

关于恒勃控股股份有限公司
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的回复

保荐人（主承销商）



中信建投证券股份有限公司
CHINA SECURITIES CO., LTD.

（北京市朝阳区安立路 66 号 4 号）

深圳证券交易所：

根据贵所于 2022 年 4 月 3 日出具的审核函（2022）010341 号《关于恒勃控股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”）的要求，中信建投证券股份有限公司（以下简称“中信建投证券”、“保荐机构”或“保荐人”）作为恒勃控股股份有限公司（以下简称“恒勃股份”、“发行人”或“公司”）首次公开发行股票并在创业板上市的保荐人（主承销商），会同发行人及发行人律师北京国枫律师事务所（以下简称“北京国枫”、“发行人律师”）和申报会计师中汇会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“中汇会计师”、“申报会计师”）等相关各方，本着勤勉尽责、诚实守信的原则，就问询函所提问题逐项进行认真讨论、核查与落实，并逐项进行了回复说明。

关于回复内容释义、格式及补充更新披露等事项的说明：

1、如无特殊说明，本回复中使用的简称或名词释义与《恒勃控股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）》一致；

2、本回复中若出现总计数尾数与所列数值总和尾数不符的情况，均为四舍五入所致。

问询函所列问题	黑体（不加粗）
对问询函所列问题的回复	宋体（不加粗）
对招股说明书等申请文件修改、补充的内容	楷体（加粗）

招股说明书中已对问询函中要求披露的回复内容，进行了补充披露。

目录

问题 1.关于原材料采购及毛利率	4
问题 2.关于发行人业务成长性	39
问题 3.关于其他业务收入及相关资产减值	58
问题 4.关于应收账款.....	68
问题 5.关于寄售模式.....	71
问题 6.关于募投项目	75
问题 7.关于员工持股平台	94

问题 1. 关于原材料采购及毛利率

申请文件和审核问询回复显示：

（1）发行人 2021 年采购的橡胶原料价格大幅高于 2020 年，但对外采购的橡胶件均价相比 2020 年却下降。

（2）发行人解释称，受定价机制存在差异、塑料件和橡胶件调价存在滞后以及采购结构差异等因素的影响，塑料件和橡胶件的采购均价呈下降趋势具备合理性。

（3）2021 年发行人毛利率与 2020 年基本一致，但 2021 年 1-6 月同行业可比公司毛利率下滑明显。

请发行人：

（1）结合橡胶原料价格走势情况、橡胶件的构成要件及占比、橡胶件供应商与发行人约定的调价平均幅度及频率，进一步量化分析在基础原材料价格大幅增长的情况下，外购定制件采购单价持续下滑的原因及合理性；按照 2021 年橡胶原料、塑料原料采购价格的上涨幅度模拟测算对发行人当年利润和毛利率的影响。

（2）说明报告期期后原材料价格、定制件采购价格变动情况，相关定制件供应商涨价滞后性是否已调整到位，结合前述情况进一步分析期后业绩及毛利率变动情况及合理性。

（3）结合 2021 年同行业可比数据进一步分析 2021 年毛利率变动趋势是否与同行业可比公司一致，如不一致，请说明原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、结合橡胶原料价格走势情况、橡胶件的构成要件及占比、橡胶件供应商与发

行人约定的调价平均幅度及频率，进一步量化分析在基础原材料价格大幅增长的情况下，外购定制件采购单价持续下滑的原因及合理性；按照 2021 年橡胶原料、塑料原料采购价格的上涨幅度模拟测算对发行人当年利润和毛利率的影响

（一）结合橡胶原料价格走势情况、橡胶件的构成要件及占比、橡胶件供应商与发行人约定的调价平均幅度及频率，进一步量化分析在基础原材料价格大幅增长的情况下，外购定制件采购单价持续下滑的原因及合理性

2020 年和 2021 年，发行人橡胶原料和橡胶件的采购均价情况如下：

单位：元/kg；元/件

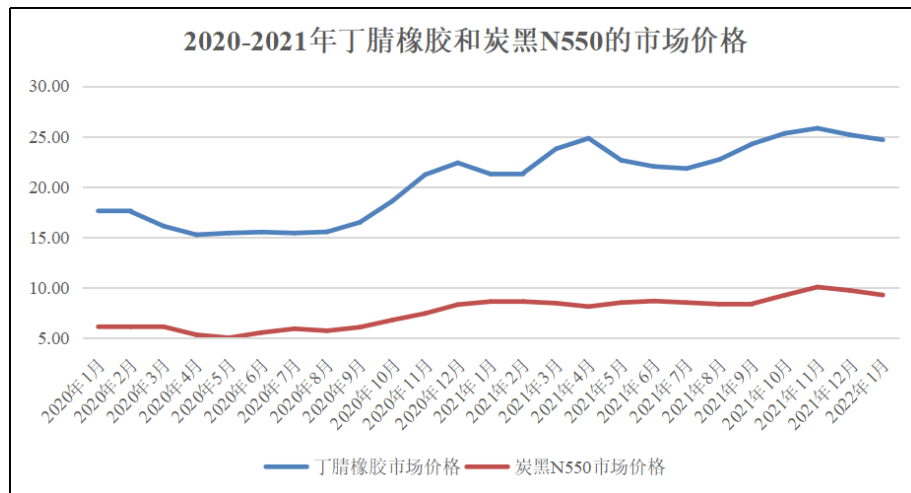
项目	2021 年		2020 年	
	采购均价	较上年变动率	采购均价	较上年变动率
橡胶原料	14.11	31.87%	10.70	-25.17%
橡胶件	1.28	-7.91%	1.39	-6.08%

发行人产品的主要原料系塑料原料，主要生产工序亦为注塑。发行人虽具备部分橡胶件的自产能力，但相对来说自购橡胶原料进行生产的金额较小；报告期各期，发行人橡胶原料各期采购金额占基础原材料采购金额的比例仅在 6%左右，而塑料原料各期采购金额占基础原材料采购金额的比例均在 65%以上。

2021 年，在橡胶原料采购均价上涨的情况下，橡胶件采购均价仍呈下降趋势，主要系由于采购结构变化以及橡胶件调价滞后的影响，具体分析如下：

1、橡胶原料价格走势情况

发行人采购的橡胶原料包括丁腈橡胶、炭黑、三元乙丙橡胶等，涉及的规格型号众多，较为分散。2020 年和 2021 年，橡胶原料以丁腈橡胶和炭黑为主，各期合计采购金额占橡胶原料采购金额的比例在 40%-50%左右。其中，丁腈橡胶牌号主要为南帝 1052 牌号，炭黑主要为 N550 牌号，该两类原料的市场价格波动情况如下图所示：



注：数据来源为卓创资讯，单位：元/kg。

整体来看，2021年，丁腈橡胶和炭黑 N550 的市场价格较 2020 年明显处于高位，与发行人橡胶原料采购均价变动趋势一致；2021 年末，丁腈橡胶和炭黑 N550 的市场价格有所回落。

2、橡胶件的构成要件情况、橡胶件供应商与发行人约定的具体调价情况及采购均价持续下滑的合理性分析

2020 年和 2021 年，发行人橡胶件的采购金额分别为 3,554.35 万元和 4,452.62 万元，按产品用途可分为两大类，橡胶连接管及橡胶配件，其中橡胶连接管主要包括各类进出气管、防尘管及废气管等，橡胶配件主要为密封条、密封圈及减震垫等其他配件。外购橡胶件种类繁多，约七百种，单品平均采购金额较低。

2020 年和 2021 年，外购的橡胶件具体构成情况如下：

单位：万件、万元

项目	2021 年		2020 年	
	采购数量	采购金额	采购数量	采购金额
橡胶连接管	757.20	3,391.56	588.23	2,849.76
橡胶配件	2,711.64	1,061.05	1,968.88	704.59
合计	3,468.84	4,452.62	2,557.11	3,554.35

各类橡胶件的采购单价、采购量占比及其变动对橡胶件整体采购均价的影响情况如下：

单位：元/件

项目	2021 年		2020 年		单价变动影响	结构变动影响
	采购均价	采购数量占比	采购均价	采购数量占比		
橡胶连接管	4.48	21.83%	4.84	23.00%	-0.08	-0.06
橡胶配件	0.39	78.17%	0.36	77.00%	0.02	0.01
合计	1.28	100.00%	1.39	100.00%	-0.06	-0.05

注：单价变动影响=（本期单价—上期单价）*本期采购数量占比；结构变动影响=（本期采购数量占比—上期采购数量占比）*上期单价。

由上表可以看出，2021 年，橡胶件采购均价较 2020 年下降 0.11 元/件，其中两大类构成要件的采购均价变动导致整体均价下滑 0.06 元/件，采购结构变动导致整体均价下滑 0.05 元/件。

（1）采购结构变动分析

2021 年，得益于下游整车市场回暖、部分产品量产以及发行人对长城汽车、大长江集团等客户供应份额的提升，发行人主营业务收入较上年增长 24.73%，主要产品销量大幅提升，其中汽车进气系统及配件销量增长 15.26%，摩托车进气系统及配件销量增长 25.23%，通用机械进气系统及配件销量增长 27.23%，橡胶件外购数量同步增加：橡胶连接管采购数量增加 168.97 万件，增幅 28.73%；橡胶配件采购数量增加 742.76 万件，增幅 37.73%。橡胶配件涵盖了大量的密封条/圈、减震垫等配件，在发行人各类产品中均有广泛运用，因此采购数量的增幅明显超过橡胶连接管，导致 2021 年橡胶配件采购数量占比提升，橡胶连接管采购数量占比下滑。

由前述表格可以看出，橡胶连接管的平均采购单价在 4-5 元/件，而橡胶配件的平均采购单价不足 0.40 元/件，明显偏低，其采购数量占比的提升导致 2021 年外购橡胶件整体采购均价较上年下滑 0.05 元/件。

（2）橡胶连接管及橡胶配件采购均价变动分析

2021 年，外购橡胶件中橡胶连接管及橡胶配件两大类构成要件平均采购单价的波动导致当年整体平均采购单价较上年下滑 0.06 元/件，其中橡胶连接管采购均价变动导致整体均价下滑 0.08 元/件，橡胶配件采购均价变动带动整体均价提升 0.02 元/件，具体分析如下：

①橡胶连接管采购均价变动分析

在橡胶原料市场价格上涨的情况下，2021 年橡胶连接管采购均价为 4.48 元/件，较上年均价 4.84 元/件下滑 0.36 元/件，跌幅 7.44%。从 2021 年上、下半年的数据来看，2021 年下半年橡胶连接管的采购均价为 4.61 元/件，高于 2021 年上半年的采购均价 4.35 元/件，但低于 2020 年的采购均价。上述变动主要系由于供应商涨价具有滞后性或者供应商在综合考虑其自身提前备料情况、产品对原材料价格波动的敏感度、自身工艺优化降本实力以及发行人采购规模等因素后最终维持原价或持续年降。

I.发行人外购件调价政策

一般来说，汽车零部件市场产品定价时普遍采用“先高后低”的定价策略，即存在所谓的“年降”，整车厂对发行人这样的一级供应商采取上述定价政策，发行人对其上游供应商亦采取相似的定价政策。

2021 年，面对原材料市场价格的上涨，处于汽车产业链的上下游企业均面临着较大的成本压力，当年发行人汽车进气系统及配件产品的年降产品销售额占比为 59.68%，即超过一半的产品受到一定程度的降价，与原材料市场价格上涨的趋势相背离。

由此可见，原材料市场价格的上涨并不一定能够有效传导至下游客户，但上游企业可通过其他一系列方式来实现降本增效。从企业经营发展的角度来看，降本增效是一项长期性、系统性的工作，在保障产品质量与服务等大前提下，产业链上下游的企业通常会通过原材料采购管理（价格低点时提前备料锁定成本）、开发新产品、精益管理、工艺优化（例如模具由一模一穴优化为一模两穴）、优化产品线等方式，推动降本增效工作的有效落实，这对于发行人及其供应商均是如此。

通常，发行人在当年度年末或次年年初时就下一年度的外购件采购执行价格与供

应商进行商务谈判，最后根据双方认可的降价来签订次年的价格合同。但是在原材料市场价格出现较大波动的情况下，发行人会根据供应商诉求以及原材料价格的波动情况重新谈判定价。

自 2021 年以来，橡胶原料市场价格有所震荡但总体处于高位，当年年初市场价格持续上涨，从 4 月下旬开始有所回落，9 月初开始反弹，此后持续处于较高位。在此市场价格波动背景下，上述不同供应商结合自身情况采取了不同的调价情况：2020 年和 2021 年，外购橡胶连接管合计采购金额前五大的供应商中，有一家供应商在 2021 年对产品进行涨价，一家供应商在期后 2022 年 3 月对产品涨价，一家供应商维持原价，两家供应商持续年降。

II.不同调价政策分布情况

2021 年以来橡胶原料市场价格有所震荡但总体处于高位，各家供应商根据原材料价格波动情况、自身提前备料情况、基础原料在其产品成本的比重情况、自身工艺优化降本情况以及发行人采购规模等，与发行人达成不同的处理结果，主要可分为三种：

i.对产品进行涨价。

ii.维持原价。考虑发行人“年降”要求、发行人采购规模、原材料涨价带来的成本压力以及自身降本成效，经双方谈判后，最终达成维持原价的共识。

iii. 对产品进行降价。供应商对产品降价主要系出于以下考虑：由于自身内部有效的降本措施，并结合发行人采购规模，选择降价；或者，由于产品中基础原料占比相对较低，因此对原材料价格波动较为不敏感，同时部分供应商会同发行人及整车厂对产品进行设计变更，最终达成降价协议。

上述三类调价结果均系供应商基于自身经营情况，自主决策后与发行人达成的共识，符合行业惯例，具备商业合理性。

根据前述三类调价政策，2021 年发行人外购橡胶连接件的采购分布情况及其在 2020 年的采购情况如下：

单位：万元、万件、元/件

调价政策	2021 年				2020 年			
	采购数量	采购数量占比	采购金额	采购单价	采购数量	采购数量占比	采购金额	采购单价
涨价政策	501.48	66.23%	1,284.25	2.56	414.04	70.39%	1,204.39	2.91
其中：①采购均价上涨的产品	337.05	44.51%	627.98	1.86	251.31	42.72%	336.21	1.34
②因调价滞后导致采购均价未上涨的产品 ^注	164.43	21.72%	656.26	3.99	162.73	27.66%	868.19	5.34
维持原价	173.33	22.89%	921.69	5.32	101.13	17.19%	534.34	5.28
降价政策	82.39	10.88%	1,185.63	14.39	73.07	12.42%	1,111.03	15.21
合计	757.20	100.00%	3,391.56	4.48	588.23	100.00%	2,849.76	4.84

