

杭州正强传动股份有限公司

申请首次公开发行股票并在创业板上市

的审核中心意见落实函的回复

二〇二一年四月

杭州正强传动股份有限公司

申请首次公开发行股票并在创业板上市

的审核中心意见落实函的回复

深圳证券交易所：

贵所于 2021 年 3 月 30 日出具的《关于杭州正强传动股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函》（审核函〔2021〕010410 号）（以下简称“《落实函》”）已收悉。杭州正强传动股份有限公司（以下简称“正强股份”、“发行人”或“公司”）会同国金证券股份有限公司（以下简称“国金证券”、“保荐人”）、天健会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）、上海市锦天城律师事务所（以下简称“发行人律师”）等有关中介机构，对《落实函》进行了认真讨论研究，对《落实函》提出的问题进行了逐项核查落实，并根据要求对《杭州正强传动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》（以下简称“招股说明书”）进行了修改和补充披露，现对相关问题回复如下，请予审核。

如无特别说明，本落实函回复中使用的名词释义与《杭州正强传动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》一致。

字体	含义
黑体加粗	**落实函所列问题**
宋体	对落实函的回复
楷体加粗	**涉及对招股说明书的补充披露内容**

在本落实函回复中，若合计数与各分项数值相加之和在尾数上存在差异，均为四舍五入所致。

目 录

问题 1.关于业绩变动与风险提示 3
问题 2.关于原材料价格上涨与风险提示 15
问题 3.关于合作模式 20
问题 4.关于存货变化 23
问题 5.关于销售费用 26
问题 6.关于毛利率 29
问题 7.关于对赌协议 40

问题 1.关于业绩变动与风险提示

申报文件及问询回复显示：

（1）发行人报告期内营业收入存在一定下滑，2019 年收入下滑系全球汽车行业持续低迷导致发行人产品销量下降、国内汽车零部件的价格年降以及国际贸易摩擦导致发行人部分产品价格下降所致，2020 年收入下滑系受新冠疫情影响、部分客户订单延期及订单需求下降所致。发行人在招股说明书中就“经营业绩下滑的风险”进行了重大事项提示。

（2）2020 年第四季度发行人收入占全年比重为 35.60%，高于报告期内其他年份第四季度收入占比。

（3）2020 年发行人“外销收入-其他国家地区销售金额”为 2,335.95 万元，同比增加 36.96%，而发行人 2020 年对主要外销地区印度、美国、巴西和日本的销售金额均同比下降。

（4）2020 年度，发行人第三方回款金额较高，主要原因系发行人伊朗客户 Harkat Sazane Toos Co., Ltd.因受外汇管制影响，以前年度通过贸易商向发行人进行采购，直接采购并通过第三方付款的方式向发行人采购较少，2020 年度合作贸易商的该类业务减少，导致通过贸易商采购减少，直接采购并通过第三方付款方式向发行人采购增加。

请发行人：

（1）按照《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 28 号——创业板公司招股说明书（2020 年修订）》的规定，在“重大事项提示”中量化分析导致 2019 年、2020 年业绩下滑的影响因素，结合前述影响因素是否持续及影响程度、报告期内汽车整车产销量及变化趋势、发行人市场份额及变化情况、在手订单及变化情况，分析发行人是否存在业绩持续下滑风险、发行人是否具有持续经营能力，并进一步补充披露招股说明书中“经营业绩下滑的风险”相关内容。

（2）分析并披露发行人 2020 年第四季度收入占比提升的原因及合理性，结合 2020 年第四季度确认收入的主要客户的发货、收入确认时间节点，分析并

披露 2020 年第四季度收入确认的准确性，是否存在提前确认收入的情形。

（3）结合不同外销地区销售增长驱动因素、销售金额变化较大的客户具体情况等说明发行人“外销收入-其他国家地区销售金额”2020 年同比增加，销售变化趋势与对印度、美国、巴西和日本等国家销售趋势变化不一致的原因及合理性。

（4）说明第三方付款机构的基本信息、与 Harkat Sazane Toos Co., Ltd.是否存在关联关系、代其支付货款的原因、双方是否签订了代付协议。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明按照《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 的要求对问题（4）的核查过程及结论。

【回复】

一、按照《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 28 号——创业板公司招股说明书（2020 年修订）》的规定，在“重大事项提示”中量化分析导致 2019 年、2020 年业绩下滑的影响因素，结合前述影响因素是否持续及影响程度、报告期内汽车整车产销量及变化趋势、发行人市场份额及变化情况、在手订单及变化情况，分析发行人是否存在业绩持续下滑风险、发行人是否具有持续经营能力，并进一步补充披露招股说明书中“经营业绩下滑的风险”相关内容。

（一）在“重大事项提示”中量化分析导致 2019 年、2020 年业绩下滑的影响因素

公司 2019 年度和 2020 年度营业收入分别下降 4.50%和 7.55%，2019 年度扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润下降 9.81%，主要受汽车产销量下降、新冠疫情、国内汽车零部件的价格年降、国际贸易摩擦导致公司部分产品价格下降等因素影响。

1、汽车产销量下滑的影响

从 2018 年开始，全球汽车和国内汽车产销量均出现小幅下滑，2019 年全球汽车和国内汽车产量分别下滑 4.02%和 7.51%，销量分别下滑 3.95%和 8.23%；

2020 年度加之新冠疫情影响，国内汽车产销量进一步下滑，国内汽车产量下滑 1.93%，国内汽车销量下滑 1.78%。汽车产销量下降对公司产品销量带来一定影响，从而对营业收入带来影响。报告期内，公司主要产品销量分别为 3,772.03 万套、3,730.63 万套和 3,563.98 万套，2019 年度和 2020 年度分别下降 1.10%和 4.47%。

2、新冠疫情的影响

2020 年初新冠疫情爆发，受疫情影响，公司及客户和供应商复工延迟，2020 年 3 月以后国内经济活动开始恢复，2020 年下半年国外经济活动开始恢复。新冠疫情对公司 2020 年产品销量带来一定影响，从而对营业收入带来影响。2020 年度，公司主要产品销量下降 4.47%。

3、国内汽车零部件价格年降的影响

国内主机配套市场普遍存在价格年度调整惯例，常在新产品供货一段时间后逐年适当下调供货价格，2019 年度和 2020 年度，公司主要产品中的年降产品价格下调导致收入下降金额分别为 305.07 万元和 364.19 万元，占当年主营业务收入比例分别为 1.00%和 1.30%。

4、国际贸易摩擦导致公司部分产品价格下降带来的影响

受国际贸易摩擦的影响，2019 年，公司部分客户与公司协商对销往美国地区的十字轴万向节总成产品进行小幅降价，使 2019 年度和 2020 年度公司销售收入分别下降 133.37 万元、113.68 万元，占当年主营业务收入比例分别为 0.44%和 0.40%。

发行人已在招股说明书“重大事项提示”之“一、特别风险提示”之“（一）经营业绩下滑的风险”中补充披露如下：

“2019 年度，公司营业收入从上年的 31,951.89 万元下降到 30,514.28 万元，降幅为 4.50%；扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润从上年的 5,212.24 万元下降到 4,700.75 万元，降幅为 9.81%。2020 年度，公司营业收入从上年的 30,514.28 万元下降到 28,209.64 万元，降幅为 7.55%。**公司 2019 年度和 2020 年度经营业绩下滑主要受汽车产销量下降、新冠疫情、国内汽车零部件的价格年降、国际贸易摩擦导致公司部分产品价格下降等因素影响。受汽车产销**

量下降和2020年新冠疫情影响，公司主要产品销量下降，报告期内，公司主要产品销量分别为3,772.03万套、3,730.63万套和3,563.98万套，2019年度和2020年度分别下降1.10%和4.47%。受国内汽车零部件的价格年降影响，公司2019年度和2020年度年降产品价格下调导致收入下降金额分别为305.07万元和364.19万元，占当年主营业务收入比例分别为1.00%和1.30%。受国际贸易摩擦的影响，2019年，公司部分客户与公司协商对销往美国地区的十字轴万向节总成产品进行小幅降价，使2019年度和2020年度公司销售收入分别下降133.37万元、113.68万元，占当年主营业务收入比例分别为0.44%和0.40%。公司盈利与汽车行业周期性波动、国家产业政策、国际贸易摩擦、原材料价格波动、重大疫情、募投项目投产后固定资产折旧金额费用增加以及自身经营等诸多因素密切相关。如果公司不能采取行之有效的应对各种风险的措施，可能存在经营业绩继续下降的风险。”

（二）结合前述影响因素是否持续及影响程度、报告期内汽车整车产销量及变化趋势、发行人市场份额及变化情况、在手订单及变化情况，分析发行人是否存在业绩持续下滑风险、发行人是否具有持续经营能力

1、前述影响2019年度和2020年度业绩下滑的主要因素已经减弱

（1）2020年4月以来我国汽车产销量开始回暖

随着汽车产业政策的作用逐步显现以及汽车消费需求的逐渐恢复，2020年4月以来我国汽车行业产销出现回暖趋势。2020年4月，汽车月产销同比分别增长2.30%和4.40%，月增速为2020年以来的首次增长，其中，销量更是结束了连续21个月的下降。2020年度，汽车产销累计分别完成2,522.50万辆和2,531.10万辆，同比分别下降1.93%和1.78%，降幅较上年分别收窄5.58个百分点和6.45个百分点。

随着汽车行业回暖，发行人的订单量明显上升。2020年第三季度和第四季度获得新增订单金额分别为10,191.50万元和10,819.68万元，较上年同期分别上升28.90%和21.73%。

（2）目前新冠疫情对发行人的影响已经减弱

随着国内疫情防控形势持续向好，以及境外各国各地区逐步放开疫情管控措

施重启经济，公司经营从 2020 年下半年开始受疫情的影响逐渐减小，订单明显上升。公司在 2020 年第三季度和第四季度获得新增订单金额分别为 10,191.50 万元和 10,819.68 万元，较上年同期分别上升 28.90%和 21.73%。

（3）发行人通过不断推出新产品消化国内主机配套市场年降的影响

国内主机配套市场年降主要针对供货一段时间后成熟产品，而发行人主要以技术研发为引领，通过为客户不断开发新产品扩大销售规模并提升持续盈利能力，在一定程度上降低了成熟产品价格年降对发行人业绩带来的影响。2019 年度和 2020 年度，发行人新产品销售收入分别为 2,484.08 万元和 3,199.48 万元，在一定程度上降低了成熟产品价格年降的影响。

