域，目前已成功进入世界主要整车厂商的供应体系，成为一家具备全球化供应能力的专业汽车内外饰件制造商。凭借多年的研发经验、稳定的产品质量、良好的供货能力以及及时的售后响应，公司已和国内外多家知名整车厂商建立了长期稳定的合作关系，在汽车轮毂装饰件及汽车标识装饰件领域建立了较高的行业地位。

2018 年至 2020 年，公司的营业收入分别为 34,008.32 万元、37,563.37 万元和 39,646.85 万元，同比分别增长 10.45%和 5.55%，整车厂商客户及量产项

目数量不断增加，呈现良好的成长性。2020 年，受新冠疫情影响，公司的营业收入增速有所下滑。

报告期，公司积极进行产品开发与客户开拓，为公司持续发展打下了坚实基础。在产品开发方面，公司持续推进汽车内外饰件产品的开发，产品种类和应用领域不断丰富。报告期，公司逐步研发了装饰条、车身装饰件总成等汽车车身装饰件产品，相关产品已陆续实现量产。同时，公司围绕汽车产业轻量化、智能化、环保化的发展趋势，自主开展了 ACC 标牌、全 PVD 格栅、发光及无线控制轮毂中心盖、碳纤维大尺寸轮毂装饰盖和镶件、发光标牌、空气动力学轮毂装饰套件等新产品开发，以提升公司产品单位价值及市场竞争力。在客户开拓方面，公司一方面不断深化与现有客户的合作，加大新项目开发力度和新产品领域合作，报告期公司同步开发及量产零部件数量稳步提升；另一方面公司持续开拓新的整车厂商客户，报告期公司进入了一汽-大众、上汽乘用车、吉利汽车、北美丰田、北美本田等传统整车厂商的供应商名录。

因此，从长期来看，公司具备较好的成长性。

(4) 公司符合创业板定位

自成立以来，公司一直深耕汽车内外饰件领域，已成为一家具备全球化供应能力的专业汽车内外饰件制造商。公司符合创业板相关行业范围，主要业务具有创新、创造和创意相关特征，并具有较好的成长性，因此，公司符合创业板定位。”

【保荐机构核查情况】

一、核查程序

查阅了汽车零部件行业的相关法律法规、产业政策及相关技术资料，取得了发行人出具的说明，与发行人实际控制人、主要核心技术人员进行了交流，获取了发行人业务经营资料、重大业务合同、收入明细表、未来发展规划等资料。

二、核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、公司具有较高的技术水平，并掌握了先进的核心技术，核心技术的可替

代性相对较低。公司在技术及产品方面具有创造性，公司在雷达技术、空气动力技术等先进技术，以及模具相关技术领域积极进行创新与应用，并创造性的研发了多种更能满足整车厂商智能化、轻量化、环保化要求的汽车内外饰件产品。公司在经营模式、技术融合方面具有创意性，公司形成了较强的同步开发能力，有助于公司更好的匹配整车厂商新车型的开发进度，并最终配套量产；公司将碳纤维复合材料等新材料，以及雷达技术、空气动力技术等新技术与公司产品融合，以更好的满足整车厂商的需求；此外，公司还紧跟汽车行业发展趋势，积极拓展新能源汽车整车厂商客户。因此，公司主要业务具有创新、创造和创意相关特征。

2、公司所处细分行业为汽车内外饰件行业，不属于《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》第四条所规定的原则上不支持申报创业板上市的行业。公司主要业务具有创新、创造和创意相关特征，并具有较好的成长性，因此，公司符合创业板定位。

（以下无正文）

（本页无正文，为《广州市金钟汽车零部件股份有限公司与南京证券股份有限公司关于广州市金钟汽车零部件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第三轮审核问询函的回复》之签章页）

法定代表人：



辛洪萍

广州市金钟汽车零部件股份有限公司



2021年 3月 23日

发行人董事长声明

本人承诺本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、完整性承担个别和连带的法律责任。

董事长：



辛洪萍

广州市金钟汽车零部件股份有限公司

2021 年 3 月 23 日

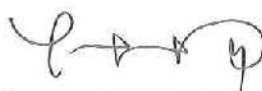


(本页无正文，为《广州市金钟汽车零部件股份有限公司与南京证券股份有限公司关于广州市金钟汽车零部件股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件第三轮审核问询函的回复》之签章页)

保荐代表人：



封燕



崔传杨

南京证券股份有限公司

2021年3月23日

保荐机构（主承销商）董事长声明

本人已认真阅读《广州市金钟汽车零部件股份有限公司与南京证券股份有限公司关于广州市金钟汽车零部件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第三轮审核问询函的回复》的全部内容，了解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，审核问询函的回复不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

董事长：



李剑锋