注：上表中“因调价滞后导致采购均价未上涨的产品”这一类别，指相关采购物料虽有涨价，但由于涨价滞后，影响程度较为有限，导致平均来看单品采购均价并未出现上涨。例如对于某供应商的部分产品，其 2020 年 8 月开始降价，虽然 2021 年 10 月价格上调，但由于涨价后的采购量占全年采购比重较低，整体来看部分单品的 2021 年采购均价反而可能出现较上年下降的情形。

总体来看，采取涨价政策的产品合计采购量占 2021 年橡胶连接件采购总量的 66.23%，但由于部分供应商涨价滞后，导致产品均价较 2020 年并未呈现上涨趋势。采取降价政策的产品合计采购量占 2021 年橡胶连接件采购总量的 10.88%，虽然数量占比较少，但该部分产品的均价明显较高，对整体均价影响较大。

可见，由于外购产品种类型号、供应商自身提前备料情况、不同产品对原料价格波动的敏感度、供应商自身工艺优化降本实力等存在差异，上游原材料价格的上涨并不会完全传导至下游客户，即使供应商要求涨价也会存在一定的滞后性，这是 2021 年下半年橡胶连接管采购均价高于上半年，但涨幅有限的主要原因，最终导致其 2021 年全年采购均价低于 2020 年，亦使得 2021 年橡胶件整体平均采购单价较上年下滑 0.08 元/件。

②橡胶配件采购均价变动分析

发行人外购橡胶件中橡胶配件 2021 年的采购均价为 0.39 元/件，较 2020 年 0.36 元/件有所增长。整体来看，橡胶配件的平均单价较低，其对原材料价格波动的敏感度相对较高，因此随着 2021 年橡胶原料的涨价，橡胶配件的整体价格亦上涨。

同样，从 2021 年上、下半年的数据来看，2021 年下半年橡胶配件的采购均价为 0.40 元/件，高于 2021 年上半年的采购均价 0.39 元/件，亦表明供应商的涨价存在一定的滞后性。

2020 年和 2021 年，外购橡胶配件合计采购金额前五大的供应商中，有三家供应商在 2021 年对产品进行涨价，两家供应商维持原价。整体来看，2021 年橡胶配件较 2020 年上涨的价格走势与其主要供应商的具体调价幅度频率相匹配，具备合理性。

综合上述分析，2021 年，在橡胶原料上涨处于高位的情况下，橡胶件采购均价仍呈下降趋势，一方面系受其中采购均价较低的橡胶配件采购量占比提升的影响，另一方面系由于供应商涨价具有滞后性或者供应商在综合考虑其自身提前备料情况、产品对原材料价格波动的敏感度、自身工艺优化降本实力以及发行人采购规模等因素后最终维持原价或持续年降，具备合理性。

3、发行人关联方与发行人供应商报告期内是否存在资金往来的核查情况

（1）核查证据及分析过程

因发行人的控股股东和实际控制人均同时系发行人董事，因此保荐机构将发行人关联方总体分成了三类进行了逐项核查，具体分类为：①董监高（不含独立董事）及其关系密切家庭成员；②董监高（不含独立董事）及其关系密切家庭成员相关的关联企业；③独立董事及其关联方。各个类别的具体核查情况如下：

①针对董监高（不含独立董事）及其关系密切家庭成员的核查

I 取得了董监高人员填写的关联关系调查表及其出具的关于关联方及关联关系真实、准确、完整披露的承诺函，以确认发行人关联方的范围；

II 获取了董监高人员（不含独立董事）的银行账户完整性承诺，并通过支付宝银行卡绑定查询和银行实地打印查询相结合的方式，取得了上述人员的相关银行卡流水；

III 实地陪同该等人员打印并取得其在报告期内的银行流水后，查看并核实流水交

易对手方中是否存在发行人的供应商，关注是否存在资金往来情形；

IV 访谈董监高人员，确认该等人员及其关系密切家庭成员在报告期内与发行人的供应商不存在资金往来、交易往来情形，不存在与发行人供应商输送商业利益的情形，不存在协助发行人体外资金循环、利益输送等情形，不存在为发行人代垫成本、费用等情形；

V 取得董监高人员出具的承诺函，承诺其及其关系密切家庭成员在报告期内与发行人的供应商不存在资金往来、交易往来情形，不存在与发行人供应商输送商业利益的情形，不存在协助发行人体外资金循环、利益输送等情形，不存在为发行人代垫成本、费用等情形；

VI 访谈发行人主要供应商，以核查上述人员与发行人主要供应商是否存在资金、业务往来，是否存在为发行人代垫成本、费用等情形，报告期内各期供应商的访谈比例均达到了 70%以上；

VII 通过企查查、国家企业信用信息公示系统等渠道，查询上述人员及其关系密切家庭成员的对外投资任职情况，以核查其是否与发行人供应商存在关联关系。

②针对董监高（不含独立董事）及其关系密切家庭成员相关的关联企业的核查

I 取得了相关关联企业的工商登记变更资料，以了解该企业与发行人在历史上是否与发行人供应商存在关联；

II 取得了相关关联企业在报告期内的公司流水，查看流水交易对手方中是否存在发行人的供应商，关注是否存在资金往来情形；经了解，发行人董监高（不含独立董事）及其关系密切家庭成员相关的关联企业大部分无实际业务经营，对于主要的经营实体，包括东莞铨诺科技有限公司（以下简称“东莞铨诺”）、铨诺国际贸易有限公司、台州市恩泽企业管理咨询有限公司、台州博馨塑胶有限公司（以下简称“博馨塑胶”）和台州市路桥恩浩塑料制品厂（以下简称“恩浩塑料”），亦取得了其报告期各期的销售和采购台账，通过与发行人供应商进行交叉核对，确认是否存在重合的情形；

III 通过访谈相关关联企业的相关人员并取得相关承诺函的方式，确认该等关联企业在报告期内与发行人的供应商除存在具备商业合理性的少量购销业务外，不存在异常资金往来、交易往来情形，不存在与发行人供应商输送商业利益的情形，不存在协助发行人体外资金循环、利益输送等情形，不存在为发行人代垫成本、费用等情形；

IV 访谈发行人主要供应商，以核查上述关联企业与发行人主要供应商是否存在资金、业务往来，是否存在为发行人代垫成本、费用等情形，报告期内各期供应商的访谈比例均达到了 70%以上；

V 通过企查查、国家企业信用信息公示系统等渠道，查询上述关联企业与发行人供应商是否存在关联关系。

③针对独立董事及其关联方的核查

I 取得了独立董事填写的关联关系调查表及其出具的关于关联方及关联关系真实、准确、完整披露的承诺函，以确认发行人关联方的范围

II 项先权、王兴斌、武建伟均系自 2020 年 12 月起担任发行人的独立董事，且均不参与公司的日常经营管理，出于个人隐私原因，其仅提供了部分个人银行流水，保荐机构对该部分流水进行了核查；

III 调取了上述独立董事关联企业的工商登记变更资料，以了解该企业与发行人在历史上是否与发行人供应商存在关联；

IV 对三名独立董事进行了访谈，确认该等人员及其关联方在报告期内与发行人的供应商不存在资金往来、交易往来情形，不存在与发行人供应商输送商业利益的情形，不存在协助发行人体外资金循环、利益输送等情形，不存在为发行人代垫成本、费用等情形；

V 取得上述人员出具的承诺函，承诺其及其关联方在报告期内与发行人的供应商不存在资金往来、交易往来情形，不存在与发行人供应商输送商业利益的情形，不存在协助发行人体外资金循环、利益输送等情形，不存在为发行人代垫成本、费用等情形。

VI 访谈发行人主要供应商，以核查独立董事及对应的关联企业与发行人主要供应商是否存在资金、业务往来，是否存在为发行人代垫成本、费用等情形，报告期内各期供应商的访谈比例均达到了 70%以上。

VII 通过企查查、国家企业信用信息公示系统等渠道，查询独立董事及其关系密切家庭成员的对外投资任职情况，以核查其是否与发行人供应商存在关联关系。

(2) 核查结论

发行人关联方中中博馨塑胶和恩浩塑料系发行人供应商，东莞铨诺、博馨塑胶和恩浩塑料与发行人部分供应商存在资金往来，具体情况如下：

①博馨塑胶和恩浩塑料系发行人供应商

博馨塑胶和恩浩塑料系发行人供应商，与发行人存在资金往来，发行人已在《招股说明书》中完整披露相关关联交易情况。同时，发行人已分别于 2021 年 4 月、2021 年 9 月停止与恩浩塑料、博馨塑胶之间的关联交易。

②东莞铨诺、博馨塑胶和恩浩塑料与发行人部分供应商存在资金往来

东莞铨诺、博馨塑胶和恩浩塑料与发行人部分供应商存在资金往来，具体情况如下：

I 东莞铨诺

东莞铨诺在报告期内与发行人供应商宁波灰太狼进出口有限公司（以下简称“宁波灰太狼”）、佛山市顺德区阿波罗环保器材有限公司（以下简称“阿波罗”）存在资金往来，具体原因，东莞铨诺向宁波灰太狼采购一批日本口罩用于日常生产经营及捐赠，以及向阿波罗提供少量消毒机 LOGO 表面喷漆镀膜加工服务。东莞铨诺与宁波灰太狼、阿波罗的资金往来具有真实交易背景、具有商业合理性，不存在其他异常资金往来。

i 与宁波灰太狼交易重叠情况

报告期内，发行人与东莞铨诺均存在向宁波灰太狼采购的情况，具体如下：

单位：万元

公司名称	期间	东莞铨诺		发行人	
		金额	占东莞铨诺采购总额的比例	金额	占发行人采购总额的比例
宁波灰太狼	2021 年	-	-	134.03	0.38%
	2020 年	25.59	0.17%	13.51	0.05%
	2019 年	-	-	98.31	0.35%

注：东莞铨诺相关财务数据未经审计。

ii 与阿波罗交易重叠情况

报告期内，发行人与东莞铨诺均存在与阿波罗交易的情况，具体如下：

单位：万元

公司名称	期间	东莞铨诺		发行人		发行人	
		销售金额	占东莞铨诺收入的比例	销售金额	占发行人收入的比例	采购金额	占发行人采购总额的比例
阿波罗	2021 年	5.97	0.11%	76.14	0.12%	160.92	0.46%
	2020 年	0.27	0.002%	5.52	0.01%	146.67	0.51%
	2019 年	-	-	-	-	-	-

注：东莞铨诺相关财务数据未经审计。

II 博馨塑胶

博馨塑胶主要从事塑料件和五金件的生产，其部分供应商与发行人存在重合具备合理性。报告期内，与博馨塑胶单期交易金额超过 20 万元，且同时与发行人存在交易的重合供应商情况如下：

单位：万元

重合供应商名称	发行人采购额			博馨塑胶采购额		
	2021 年	2020 年	2019 年	2021 年	2020 年	2019 年
武强县建国金属制	18.41	3.00	10.20	29.05	22.05	0.00

品有限公司						
台州市出新镀业股份有限公司	27.64	-	-	42.26	33.01	24.89
台州市卓阳不锈钢制管有限公司	39.16	-	-	14.61	31.38	21.11

注：博馨塑胶相关数据未经审计。

III 恩浩塑料

发行人与恩浩塑料之间存在较多的供应商重合的情形，恩浩塑料主要从事塑料件的生产，其部分原料供应商与发行人存在重合系正常现象，该等重合供应商报告期各期涉及的采购额均较小，对发行人生产经营的影响较小。报告期内，与恩浩塑料单期交易金额超过 20 万元，且同时与发行人存在交易的重合供应商情况如下：

单位：万元

重合供应商名称	发行人采购额			恩浩塑料采购额		
	2021 年	2020 年	2019 年	2021 年	2020 年	2019 年
台州市泰和塑料有限公司	-	14.67	-	-	-	23.94
浙江驰野塑化有限公司	-	-	1.07	-	18.80	32.50
浙江聚发化工有限公司	-	-	21.57	20.43	6.86	12.45

注：恩浩塑料相关数据未经审计。

③整体核查结论

综上所述，保荐机构已将发行人关联方总体分成了三大类进行了逐项核查，经核查：I 发行人董事（不含独立董事）、监事和高级管理人员以及其关系密切家庭成员不存在与发行人供应商资金往来的情形；II 董监高（不含独立董事）及其关系密切家庭成员相关的关联企业中博馨塑胶和恩浩塑料系发行人供应商，东莞铭诺、博馨塑胶和恩浩塑料与发行人部分供应商存在资金往来，该等情况均系基于正常业务往来而产生，不存在异常之处，且发行人已在申请文件中如实完整披露相关信息；除上述情形外，发行人董事（不含独立董事）、监事和高级管理人员控制、共同控制、实施重大影响、或担任董事、高级管理人员的除发行人及控股子公司以外的其他企业不存在与发行人

供应商资金往来的情形；III 发行人独立董事及其关联方不存在与发行人供应商资金往来的情形。

（二）按照 2021 年橡胶原料、塑料原料采购价格的上涨幅度模拟测算对发行人当年利润和毛利率的影响

2021 年，橡胶原料和塑料原料的采购均价较 2020 年分别上涨 31.87%和 9.46%。以上述原材料采购价格的上涨幅度为基础，模拟计算当年橡胶件和塑料件的采购金额，测算对发行人当年利润和毛利率影响的过程如下：

假设 1：对于 2020 年和 2021 年持续采购的物料，单型号采购价格的增加金额等于其单位材料成本的增加金额，不受人工成本及制造费用变动的影响，其中：单位材料成本的增加金额=该物料 2020 年单位材料成本*对应原材料的涨价幅度；对于 2021 年新购入的物料，假设其定价已考虑了原材料价格上涨的影响，不做模拟测算。

假设 2：由于发行人无法获悉供应商的实际毛利空间，故以 2019 年至 2021 年供应商所处行业“C29 橡胶和塑料制品业”的平均毛利率水平进行测算，取值 25.90%。（数据来源：同花顺 iFind，2021 年毛利率统计截止日为 2022 年 5 月 4 日）

假设 3：由于发行人无法获悉采购物料的具体成本结构，故以发行人及其同行业可比公司的直接材料占比均值进行测算，其中：2019-2021 年，发行人产品的直接材料占比均值为 75.49%；2019 年，天普股份的直接材料占比为 59.04%，2020-2021 年未披露具体构成；2013-2016 年 6 月，浙江仙通的直接材料占比均值为 68.42%，2019-2021 年未披露具体构成；2019-2021 年，标榜股份的直接材料占比均值为 84.60%（2020 年已剔除新收入准则影响）；2019-2021 年 6 月，溯联股份的直接材料占比均值为 74.57%（2020 年和 2021 年上半年已剔除新收入准则影响），截至本回复出具之日，其 2021 年年报数据尚未更新披露。安徽凤凰及华原股份的产品不属于塑胶制品，故未做考虑。按照发行人及天普股份、浙江仙通、标榜股份、溯联股份的直接材料占比情况，取其平均数 72.42%进行测算。