（4）国际贸易摩擦对发行人经营业绩不会产生重大不利影响

2019 年的国际贸易摩擦降价对 2019 年度和 2020 年度主营业务收入的影响分别为-0.44%和-0.40%，影响较小。

国际贸易摩擦对发行人持续经营能力不存在重大不利影响，主要由于：①报告期内直接出口及通过国内贸易商出口到美国地区收入占公司主营业务收入比例分别为 16.19%、15.40%和 12.64%，发行人不存在对美国地区收入重大依赖的情形；②发行人与美国主要客户具有 10 年左右或 10 年以上的合作历史，汽车行业客户对零部件供应商具有严格的认证程序，为了保持产品稳定性，一般不会频繁更换；发行人产品具有较高性价比优势，与客户保持稳定的合作关系；③国际贸易摩擦加征关税未对发行人盈利能力造成重大不利影响：2019 年度和 2020 年度，如果发行人承担全部加征关税影响，对营业收入影响额为-822.75 万元和-774.29 万元，而发行人与客户协商后实际承担的影响为-133.37 万元和-113.68 万元。

2、报告期内汽车整车产销量及变化趋势

报告期各期，全球汽车和国内汽车产销量均出现下滑，2019 年全球汽车和国内汽车产量分别下滑 4.02%和 7.51%，销量分别下滑 3.95%和 8.23%；2020 年国内汽车产量下滑 1.93%，国内汽车销量下滑 1.78%。

2020 年 4 月开始，我国汽车行业开始回暖，发行人订单量明显上升。具体分析参见本题回复之“（二）”之“1”的相关分析。

3、发行人市场份额及变化情况

2019 年度，全球汽车市场和国内汽车市场下滑较多，发行人在主机配套市场的产品销量较为稳定，其原因包括发行人产品逐步替代部分主要客户（江苏南阳、耐世特等）的其他供应商产品。2020 年度，全球主要汽车销售国家的汽车销量均下滑较多，发行人在全球主机配套市场的产品销量下滑较小；在国内汽车市场，汽车销量下滑幅度与发行人在国内主机配套市场的产品销量下降幅度一致，主要由于汽车市场的需求拉动作用传导到二级零部件供应商具有一定滞后性。

2019 年度和 2020 年度，全球汽车和国内汽车销量变化、发行人在全球和国内主机配套市场主要产品十字轴万向节总成、节叉和十字轴合计销量的变化情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度
全球汽车销量变化比例	-注	-3.95%
发行人在全球主机配套市场主要产品销量变化比例	-2.61%	-1.26%
国内汽车销量变化比例	-1.78%	-8.23%
发行人在国内主机配套市场主要产品销量变化比例	-2.15%	1.12%

注：根据中国汽车工业协会的信息，2020 年全球汽车市场中，11 个主要汽车销售国家中，仅有韩国汽车销量实现上涨，印度、美国、日本、德国、法国、英国、意大利、西班牙均出现双位数下跌。

4、在手订单及变化情况

2018年末、2019年末、2020年末、2021年3月末，公司在手订单具体情况如下：

单位：万套、万元

销售区域	2021 年 3 月末		2020 年末		2019 年末		2018 年末	
	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额
境内	567.92	3,845.48	513.38	3,641.17	400.44	2,637.97	442.25	2,832.34
境外	563.92	5,728.61	460.77	4,909.67	417.90	3,875.64	454.94	4,674.38
合计	**1,131.84**	**9,574.09**	**974.15**	**8,550.84**	**818.35**	**6,513.61**	**897.19**	**7,506.72**

由上表可见，随着汽车行业的回暖以及新冠疫情影响的减小，2021 年 3 末和 2020 年末，发行人的在手订单增长较快。

综上，影响 2019 年度和 2020 年度业绩下滑的主要因素已经减弱，不会对发行人持续经营能力产生重大不利影响，具体包括：我国汽车整车产销量自 2020 年 4 月开始回暖，目前新冠疫情的影响已经减小，发行人不断推出的新产品能够一定程度上降低国内主机配套市场产品价格年降影响，国际贸易摩擦对发行人经营业绩不会产生重大不利影响；发行人产品在报告期内逐步替代同行业其他供应商产品，发行人 2020 年末和 2021 年 3 月末的在手订单明显持续增长，因此，发行人业绩持续下滑的风险较小，发行人具有持续经营能力。

（三）补充披露

发行人已在招股说明书“重大事项提示”之“一、特别风险提示”之“（一）经营业绩下滑的风险”及“第四节 风险因素”之“三、经营风险”之“（一）经营业绩下滑的风险”中补充披露如下：

“2019 年度，公司营业收入从上年的 31,951.89 万元下降到 30,514.28 万元，降幅为 4.50%；扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润从上年的 5,212.24 万元下降到 4,700.75 万元，降幅为 9.81%。2020 年度，公司营业收入从上年的 30,514.28 万元下降到 28,209.64 万元，降幅为 7.55%。**公司 2019 年度和 2020 年度经营业绩下滑主要受汽车产销量下降、新冠疫情、国内汽车零部件的价格年降、国际贸易摩擦导致公司部分产品价格下降等因素影响。受汽车产销量下降和 2020 年新冠疫情影响，公司主要产品销量下降，报告期内，公司主要产品销量分别为 3,772.03 万套、3,730.63 万套和 3,563.98 万套，2019 年度和 2020 年度分别下降 1.10%和 4.47%。受国内汽车零部件的价格年降影响，公司 2019 年度和 2020 年度年降产品价格下调导致收入下降金额分别为 305.07 万元和 364.19 万元，占当年主营业务收入比例分别为 1.00%和 1.30%。受国际贸易摩擦的影响，2019 年，公司部分客户与公司协商对销往美国地区的十字轴万向节总成产品进行小幅降价，使 2019 年度和 2020 年度公司销售收入分别下降 133.37 万元、113.68 万元，占当年主营业务收入比例分别为 0.44%和 0.40%。**公司盈利与汽车行业周期性波动、国家产业政策、国际贸易摩擦、原材料价格波动、重大疫情、募投项目投产后固定资产折旧金额费用增加以及自身经营等诸多因素密切相关。如果公司不能采取行之有效的应对各种风险的措施，可能存在经营业绩继续下降的风险。”

二、分析并披露发行人 2020 年第四季度收入占比提升的原因及合理性，结合 2020 年第四季度确认收入的主要客户的发货、收入确认时间节点，分析并披露 2020 年第四季度收入确认的准确性，是否存在提前确认收入的情形。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”中补充披露如下：

“5、主营业务收入按季节性分类

报告期内，公司主营业务收入按季节性划分情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
第一季度	4,763.67	16.95%	7,479.57	24.60%	7,053.38	22.25%
第二季度	6,464.79	23.01%	7,242.90	23.82%	7,648.82	24.13%
第三季度	6,868.41	24.44%	7,527.11	24.75%	7,780.76	24.55%
第四季度	10,003.24	35.60%	8,156.93	26.83%	9,210.64	29.06%
合计	**28,100.11**	**100.00%**	**30,406.51**	**100.00%**	**31,693.61**	**100.00%**

公司各季度的销售收入波动较小，第四季度销售收入略高于前三季度，主要原因为一般第四季度为下游汽车行业的销售旺季。整体而言，公司主营业务收入不存在明显季节性特征。

（1）2020 年第四季度收入占比提升的原因

2020 年第四季度收入占比为 35.60%，较 2018 年和 2019 年第四季度占比提升较大，主要原因系一方面，2020 年上半年受疫情影响，上半年收入较 2018 年和 2019 年同期下降较多，收入占比较低；另一方面，随着汽车行业回暖及疫情影响减弱，2020 年第三季度和第四季度销售订单增长较快，公司从获得订单到交货正常的周期为 2-3 个月，故第三季度的销售订单增长主要反应在第四季度的销售收入中，导致第四季度收入占比提升较大。

报告期各期第三季度和第四季度的销售订单情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	订单金额	占全年订单比例	订单金额	占全年订单比例	订单金额	占全年订单比例

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	订单金额	占全年订单比例	订单金额	占全年订单比例	订单金额	占全年订单比例
第三季度	10,191.50	29.15%	7,906.27	24.19%	8,995.98	26.40%
第四季度	10,819.68	30.94%	8,888.30	27.19%	9,419.18	27.64%
合计	21,011.18	60.09%	16,794.56	51.38%	18,415.16	54.04%

由上表可见，公司 2020 年第三季度和第四季度销售订单金额较 2018 年和 2019 年同期增长较快，导致第四季度销售收入增长较多，收入占比提升较大。

综上，发行人 2020 年第四季度收入占比提升具有合理性。

（2）2020 年第四季度收入确认的准确性

2020 年第四季度，发行人前五大客户确认收入金额占发行人主营业务收入比例为 47.43%，上述主要客户的发货、收入确认时间节点情况如下：

单位：万元

客户名称	确认收入时间节点	2020 年第四季度确认收入	占该客户 2020 年度总收入的比例	其中：对应 2020 年 10 月以前发货金额	其中：对应 2020 年 10 月发货金额	其中：对应 2020 年 11 月发货金额	其中：对应 2020 年 12 月发货金额
博世华域	客户领用后确认收入	2,017.26	38.45%	205.66	678.60	671.11	461.89
益兆公司	将产品报关，取得提单后确认收入	878.18	40.87%	128.48	263.86	241.20	244.64
江苏南阳	产品交付后确认收入	716.42	35.34%	-	215.56	259.42	241.44
GMB	内销按产品交付后确认收入；外销将产品报关，取得提单后确认收入	595.98	30.40%	82.17	155.18	160.39	198.24
DANA	将产品报关，取得提单后确认收入	536.67	37.48%	13.45	170.27	206.90	146.05

对于内销收入，合同约定产品系以交付结算的，公司已根据合同约定将产品交付给购货方后确认收入，合同约定产品按购货方领用结算的，公司将产品运抵指定仓库，购货方实际领用产品后确认收入；对于外销收入，公司已根据合同约定将产品报关，取得提单后确认收入。报告期内，公司严格按照收入确认准则确认收入，不存在提前确认收入的情形。”

三、结合不同外销地区销售增长驱动因素、销售金额变化较大的客户具体情况等说明发行人“外销收入-其他国家地区销售金额”2020 年同比增加，销售变化趋势与对印度、美国、巴西和日本等国家销售趋势变化不一致的原因及合理性。

2020 年度，公司外销主要国家或地区相比 2019 年度变动情况如下：

单位：万元

销售区域	2020 年销售金额	2019 年销售金额	变动幅度
印度	3,731.22	4,596.16	-18.82%
美国	2,901.63	4,136.23	-29.85%
巴西	2,020.56	2,159.88	-6.45%
日本	613.77	1,094.90	-43.94%
其他国家地区	2,335.95	1,705.57	36.96%
合计	**11,603.13**	**13,692.75**	**-15.26%**

上述其他国家地区的主要销售国家包括伊朗、墨西哥、俄罗斯、德国，2020 年度，上述四个国家的销售收入占其他国家地区总收入比例为 79.61%，2020 年度销售收入及同比变化情况如下：