假设 4：新增采购金额在当年全部结转至营业成本，并对当年毛利率和利润产生影

响；所得税按照 15%测算。

按照上述假设，模拟测算得出：2021 年，单型号橡胶件的涨价幅度为 15.83%，单型号塑料件的涨价幅度为 4.70%，橡胶件和塑料件合计采购金额为 9,542.87 万元，较当年实际采购金额增加 975.95 万元。

通常情况下，上下游的合作秉持着“风险共担”的原则。因此，基础原材料价格上涨带给供应商的成本压力，不会完全传导至下游。按照发行人是否完全承担基础原材料涨价给供应商带来的成本压力以及不同的承担比例（70%、50%及 30%）分别进行假设，来测算对当年毛利率及利润的影响，结果列示如下：

单位：万元

测算内容	项目	完全承担	部分承担		
			承担 70%	承担 50%	承担 30%
新增成本	-	975.95	683.16	487.97	292.78
主营业务毛利率	实际毛利率	37.91%	37.91%	37.91%	37.91%
	模拟后毛利率	36.26%	36.75%	37.08%	37.41%
	毛利率变动	-1.65%	-1.16%	-0.83%	-0.50%
利润总额	实际利润总额	10,789.62	10,789.62	10,789.62	10,789.62
	模拟后利润总额	9,813.67	10,106.46	10,301.65	10,496.84
	利润总额变动	-975.95	-683.16	-487.97	-292.78
扣除非经常性损益前后孰低的净利润	实际净利润	9,258.94	9,258.94	9,258.94	9,258.94
	模拟后净利润	8,429.39	8,678.25	8,844.16	9,010.07
	净利润变动	-829.55	-580.69	-414.78	-248.87

注：上表所列毛利率均已剔除新收入准则的影响。

由上表可见，在上文所列假设前提下，测算后对发行人 2021 年主营业务毛利率的影响为-1.65%至-0.50%，对净利润的影响为-829.55 万元至-248.87 万元，整体来看对发行人不存在重大不利影响。

二、说明报告期后原材料价格、定制件采购价格变动情况，相关定制件供应商涨价滞后性是否已调整到位，结合前述情况进一步分析期后业绩及毛利率变动情况及

合理性

（一）报告期后原材料采购价格变动情况

1、基础原材料采购价格变动情况

报告期内，发行人基础原材料以塑料原料为主，各期采购金额占基础原材料采购金额的比例均在 65%以上，其中塑料原料又以 PP 原料为主，各期采购金额占塑料原料采购金额的比例在 65%以上。除塑料原料外，报告期内价格波动较为明显的原材料为橡胶原料，橡胶原料各期采购金额占基础原材料采购金额的比例在 6%左右，占比相对较小，其主要构成包括丁腈橡胶和炭黑 N550 等。

①塑料原料

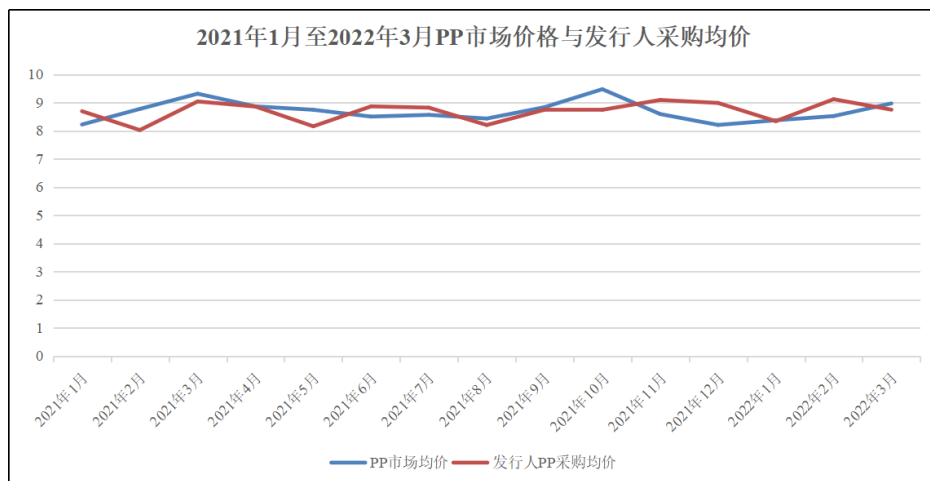
2022 年第一季度，发行人塑料原料的采购均价变动情况如下：

单位：元/kg			
项目	2022 年第一季度	2021 年	变动率
塑料原料	9.49	9.26	2.48%
其中：PP 原料	7.64	7.66	-0.26%

注：以上价格均为不含税金额。

2022 年第一季度，发行人塑料原料的采购均价为 9.49 元/kg，较 2021 年全年上涨 0.23 元/kg，增幅 2.48%，但其主要构成 PP 原料的采购均价与 2021 年基本持平，两者变动趋势存在差异主要系：受下游客户需求影响，比亚迪炭罐、广汽 A55 空气管总成等产品量产，相关产品销量的增长导致其生产所需的 PA 原料采购增加，该原料的采购均价相对较高，约 16 元/kg，采购规模的扩大导致 2022 年第一季度塑料原料采购均价上涨。

2021 年 1 月至 2022 年 3 月，PP 原料的市场均价和发行人采购均价对比情况如下：



注 1：数据来源为卓创资讯，单位：元/kg。

注 2：由于 PP 市场均价为含税数据，为保证可比性，将发行人 PP 不含税采购均价转换成含税价格后进行对比。

由上图可见，2021 年 1 月至 2022 年 3 月，发行人 PP 采购均价变动趋势与市场价格变动基本吻合，略有差异系由于发行人采购的 PP 为各类改性 PP 料，各月采购品种结构存在一定的差异。整体来看，PP 市场价格在 8-9.5 元/kg 的价格区间内震荡，2021 年 10 月以后价格回落，波动幅度收窄。

②橡胶原料

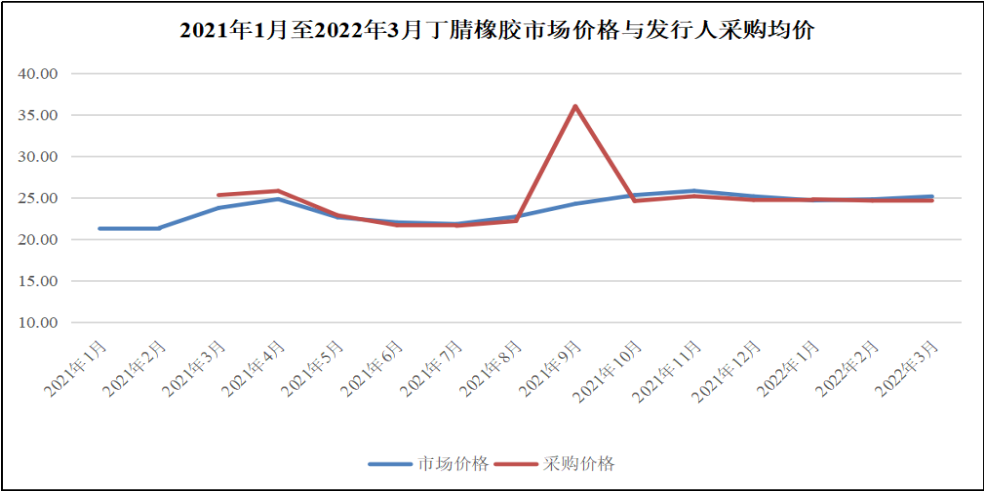
2022 年第一季度，发行人橡胶原料的采购均价变动情况如下：

单位：元/kg			
项目	2022 年第一季度	2021 年	变动率
橡胶原料	15.48	14.11	9.71%
其中：丁腈橡胶	21.85	20.97	4.18%
炭黑 N550	8.32	8.68	-4.15%

注：以上价格均为不含税金额。

2022 年第一季度，发行人橡胶原料的采购均价为 15.48 元/kg，较 2021 年全年上涨 1.37 元/kg，增幅 9.71%，变动幅度与其主要构成原料丁腈橡胶和炭黑 N550 存在一定的差异，主要系硫化车间产量提升使得其中单价较高的丁腈橡胶等物料（采购均价在 20 元/kg 以上）采购量占比增长所致。

发行人采购的丁腈橡胶原料以南帝 1052 牌号为主，2021 年 1 月至 2022 年 3 月，该牌号丁腈橡胶的市场价格和发行人丁腈橡胶采购均价对比情况如下：

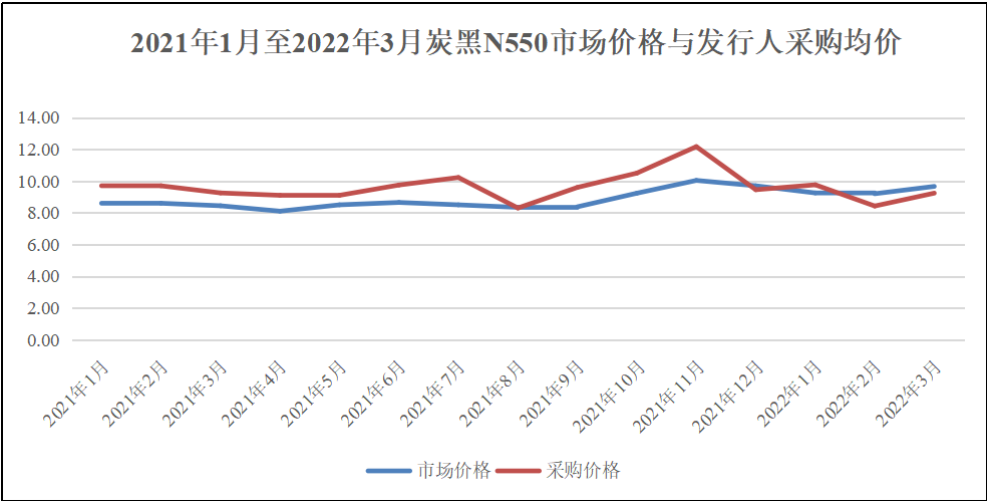


注 1：数据来源为卓创资讯，单位：元/kg。

注 2：由于丁腈橡胶市场均价为含税数据，为保证可比性，将发行人丁腈橡胶不含税采购均价转换成含税价格后进行对比。

由上图可以看出，2021 年 1 月至 2022 年 3 月，发行人丁腈橡胶的采购均价及其变动趋势与市场价格基本吻合，2021 年 9 月的采购均价明显高于市场价格系由于当月采购的丁腈橡胶为单价较高的日本进口 JSR 品牌橡胶，主要用于研发试验。整体来看，丁腈橡胶的市场价格在 2021 年 1-10 月有所波动，11 月起基本稳定。

2021 年 1 月至 2022 年 3 月，炭黑 N550 的市场均价和发行人采购均价对比情况如下：



注 1：数据来源为卓创资讯，单位：元/kg。

注 2：由于炭黑 N550 市场均价为含税数据，为保证可比性，将发行人炭黑 N550 不含税采购均价转换成含税价格后进行对比。

由上图可以看出，2021 年 1 月至 2022 年 3 月，发行人炭黑 N550 的采购均价的变动趋势与市场价格基本吻合，即 2021 年 9-11 月有一定幅度的增长，后又回落至基本稳定。

2、外购件采购价格变动情况

2022 年第一季度，发行人各大类外购件的采购均价变动情况如下：

单位：元/件			
项目	2022 年第一季度	2021 年	变动率
橡胶件	1.37	1.28	7.03%
塑料件	3.26	2.90	12.41%
五金件	0.29	0.26	11.54%

整体来看，随着 2021 年基础原材料市场价格的上涨，存在成本压力的外购件供应商陆续与发行人协商涨价，导致 2022 年第一季度各大类外购件的整体采购价格均有所上涨。

2022 年第一季度，除个别外购橡胶件供应商与发行人协商约定对产品进行涨价外，其余外购件供应商均未再提出涨价诉求。同时，2022 年以来，塑料原料、橡胶原料、钢材等的市场价格相对平稳，未有较大波动。因此，截至本回复出具之日，因 2021 年基础原材料上涨导致的外购件涨价已基本调整到位。后期，如原材料市场大幅波动，发行人将依据调价政策以及供应商诉求等因素再行谈判调价。

（二）报告期期后业绩及毛利率变动情况

2022 年第一季度，发行人实现销售收入 1.60 亿元，同比增长 14.65%，系受下游客户需求的影响。在发行人主营的三大类产品中，汽车进气系统及配件销售收入增长最为明显，较上年同期增幅超过 35%，主要系广汽 A55 系列产品、吉利 CX11 系列产品、

比亚迪炭罐等产品量产，销量增长所致。

由于主营业务规模的快速扩张，当期发行人实现利润总额 3,275.36 万元，较上年同期增长 22.11%；实现净利润 2,833.54 万元，较上年同期增长 22.86%，业绩增长情况良好。（以上数据业经中汇会计师审阅）

2021 年和 2022 年第一季度，发行人综合毛利率分别为 35.06%和 34.77%¹，有所下滑，主要系受原材料价格上涨及产品价格年降的影响。

由前文分析可知，2022 年第一季度，最为主要的基础原材料 PP 原料采购均价与 2021 年基本持平，但橡胶件、塑料件和五金件的采购均价较 2021 年均有所增长，叠加产品价格年降的影响，导致综合毛利率下滑，具备合理性。

综上所述，2022 年第一季度，发行人最为主要的基础原材料 PP 原料的采购价格与 2021 年基本持平；橡胶原料采购均价上涨主要系由于丁腈橡胶等单价较高的物料采购占比提升以及其价格上涨所致；随着部分供应商受 2021 年基础原材料涨价影响开始陆续涨价，三大类外购件的采购均价呈上涨趋势。

鉴于基础原材料的市场价格在 2022 年第一季度较为稳定，且当期除个别外购橡胶件外，不存在其他外购件供应商提出涨价诉求，故截至本回复出具之日，因 2021 年基础原材料上涨导致的外购件涨价已基本调整到位。后期，如原材料市场大幅波动，发行人将依据调价政策以及供应商诉求等因素再行谈判调价。

2022 年第一季度，受下游客户需求影响，发行人销售规模快速扩张，收入及利润均较上年同期大幅提升。但受外购件等原材料价格上涨以及产品价格年降等因素的影响，毛利率较 2021 年呈下滑趋势，具备合理性。

三、结合 2021 年同行业可比数据进一步分析 2021 年毛利率变动趋势是否与同行业可比公司一致，如不一致，请说明原因及合理性

（一）发行人 2021 年毛利率变动情况

¹ 此处一年一期的综合毛利率未剔除新收入准则的影响。

2020 年和 2021 年，发行人主营业务毛利率情况如下：

项目	2021 年	2020 年	毛利率变动
执行新收入准则 (运费计入成本)	35.45%	34.33%	1.12%
剔除执行新收入准则 的影响(运费还原至期 间费用)	37.91%	37.19%	0.72%

总体来看，2021 年，发行人主营业务毛利率与 2020 年基本持平，略有提升。在执行新收入准则将仓储运杂费、出口费用计入成本的情况下，毛利率增幅略高，主要系当年主营业务收入增长较快，增幅 24.73%，超过前述费用的增长幅度所致。

将主营业务按应用领域分类的销售情况如下：

项目	2021 年			2020 年			各大类产品 对毛利率变 动的影响
	毛利率	收入 占比	对毛利率 的影响	毛利率	收入 占比	对毛利率的 影响	
汽车进气系统及 配件	36.63%	50.23%	18.40%	36.30%	53.54%	19.44%	-1.04%
摩托车进气系统 及配件	38.96%	42.50%	16.56%	38.10%	39.53%	15.06%	1.50%
通用机械进气系 统及配件	40.65%	7.27%	2.96%	38.89%	6.93%	2.70%	0.26%
主营业务	37.91%	100.00%	37.91%	37.19%	100.00%	37.19%	0.72%

由上表可见，2021 年，发行人主营业务毛利率略有提升主要系受摩托车类、通用机械类产品销售情况变化的影响。

2021 年，下游摩托车整车市场明显回暖，与 2020 年相比，发行人摩托车类产品销量增幅 25.23%，收入增幅 34.10%，收入占比增加 2.97%；与此同时，由于新产品的毛利率相对较高，当年新产品的销售以及以前年度新产品销售的增量，抵消了基础原材料价格上涨的影响，最终带动摩托车类产品毛利率增加 0.86%。通用机械类产品的收入占比保持在 7%左右，略有提升，但受产品涨价以及单价较高的通用机械滤清器销量增长的影响，2021 年通用机械类产品毛利率亦呈现上涨趋势。而对于汽车类产品，其毛利率与 2020 年基本持平，但由于其收入增幅为 17.01%，相对较缓，导致占主营业务收入的占比有所下滑，其销售情况的变动对发行人主营业务毛利率产生一定的负面影响。

由于同行业可比公司公告的 2021 年年度报告中未明确披露计入成本的运杂费金额，为保证可比性，故下文分析中，均以执行新收入准则下的毛利率情况进行对比分析。

（二）同行业可比公司毛利率对比情况

2020 年和 2021 年，发行人及同行业可比公司的毛利率对比情况如下：

公司名称	选择依据	2021 年	2020 年
安徽凤凰 (832000)	主要产品为滤芯，主要应用于空气滤清器、空调滤清器、机油滤清器、燃油滤清器四大汽车滤清器，产品应用与公司相近	20.86%	32.76%
华原股份 (838837)	主要产品包括空气滤清器、柴油滤清器、机油滤清器，主要供应玉柴、郑州宇通、厦门金龙等，虽然客户领域与发行人存在差异，但产品类型与发行人相近	22.04%	27.59%
天普股份 (605255)	主要产品为发动机附件系统、燃油系统、空调系统、动力转向系统等胶管及总成，与发行人部分通气管类产品相近	37.83%	42.49%
浙江仙通 (603239)	主要产品为车用橡塑密封条，原材料与发行人相近，且存在吉利集团、奇瑞集团、广汽集团等重叠客户	34.98%	36.52%
标榜股份 (301181)	主要产品为汽车尼龙管路及连接件产品，与发行人部分通气管类产品相近，主要原材料所属大类一致	31.53%	29.80%
溯联股份 (IPO 在审企业)	主要产品为汽车用塑料流体管路产品，与发行人部分通气管产品相近，主要原材料所属大类一致	30.50%	29.91%
平均值		29.62%	33.18%
发行人		35.45%	34.33%

注：溯联股份为 IPO 在审企业，截至本回复出具之日尚未更新披露 2021 年年报数据，故上表所列系其 2021 年 1-6 月的毛利率。

目前现有上市公司及新三板挂牌公司中，尚未有与公司产品完全相同的企业。上述公司与发行人业务的具体对比情况如下：

公司名称	主要产品	主要产品材质	主要应用领域	主要客户
安徽凤凰 (832000)	主要产品为滤芯，主要应用于空气滤清器、空调滤清器、机油滤清器、燃油滤清器四大汽车滤清器	铁、纸类	汽车，后装市场	Ferdinand Bilstein GmbH+ Co. KG、Wesfil Australia PTY

公司名称	主要产品	主要产品材质	主要应用领域	主要客户
				Ltd.、上海索菲玛汽车滤清器有限公司等，各期外销占比约 55%
华原股份 (838837)	主要产品包括空气滤清器、柴油滤清器、机油滤清器	金属	商用车/柴油车，前装市场	玉柴、东风商用车、三一专用汽车、郑州宇通、厦门金龙等
天普股份 (605255)	主要产品为发动机附件系统、燃油系统、空调系统、动力转向系统等胶管及总成	橡胶	汽车，前装市场	东风汽车、日产投资、日本仓敷、江铃汽车等
浙江仙通 (603239)	主要产品为车用橡塑密封条	橡胶、钢带	汽车，前装市场	一汽/上汽大众、上汽通用、吉利汽车、长安汽车、东风日产、长城汽车、奇瑞汽车等
标榜股份 (301181)	主要产品为汽车尼龙管路及连接件产品	塑料	汽车，前装市场	一汽大众、上汽大众、上汽大通等整车厂以及鹏翎股份、哈金森 Hutchinson、法雷奥 Valeo、康迪泰克 Continental、中鼎股份等汽车零部件企业
溯联股份	主要产品为汽车用塑料流体管路产品	塑料	汽车，前装市场	长安汽车、上汽通用五菱、比亚迪、北京汽车、奇瑞汽车、八千代、邦迪管路等
发行人	主要产品为汽车、摩托车、通用机械进气系统及配件，包括空气滤清器总成及炭罐等	塑料	汽车、摩托车和通用机械，前装市场	吉利汽车、广汽集团、长城汽车、奇瑞汽车等汽车整车客户及摩托车、通用机械领域的知名客户

由上表可知，安徽凤凰主要产品为空气、空调、机油和燃油各个类别的滤清器滤芯，系耗材，主要面向后装市场；华原股份主要产品为柴油、机油、空气各个类别的滤清器，其中空气滤清器的占比仅 30%左右，其虽也面向前装市场，但客户主要为玉柴、东风商用车、三一专用汽车等柴油/商用车客户，与发行人的客户存在较大差异；天普股份不从事进气系统总成产品的生产，其主要产品为发动机附件系统、燃油系统、

空调系统、动力转向系统等胶管及总成，与发行人进气系统中的部分通气管类产品存在一定相似性；浙江仙通亦不从事进气系统总成产品的生产，其主要产品为车用橡塑密封条，与发行人的原材料结构虽不同，但同样用到橡胶、塑料类原料，且其与发行人存在吉利集团、奇瑞集团、广汽集团等重叠客户；标榜股份和溯联股份不从事进气系统总成产品的生产，其主要产品为尼龙管路，与发行人进气系统中的部分通气管类产品存在一定的相似性，且主要原材料均以塑料为主。

在现有上市公司中不存在与发行人生产完全相同产品的企业的情况下，发行人从产品、原材料以及客户等维度，选取了与发行人存在类似关联性的上述四家公司作为可比公司。报告期内，发行人毛利率的变动趋势与标榜股份和溯联股份一致，与其余可比公司存在差异，主要系具体产品及其销售情况、原材料构成及其价格波动情况等存在差异所致，具体分析如下：

1、发行人与标榜股份和溯联股份毛利率变动趋势一致

同行业可比公司中，标榜股份 2021 年的毛利率较 2020 年均有所增加，溯联股份 2021 年上半年的毛利率较 2020 年亦有所增加，上述两家公司的产品及其所需原材料对比情况如下：

公司名称	产品简介	产品图示	主要客户及应用领域	主要原材料
标榜股份 (301181)	主要产品为汽车尼龙管路及连接件产品		一汽大众、上汽大众、上汽大通等整车厂以及鹏翎股份、哈金森Hutchinson、法雷奥Valeo、康迪泰克Continental、中鼎股份等汽车零部件企业	主要系塑料件和尼龙为主的塑料原料等
溯联股份 (创业板IPO 在审)	主要产品为汽车用塑料流体管路产品		长安汽车、上汽通用五菱、比亚迪、北京汽车、奇瑞汽车、八千代、邦迪管路等	主要系尼龙为主的塑料原料、注塑件等

公司名称	产品简介	产品图示	主要客户及应用领域	主要原材料
发行人	主要产品为汽车、摩托车、通用机械进气系统及配件，包括空气滤清器总成及炭罐等		汽车整车客户包含吉利汽车、广汽集团、长城汽车、奇瑞汽车等；此外还包含摩托车和通用机械领域的知名客户	以塑料原料为主的基础原材料以及橡胶件、塑料件等外购件

从上表可以看出，发行人与标榜股份和溯联股份的主营产品虽存在差异，但三家公司的原材料均以塑料为主，而其他可比公司安徽凤凰的原材料中铁材料和纸质材料占比较高，华原股份的原材料中钢板、铝制滤座等金属材料占比较高，天普股份的原材料中橡胶类原料的占比较高，浙江仙通的原材料中橡胶类原料和钢带占比较高。

在 2021 年以来的基础原材料涨价行情中，虽然相关原材料价格均呈增长趋势，但塑料原料增幅较橡胶原料、金属原料而言相对平缓，导致发行人及标榜股份、溯联股份受原材料价格波动的影响相对较小。

因此，2021 年发行人与标榜股份、溯联股份的毛利率变动趋势较为一致。

2、发行人与安徽凤凰毛利率变动趋势存在差异的分析

（1）安徽凤凰毛利率下滑原因

2021 年，安徽凤凰的毛利率为 20.86%，较 2020 年下滑 11.90%，根据其披露的年度报告，主要受以下因素的影响：

①原材料涨价影响

2021 年，安徽凤凰的主要原材料，例如铁制品、化工原料大幅涨价，造成 2020 年和 2021 年材料价差 1,488.20 万元。经测算，原材料涨价对其 2021 年毛利率的影响为 -3.82%。

②汇率波动影响

安徽凤凰以外销为主，主要销往国内外汽车售后维修市场，报告期内境外销售收入占比在 55%左右，主要以美元和欧元定价。2021 年，因人民币持续升值，美元及欧元兑人民币汇率下行，汇率波动导致 2021 年收入减少 1,120.46 万元。经测算，汇率波动对其 2021 年毛利率的影响为-2.21%。

③执行新收入准则的影响

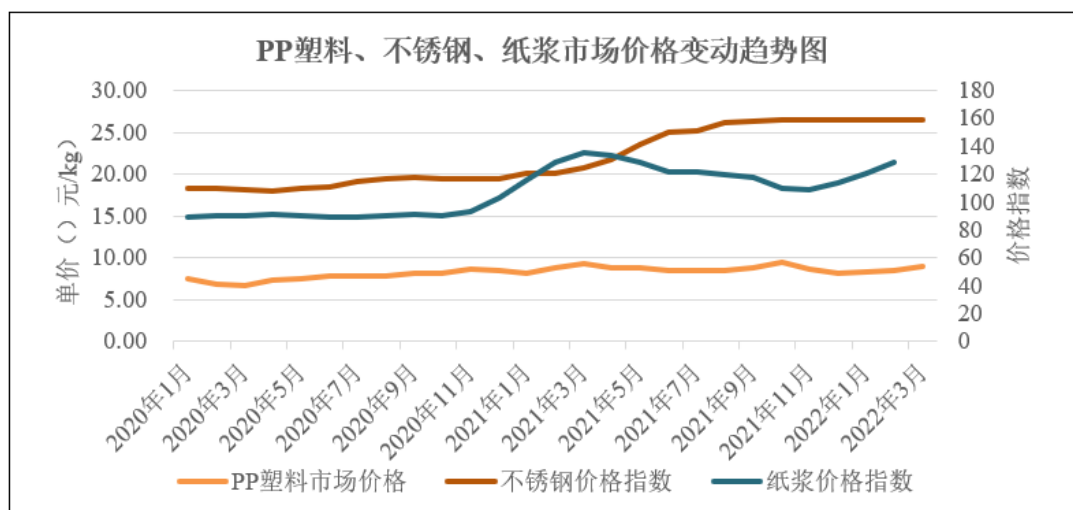
2021 年，安徽凤凰将内陆运输费由销售费用调整至主营业务成本，涉及金额 1,213.65 万元，对其当年毛利率的影响为-3.11%。

此外，对于境外销售，在 CIF、CNF 结算方式下，运输服务构成单项履约义务，安徽凤凰将此项履约义务所产生的收入确认为其他业务收入，成本确认为其他业务成本，该项业务毛利率较低。2021 年，国际海运费大幅上涨，其他业务收入金额由 2020 年的 1,506.49 万元增长至 3,301.11 万元，收入占比由 2020 年的 4.98%增长至 8.47%，而毛利率由 2020 年的 19.27%下滑至 8.91%。经测算，其他业务情况的变动对其 2021 年毛利率的影响为-0.21%。

（2）毛利率变动趋势存在差异的原因

由前述分析可知，2021 年安徽凤凰毛利率下滑主要受原材料涨价、汇率波动以及内陆运输费会计处理变动等因素的影响。其中：

①对于原材料价格，安徽凤凰采购的主要材料以各类过滤材料、包装材料及外购配件为主，根据其披露的《公开发行说明书》，铁配件、铁卷料等铁材料，木浆纸、内盒等纸质材料占比较高，上述材料占其采购总额的比重在 45%左右，PP 塑料原料的采购占比仅 2%左右；而发行人原材料中塑料原料（PP 为主）、塑料件的采购占比在 40%左右（剔除口罩相关采购）。上述原材料在 2021 年均出现了价格上涨的趋势，但增幅存在差异。



注：数据来源于卓创资讯、同花顺 iFind。

从上图可以明显看出，较 2020 年而言，2021 年 PP 塑料类原材料的涨幅较为平缓，而不锈钢和纸浆的价格上涨幅度较为明显。因此，就原材料涨价这一因素而言，安徽凤凰受原材料涨价的影响程度高于发行人；钢材和纸浆价格出现较大涨幅系安徽凤凰 2021 年毛利率下滑的一大因素。