单位：万元

销售区域	2020 年销售金额	2019 年销售金额	变动金额
伊朗	625.83	60.71	565.12
墨西哥	590.06	583.71	6.35
俄罗斯	369.47	415.35	-45.88
德国	274.40	189.74	84.66
合计	**1,859.76**	**1,249.51**	**610.25**

由上表可见，2020 年度，其他国家地区收入增长主要由于伊朗地区收入增长，主要原因系发行人伊朗客户 Harkat Sazane Toos Co., Ltd.因受外汇管制影响，以前年度通过国内贸易商向发行人进行采购，2020 年度与合作贸易商的业务减少，导致通过贸易商采购减少，转而直接向发行人采购增加。2019 年度和 2020 年度，该客户与发行人通过贸易商和直销的合计交易金额分别为 672.37 万元、736.33 万元，需求较为稳定。

此外，2020 年度其他国家地区中，德国销售收入同比略有增长，主要原因

系新产品销售增加；墨西哥收入基本稳定，主要客户系耐世特（NEXTEER）墨西哥子公司，2020 年度销售收入为 590.06 万元，较 2019 年度的 480.47 万元有一定增长，主要原因系发行人产品逐步替代该客户的其他供应商同类产品。

综上，发行人“外销收入-其他国家地区销售金额”2020 年同比增加，主要受伊朗地区主要客户采购方式变化的影响，销售变化趋势与对印度、美国、巴西和日本等国家销售趋势变化不一致具有合理性。

四、说明第三方付款机构的基本信息、与 Harkat Sazane Toos Co., Ltd.是否存在关联关系、代其支付货款的原因、双方是否签订了代付协议。

Harkat Sazane Toos Co., Ltd.受限于当地外汇支付限制因素的影响，根据其所在国长期形成的外贸交易习惯，委托第三方代其向发行人支付货款；第三方付款机构与 Harkat Sazane Toos Co., Ltd.不存在关联关系，双方未签订代付协议；在第三方付款机构完成付款后，Harkat Sazane Toos Co., Ltd.根据付款机构的银行回单与发行人的收款记录进行核对。伊朗地区企业在未签订代付协议情况下委托非关联第三方支付进口商品货款系其所在国家外汇管制下具有普遍性的付款安排，不存在其他异常情形。

第三方付款机构的基本信息发行人已申请豁免披露。

五、保荐人、申报会计师的核查意见，并说明按照《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 的要求对问题（4）的核查过程及结论

（一）核查程序

保荐人、申报会计师对上述事项执行了以下核查程序：

1、获取发行人 2020 年度、2021 年 1-3 月订单台账，统计 2020 年度和 2021 年新增订单和期末在手订单情况；

2、查阅中国汽车工业协会的全球和国内汽车市场数据，分析汽车行业变化情况；

3、进行收入截止性测试，选取 2020 年最后一个月和下期期初最初一个月的内外销销售收入明细，并获取相应的对账单、签收单、海关报关单、提单等单

据，核查内外销收入是否计入正确的会计期间。

4、获取发行人收入成本明细表，分析“外销收入-其他国家地区销售金额”2020 年度销售明细及变动情况。

5、获取并逐笔核查第三方回款明细，通过核对银行流水、账面收款记录、销售明细，核实第三方回款记录的完整性。

6、取得发行人实际控制人、董监高以及其他关联方的调查表，核查公司及其实际控制人、董监高和其他关联方与第三方回款的支付方是否存在关联关系。

7、访谈和函证第三方回款的客户，了解代付行为的原因及商业合理性，确认销售和回款的真实性，核查交易是否基于真实交易背景、必要性和商业合理性，是否存在货物归属纠纷等问题。

8、抽取并检查与第三方回款业务相关的销售订单、出库单、运输单、报关单、提单、银行回款流水、邮件往来确认资料等，确认销售及回款的真实性核查交易是否基于真实交易背景、必要性和商业合理性。

（二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、导致 2019 年、2020 年业绩下滑的影响因素主要包括：汽车产销量下降、新冠疫情、国内汽车零部件的价格年降、国际贸易摩擦导致公司部分产品价格下降等因素，发行人已在招股说明书“重大事项提示”中量化分析；目前，影响 2019 年度和 2020 年度业绩下滑的主要因素已经减弱，国内整车产销量自 2020 年 4 月开始回暖，发行人产品在报告期内逐步替代同行业其他供应商产品，发行人 2020 年末和 2021 年 3 月末的在手订单明显持续增长，因此，发行人业绩持续下滑的风险较小，发行人具有持续经营能力；发行人已在招股说明书中“经营业绩下滑的风险”部分补充披露相关内容。

2、2020 年第四季度收入占比提升主要由于 2020 年下半年销售订单增长较快，具有合理性；发行人 2020 年第四季度收入确认准确，不存在提前确认收入的情形。

3、发行人“外销收入-其他国家地区销售金额”2020 年同比增加主要受伊朗

地区主要客户采购方式变化的影响，销售变化趋势与对印度、美国、巴西和日本等国家销售趋势变化不一致具有合理性。

4、Harkat Sazane Toos Co., Ltd.受限于当地外汇支付限制因素的影响，根据其所在国长期形成的外贸交易习惯，委托第三方代其向发行人支付货款，第三方付款机构与 Harkat Sazane Toos Co., Ltd.不存在关联关系，双方未签订代付协议。

5、对照《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 的要求，核查结论如下：

（1）发行人第三方回款涉及收入真实，不存在虚构交易或调节账龄情形；

（2）报告期内，发行人第三方回款占公司营业收入比例分别为 0.08%、0.30%、2.47%，整体占比较低；

（3）报告期内，发行人第三方回款均基于业务合作需求发生，主要系客户当地外汇支付限制因素的影响，发行人第三方回款具有必要性及商业合理性；

（4）发行人及其实际控制人、董监高或其他关联方与第三方回款的支付方不存在关联关系或其他利益安排；

（5）报告期内发行人不存在因第三方回款导致的货款归属纠纷；

（6）发行人境外销售涉及境外第三方，主要系客户当地外汇支付限制因素的影响，境外第三方代付行为具有商业合理性与合法合规性；

（7）报告期内发行人不存在与客户在签订合同时明确约定由其他第三方代付货款的情况；

（8）发行人第三方回款涉及的资金流、实物流与合同约定及商业实质一致；

（9）发行人第三方回款所对应营业收入具有真实性，不影响发行人销售收入的真实性，不构成影响发行条件事项。

问题 2.关于原材料价格上涨与风险提示

申报文件显示，发行人产品主要原材料为钢材、毛坯件。根据公开信息，近期钢材等原材料价格上涨较快。

请发行人补充披露所用原材料是否存在因受钢材价格影响而存在周期性波动的特征，如是，请结合周期性波动的时间规律、发行人原材料备货情况、与客户的调价机制及调价频率等，量化分析钢材等原材料价格是否存在进入上涨周期的风险以及对发行人生产经营的影响、发行人是否有能力传递原材料价格上涨风险，并就因原材料价格变动对发行人持续经营的影响进行充分风险提示。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、请发行人补充披露所用原材料是否存在因受钢材价格影响而存在周期性波动的特征，如是，请结合周期性波动的时间规律、发行人原材料备货情况、与客户的调价机制及调价频率等，量化分析钢材等原材料价格是否存在进入上涨周期的风险以及对发行人生产经营的影响、发行人是否有能力传递原材料价格上涨风险，并就因原材料价格变动对发行人持续经营的影响进行充分风险提示。

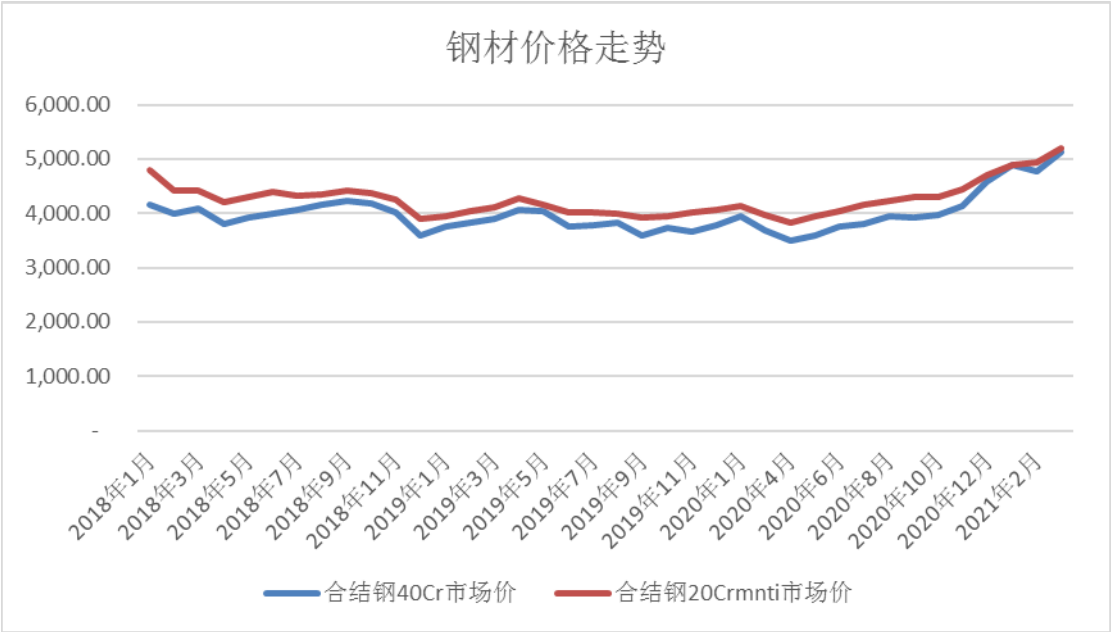
发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人采购情况和主要供应商”之“（一）主要产品的原材料、能源及其供应情况”之“2、主要原材料价格变动情况”中补充披露如下：

“（4）主要原材料因受钢材价格影响而存在周期性波动的特征

公司主要原材料钢材、毛坯件、轴承和其他配件等，其中，毛坯件和轴承的原材料亦为钢材，报告期内，直接材料成本占主营业务成本的比重分别为51.96%、48.66%和47.37%。钢材价格因受国内外经济形势、国家宏观经济政策调控以及市场供求关系等多种因素影响而存在周期性波动的特征。

①周期性波动的时间规律

截至2021年3月末，近年来钢材价格走势如下



数据来源：同花顺 iFinD 上海合结钢 40Cr、济源出厂价 20CrMnTi

2018 年 1 月至 2020 年 4 月，钢材价格呈震荡下行趋势，总体波动较小，自 2020 年 5 月以来，受多重因素影响，钢材价格呈连续上涨趋势。以合结钢 40Cr 的市场价为例，2019 年的平均价格较 2018 年的平均价格下降 5.23%，2020 年的平均价格较 2019 年的平均价格上涨 2.25%，2021 年 1-3 月的平均价格较 2020 年度的平均价格上涨 26.77%。

根据 2020 年度的成本结构及毛利率进行测算，在钢材价格上涨 26.77%的情况下，对公司主营业务毛利率的影响为下降 5.17 个百分点。

②发行人原材料备货情况

截至 2020 年末，公司钢材备货情况如下：

单位：万元

项目	金额
原材料-钢材	345.50
委外加工物资-钢材	572.49
预付采购款（不含税）在期后到货的钢材	109.33
合计	1,027.32

根据 2020 年 12 月的钢材生产领用情况测算，2020 年末钢材备货量对应的可使用天数为 50-60 天。

③与客户的调价机制及调价频率

公司销往国内主机配套市场的产品销售价格除部分商品有年降情况外，一般较为稳定。公司销往国外市场的产品，除与厦门众联有调价约定外，一般不与客户约定价格调整机制，无固定调整频率。公司日常根据原材料价格波动、汇率波动等对公司盈利的综合影响，并考虑具体产品型号的需求情况、行业内其他同类产品的价格及调价情况等因素，判断是否向客户提出调高价格的请求，最终根据双方协商结果确定调价情况。

2020 年末和 2021 年初，基于钢材价格持续上涨，公司与部分客户进行了协商调价。截至 2021 年 3 月末，公司已与 23 家客户协商确定调价，调价比例在 3.50%-13.00%，具体客户的调价情况发行人已申请豁免披露。

上述截至 2021 年 3 月末已确定调价的 23 家客户 2020 年度收入合计为 10,146.41 万元，根据本次每家客户的调价幅度（调价幅度为区间的取其中位数）和其 2020 年度收入金额进行测算，调价对上述 23 家客户收入合计影响为 683.27 万元，对上述 23 家客户综合毛利率的影响为提升 6.73 个百分点；按发行人 2020 年度主营业务收入 28,100.11 万元测算，对发行人主营业务毛利率影响为提升 2.43 个百分点。

2021 年 1-3 月钢材价格较 2020 年度上涨 26.77%，根据 2020 年度的成本结构及毛利率进行测算，对公司主营业务毛利率的影响为下降 5.17 个百分点。公司通过与部分客户协商涨价，公司将原材料价格上涨的压力部分转移到下游客户，减轻因原材料大幅涨价对公司生产成本控制造成的压力。”

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“三、经营风险”之“（四）原材料价格波动风险”中补充披露如下：

“报告期内，公司主要原材料为钢材、毛坯件、轴承和其他配件等，其中，毛坯件和轴承的原材料亦为钢材，直接材料成本占主营业务成本的比重分别为 51.96%、48.66%和 47.37%。受到国内外经济形势、国家宏观经济政策调控以及市场供求关系等因素的影响，钢材价格存在波动性；**特别是 2020 年下半年以来，受多重因素影响，钢材价格呈连续上涨趋势。以合结钢 40Cr 的市场价为例，2021 年 1-3 月的平均价格较 2020 年度的平均价格上涨 26.77%，根据 2020 年度的成本结构及毛利率进行测算，对公司主营业务毛利率的影响为下降 5.17 个百分点。**

公司 2020 年末钢材备货量为 1,027.32 万元，根据 2020 年 12 月的钢材生产领用情况测算，可使用 50-60 天。截至 2021 年 3 月末，公司已与 23 家客户协商确定价格上涨 3.50%-13.00%，根据公司 2020 年度主营业务收入测算，本次调价对公司主营业务毛利率影响为提升 2.43 个百分点。钢材价格的上涨在一定程度上带来了公司主营业务毛利率的下降，公司通过与客户协商调价的方式将原材料价格上涨的压力部分转移到下游客户，减轻因原材料大幅涨价对公司生产成本控制造成的压力。如果未来钢材价格持续上涨，且公司产品价格未能及时调整或公司产品价格调整幅度不能覆盖原材料价格上涨幅度，或公司不能有效调整产品结构或降低其他生产成本，公司主营业务毛利率将有所下降，从而对公司经营业绩带来不利影响。”

二、保荐人、申报会计师的核查意见

（一）核查程序

保荐人、申报会计师对上述事项执行了以下核查程序：

1、查询公司主要原材料钢材以及相应的公开市场价格，分析钢材价格的变动趋势。

2、对钢材价格波动对发行人主营业务毛利率影响进行敏感性分析。

3、获取公司与客户协商的产品调价清单，取得并查阅公司与客户协商确定调价的协议及邮件往来。

（二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：公司主要原材料存在因受钢材价格影响而存在周期性波动的特征；合结钢 40Cr2021 年 1-3 月的平均价格较 2020 年的平均价格上涨 26.77%，根据 2020 年度的成本结构及毛利率进行测算，对公司主营业务毛利率的影响为下降 5.17 个百分点；公司 2020 年末钢材备货量为 1,027.32 万元，根据 2020 年 12 月的钢材生产领用情况测算，可使用 50-60 天；截至 2021 年 3 月末，公司已与 23 家客户协商确定价格上涨 3.50%-13.00%，根据公司 2020 年度主营业务收入测算，本次调价对公司主营业务毛利率影响为提升 2.43 个百分点；公司通过与客户协商调价的方式将原材料价格上涨的压力部分转移到下游客户，减轻因原材料大幅涨价对公司生产成本控制造成的压力；发行人已经在招

股说明书对“原材料价格波动风险”进行完善。

问题 3.关于合作模式

申报文件及问询回复显示，发行人与国外部分零部件企业客户的合作模式系通过中间贸易商的方式进行，例如发行人零部件通过益兆公司销售给印度 MSL 公司，原因系益兆公司是印度 MSL 公司在中国的唯一采购服务代理商，双方具有十多年的合作历史，通过采购代理商更有利于开发和维护中国的供应商。

请发行人：

（1）说明是否通过印度 MSL 的供应商资格认证进入其供应商名录，是否存在与益兆公司共享供应商代码的情形以及在其供应商管理系统中的权限情况，是否存在财务、RQF（报价）等权限由益兆公司单独享有的情形。

（2）说明若与益兆公司终止合作，是否存在因无法进入 MSL 整车厂商供应商体系而面临客户流失的风险，发行人是否实质上对益兆公司存在依赖，发行人的销售渠道是否独立，是否具有独立面向市场获取客户的能力，并进一步完善相应的风险提示。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【回复】

一、说明是否通过印度 MSL 的供应商资格认证进入其供应商名录，是否存在与益兆公司共享供应商代码的情形以及在其供应商管理系统中的权限情况，是否存在财务、RQF（报价）等权限由益兆公司单独享有的情形。

经核查，印度MSL公司有供应商名录，只能与名录中的供应商交易；同时，MSL公司也有经认证的制造商名录，只能采购名录中的制造商生产的产品。发行人是经过MSL公司考核认证的制造商，在其认证制造商名录中，同时是MSL公司采购的万向节主要制造商，但是发行人不在MSL公司的供应商名录中。益兆公司在MSL公司的供应商名录中。因此，发行人和益兆公司分别在MSL公司的认证制造商名录和供应商名录，不存在共享供应商代码的情形。

发行人作为经认证的制造商具有向MSL公司提供产品的权限，不具有直接对MSL公司的财务、RQF（报价）权限；益兆公司作为供应商具有向MSL公司销售的权限，相应的益兆公司具有直接对MSL公司的财务、RQF（报价）等权限；但益兆公司基于发行人对益兆公司的产品报价而再向MSL进行报价。

二、说明若与益兆公司终止合作，是否存在因无法进入 MSL 整车厂商供应商体系而面临客户流失的风险，发行人是否实质上对益兆公司存在依赖，发行人的销售渠道是否独立，是否具有独立面向市场获取客户的能力，并进一步完善相应的风险提示。

发行人与益兆公司的长期合作，主要系基于MSL公司的采购方式和益兆公司为MSL公司提供中国地区采购服务的角色。发行人不存在对益兆公司实质上的重大依赖，发行人销售渠道独立，具有独立面向市场获取客户的能力。根据对印度MSL公司的访谈，即使益兆公司与发行人终止合作，发行人是经MSL公司认证的制造商，MSL公司仍然会继续采购发行人生产的产品。

发行人与益兆公司的合作主要系基于MSL公司的采购习惯和益兆公司为MSL公司提供中国地区采购服务的角色。基于益兆公司为印度MSL公司早期在中国开发供应商资源的合作背景，益兆公司成为印度MSL公司在中国的唯一采购服务代理商，为MSL公司提供开发和维护中国供应商、采购、出口、结算、售后等采购服务，双方具有十多年的合作历史。

发行人对益兆公司不存在依赖。发行人是经过MSL公司考核认证的制造商，且是MSL公司采购的万向节主要供应商，MSL公司只能采购经过认证的制造商生产的产品。OEM市场汽车零部件供应商对于采购的零部件产品具有较高的质量要求，对供货的制造商也具有严格的评审和认证程序，制造商的进入壁垒较高；同时，为了保证产品质量稳定性，一旦成为经认证的制造商，一般不会频繁更换，通常保持稳定的合作关系。

发行人的销售渠道独立，具有独立面向市场获取客户的能力。发行人具有独立的销售部门，主要收入来自直销收入，自主开发了国内外知名零部件供应商。报告期内，发行人直销收入占主营业务收入比例分别为75.79%、78.87%和81.95%。发行人直接开发的客户包括：国内的博世华域、江苏南阳耐斯摩汽车配

件有限公司、成都天兴山田车用部品有限公司（本田品牌车之供应商）、东风汽车底盘系统有限公司、宜发（IFA）和上海纳铁福传动系统有限公司等通用、本田、现代、起亚、奔驰等品牌车零部件供应商；国外的吉明美（GMB）、德纳（DANA）、美驰（MERITOR）、耐世特（NEXTEER）等全球知名的跨国汽车零部件集团。

发行人在招股说明书“重大事项提示”之“一、特别提醒投资者关注“风险因素”中的下列风险”以及“第四节 风险因素”之“三、经营风险”披露如下：

“（八）发行人通过贸易商与重要终端客户合作带来的客户流失风险

发行人存在通过贸易商与国外重要终端客户合作的情况，其中，销售金额较大的客户包括发行人通过益兆公司向印度MSL公司销售十字轴万向节总成和十字轴，报告期各期的销售收入分别为3,326.32万元、2,370.33万元和2,148.48万元。根据MSL公司的采购制度，MSL公司只能采购经过认证的制造商生产的产品，发行人是经过MSL公司考核认证的制造商，且是MSL公司采购的万向节主要供应商。如果益兆公司与发行人终止合作，虽然发行人是MSL公司的认证制造商且保持长期稳定的合作关系，但是，发行人目前不在MSL公司的供应商名录，发行人是否能进入MSL公司的供应商名录实现直接交易或通过MSL公司其他供应商继续交易均存在不确定性，从而使发行人是否能够继续与MSL公司合作存在不确定性。”