②对于汇率波动，由于发行人以境内销售为主，各期外销收入不足 1,000 万元，占比不足 2%，故汇率波动对发行人毛利率影响极小。

③自 2020 年执行新收入准则后，发行人运杂费的会计处理方式未发生变化。

除此之外，发行人具体产品及其应用领域与安徽凤凰亦存在差异，对比情况如下：

公司名称	产品简介	产品图示	应用领域
安徽凤凰	主要产品为滤芯，主要应用于空气滤清器、空调滤清器、机油滤清器、燃油滤清器四大汽车滤清器		应用于汽车领域，主要销往国内外汽车售后维修市场

公司名称	产品简介	产品图示	应用领域
发行人	主要产品为汽车、摩托车、通用机械进气系统及配件，包括空气滤清器总成及炭罐等		应用于汽车、摩托车和通用机械领域，客户主要为下游整车厂商

由上表可见，发行人具体产品与安徽凤凰存在较大差异，发行人产品主要为涵盖了空滤器和通气管等的整个进气系统产品，主要面向前装市场，而安徽凤凰产品主要系滤芯耗材，主要面向后装市场。此外，发行人下游应用领域除汽车行业外，还涵盖了摩托车和通用机械行业，鉴于发行人在摩托车进气系统行业的领先地位以及目前国内专业从事通用机械空滤器产品的规模化企业较少等原因，在该等客户领域发行人议价能力较高，上述两类产品的毛利率亦相对较高。2021 年，摩托车和通用机械类销售收入占比及毛利率的提升，带动了发行人毛利率的增长。

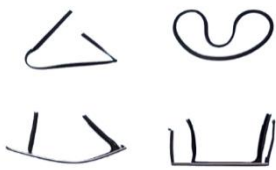
综上，2021 年发行人毛利率变动趋势与安徽凤凰存在差异主要系由于具体产品及其应用领域和销售区域、原材料构成及其采购价格波动情况存在差异，以及发行人运杂费会计处理不存在变动，经分析，上述差异具备合理性。

3、发行人与浙江仙通毛利率变动趋势存在差异的分析

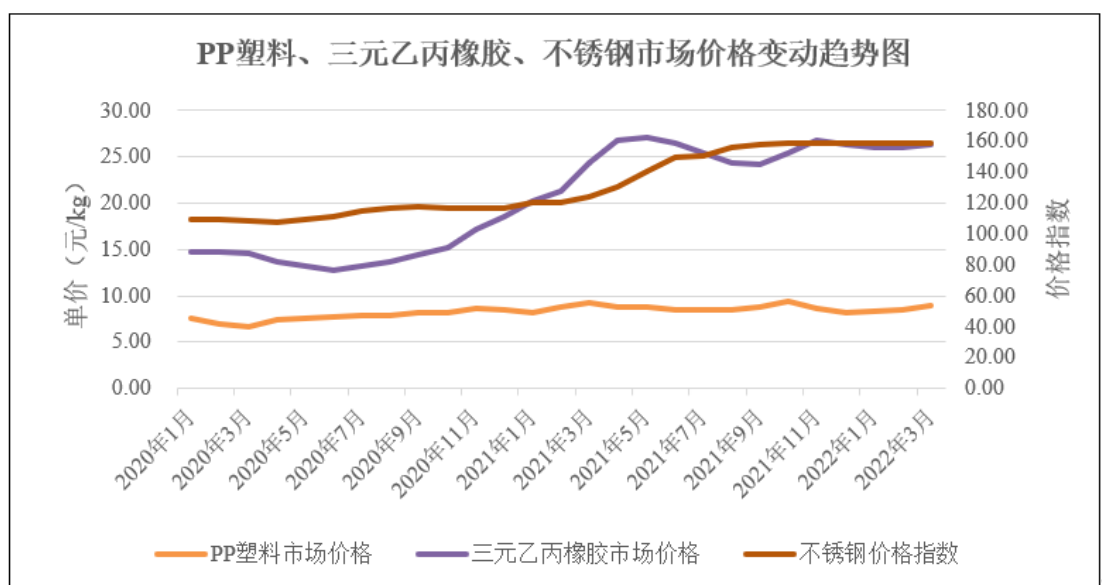
2021 年，浙江仙通的毛利率为 34.98%，较 2020 年下滑 1.54%，根据其披露的年度报告，主要系原材料价格上涨所致。

发行人与浙江仙通的产品及其所需原材料对比情况如下：

公司名称	产品简介	产品图示	主要客户及应用领域	主要原材料
------	------	------	-----------	-------

公司名称	产品简介	产品图示	主要客户及应用领域	主要原材料
浙江仙通	主要产品为车用橡塑密封条		一汽/上汽大众、上汽通用、吉利汽车、长安汽车、东风日产、长城汽车、奇瑞汽车等汽车整车厂商	三元乙丙橡胶、塑料粒子、钢带、石蜡油及炭黑
发行人	主要产品为汽车、摩托车、通用机械进气系统及配件，包括空气滤清器总成及炭罐等		汽车整车客户包含吉利汽车、广汽集团、长城汽车、奇瑞汽车等；此外还包含摩托车和通用机械领域的知名客户	以塑料原料为主的基础原材料以及橡胶件、塑料件等外购件

由上表可见，虽然浙江仙通的主要客户及原材料与发行人存在重叠，但具体产品存在明显差异，且其主要原材料构成亦有所不同。根据浙江仙通披露的《招股说明书》，其原材料中，橡胶类原料、钢带的合计采购占比约 40%，塑料粒子的采购占比约 13%左右；而发行人原材料中塑料原料、塑料件的采购占比在 40%左右，橡胶原料、橡胶件的采购占比仅在 15%左右（均剔除口罩相关采购）。上述原材料在 2021 年均出现了价格上涨的趋势，但增幅存在差异。



注：数据来源于卓创资讯、同花顺 iFind。

2021 年，虽然塑料原料、橡胶原料和钢材市场价格总体均呈上涨趋势，但塑料原料的增长幅度明显较为缓慢，导致发行人毛利率受原材料涨价的影响相对较小；而橡胶原料和钢材的价格增长幅度较为明显，导致原材料涨价对浙江仙通毛利率的影响相对较大。根据浙江仙通披露，其通过降低损耗、材料的配比优化、期货采购等综合手段进行调整，降低原材料成本上涨对产品毛利率的影响，最终使得在原材料市场价格大幅上涨的情况下，其毛利率并未出现大幅下滑的情形，仅略有下滑。

同时，对于发行人来说，摩托车和通用机械类销售收入占比及毛利率的提升，抵消了发行人原材料采购价格上涨引致的负面影响，最终使得发行人毛利率呈现稳中有升的水平。

综上，2021 年发行人毛利率变动趋势与浙江仙通存在差异主要系由于具体产品及其应用领域、原材料构成及其采购价格波动情况存在差异，具备合理性。

4、发行人与华原股份毛利率变动趋势存在差异的分析

2021 年，华原股份的毛利率为 22.04%，较 2020 年下滑 5.55%，根据其披露的年度报告，主要系原材料价格上涨所致。

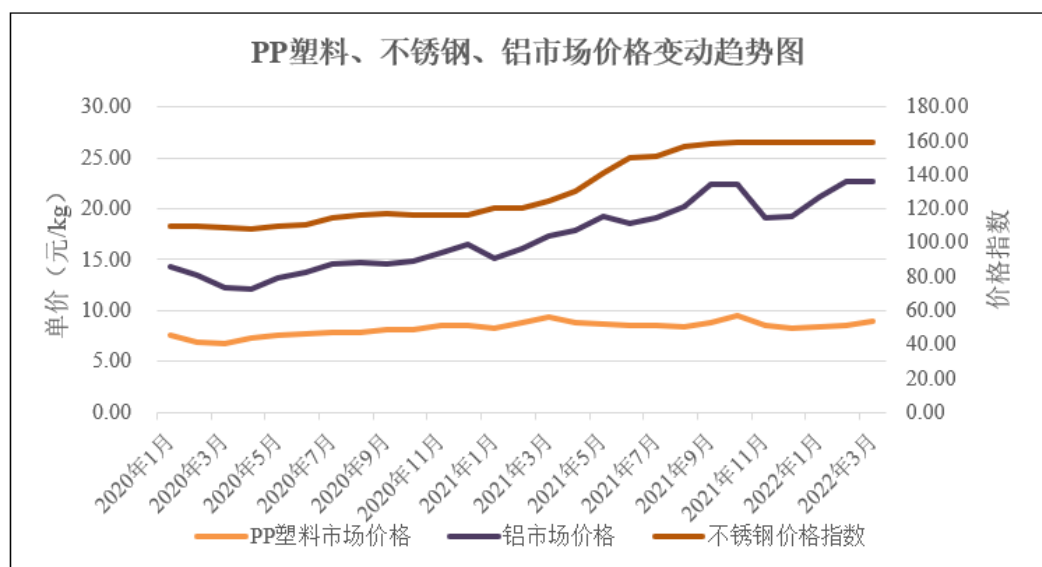
发行人与华原股份的产品及其所需原材料对比情况如下：

公司名称	产品简介	产品图示	主要客户及应用领域	主要原材料
华原股份	主要产品包括空气滤清器、柴油滤清器、机油滤清器		主要供应玉柴、东风商用车、三一专用汽车、郑州宇通、厦门金龙等商用车、柴油车整车厂商，其中关联方玉柴的收入占比在 50%以上	钢板、滤纸、滤座、金属件等

公司名称	产品简介	产品图示	主要客户及应用领域	主要原材料
发行人	主要产品为汽车、摩托车、通用机械进气系统及配件，包括空气滤清器总成及炭罐等		汽车整车客户包含吉利汽车、广汽集团、长城汽车、奇瑞汽车等；此外还包含摩托车和通用机械领域的知名客户	以塑料原料为主的基础原材料以及橡胶件、塑料件等外购件

由上表可见，虽然华原股份的主要产品中涉及空气滤清器，但该产品收入占华原股份主营业务收入的比例仅 30%左右，且主要应用于柴油车、商用车，客户主要为玉柴、东风商用车、三一专用汽车、郑州宇通、厦门金龙等，而发行人产品主要应用于汽车乘用车、摩托车和通用机械，两者产品及其应用领域、客户存在较大的差异。

从主要产品生产所需的原材料看，根据其披露的《公开转让说明书》，华原股份原材料中钢板、铝制滤座等金属材料的合计占比在 35%左右，而塑料件的占比仅为 8%左右；而发行人原材料中塑料原料、塑料件的采购占比在 40%左右。上述原材料在 2021 年均出现了价格上涨的趋势，但增幅存在差异。



注：数据来源于卓创资讯、同花顺 iFind。

从上图可以明显对比出，2021 年，虽然塑料原料和钢材、铝材市场价格总体均呈上涨趋势，但塑料原料的增长幅度明显较为缓慢，导致发行人毛利率受原材料涨价的影响相对较小；而钢材、铝材的价格增长幅度较为明显，导致原材料涨价对华原股份毛利率的影响相对较大。同时，摩托车和通用机械类销售收入占比及毛利率的提升，抵消了发行人原材料采购价格上涨引致的负面影响，最终使得发行人毛利率呈现稳中有升的水平。

综上，2021 年发行人毛利率变动趋势与华原股份存在差异，主要系由于具体产品及其应用领域、原材料构成及其采购价格波动情况存在差异，具备合理性。

5、发行人与天普股份毛利率变动趋势存在差异的分析

2021 年，天普股份的毛利率为 37.83%，较 2020 年下滑 4.66%，主要系其营业收入与 2020 年基本持平，而营业成本明显上涨所致。根据天普股份披露的年度报告，其 2021 年营业成本上涨主要系人工成本增加以及原材料价格上涨所致，具体情况如下：

（1）人工成本的增加

受 2021 年全面调薪以及不再享受社保减免政策的影响，天普股份当年职工薪酬较 2020 年增加 1,761.59 万元，其中计入期间费用的职工薪酬增加 573.51 万元，则生产人员薪酬增加 1,188.09 万元，占当年营业收入的比例为 3.88%。生产人员薪酬的增加，对其毛利率造成较大的负面影响。

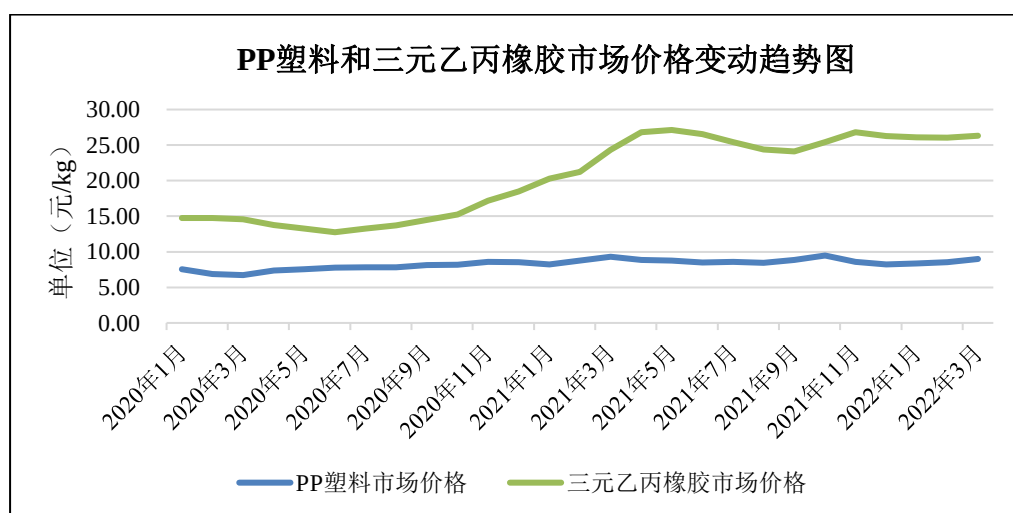
（2）原材料价格上涨

发行人与天普股份的产品及其所需原材料对比情况如下：

公司名称	产品简介	产品图示	主要客户及应用领域	主要原材料
天普股份	主要产品为发动机附件系统、燃油系统、空调系统、动力转向系统等胶管及总成		东风汽车、日产投资、日本仓敷、江铃汽车等汽车整车制造厂商和一级配套零部件厂商	各类橡胶、炭黑、芳纶线、各种护套及零配件等

公司名称	产品简介	产品图示	主要客户及应用领域	主要原材料
发行人	主要产品为汽车、摩托车、通用机械进气系统及配件，包括空气滤清器总成及炭罐等		汽车整车客户包含吉利汽车、广汽集团、长城汽车、奇瑞汽车等；此外还包含摩托车和通用机械领域的知名客户	以塑料原料为主的基础原材料以及橡胶件、塑料件等外购件