综上，发行人与益兆公司的长期合作，主要系基于MSL公司的采购方式和益兆公司为MSL公司提供中国地区采购服务的角色。发行人不存在对益兆公司实质上的重大依赖，发行人销售渠道独立，具有独立面向市场获取客户的能力。根据对印度MSL公司的访谈，即使益兆公司与发行人终止合作，发行人是经MSL公司认证的制造商，MSL公司仍然会继续采购发行人生产的产品。但是，发行人目前不在MSL公司的供应商名录，发行人是否能进入MSL公司的供应商名录实现直接交易或通过MSL公司其他供应商继续交易均存在不确定性，从而使发行人是否能够继续与MSL公司合作存在不确定性。对于发行人通过贸易商与重要终端客户合作带来的客户流失风险，发行人已经在招股说明书中做了风险提示。

三、保荐人、发行人律师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐人、发行人律师对上述事项执行了以下核查程序：

1、访谈印度MSL公司，查阅MSL公司对发行人的认证制造商相关文件资料，了解发行人和益兆公司在MSL公司的制造商和供应商认证及相关权限情况。

2、访谈发行人销售负责人，了解发行人的销售渠道和开拓客户的情况。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人律师认为：

1、发行人为经印度MSL公司认证的制造商，益兆公司为印度MSL公司的供应商，发行人不存在与益兆公司共享供应商代码及供应商管理系统权限的情形；发行人作为经认证的制造商具有向MSL公司提供产品的权限，不具有直接对MSL公司的财务、RQF（报价）权限；益兆公司作为供应商具有向MSL公司销售的权限，相应的益兆公司具有直接对MSL公司的财务、RQF（报价）等权限；但益兆公司基于发行人对益兆公司的产品报价而再向MSL进行报价。

2、发行人与益兆公司的长期合作，主要系基于MSL公司的采购方式和益兆公司为MSL公司提供中国地区采购服务的角色。发行人不存在对益兆公司实质上的重大依赖，发行人销售渠道独立，具有独立面向市场获取客户的能力。根据对印度MSL公司的访谈，即使益兆公司与发行人终止合作，发行人是经MSL公司认证的制造商，MSL公司仍然会继续采购发行人生产的产品。但是，发行人目前不在MSL公司的供应商名录，发行人是否能进入MSL公司的供应商名录实现直接交易或通过MSL公司其他供应商继续交易均存在不确定性，从而使发行人是否能够继续与MSL公司合作存在不确定性。对于发行人通过贸易商与重要终端客户合作带来的客户流失风险，发行人已经在招股说明书中做了风险提示。

问题 4.关于存货变化

申报文件及问询回复显示，报告期内发行人存货周转率为 4.76、4.15、3.68，报告期内逐渐下降。2020 年发行人收入同比下降，但 2020 年末在产品、

委托加工物资金额较 2019 年增加，主要原因为订单恢复。

请发行人结合报告期各期订单金额、产品生产周期、期末在产品及委托加工物资变化情况等，进一步分析说明 2020 年末在产品、委托加工物资金额增加的原因，报告期内存货周转率逐渐下降的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、结合报告期各期订单金额、产品生产周期、期末在产品及委托加工物资变化情况等，进一步分析说明 2020 年末在产品、委托加工物资金额增加的原因，报告期内存货周转率逐渐下降的原因及合理性。

（一）结合报告期各期订单金额、产品生产周期、期末在产品及委托加工物资变化情况分析 2020 年末在产品、委托加工物资金额增加的原因

2020年末，公司在产品和委托加工物资分别增加207.90万元和163.94万元，主要原因系公司2020年四季度在执行订单增长，相应尚处生产流动环节的在产品和委托加工物资增长。

报告期内，公司生产部门主要根据客户的订单进行生产，公司的产品采购周期和生产周期之和为60天左右。报告期内，公司期末原材料、在产品和委托加工物资主要为各报告期11月和12月的订单产品。将报告期各期11月和12月订单金额和各期末原材料、在产品和委托加工物资余额变动情况对比如下：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日
	金额	变动率	金额	变动率	金额
原材料	803.51	12.48%	714.37	-15.59%	846.32
在产品和委托加工物资	2,749.70	15.64%	2,377.86	-3.95%	2,475.62
小计	**3,553.21**	**14.91%**	**3,092.23**	**-6.91%**	**3,321.94**
当年度 11 月和 12 月订单金额	**6,250.32**	**15.49%**	**5,412.12**	**-8.74%**	**5,930.22**

由上表可见，2019年末和2020年末，公司原材料、在产品和委托加工物资余额变动趋势与11月-12月的订单金额变动趋势一致，在产品和委托加工物资余额

的变动主要系受当年度11月和12月订单金额变动影响。2020年11月和12月公司收到的订单金额增加，主要系随着疫情在国内的防控形势持续向好，以及国外各国逐步放开疫情管控措施重启经济，公司及主要客户已全面恢复生产经营，公司从第三季度开始销售订单金额快速增长。

综上，2020年末公司在产品、委托加工物资金额增加的原因主要系2020年11-12月公司取得的客户订单金额增加所致。在执行订单增长，相应尚处生产流动环节的在产品和委托加工物资增长。因此，上述变化具有合理性。

（二）报告期内存货周转率逐渐下降的原因及合理性

报告期各期，公司存货及存货周转率的具体情况如下：

期间	期初存货（万元）	期末存货（万元）	营业成本（万元）	存货周转率（次）	存货周转天数（天）
2020 年度	5,052.56	5,556.16	19,494.27	3.68	97.96
2019 年度	5,423.92	5,052.56	21,721.86	4.15	86.81
2018 年度	3,939.06	5,423.92	22,292.76	4.76	75.60

注：存货周转率=营业成本/存货期初期末平均余额，存货周转天数=360/存货周转率

公司存货周转率主要受期末结存存货的余额波动和因销售规模波动导致的营业成本波动两个因素综合影响所致。从存货结存来看，除2018年初外，报告期各期末公司存货结存水平相对稳定，随着订单量的波动而小幅波动，其中2020年因年末在执行订单量高于以前年度，结存存货较高。从营业成本角度看，2019年全球汽车产销量下降，公司产品销量及销售收入下降，相应的营业成本下降；2020年上半年受新冠疫情影响，部分客户订单延期及订单需求下降，导致公司2020年度收入下降，营业成本随之下降，2020年下半年公司订单增量明显，尤其是四季度有明显增幅，持有的存货亦随之增长。

综上，报告期内公司存货周转率下降具有合理性。

二、核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐人、申报会计师对上述事项执行了以下核查程序：

1、访谈公司采购部门、生产部门、销售部门和财务部门相关人员，了解公司原材料采购周期、生产周期、销售周期和领用周期；了解公司存货周转率持续下降的原因；

2、取得公司报告期内四季度的订单情况，分析四季度订单情况与期末存货波动的合理性；

3、分析公司存货周转率下降原因及合理性。

（二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

2020年末公司在产品、委托加工物资金额增加的原因主要系2020年11-12月公司取得的客户订单金额增加所致，在执行订单增长，相应尚处生产流动环节的在产品和委托加工物资增长，2020年末在产品、委托加工物资金额增加具有合理性；公司存货周转率主要受期末结存存货的余额波动和因销售规模波动导致的营业成本波动两个因素综合影响所致，公司2019年度和2020年度产品销量及销售收入下降，相应的营业成本下降，同时，公司2020年下半年订单增量明显，尤其是四季度有明显增幅，持有的存货亦随之增长，因此，报告期内存货周转率逐渐下降具有合理性。

问题 5.关于销售费用

申报文件及问询回复显示，报告期各期，发行人销售费用率低于同行业可比公司平均水平。2020 年发行人销售费用率为 2.61%，较 2019 年进一步下降，其中三包费、广告及业务宣传费、办公及保险费较 2019 年下降较多。

请发行人：

（1）结合 2020 年销售活动开展情况、开展方式等说明广告及业务宣传费较 2019 年进一步下降的原因及合理性，2020 年销售活动开展情况是否能够支持发行人客户开拓及新品开发。

（2）说明三包费、办公及保险费等进一步下降原因及合理性，报告期内三包费用计提的充分性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、结合 2020 年销售活动开展情况、开展方式等说明广告及业务宣传费较 2019 年进一步下降的原因及合理性，2020 年销售活动开展情况是否能够支持发行人客户开拓及新品开发。

公司销售活动原主要包括销售人员走访客户以及参加展会。受疫情影响 2020 年度客户现场走访减少，国内展会大幅减少，境外展会无法参展。因此该类销售活动减少，更多的以线上互动的形式与新老客户进行沟通互动。

发行人销售费用中的广告及业务宣传费主要包括参加展会的差旅费（由展会代理商统一安排并结算的部分）以及展会支出，2020 年由于参加展会较少，使广告及业务宣传费降低较多，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度
参加展会的差旅费	0.75	7.88
展会支出	3.40	34.75
合计	**4.15**	**42.63**

公司以技术研发为引领，为客户不断开发新产品，并通过提高产品品质及性价比来拓展更高端的汽车品牌客户。2020 年度，公司新增主要客户包括宜发（IFA）和上海纳铁福传动系统有限公司，均位于上海，与发行人距离较近，相关差旅费用也较低。2020 年度，公司新产品销售收入为 3,199.48 万元，其中，新产品销售前三大客户为江苏南阳、东风汽车底盘系统有限公司和 Agrostahl S.A. Industria E Comercio，发行人与上述客户开始合作的时间分别为 2007 年、2005 年和 2011 年，发行人为上述客户持续开发新产品。

综上，2020 年度受疫情影响，国内展会大幅减少，境外展会无法参展，使发行人广告及业务宣传费下降，具有合理性；发行人 2020 年度新增主要客户包括宜发（IFA）和上海纳铁福传动系统有限公司，与发行人距离较近，差旅费较低；发行人新产品的主要客户为公司长期稳定合作的客户，公司 2020 年销售活动开展情况能够支持发行人客户开拓及新品开发。

二、说明三包费、办公及保险费等进一步下降原因及合理性，报告期内三包费用计提的充分性。

2020 年度，公司三包费为 39.58 万元，较 2019 年度的 58.72 万元减少 19.14 万元，主要原因系公司 2019 年度向江苏南阳和绵阳三力销售的新产品出现偶发性质量问题产生的商品损耗和修理费，经发行人及时改进，2020 年度未再发生相关问题。

2020 年度，公司办公及保险费为 16.08 万元，较 2019 年度的 29.31 万元下降 13.24 万元，主要原因系：①销售部 2019 年制作产品简介等材料印刷费 3.22 万元，购买办公用电子产品 1.15 万元等办公费用，2020 年未发生该类费用；②美国汽配连锁零售商客户 Crossroads Global Trading Co. Ltd 在 2020 年之前每年向公司收取交易相关的银行档处理费等费用，公司与客户协商后 2020 年取消该项收费，使相关费用减少 3.45 万元。

公司三包费主要包括因产品质量问题引起的商品损耗和修理费、检验费、质量索赔费等，报告期内未发生过产品质量纠纷，报告期内，公司发生的三包费金额较小，占主营业务收入比例较低，具有一定偶发性，因此公司未预提三包费，而是在实际发生时据实列支。

三、核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐人、申报会计师对上述事项执行了以下核查程序：

1、访谈公司销售部、财务部负责人，了解公司广告费及业务宣传费、三包费、办公及保险费的构成情况；

2、取得公司2019年和2020年广告费及业务宣传费、三包费、办公及保险费明细账、原始单据，分析公司费用下降的情况；

3、访谈公司销售部和财务部负责人，了解2020年销售业务活动开展情况及方式，并与公司明细账相关费用支出进行对比分析；了解新产品开发及新客户开拓情况并与销售活动开展情况进行对比分析；

4、检查销售合同、凭证、发票，了解公司与客户有关三包费的约定，核查

公司三包费用的支出情况。

（二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：公司2020年度广告及业务宣传费下降主要系受新冠疫情影响，国内展会大幅减少，境外展会无法参展，具有合理性，公司销售活动开展能够支持公司客户开拓及新品开发；公司三包费、办公及保险费下降具有合理性，报告期内，公司发生的三包费金额较小，占主营业务收入比例较低，具有一定偶发性，因此公司未预提三包费，而是在实际发生时据实列支。

问题 6.关于毛利率

申报文件及问询回复显示：

（1）发行人向国外售后市场销售的十字轴万向节总成中贸易商客户毛利率高于直销客户毛利率，主要原因为直销客户中吉明美（GMB）的美国市场产品毛利率较低、直销模式下面向的巴西市场毛利率低于贸易商模式下面向的美国市场毛利率。

（2）发行人向国外出口的十字轴中，贸易商毛利率低于直销客户毛利率较多。

（3）发行人售后市场毛利率高于冠盛股份、销售费用率低于冠盛股份，冠盛股份部分以自有品牌进入分销渠道。发行人在亚非地区售后市场毛利率高于冠盛股份较多，主要因二者的销售地区不同，发行人在亚非地区的客户主要分布在日本和印度。

请发行人：

（1）结合向国外售后市场各国家、地区（美国、巴西等）向贸易商、直销客户销售的十字轴万向节总成产品型号数量、订单集中度、产品工艺差异、最终应用领域等分析同国家、地区发行人向贸易商、直销客户销售产品毛利率存在差异的原因及合理性。

（2）结合向国外出口的十字轴应用领域（主机配套市场或售后市场等）、不同客户产品特点等，进一步分析发行人向国外出口的十字轴中贸易商毛利率

低于直销客户的原因及合理性、与发行人向国外售后市场向贸易商及直销客户销售毛利率存在差异的原因。

（3）结合发行人在亚非地区售后市场具体国家销售金额、主要客户、毛利率水平等进一步分析亚非地区售后市场毛利高于冠盛股份的原因；结合发行人销售策略、主要客户群体、销售活动效果与销售费用匹配关系等进一步分析发行人销售费用率低于冠盛股份但售后市场产品毛利率高于冠盛股份的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、结合向国外售后市场各国家、地区（美国、巴西等）向贸易商、直销客户销售的十字轴万向节总成产品型号数量、订单集中度、产品工艺差异、最终应用领域等分析同国家、地区发行人向贸易商、直销客户销售产品毛利率存在差异的原因及合理性

报告期内，发行人向国外售后市场销售十字轴万向节总成的主要国家包括美国、巴西、日本、印度，发行人在上述国家售后市场的收入占售后市场总收入的比例分别为84.82%、84.90%和79.68%，其中，在美国售后市场同时存在贸易商销售和直销，在巴西、日本、印度售后市场均为直销，不存在贸易商销售。

1、美国

报告期内，在美国售后市场，发行人的十字轴万向节总成产品向贸易商毛利率高于直销客户毛利率，主要由于贸易商采购的产品型号相对分散且主要型号批量较小。

报告期内，发行人向美国售后市场的直销和贸易商的毛利率情况如下：

客户类型	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入（万元）	毛利率	收入（万元）	毛利率	收入（万元）	毛利率
直销	1,626.22	23.95%	1,988.81	22.10%	2,088.91	24.59%
贸易商	1,591.12	32.15%	2,318.04	30.00%	2,695.69	30.66%

注：贸易商包括美国贸易商和向美国出口的中国贸易商。

报告期内，上述贸易商和直销客户在产品型号数量、订单集中度、产品工艺、

最终应用领域方面的情况如下：

客户类型	产品型号数量（个）			前十大型号收入占比			产品工艺差异	应用领域
	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度		
直销	83	86	89	69.95%	64.06%	63.62%	无重大差异	主要为吉明美（GMB）和美驰（MERITOR）等汽车零部件品牌商贴牌制造，主要应用于售后市场的商用车传动轴
贸易商	175	218	170	36.94%	36.43%	39.22%		部分通过贸易商销售给 AutoZone 等汽配连锁零售商，部分通过贸易商销售给德纳（DANA）等汽车零部件品牌商，主要应用于售后市场的商用车传动轴

由上表可见，美国售后市场的直销产品的型号集中且主要型号批量较大，单型号采购批量大相对优惠，而贸易商产品的型号相对分散且主要型号批量较小，因此，美国售后市场贸易商毛利率高于直销毛利率具有合理性。

2、巴西

报告期内，在巴西售后市场，发行人的十字轴万向节总成产品均为直销，不存在贸易商销售，生产工艺与常规十字轴万向节总成不存在重大差异，主要为德纳（DANA）、美驰（MERITOR）、Agrostahl S.A. Industria E Comercio等汽车零部件品牌商贴牌制造，主要应用于售后市场的商用车传动轴。

报告期内，发行人在巴西售后市场的直销毛利率、产品型号数量、订单集中度情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
直销收入（万元）	1,936.34	2,097.23	1,610.68
直销毛利率	25.05%	21.30%	21.57%
产品型号数量（个）	108	104	102
前十大型号收入占比	35.90%	32.07%	40.82%

3、日本

报告期内，在日本售后市场，发行人销售的十字轴万向节总成产品主要为翼型万向节，均为直销，不存在贸易商销售，主要为吉明美（GMB）进行贴牌制造，主要应用于售后市场的工程车。翼型万向节主要用于工程车（普通产品主要用于乘用车、商用车），形状不规则，生产工艺较为复杂，因而毛利率高于常规的十字轴万向节总成产品。

报告期内，发行人在日本售后市场销售的产品型号集中且主要型号批量较大，直销毛利率、产品型号数量、订单集中度情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
直销收入（万元）	204.33	436.76	456.84
直销毛利率	51.54%	51.44%	51.16%
产品型号数量（个）	25	28	41
前十大型号收入占比	88.81%	92.45%	77.81%

4、印度

报告期内，在印度售后市场，发行人的十字轴万向节总成产品均为直销，不存在贸易商销售，生产工艺与常规十字轴万向节总成不存在重大差异，主要为德纳（DANA）进行贴牌制造，主要应用于售后市场的商用车传动轴。

报告期内，发行人在印度售后市场销售的产品型号集中且主要型号批量较大，直销毛利率、产品型号数量、订单集中度情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
直销收入（万元）	641.19	761.96	1,064.87
直销毛利率	22.56%	21.69%	27.19%
产品型号数量（个）	31	42	30
前十大型号收入占比	85.88%	70.72%	81.53%

综上，报告期内，发行人向国外售后市场销售十字轴万向节总成的主要国家包括美国、巴西、日本、印度，其中，在美国售后市场同时存在贸易商销售和直销，在巴西、日本、印度售后市场均为直销，不存在贸易商销售；在美国售后市场，发行人的十字轴万向节总成产品向贸易商毛利率高于直销客户毛利率，主要由于贸易商采购的产品型号相对分散且主要型号批量较小，毛利率具有合理性；此外，在日本售后市场，发行人主要销售翼型万向节，工艺较为复杂，毛利率较高，具有合理性。

二、结合向国外出口的十字轴应用领域（主机配套市场或售后市场等）、不同客户产品特点等，进一步分析发行人向国外出口的十字轴中贸易商毛利率低于直销客户的原因及合理性、与发行人向国外售后市场向贸易商及直销客户销售毛利率存在差异的原因。

报告期内，发行人向国外出口的十字轴中，贸易商毛利率低于直销客户毛利率，具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
贸易商	556.27	39.70%	728.72	34.63%	791.73	35.83%
直销	1,207.48	46.55%	1,635.21	45.60%	1,541.46	46.58%

报告期内，发行人向国外销售的十字轴，贸易商客户均销往主机配套市场，不存在销往售后市场的情况，主要客户为益兆公司（终端客户为印度MSL公司）、宁波保税区联成国际贸易有限公司（终端客户为博世集团）；直销客户大多销往主机配套市场，主要客户包括耐世特（NEXTEER）、ROOP公司；少量销往售后市场，主要客户为吉明美（GMB）。

1、贸易商

报告期，发行人向国外销售的十字轴，贸易商客户均销往主机配套市场，不存在销往售后市场的情况，主要客户为益兆公司（终端客户为印度MSL公司）、宁波保税区联成国际贸易有限公司（终端客户为博世集团），具体销售情况如下：

单位：万元

市场	客户名称	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
		收入	占出口十字轴贸易商销售收入比例	毛利率	收入	占出口十字轴贸易商销售收入比例	毛利率	收入	占出口十字轴贸易商销售收入比例	毛利率
主机配套市场	益兆公司	226.80	40.77%	38.41%	307.97	42.26%	34.20%	437.17	55.22%	36.75%
	宁波保税区联成国际贸易有限公司	292.32	52.55%	38.42%	359.84	49.38%	35.37%	291.41	36.81%	32.23%

由上表可见，发行人向国外销售的十字轴，主要贸易商客户毛利率均低于直

销毛利率。向益兆公司销售的十字轴毛利率较低的主要原因系：发行人在早期发展中通过贸易商进入印度整车配套零部件市场，在合作期初产品价格定价较低。向宁波保税区联成国际贸易有限公司销售的十字轴毛利率较低的主要原因系：销售的产品为已经供货十多年的成熟产品。