由上表可见，虽然天普股份的主要产品与发行人通气管类产品相近，但两者具体产品及其客户、原材料构成存在较大的差异。从主要产品生产所需的原材料看，根据其 2020 年披露的《招股说明书》，天普股份原材料中各类橡胶、炭黑、芳纶线等材料的合计占比在 50%以上，其中各类橡胶中以三元乙丙橡胶采购量最大；而发行人原材料中塑料原料、塑料件的采购占比在 40%左右。上述原材料在 2021 年均出现了价格上涨的趋势，但增幅存在差异。



注：数据来源于卓创资讯。

2021 年，虽然塑料原料和橡胶原料总体均呈上涨趋势，但塑料原料的增长幅度明显较为缓慢，导致发行人毛利率受原材料涨价的影响相对较小；而橡胶原料价格增长幅度较为明显，导致原材料涨价对天普股份毛利率的影响相对较大。同时，摩托车和

通用机械类销售收入占比及毛利率的提升，抵消了发行人原材料采购价格上涨引致的负面影响，最终使得发行人毛利率呈现稳中有升的水平。

综上，2021 年天普股份毛利率变动趋势与发行人存在差异，呈下滑趋势，一方面系其人工成本增幅明显所致；另一方面系由于两家公司具体产品及其应用领域、原材料构成及其采购价格波动情况存在差异，具备合理性。

整体来看，2021 年，发行人毛利率较 2020 年基本持平，略有增长，主要系摩托车类、通用机械类产品销售收入占比及毛利率提升抵消了基础原材料涨价等负面因素的影响；发行人毛利率变动趋势与同行业可比公司中鼎股份和瀚蓝股份一致，与其余可比公司存在差异，主要系各家公司的原材料结构存在差异所致。发行人与中鼎股份、瀚蓝股份的原材料均以塑料为主，而可比公司安徽凤巢的原材料中铁材料和纸质材料占比较高，华原股份的原材料中钢板、铝制滤座等金属材料占比较高，天普股份的原材料中橡胶类原料的占比较高，浙江仙通的原材料中橡胶类原料和钢带占比较高。2021 年，虽然相关原材料价格均呈增长趋势，但塑料原料增幅较上述其他原材料而言相对平缓，导致发行人及中鼎股份、瀚蓝股份受原材料价格波动的影响相对较小，具备合理性。

四、核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐人就上述问题履行了如下核查程序：

1、查阅了报告期内塑料、橡胶、钢材等基础原材料的市场价格情况，并与发行人相关原材料的采购价格进行对比分析。

2、访谈了发行人生产采购相关负责人，了解了发行人生产与采购计划，供应商选取规则以及调价机制，获取了发行人采购台账，并分析外购件与基础原材料相关价格变化的合理性。

3、查阅了发行人与相关供应商签订的采购合同，访谈了发行人采购负责人，了解

采购价格变动的时点与原因；访谈了橡胶件主要供应商，了解其定价原则及历次调价背景，以分析合理性。

4、查阅了同行业公司的成本结构及毛利率情况，根据 2021 年原材料采购价格的上涨幅度模拟测算了橡胶件和塑料件涨价对发行人业绩的影响。

5、获取了发行人 2022 年第一季度财务报表、收入成本明细、采购台账等文件，访谈了发行人采购、销售相关负责人，了解了报告期后基础原材料、外购件价格变动情况及原因，并进一步分析期后业绩变动的合理性。

6、查阅了同行业可比公司公开披露的定期报告、《招股说明书》、《公开转让说明书》等文件，了解同行业可比公司 2021 年毛利率变动的原因，并与发行人进行对比，分析变动趋势存在差异的合理性。

（二）核查意见

经核查，保荐人认为：

1、2021 年，在橡胶原料上涨处于高位的情况下，橡胶件采购均价仍呈下降趋势，一方面系受其中采购均价较低的橡胶配件采购量占比提升的影响，另一方面系由于供应商涨价具有滞后性或者供应商在综合考虑其自身提前备料情况、产品对原材料价格波动的敏感度、自身工艺优化降本实力以及发行人采购规模等因素后最终维持原价或持续年降，具备合理性。

按照 2021 年橡胶原料、塑料原料采购价格的上涨幅度模拟测算对发行人业绩的影响，经测算，考虑发行人是否完全承担基础原材料涨价给供应商带来的成本压力以及承担比例（70%、50%和 30%），对发行人 2021 年主营业务毛利率的影响为-1.65%至-0.50%，对净利润的影响为-829.55 万元至-248.87 万元，不存在重大不利影响。

2、2022 年第一季度，发行人最为主要的基础原材料 PP 原料的采购价格与 2021 年基本持平；橡胶原料采购均价上涨系由于丁腈橡胶等单价较高的物料采购占比提升以及其价格上涨所致；随着 2021 年基础原材料市场价格上涨，存在成本压力的外购件供

应商陆续与发行人协商涨价，导致 2022 年第一季度三大类外购件的整体采购价格均有所上涨。

鉴于基础原材料的市场价格在 2022 年第一季度较为稳定，且当期除个别外购橡胶件供应商外，不存在其他外购件供应商提出涨价诉求，故截至本回复出具之日，因 2021 年基础原材料上涨导致的外购件涨价已基本调整到位。后期，如原材料市场大幅波动，发行人将依据调价政策以及供应商诉求等因素再行谈判调价。

2022 年第一季度，受下游客户需求影响，发行人销售规模快速扩张，收入及利润均较上年同期大幅提升。但由于原材料价格的上涨以及产品价格年降等因素，毛利率较 2021 年呈下滑趋势，具备合理性。

3、2021 年，发行人毛利率较 2020 年基本持平，略有增长，主要系摩托车类、通用机械产品销售收入占比及毛利率提升抵消了基础原材料涨价等负面因素的影响；目前现有上市公司及新三板挂牌公司中尚未有与公司产品完全相同的企业，选取的同行业可比公司中，标榜股份和溯联股份的毛利率变动趋势与发行人一致，其余可比公司与发行人存在差异，主要系由于各公司具体产品及其应用领域、原材料构成及其采购价格波动情况存在差异所致，具备合理性。

问题 2. 关于发行人业务成长性

申请文件及问询回复显示：

（1）报告期各期，摩托车进气系统及配件销售金额占发行人主营业务收入的比重分别为 41.93%、39.53%及 42.50%。

（2）报告期各期，发行人新能源汽车相关产品实现的销售收入分别为 381.48 万元、842.04 万元和 3,360.69 万元，其中纯电动车型相关收入分别为 287.51 万元、421.04 万元和 632.11 万元。

(3) 报告期内发行人新增客户数量相对较少, 各期新增客户收入分别为 155.33 万元、884.57 万元和 2198.09 万元, 剔除 2018 年新增客户长城汽车后的收入分别为 41.10 万元、117.17 万元和 549.67 万元。

请发行人:

(1) 结合摩托车进气系统的主要应用机车类型、“禁摩”地区的分布及趋势、摩托车销售区域等因素, 分析说明各地“禁摩”政策对发行人经营业绩的影响。

(2) 结合报告期内新能源纯电动车型相关收入规模、产品类型等情况, 充分揭示新能源产品收入占比较小及新能源产业政策对发行人未来经营业绩所造成的不利影响及相关风险。

(3) 进一步分析报告期内新增客户较少的原因及合理性, 并充分揭示相关风险。

请保荐人发表明确意见。

回复:

一、结合摩托车进气系统的主要应用机车类型、“禁摩”地区的分布及趋势、摩托车销售区域等因素, 分析说明各地“禁摩”政策对发行人经营业绩的影响

(一) 摩托车进气系统的主要应用机车类型

摩托车总体上可分为二轮摩托车和三轮摩托车, 发行人目前生产的摩托车进气系统产品主要应用于二轮摩托车, 其具体分类情况如下:

1、从车型明细来看, 二轮摩托车可细分为跨骑车、踏板车和弯梁车, 根据中国摩托车商会数据显示, 2021 年我国跨骑车、踏板车和弯梁车三类车型销量占二轮摩托车总销量的比重分别为 50.95%、36.28%和 12.75%。报告期内, 发行人产品广泛应用于上述三类机车类型。

2、从排量来看，二轮摩托车可分为110cc系列、125cc系列、150cc系列、250cc系列等多个系列，随着摩旅文化的发展以及消费需求的升级，中大排量的摩托车越来越受到消费者青睐，根据中国摩托车商会数据，2021年我国250cc以上排量摩托车销量较上年同比增加超过50%。报告期内，发行人产品亦已广泛应用于各个排量系列的二轮摩托车。

3、从能源动力来看，二轮摩托车可分为燃油摩托车和电动摩托车。根据中国摩托车商会数据，2021年我国燃油摩托车销量占摩托车总销量的比例为80.48%，远高于电动摩托车的销量占比；2021年我国燃油摩托车销量较上年同比增加15.21%，电动摩托车销量较上年同比增加3.43%，可见燃油摩托车销量增幅亦远高于电动摩托车。报告期内，发行人生产的进气系统产品均仅用于燃油摩托车。

综上，从车型明细来看，发行人产品广泛用于跨骑、踏板和弯梁二轮摩托车；从排量来看，发行人产品亦广泛用于各个排量系列的二轮摩托车；从能源动力来看，发行人产品仅用于燃油摩托车，燃油摩托车系目前我国的主力摩托车车型，且2021年以来的销量增幅较大。

（二）“禁摩”地区的分布及趋势

1、“禁摩”、“限摩”地区的分布情况

自1985年，北京市首次提出“禁摩令”，“禁摩”或“限摩”相关政策已经在我国推进了近四十年，目前，全国已有近200个城市采取了不同程度的“禁摩”或“限摩”政策。

具体来看，目前我国直辖市中，仅重庆市未实行“禁摩”政策（内环快速路、机场路和双龙大道除外），其余直辖市均有不同程度的“禁摩”、“限摩”措施。例如，北京市部分区域实行全天候或附条件的摩托车禁行措施，上海市对外地号牌摩托车存在限行政策，天津市外环线以内禁摩。在长三角地区，较多城市如南京、杭州、苏州、宁波、无锡等基本都执行了市区范围内的“禁摩”或“限摩”举措。在珠三角地区，广州、深圳、东莞、珠海等地亦均存在一定程度的限制措施。此外，在全国其余省会城市或二三线城市中，也有较多城市出台了对应的“禁摩”或“限摩”举措。

整体来看，目前全国采取不同程度的“禁摩”或“限摩”措施的城市较多，主要集中在规模较大、经济相对发达的城市。但是，我国幅员辽阔，亦存在大量不实行“禁摩”或“限摩”举措的地区，且执行“禁摩”或“限摩”措施的地区，基本都仅针对城区主干道，而并未禁绝摩托车在城市郊区、野外等区域的使用，因此摩托车在我国的适用场景仍较为广泛。

2、“禁摩”、“限摩”政策的发展趋势

我国的“禁摩”、“限摩”政策实行较早，目前较大型的城市基本均已实行了较为严苛的限制政策，虽然存在制定相关政策地区逐步增多的可能性，但未来进一步限制的区域空间已相对较小。

相反，近年来，“禁摩”、“限摩”政策呈现出解除或放松的发展趋势，以下为相关城市适当放宽限制政策的相关文件：

发布时间	发布机关	发布文件	具体政策
2016 年 7 月	廊坊市公安局交通警察支队	《关于调整市区居民办理摩托车类驾驶证及车辆注册登记的通知》	自 2016 年 7 月 6 日起，廊坊市将重新开放居民办理摩托车类驾驶证初领、增驾业务，以及摩托车类注册登记、转入登记业务。
2017 年 12 月	西安市人民政府	《西安市人民政府关于规范性文件清理》	2009 年颁发的《西安市人民政府关于加强道路交通秩序综合治理的通告》等文件被宣布失效，文件中关于“严禁轻便摩托车、摩托车在二环路（含二环路）以内通行；严禁外埠及本市阎良区、临潼区、长安区和市辖县的轻便摩托车、摩托车在三环路（含三环路）以内通行”的规定随之失效。
2018 年 10 月	深圳市公安局交通警察	《关于（深圳市公安局交通警察局关于禁止摩托车在我市部分道路行驶的通告）的征求意见和采纳说明》	在机动车保有量、密度及道路通行条件允许并支持的情况下，可以适当放开，但暂时无法做到全面放开。参考北京、上海、香港等城市的管理模式，研究摩托车指标竞拍、车辆上牌、人员考试、车辆准入、通行管理、停车管理、违法处罚等管理措施，结合深圳市道路通行实际情况，做好调研论证、拟定管理政策，按规定性文件要求征求相关群体意见后，报市政府审定通过后，修改相关政府规章及管理通告。
2018 年 12 月	广东省公安厅	《广东省公安厅关于开展摩托车“带牌销售”试点工作的通知（征求意见稿）》	各地可以根据当地道路交通管理实际情况，确定开展摩托车“带牌销售”试点范围，除依法不予摩托车注册登记的地市外，每个地市至少应确定一个县（区）作为试点。试行“带

			牌销售”的产品包括试行区域范围内所有经市场监督管理部门登记的摩托车销售企业出售的国产摩托车，但未经国务院机动车产品主管部门许可生产的除外。各地最迟应当在2019年1月15日前开展试点工作，并逐步扩大试点范围。2020年6月1日后，总结试点经验，在全省全面实行摩托车“带牌销售”工作。 此前，广东省多地已不进行摩托车号牌的发放与摩托车驾培服务，此举有助于相对缓和摩托车限制令。
2020年6月	哈尔滨市人大常委会办公厅	《哈尔滨市摩托车管理规定（草案）》	哈尔滨市摩托车实行控制原则，哈尔滨市政府应当按照省有关规定制定黑A牌照摩托车总量控制办法，对市区摩托车实行总量控制。应当对二轮摩托车和三轮摩托车登记数量实行分类配额管理，并明确摩托车具体登记数量、配额比例、动态调整方案和登记申请方式。哈尔滨市将对摩托车实行登记管理，除黑A牌照摩托车，其他牌照摩托车禁止在本市市区四环路围合区域行驶。 此前，2002年哈尔滨已停止摩托车上牌落户系统，在此次政策更新后，本地摩托车在总量控制下可以上牌，实现了“以管代禁”的转变。