2、直销

报告期内，发行人向国外销售的十字轴，直销客户大多销往主机配套市场，主要客户包括耐世特（NEXTEER）、ROOP公司；少量销往售后市场，主要客户为吉明美（GMB），具体销售情况如下：

单位：万元

市场	客户名称	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
		收入	占出口十字轴直销收入比例	毛利率	收入	占出口十字轴直销收入比例	毛利率	收入	占出口十字轴直销收入比例	毛利率
主机配套市场	ROOP	212.67	17.61%	54.04%	504.00	30.82%	51.37%	614.23	39.85%	55.95%
	耐世特	609.81	50.50%	47.15%	520.29	31.82%	43.76%	360.51	23.39%	35.45%
售后市场	吉明美	384.65	31.86%	41.45%	602.25	36.83%	42.40%	562.07	36.46%	43.39%

由上表可见，发行人向国外销售的十字轴，主要直销客户毛利率均高于贸易商毛利率。ROOP公司注册地为印度，产品供应印度本土的比例约为30%，出口到全球其他国家地区的比例约为70%，全球客户包括采埃孚（ZF）等全球知名汽车零部件供应商，该客户毛利率高于其他客户的主要原因系：①产品工艺要求复杂，该客户主要采购转向十字轴，与一般转向十字轴产品相比，十字轴上多了十字轴根部浅油槽、钻十字通孔、油杯孔、端面油槽等工艺；②产品检验要求高，个别型号要求人工逐个全检；③该客户每年采购量不大，报告期内，发行人向其销售收入分别为614.23万元、504.00万元和212.67万元。耐世特（NEXTEER）和吉明美（GMB）均为知名的跨国汽车零部件集团，毛利率较高的主要原因系：上述客户向发行人采购的十字轴主要为2017年开始供货或上量的新产品。其中，耐世特（NEXTEER）2019年度外销十字轴毛利率上升较多，主要由于新产品增加较多。

综上，发行人向国外销售的十字轴，贸易商毛利率低于直销毛利率，主要由于贸易商主要客户益兆公司和宁波保税区联成国际贸易有限公司毛利率较低，直

销主要客户耐世特（NEXTEER）、ROOP公司和吉明美（GMB）毛利率较高；益兆公司毛利率较低主要受发行人在前期发展中通过贸易商进入印度整车配套零部件市场时产品价格定价较低的影响；宁波保税区联成国际贸易有限公司毛利率较低主要由于销售的产品为已经供货十多年的成熟产品；ROOP公司毛利率较高的主要原因系产品工艺较常规产品复杂、检验要求高且客户整体采购量不大；耐世特（NEXTEER）和吉明美（GMB）毛利率较高主要由于销售的产品主要为2017年开始供货或上量的新产品，其中，耐世特（NEXTEER）2019年毛利率上升主要系新产品增加较多。因此，发行人向国外出口的十字轴中贸易商毛利率低于直销客户具有合理性，主要贸易商和直销客户的毛利率差异具有合理性。

三、结合发行人在亚非地区售后市场具体国家销售金额、主要客户、毛利率水平等进一步分析亚非地区售后市场毛利高于冠盛股份的原因；结合发行人销售策略、主要客户群体、销售活动效果与销售费用匹配关系等进一步分析发行人销售费用率低于冠盛股份但售后市场产品毛利率高于冠盛股份的原因及合理性。

（一）结合发行人在亚非地区售后市场具体国家销售金额、主要客户、毛利率水平等进一步分析亚非地区售后市场毛利高于冠盛股份的原因

报告期内，发行人在亚非地区售后市场毛利率高于冠盛股份，具体情况如下：

公司	2020 年度	2019 年度	2018 年度
冠盛股份	未披露	20.68%	18.91%
正强股份	32.77%	34.58%	36.48%

注：冠盛股份系亚非澳地区毛利率。

发行人在亚非地区售后市场的主要国家包括日本和印度，报告期各期，日本和印度合计销售占比分别为95.43%、91.85%和81.24%。其中，日本地区客户只有吉明美（GMB），销售产品主要为翼型万向节和十字轴，均为毛利率较高的产品，报告期各期吉明美日本地区毛利率分别为45.68%、45.39%和44.33%；印度地区主要客户为德纳（DANA），报告期各期收入占印度地区比例分别为69.00%、81.79%和69.73%，德纳（DANA）为全球知名跨国汽车零部件集团，报告期各期德纳（DANA）印度地区售后市场毛利率分别为30.49%%、24.35%%和28.59%。

报告期内，发行人在亚非地区售后市场的主要国家和主要客户的毛利率水平

如下：

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	收入	占亚非地区售后市场收入比例	毛利率	收入	占亚非地区售后市场收入比例	毛利率	收入	占亚非地区售后市场收入比例	毛利率
日本地区（吉明美）	613.77	39.73%	44.33%	1,094.90	54.16%	45.39%	1,058.77	47.56%	45.68%
印度地区	641.36	41.51%	22.58%	762.08	37.69%	21.67%	1,065.52	47.87%	27.20%
其中：德纳	447.24	28.95%	28.59%	623.30	30.83%	24.35%	735.17	33.03%	30.49%
亚非地区售后市场收入合计	**1,544.92**	**100.00%**	**32.77%**	**2,021.73**	**100.00%**	**34.58%**	**2,226.08**	**100.00%**	**36.48%**

由上表可见，发行人在亚非地区售后市场的毛利率较高主要由于日本地区客户吉明美（GMB）毛利率较高，发行人对吉明美（GMB）日本地区销售收入中95%左右为销售翼型万向节和十字轴产品，均为毛利率较高的产品，翼型万向节产品毛利率分析参见本问题回复之“一”关于日本售后市场十字轴万向节总成产品毛利率分析，十字轴产品毛利率分析参见本问题回复之“二”关于吉明美（GMB）十字轴产品毛利率分析。此外，2019年度，印度地区毛利率较2018年度下降5.50%，主要系客户德纳毛利率下降6.13%，主要原因系：①2019年，德纳与公司进行协商，对销量较大的部分产品进行降价，产品降价导致2019年公司对该客户收入下降15.17万元，毛利率下滑2.43个百分点；②2019年，随售后市场需求变化，公司向该客户销售的产品结构有所变化，低毛利率产品收入比例提升，拉低了该客户的整体毛利率。

根据冠盛股份公开披露的招股说明书，报告期内，冠盛股份在亚非澳地区的销售国家和客户均较为分散，主要销售地区包括中东地区（通过国内贸易商出口）、土耳其、马来西亚、南非、澳大利亚等，主要客户大多为当地分销商、国内出口贸易商等类型客户，上述地区的终端客户对产品价格敏感度较高，且当地车型以中低端为主，使用年限相对较长、价值有限，当地市场竞争环境激烈，因此冠盛股份在当地产品定价较低，导致毛利率较低。2018年度和2019年度，冠盛股份在亚非澳地区主要销售国家和客户情况如下：

客户名称	销售国家地区	2020 年度			2019 年度		
		收入	占亚非澳地区收入比例	销售排名	收入	占亚非澳地区收入比例	销售排名
温州市轻工艺进出口有限公司	中东地区	6,181.48	14.38%	1	1,541.75	4.87%	6
AtakTasitYedekleriSan.VeTic.A.S.	土耳其	5,677.54	13.21%	2	2,770.44	8.76%	2
GSPINDUSTRY(M)SDNBHD	马来西亚	3,904.76	9.08%	3	2,325.46	7.35%	3
PARTQUIPGROUP	南非	3,220.63	7.49%	4	3,036.17	9.60%	1
AADiAustraliaPtyLtd	澳大利亚	1,785.03	4.15%	5	1,544.30	4.88%	5

综上，从亚非地区售后市场的主要销售国家、主要客户来看，发行人主要销售国家为日本和印度，主要客户为全球知名汽车零部件品牌商吉明美（GMB）和德纳（DANA）等，其中，吉明美（GMB）95%左右为销售翼型万向节和十字轴产品，均为毛利率较高的产品，从而带动了发行人亚非地区售后市场整体毛利率较高；冠盛股份在亚非澳地区的销售国家包括中东地区（通过国内贸易商出口）、土耳其、马来西亚、南非、澳大利亚等，主要客户大多为当地分销商、国内出口贸易商等类型客户，由于上述地区的终端客户对产品价格敏感度较高，且当地车型以中低端为主，冠盛股份在当地产品定价较低，导致毛利率较低；此外，发行人产品与冠盛股份产品自制程度不同，发行人产品主要采购钢材和毛坯件自主加工，产品自制比例较高，而冠盛股份对外采购的主要物料除钢材、毛坯件外，还包括半成品、零部件等，也导致发行人产品毛利率高于冠盛股份。

（二）结合发行人销售策略、主要客户群体、销售活动效果与销售费用匹配关系等进一步分析发行人销售费用率低于冠盛股份但售后市场产品毛利率高于冠盛股份的原因及合理性

发行人与冠盛股份销售策略、主要客户群体、销售活动效果与销售费用匹配关系情况如下：

名称	销售策略	主要客户群体	销售活动效果与销售费用匹配关系
发行人	主要基于技术和产品优势，以技术研发为引领，为客户不断开发新产品，同时，通过提高产品品质及性价比来拓展更高端的汽车品牌客户，以此促	主要客户大多为有一定知名度、经营规模较大的国内配套市场一级零部件供应商（博世华域、江苏南阳、东风汽车底盘系统有限公司等）、全球知名的汽车零部件	销售活动包括日常客户关系维护和参加国内外展会等，销售费用除2020 年受新冠疫情影响下降外，一般较为稳定，报告期各期销售费用占收入比例分别为 2.95%、3.06%和 2.61%，销售活动效果与

名称	销售策略	主要客户群体	销售活动效果与销售费用匹配关系
	进销售	跨国集团及其在多个国家地区的子公司（吉明美、德纳、耐世特等），报告期各期前五大客户收入占比分别为53.07%、51.21%和46.25%，发行人与主要客户保持长期稳定的合作关系	销售费用具有匹配性，主要由于：①主要客户相对集中，且长期稳定合作；②主要客户中部分为集团化客户，国内的集团化客户生产基地分散在多个地方，国外的集团化客户销售区域分散在多个国家，但发行人的销售活动主要对接总部；③主要客户中部分国外客户在国内有办公地或对接人员，发行人销售活动主要在国内
冠盛股份	主要开拓国外售后市场，不断强化全球营销网络的建设，包括在北美和欧洲设立子公司并高薪聘请当地销售人员，以及不断开拓各个国家和地区的分销商、零售商等客户资源等	主要为国外当地的品牌商、分销商、零售商等，客户较为分散，2018年度和2019年度前五大客户收入占比分别为21.83%和23.56%	销售活动主要在国外，强化全球营销网络，在国外市场的推广费、佣金较高，销售费用较高，2018年度和2019年度销售费用占收入比例分别为8.60%和9.03%

由上表可见，从销售策略和主要客户群体来看，发行人注重技术研发引领，开发新产品和拓展更高端客户，主要客户相对集中，大多为具有一定知名度、经营规模较大的国内配套市场一级零部件供应商和全球知名的汽车零部件跨国集团；而冠盛股份主要开拓国外售后市场，注重全球营销网络的建设，主要客户为国外当地的品牌商、分销商、零售商等，客户分散，因此，发行人毛利率高于冠盛股份具有合理性。

从销售策略、主要客户群体、销售活动效果与销售费用匹配关系来看，发行人主要以技术研发为引领，销售活动包括日常客户关系维护和参加国内外展会等，客户相对集中且长期稳定合作，集团化客户相对较多，部分国外客户在国内有办事处或对接人员，使得发行人销售活动相对简单高效；而冠盛股份销售活动主要在国外，强化全球营销网络，在国外市场的推广费、佣金较高，销售费用较高，因此，发行人销售费用率低于冠盛股份具有合理性。

综上，从销售策略、主要客户群体、销售活动效果与销售费用匹配关系来看，发行人毛利率高于冠盛股份具有合理性，发行人销售费用率低于冠盛股份具有合理性。

四、保荐人、申报会计师核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐人、申报会计师对上述事项执行了以下核查程序：

1、获取发行人收入成本明细表，统计发行人在国外主要国家向贸易商和直销客户销售十字轴万向节总成的产品型号数量、订单集中度；访谈发行人销售负责人，了解上述十字轴万向节总成的工艺和最终应用领域差异情况；分析同国家、地区发行人向贸易商、直销客户销售产品毛利率差异原因。

2、访谈发行人销售负责人，了解发行人国外出口的十字轴客户产品特点、应用领域，分析发行人向国外出口的十字轴中贸易商毛利率低于直销客户的原因。

3、查阅冠盛股份公开披露的信息，分析亚非地区售后市场中发行人毛利率高于冠盛股份的原因，分析发行人销售费用率低于冠盛股份但售后市场产品毛利率高于冠盛股份的原因。

（二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、报告期内，发行人向国外售后市场销售十字轴万向节总成的主要国家包括美国、巴西、日本、印度，其中，在美国售后市场同时存在贸易商销售和直销，在巴西、日本、印度售后市场均为直销，不存在贸易商销售；在美国售后市场，发行人的十字轴万向节总成产品向贸易商毛利率高于直销客户毛利率，主要由于贸易商采购的产品型号相对分散且主要型号批量较小，毛利率具有合理性。

2、发行人向国外销售的十字轴，贸易商毛利率低于直销毛利率，主要由于贸易商主要客户益兆公司和宁波保税区联成国际贸易有限公司毛利率较低，直销主要客户耐世特（NEXTEER）、ROOP公司和吉明美（GMB）毛利率较高；从上述主要客户的产品特点来看，发行人向国外出口的十字轴中贸易商毛利率低于直销客户具有合理性，主要贸易商和直销客户的毛利率差异具有合理性。

3、在亚非地区售后市场，发行人主要销售国家为日本和印度，主要客户为全球知名汽车零部件品牌商吉明美（GMB）和德纳（DANA）等，其中，吉明美（GMB）95%左右为销售翼型万向节和十字轴产品，均为毛利率较高的产品，从而带动了发行人亚非地区售后市场整体毛利率较高；冠盛股份在亚非澳地区的销售国家包括中东地区、土耳其、马来西亚等，主要客户大多为当地分销商、国

内出口贸易商等类型客户，冠盛股份在当地产品定价较低，导致毛利率较低；此外，发行人产品自制比例相对较高，也导致发行人产品毛利率高于冠盛股份；从销售策略、主要客户群体、销售活动效果与销售费用匹配关系来看，发行人毛利率高于冠盛股份具有合理性，发行人销售费用率低于冠盛股份具有合理性。

问题 7.关于对赌协议

申报文件显示，发行人股东筋斗云投资在对发行人增资时，曾约定了关于上市时间等对赌安排以及反稀释权等内容。上述条款效力已终止，仅在发行人未申报上市、撤回上市申请或未能上市后恢复执行。

请发行人补充说明对赌条款的具体内容，发行人是否承担对赌条款项下的法律义务，对赌条款是否符合《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 13 的要求。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【回复】

一、请发行人补充说明对赌条款的具体内容，发行人是否承担对赌条款项下的法律义务 ，对赌条款是否符合《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 13 的要求

1、对赌条款的具体内容

发行人股东筋斗云投资于2017年12月通过增资方式，以人民币600万元向正强有限出资，取得发行人1.67%的股权。增资时，筋斗云投资与正强有限及其原股东签署了《增资扩股协议》，约定了股权回购方面的对赌条款，但发行人不承担对赌条款下的法律义务；该《增资扩股协议》未约定关于发行人业绩方面的指标要求及对赌条款，不存在关于发行人上市后市值及控制权等方面的约定内容，不存在严重影响发行人持续经营能力或者其他严重影响投资者权益的内容。

关于股权回购的安排，具体条款内容如下：

条款	具体内容	承担义务主体
8.5.1	如有以下情形，乙方（筋斗云投资）有权要求丁方（发行人实际控制	承担义务

	人之一许正庆）回购乙方持有的甲方（发行人）全部或部分股权： （1）与本轮增资协议完成工商变更登记之日起 5 年内公司未在 A 股成功上市； （2）本轮增资完成 5 年后，投资人因自身经营需要，要求丁方回购； （3）公司核心业务发生重大变化； （4）公司与关联方进行有损于乙方的交易或担保行为； （5）公司未按照协议支付红利或履行本协议约定的其他义务； （6）公司被托管或进入破产程序； （7）公司或原股东实质性违反其在本协议项下的义务、陈述、保证或承诺。	主体为实际控制人之一许正庆，发行人不承担对赌条款下的法律义务
8.5.2	乙方有权在知晓 8.5.1 中任一情形发生后立即提出回购要求，丁方应在收到股权回购的书面通知当日起 30 日内付清全部回购价款，超过期限不予回购或者未付清回购价款的，每超过一天按应付回购价款 0.05%/日计算违约金。乙方收到全部回购价款后，配合办理股权转让手续（包括但不限于签署必要的文件、决议等，并配合办理相应工商变更登记手续）。	
8.5.3	以按照如下公示计算的回购金额完成股份回购： 回购金额=投资金额*（1+5%*n）； 若公司在增资支付日至回购金额支付日之间向投资人发放现金红利，则丁方支付的回购金额计算公示如下： 回购金额=增资价款*（1+5%*n）-投资人已实际取得的现金分红款 n=实际投资天数（即乙方支付增资价款之日起至丁方支付全部回购金额之日止期间的实际天数）/365	

就《增资扩股协议》中特别安排条款的效力，协议约定“本条前述所列内容在目标公司向中国证券监督管理委员会提交首次公开发行申请后至上市前及上市后，除非目标公司撤回首次公开发行并上市申请或者首次公开发行并上市申请未被核准，不具有执行效力。本协议各方应当按照有利于成功实现首次公开发行并上市的条件的要求作出相关确认及承诺”。

2、对赌条款的清理情况

2020年6月，发行人及许正庆与筋斗云投资签署了《关于杭州正强传动股份有限公司相关投资事项的协议书》，约定筋斗云投资与发行人及发行人其他股东之间无正在执行和将要执行的发行人业绩承诺及补偿、股权调整安排；筋斗云投资与发行人及发行人其他股东之间不存在正在执行和将要执行的其他关于筋斗云投资股份转让、股份赠予、股份回购等股份调整行为的协议或安排；筋斗云投资与发行人及发行人其他股东之间签署或存在的投资文件中载明的有关特别安排条款以及在筋斗云投资增资发行人过程中关于上市进程承诺等特别安排，不论该等内容为口头或书面，均效力终止，仅在发行人未申报上市、撤回上市申请或未能上市后恢复执行。

3、发行人相关事项符合《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13的要求

《审核问答》问题13规定：“投资机构在投资发行人时约定对赌协议等类似安排的，原则上要求发行人在申报前清理，但同时满足以下要求的可以不清理：一是发行人不作为对赌协议当事人；二是对赌协议不存在可能导致公司控制权变化的约定；三是对赌协议不与市值挂钩；四是对赌协议不存在严重影响发行人持续经营能力或者其他严重影响投资者权益的情形。保荐人及发行人律师应当就对赌协议是否符合上述要求发表明确核查意见。发行人应当在招股说明书中披露对赌协议的具体内容、对发行人可能存在的影响等，并进行风险提示。”

2017年12月，筋斗云投资与发行人及其原股东签署了《增资扩股协议》，存在对赌条款安排，但发行人不作为对赌条款法律义务承担主体，不存在可能导致发行人控制权变化的情形，不存在与发行人上市后市值挂钩的情形，不存在影响发行人持续经营能力或者其他影响投资者权益的情形；发行人已经在2020年6月（申报前）与许正庆、筋斗云投资签署了《关于杭州正强传动股份有限公司相关投资事项的协议书》，上述对赌安排均已效力终止；发行人已在招股说明书中披露对赌协议的具体内容、对发行人可能存在的影响等。

经对照，发行人对赌条款相关事项符合《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13的要求。

二、保荐人、发行人律师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐人、发行人律师对上述事项执行了以下核查程序：

1、核查了筋斗云投资过程中签订的《增资扩股协议》《关于杭州正强传动股份有限公司相关投资事项的协议书》，对筋斗云投资的负责人进行访谈。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人律师认为：

《增资扩股协议》中对赌条款承担法律义务的主体为实际控制人之一许正庆，发行人不承担对赌条款项下的法律义务；《增资扩股协议》中曾约定的对赌

条款情况符合《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13的要求，不构成本次发行上市的法律障碍。

（本页无正文，为杭州正强传动股份有限公司关于《杭州正强传动股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函的回复》之签章页）

法定代表人：

许正庆

杭州正强传动股份有限公司

2021 年 4 月 6 日

（本页无正文，为国金证券股份有限公司关于《杭州正强传动股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函的回复》之签章页）

保荐代表人（签名）：

王 飞

杨利国

保荐机构董事长：

（法定代表人） 冉 云

国金证券股份有限公司

2021年 4月 7日

国金证券股份有限公司董事长声明

本人已认真阅读杭州正强传动股份有限公司本次审核中心意见落实函的回复报告的全部内容，了解报告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，审核中心意见落实函的回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，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：

冉 云

国金证券股份有限公司

2021 年 4 月 6 日