此外，社会各界关于适当放松相关“限摩”、“禁摩”举措的呼声也较为高涨。2020年全国两会期间，全国人大代表、吉利控股集团有限公司董事长李书福提出了《关于适度放开“禁限摩”科学规划城市摩托车行驶的建议》，在此提案中，其提到目前中国是世界上唯一实施“禁限摩”的国家，在欧洲的巴黎、米兰等地，当地政府都制定了具体措施，把摩托车纳入多元化的交通体系，提高交通的流动性，倡导多开一辆摩托车就能少开一辆汽车，以抵消使用汽车带来的油耗、道路通行率、车位占用面积等问题，缓解人们出行的压力；其认为国内各地实施“以禁代管”一刀切的做法，极大抑制了摩托车行业的技术进步、产业升级及结构优化，科学对待城市摩托车行驶，全面提升中国摩托车产品国际市场竞争力很有必要。2021年全国两会期间，全国政协委员、隆鑫控股董事长涂建华亦提案建议在对摩托车科学管理的前提下，放宽“禁限摩”。

综上，目前我国的“禁摩”、“限摩”政策已广泛分布于全国众多城市，但随着城市交通越来越拥挤，部分地区已开始出现放松政策的趋势，逐步采用“以管代禁”的方式，来规范和发展摩托车行业。

（三）摩托车销售区域

1、摩托车整车的终端消费区域

目前，我国的摩托车销售区域主要集中于以下地区：

一是在部分摩托车相关政策较为宽松的城市，例如西安、重庆等，得益于相关政策较为宽松，该类城市的摩托车消费市场较为火热；

二是在非中心城区、城乡结合地带、郊区农村等非城市中心地带，受到城市内“禁摩”、“限摩”等政策的冲击，摩托车销售市场转向非城市中心的部分城区、城乡结合部、乡镇、村庄等地区；

三是在消费能力较强的城市，在这一市场，需求主要集中于休闲娱乐摩托，而非传统的代步功能，随着摩旅文化的逐渐盛行，这一市场近年来发展较为迅速。

2、发行人摩托车类产品收入地区分区情况

发行人生产的摩托车进气系统及配件产品主要销售给摩托车整车厂。如前文所述，摩托车整车的终端消费区域主要分布在部分政策宽松城市、其他城市非中心城区、城乡结合地带、郊区农村以及消费能力相对较强的城市，整体来看，摩托车整车的终端消费区域分布较广。

但是，随着行业集中化、规模化的发展趋势，我国摩托车产业在多年的发展过程中已逐步形成了重庆、江浙和广东三大产业板块。这与我国汽车工业产业集群存在重合之处，目前我国汽车工业六大产业集群分别为长三角产业集群、珠三角产业集群、东北产业集群、京津冀产业集群、中部（湖北、安徽、湖南）产业集群和西南（重庆、四川）产业集群，摩托车与汽车的零部件具有较多的相通性，因此其产业集群相对重合较为合理。

发行人结合我国现有汽车、摩托车产业集群分布，已在浙江台州、江苏常州、广东江门和重庆均设立了生产基地，以配套服务周边整车厂商。报告期各期，发行人摩托车进气系统及配件产品的收入地区分布占比情况如下：

序号	销售省份	2021年摩托车收入占比	2020年摩托车收入占比	2019年摩托车收入占比	主要城市
1	广东省	38.84%	41.28%	43.11%	广州、江门等
2	江苏省	23.15%	22.50%	21.77%	苏州、常州等
3	浙江省	7.87%	6.16%	4.48%	杭州、台州等
4	重庆市	7.37%	6.45%	6.61%	重庆
5	山东省	5.82%	6.12%	5.29%	济南、德州等
6	福建省	5.38%	4.76%	5.11%	厦门、泉州
7	湖南省	3.50%	4.68%	3.61%	株洲
8	天津市	3.33%	3.70%	4.66%	天津
9	上海市	2.72%	2.11%	2.86%	上海
10	其他	2.02%	2.24%	2.50%	洛阳、境外等
合计		100.00%	100.00%	100.00%	-

从上表可以看出，发行人摩托车类产品收入主要来源于广东、江苏、浙江和重庆地区，该等地区各期的合计占比分别为 75.97%、76.40%和 77.23%。整体来看，发行人摩托车类产品收入来源地区与该行业产业化集群所在地区相对应。

（四）各地“禁摩”政策对发行人经营业绩的影响

从上述分析可以看出，发行人的进气系统产品广泛用于各个类型的二轮燃油摩托车，包括跨骑、踏板和弯梁车型，亦包括各个排量系列车型；由于我国众多城市多年来实行的“禁摩”、“限摩”政策，国内的摩托车销售区域已主要集中至相关政策较为宽松的城市以及其他城市的非中心城区、城乡结合地带、郊区农村等，同时受摩旅文化的影响，以休闲娱乐为目的的大排量摩托车在消费能力较强城市的销售亦有所增加。

整体来看，我国目前实行摩托车限制措施的城市众多，未来进一步限制的区域空间已相对较小，汽车的能耗远大于摩托车，且随着城市交通越来越拥挤，部分地区已

开始出现放松政策的趋势，逐步采用“以管代禁”的方式，来规范和发展摩托车行业，这将对发行人业务的发展起到有利的影响。

从行业数据来看，根据中国摩托车商会，2021 年我国二轮摩托车产量为 1,784.75 万辆，较 2020 年增加 304.41 万辆，较 2019 年增加 241.73 万辆，2021 年摩托车市场需求已超过疫情前水平，呈良性发展态势。受行业大环境的利好影响，2021 年发行人的摩托车类产品收入较 2020 年同比增长 34.10%。我国的千人汽车保有量远低于欧美发达国家，仍存在大量将摩托车作为出行代步工具的人群，尤其是在经济相对落后的偏远地区，摩托车的市场需求空间仍较大。

综上所述，发行人摩托车进气系统广泛应用于各个系列型号的二轮燃油摩托车，目前我国“禁摩”、“限摩”地区分布较为广泛，但近年来部分地区政策已开始出现有所放松的趋势，这将有利于摩托车行业的健康发展；同时，以休闲娱乐为目的的中大排量摩托车需求越来越旺盛，已成为新的需求增长点，亦将带动摩托车产品的整体销量；从行业的实际数据来看，2021 年我国摩托车产销量大幅增加，并未出现因“禁摩”、“限摩”政策的实施而导致销售大幅下滑的情形。因此，各地“禁摩”、“限摩”政策对发行人的经营业绩的负面影响较小。

二、结合报告期内新能源纯电动车型相关收入规模、产品类型等情况，充分揭示新能源产品收入占比较小及新能源产业政策对发行人未来经营业绩所造成的不利影响及相关风险。

（一）报告期内新能源纯电动车型相关收入规模、产品类型

报告期内，发行人新能源纯电动车型的各期收入分别为 287.51 万元、421.04 万元和 632.11 万元，其具体的产品类型情况如下：

单位：万元

类别	2021 年		2020 年		2019 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
膨胀箱	420.89	66.58%	284.75	67.63%	234.23	81.47%

冷却水壶	211.23	33.42%	136.29	32.37%	53.28	18.53%
合计	632.11	100%	421.04	100%	287.51	100%

报告期，发行人配套新能源纯电动车型的相关收入相对较少，但逐年呈递增趋势；2022 年第一季度，发行人配套新能源纯电动车型的收入为 273.19 万元（经中汇会计师审阅），同比增加 222.92%，增势显著，未来发展预期良好。

（二）新能源产品收入占比较小及新能源产业政策对发行人未来经营业绩所造成的不利影响及相关风险

1、报告期及期后新能源产品收入变动情况

报告期内，发行人新能源汽车相关产品实现的销售收入分别为 381.48 万元、842.04 万元和 3,360.69 万元，整体呈较快增长趋势，但其中以来源于 PHEV 混动车型的收入为主，纯电动车型相关收入相对较少，具体如下：

单位：万元

类别	2021 年		2020 年		2019 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
PHEV 混动车型收入	2,728.59	81.19%	421.00	50.00%	93.97	24.63%
纯电动车型收入	632.11	18.81%	421.04	50.00%	287.51	75.37%
合计	3,360.69	100.00%	842.04	100.00%	381.48	100.00%

从期后数据来看，发行人 2022 年第一季度的新能源汽车相关产品收入为 1,492.50 万元，同比增加 173.81%。其中，2022 年第一季度中 PHEV 混动车型收入为 1,219.32 万元，占比 81.70%；纯电动车型收入为 273.19 万元，占比 18.30%。（以上数据业经中汇会计师审阅）

从上述数据可以看出，发行人目前来源于新能源汽车相关产品的收入相对较少，且主要系与 PHEV 混动车型相关的收入；但从增加幅度来看，报告期及期后该部分产品相关收入的增长较快，呈现出良好的发展势头。

2、新能源相关产业政策

近年来，为促进碳达峰、碳中和，围绕未来绿色交通发展的需求，国家相继推出了一系列新能源相关产业政策：

政策文件	颁布部门	颁布日期	主要内容
《中国制造2025》	国务院	2015.5.8	继续支持电动汽车、燃料电池汽车发展，掌握汽车低碳化、信息化、智能化核心技术，提升动力电池、驱动电机、高效内燃机、先进变速器、轻量化材料、智能控制等核心技术的工程化和产业化能力，形成从关键零部件到整车的完整工业体系和创新体系，推动自主品牌节能与新能源汽车同国际先进水平接轨。
《十三五国家战略性新兴产业发展规划》	国务院	2016.11.29	全面提升电动汽车整车品质与性能。加快推进电动汽车系统集成技术创新与应用，...推动电动汽车与智能电网、新能源、储能、智能驾驶等融合发展，...促进电动汽车重大关键技术协同创新。完善电动汽车生产准入政策，研究实施新能源汽车积分管理制度。到 2020 年，电动汽车力争具备商业化推广的市场竞争力。 系统推进燃料电池汽车研发与产业化。加强燃料电池基础材料与过程机理研究，推动高性能低成本燃料电池材料和系统关键部件研发。加快提升燃料电池堆系统可靠性和工程化水平，完善相关技术标准。推动车载储氢系统以及氢制备、储运和加注技术发展，推进加氢站建设。到 2020 年，实现燃料电池汽车批量生产和规模化示范应用。
《天然气发展“十三五”规划》	发改委	2016.12.24	完善交通领域天然气技术标准，推动划定船舶大气污染物排放控制区并严格执行减排要求，研究制订天然气车船支持政策。积极支持天然气汽车发展，包括城市公交车、出租车、物流配送车、载客汽车、环卫车和载货汽车等以天然气为燃料的运输车辆，鼓励在内河、湖泊和沿海发展以天然气为燃料的运输船舶。2020 年气化各类车辆约 1000 万辆，配套建设加气站超过 1.2 万座，船用加注站超过 200 座。
《中华人民共和国节约能源法》	全国人民代表大会常务委员会	2018.11.05	国家实行有利于节能和环境保护的产业政策，限制发展高耗能、高污染行业，发展节能环保型产业。国务院和省、自治区、直辖市人民政府应当加强节能工作，合理调整产业结构、企业结构、产品结构和能源消费结构，推动企业降低单位产值能耗和单位产品能耗，淘汰落后的生产能力，改进能源的开发、加工、转换、输送、储存和供应，提高能源利用效率。国家鼓励、支持开发和利用新能源、可再生能源。
《新能源汽车产业发展规划（2021—2035 年）》	国务院	2020.10.20	到 2025 年，我国新能源汽车市场竞争力明显增强，动力电池、驱动电机、车用操作系统等关键技术取得重大突破，安全水平全面提升。新能源汽车新车销售量达到汽车新车销售总量的 20%左右，高度自动驾驶汽车实现限定区域和特定场景商业化应用。 力争经过 15 年的持续努力，我国新能源汽车核心技术达到国际先进水平，质量品牌具备较强国际竞争力。纯电动汽车成为新销售车辆的主流，公共领域用车全面电动化，燃料电池汽车实现商业化应用，高度自动驾驶汽车实现规模化应用，充换电服务网络便捷高效，氢燃料供给体系建设稳步推进，有效促进节能减排水平和社会运行效率的提升。

《新能源汽车产业发展规划（2021—2035 年）》	国务院	2020.10.20	提高氢燃料制储运经济性。因地制宜开展工业副产氢及可再生能源制氢技术应用，加快推进先进适用储氢材料产业化。开展高压气态、深冷气态、低温液态及固态等多种形式储运技术示范应用，探索建设氢燃料运输管道，逐步降低氢燃料储运成本。健全氢燃料制储运、加注等标准体系。加强氢燃料安全研究，强化全链条安全监管。 推进加氢基础设施建设。建立完善加氢基础设施的管理规范。引导企业根据氢燃料供给、消费需求等合理布局加氢基础设施，提升安全运行水平。支持利用现有场地和设施，开展油、气、氢、电综合供给服务。
《国务院关于建设现代综合交通运输体系有关工作情况的报告》	国务院	2021.6.7	严格实施能源消费总量和强度双控制度，推广应用新能源和清洁能源运输装备，城市公交、出租车和货运配送成为新能源汽车应用的主要领域，使用量超过 120 万辆，新能源公交车占城市公交的比例超过 60%，铁路电气化率达 72.8%，电力机车完成的牵引工作量接近 90%， “十三五”时期交通运输碳排放强度下降率达 7.5%。
《2030 年前碳达峰行动方案》	国务院	2021.10.24	推动运输工具装备低碳转型。积极扩大电力、氢能、天然气、先进生物液体燃料等新能源、清洁能源在交通运输领域应用。大力推广新能源汽车，逐步降低传统燃油汽车在新车产销和汽车保有量中的占比，推动城市公共服务车辆电动化替代，推广电力、氢燃料、液化天然气动力重型货运车辆。
《交通领域科技创新中长期发展规划纲要（2021—2035 年）》	交通运输部、科学技术部	2022.1.24	推动新能源汽车和智能网联汽车研发，突破高效安全纯电驱动、燃料电池与整车设计、车载智能感知与控制等关键技术及设备。围绕落实国家关于碳达峰碳中和的部署要求和绿色交通发展需要，深化交通基础设施全生命周期绿色环保技术研发与应用，加快新能源、清洁能源、新型环保材料在交通运输领域的应用，全面提升交通运输可持续发展水平。提升低碳能源应用技术水平，开展电能、氢能、氢能、太阳能等低碳能源在载运工具和作业机械等装备上的应用技术研发。
《“十四五”现代能源体系规划》	发改委、能源局	2022.1.29	适度超前部署一批氢能项目，着力攻克可再生能源制氢和氢能储运、应用及燃料电池等核心技术，力争氢能全产业链关键技术取得突破，推动氢能技术发展和示范应用。积极推动新能源汽车在城市公交等领域应用，到 2025 年，新能源汽车新车销量占比达到 20%左右。

可以看出，近年来国家推出了一系列关于新能源汽车发展的政策，但新能源汽车并非仅为电动汽车，还包括以氢能、天然气、先进生物液体燃料等作为燃料的新能源汽车。从政策层面来看，未来新能源发展的选择方向上具备多样性。

新能源汽车中，电动汽车率先发展，其目前已具备充分的商业化推广市场竞争力；随着电动汽车的发展逐渐成熟，我国将继续大力推进其他新能源汽车的发展。例如，2021 年 8 月北京市经济和信息化局表示，北京将率先打造氢能创新链和产业链，这对于落实首都高质量发展战略，支撑京津冀能源结构转型、引领全国氢能技术创新和产

业发展，具有重要意义；在 2022 年召开的北京冬奥会，其赛时使用的交通服务用车中亦有大量氢燃料车的身影。

同时，在电动汽车领域，受限于续航能力较差、动力较弱、电池使用寿命较短、不适合在寒冷地区行驶等客观情况，目前存在大量的油电混合动力车型，并将在充电站大面积普及、电池技术大幅提升、充电时间大幅缩短之前长期存续。

综上，从政策层面来看，未来新能源发展的选择方向上具备多样性，除电能外还包括以氢能、天然气、先进生物液体燃料等作为燃料的新能源汽车，该等新燃料汽车亦需涉及进气系统相关产品；从目前实际市场情况来看，新能源汽车中电动汽车已率先发展，但由于其客观存在的部分缺陷性，其在短时间尚无法全部替代燃油车，因此市场上存在大量油电混合车型，若未能有突破性的技术升级，电动和燃油车型未来可能将在较长时间内长期并存。

（三）对发行人未来经营业绩所造成的不利影响及相关风险

1、对发行人未来经营业绩所造成的不利影响

从新能源产品收入来看，报告期内发行人的新能源汽车相关产品收入主要来源于混动车型，来源于纯电动车型的收入较小，相关产品主要为膨胀箱和冷却水壶。但是，从报告期及期后数据来看，新能源汽车相关产品收入的增长较快，呈现出良好的发展势头。

从新能源产业政策来看，未来新能源发展的选择方向上具备多样性，除电能外还包括以氢能、天然气、先进生物液体燃料等作为燃料的新能源汽车，尤其是以氢能为代表的新燃料汽车，其目前的发展势头亦较好，该等新燃料汽车亦需涉及进气系统相关产品。

从目前实际市场情况来看，新能源汽车中电动汽车已率先发展，但由于其客观存在的部分缺陷性，其在短时间尚无法全部替代燃油车，因此市场上存在大量油电混合车型，若未能有突破性的技术升级，电动和燃油车型未来可能将在较长时间内长期并存。

整体来看，虽然未来受新能源替代的影响，燃油车的市场将受到一定的影响，但鉴于发行人目前的市场份额较低（根据中国汽车工业协会披露的乘用车数据及发行人乘用车空滤器销量测算后，市场份额仅为 8%左右），其未来的增长空间仍较为广阔。

2021 年全年，发行人实现主营业务收入 5.89 亿元，归属于母公司的净利润为 0.95 亿元，同比增长分别为 24.73%和 47.32%，呈现良好的增长态势。

2022 年第一季度，发行人实现营业收入 1.60 亿元、归属于母公司的净利润为 0.28 亿元，同比增长分别为 14.65%和 22.86%，期后发展态势亦较好。（以上数据业经中汇会计师审阅）

2、相关风险提示

为充分揭示风险，提示广大投资者，发行人已在《招股说明书》“重大事项提示/三、本公司特别提醒投资者注意“风险因素”中的下列风险”和“第四节 风险因素/三、经营风险/（一）未来下游燃油车市场份额下降的风险”中补充披露如下：

“目前，发行人的主要产品为内燃机进气系统及配件，主要应用于燃油车以及新能源混合动力车。报告期内，发行人的新能源汽车相关产品收入主要来源于混动车型，来源于纯电动车型的收入分别仅为 287.51 万元、421.04 万元和 632.11 万元，占比很小，涉及的相关产品主要为膨胀箱及冷却水壶。若未来纯电动车的发展速度超出公司预期，将会对燃油车市场造成一定的冲击，公司将面临下游燃油车产销下滑导致的产品需求减少的风险。”

三、进一步分析报告期内新增客户较少的原因及合理性，并充分揭示相关风险

（一）报告期内新增客户较少的原因及合理性

1、汽车类新增客户较少的原因及合理性

报告期内，发行人汽车领域新客户的销售收入情况如下：

单位：万元

客户名称	2021 年	2020 年	2019 年
长城汽车	2,198.09	884.57	114.23
东风岚图	105.53	0.87	-
零跑汽车	19.25	-	-
昌河汽车	12.53	15.21	4.74
金康新能源	134.33	29.55	2.84
康迪泰克	208.30	43.50	-
合计	2,678.03	973.70	121.81

可以看出，除 2019 年新增的客户长城汽车外，其余新增汽车类客户的收入均相对较小，这与该行业新客户开发周期较长以及发行人自身的经营战略等因素相关：

（1）该行业新客户开发周期较长

整车制造厂商对配套的零部件企业的要求非常严格，特别是大牌厂商，对产品检测极为严格，对供应商产品品质的控制体系要求极高。企业成为整车制造厂商的供应商需要经历 1-2 年左右的认证周期，且在认证通过的初期一般仅能获得小批量的订单，通过持续的考察期，才有可能逐步获得大批量订单；特别是外资、合资车企对使用自主品牌替换外资品牌进气系统的审查更为严格、决定更为谨慎，一般需要细致地多次考察、多次验厂、持续改进后才能完全符合要求，因此耗时相对会更长。

发行人凭借研发实力、生产工艺、产品质量的长足发展，以及行业知名度的提升，目前正在加大新客户的开发力度，例如 2022 年 4 月发行人新通过了一家新能源汽车客户的认证。

（2）发行人自身的经营战略

由于行业中普遍存在的整车厂商对供应商的认证周期较长及合作初期的订单一般较小，故而发行人在发展过程中需要兼顾新客户的开发及对现有客户的维护和深度开发。在一定的期间内，获得现有客户的大批量订单甚至比进入一个新客户的合格供应商体系对业绩的支撑作用更强，更具有现实意义。

因此，报告期内发行人坚持大客户战略，集中资源优先服务大客户，以提升客户黏性，在持续深化与原有优质大客户合作关系的同时开拓新客户。发行人重视现有大客户的订单深层挖掘，并通过不断延伸产品线，例如增加进气系统中各类管路、炭罐等产品的供应量，来进一步丰富收入维度，报告期内，发行人汽车通气管类产品的收入分别为 10,621.98 万元、12,167.24 万元和 14,843.08 万元，汽车炭罐类产品的收入分别为 993.98 万元、2,246.21 万元和 3,478.40 万元，均呈增长趋势，整体提升了发行人的营收规模，增强了抗风险能力。

报告期内，来源于各个主要客户的收入亦均逐年增加，表明发行人的大客户战略行之有效，对发行人的业绩增长起到了强有力的支撑。报告期内发行人汽车类产品主要客户的各期销售金额如下：

单位：万元

客户名称	销售金额 ^注		
	2021 年	2020 年	2019 年
广汽集团	9,372.75	8,096.60	7,177.47
吉利集团	8,768.15	8,607.44	8,133.58
奇瑞集团	3,892.67	3,427.44	2,801.55
比亚迪	2,938.47	1,689.38	1,457.24
长城汽车	2,188.78	884.57	114.16

注：销售金额为公司对相关客户的主营业务收入。

未来，发行人将继续兼顾新客户开发和现有大客户深度挖掘战略，进一步做大做强，提升公司品牌的整体竞争力。

2、摩托车类新增客户较少的原因及合理性

报告期内，发行人摩托车领域新客户的销售收入情况如下：

单位：万元

客户名称	2021 年	2020 年	2019 年
------	--------	--------	--------

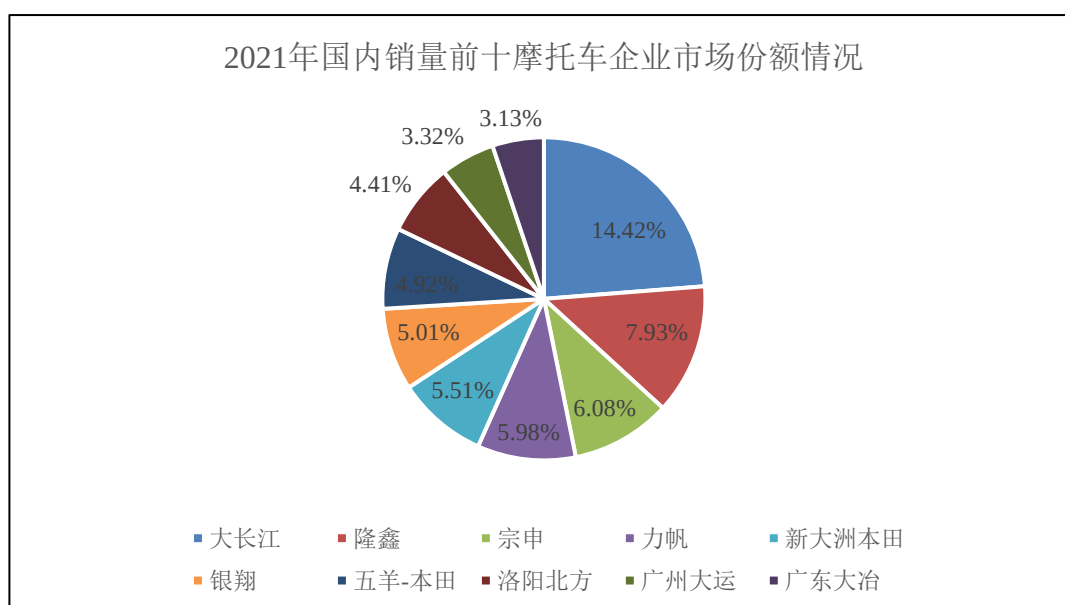
重庆高金实业股份有限公司	20.81	27.98	33.52
浙江莫里尼机车有限公司	48.92	0.06	-
合计	69.73	28.04	33.52

可以看出，报告期内发行人摩托车领域的新增客户较少，这主要系由于摩托车行业头部品牌市场份额较为集中，发行人经过多年的发展已经与大部分摩托车品牌客户形成了合作关系，具体分析如下：

（1）摩托车行业头部品牌市场份额较为集中

近年来，在摩托车行业转型过程中，知名品牌依托更为强大的产品和品牌实力，逐渐占据了领先的优势，并且持续在产品开发、营销手段以及服务等方面加大投入，不断巩固自身的市场地位。

中国摩托车商会数据显示，2021 年前十大摩托车企业累计销售 986.84 万辆，占燃油摩托车总销量的 60.72%，市场集中度较高。从趋势上看，受排放标准趋严、消费者对摩托车品质要求提升等多种因素影响，摩托车行业的头部企业由于存在品牌、技术、规模等优势，行业整合度将进一步提高，产业资源持续向龙头企业倾斜。对于零部件企业而言，与下游行业头部企业合作也将占据更为有利的地位。目前发行人已与下图所列的我国前十大摩托车企业均形成了合作关系。



数据来源：中国摩托车商会

（2）发行人摩托车新客户开拓空间较小，但现有客户的份额挖掘潜力较大

在摩托车市场领域，发行人逐步替代了空滤器生产商日本企业东洋滤机，成为新大洲本田、五羊本田、雅马哈等摩托车品牌的供应商。目前，以上摩托车品牌的空气滤清器的国产替代已经基本完成，发行人已成为本田、雅马哈等世界知名摩托车品牌的进气系统核心供应商。

凭借在高端摩托车领域的配套口碑，发行人目前已和国内大多数知名摩托车品牌形成合作关系。上文所列示的 2021 年国内销量前十的摩托车企业，包括大长江、隆鑫、宗申、力帆、新大洲本田、银翔、五羊本田、洛阳北方、广州大运和广州大冶，均已经与发行人展开了合作。因此，相对而言发行人在摩托车领域开发新客户的空间较小。

但是，各个摩托车品牌生产的摩托车车型较多，发行人在五羊本田、新大洲本田和建设雅马哈的配套份额较高，但在其他国内主流品牌例如豪爵（大长江）、隆鑫、宗申、力帆等的配套份额仍较低。而从我国市场占有率来看，虽然本田、雅马哈等摩托车品牌虽具备较大的品牌知名度，但五羊本田、新大洲本田和建设雅马哈三家合计整车销售份额仅在 10%左右，该等国际品牌在我国的摩托车销量远低于豪爵（大长江）为首的其他国内主流品牌，例如豪爵（大长江）单家的市场份额即达到了近 15%。

因此，发行人必须通过进一步提高现有国内主流品牌客户的内部配套份额来提升整体市场占有率。报告期内，发行人坚持该发展战略，于 2019 年 10 月与豪爵控股有限公司签订了《合作协议书》，就双方未来形成长期稳定的合作关系进行了协议约定；随后公司在豪爵（大长江）的配套份额大幅提升，根据中国摩托车商会数据及发行人自身摩托车空滤器销量数据测算后，报告期内各年度配套份额分别为 21.96%、28.34% 和 42.98%。

综上，从汽车领域来看，发行人新增客户较少的原因主要系由于该行业新客户开发周期较长，尤其是外资合资车企，长期以来由外资品牌进气系统厂商配套，对使用我国自主品牌替换外资品牌进气系统的审查更为严格谨慎；同时，考虑到行业中普遍

存在的整车厂商对供应商的认证周期较长及合作初期的订单一般较小的客观情况，发行人在开拓新客户的同时兼顾现有大客户战略，集中资源优先服务大客户，并通过不断延伸产品线，例如增加进气系统中各类管路、炭罐等产品的供应量，来进一步丰富收入维度，整体提升发行人的营收规模。

从摩托车领域来看，发行人新增客户较少的原因主要系由于摩托车行业头部品牌市场份额较为集中，发行人经过多年的发展已经与大部分摩托车品牌客户形成了合作关系，因此摩托车新客户开拓空间较小，但考虑到大量现有客户中发行人的配套份额并不高，因此现有客户的份额挖掘潜力较大，未来发行人可通过进一步提高现有国内主流品牌客户的内部配套份额来提升整体市场占有率。

（二）相关风险提示

为充分揭示风险，提示广大投资者，发行人已在《招股说明书》“重大事项提示/三、本公司特别提醒投资者注意“风险因素”中的下列风险”和“第四节 风险因素/三、经营风险”中补充披露“新客户开拓风险”，具体如下：

“报告期内，发行人汽车类主要客户为广汽集团、吉利集团、奇瑞集团、比亚迪和长城汽车等，摩托车类主要客户为五羊本田、新大洲本田、大长江集团、建设雅马哈和厦门厦杏等，新开拓的客户及对应的收入相对较少。报告期内，发行人汽车领域新开拓客户对应的各期收入仅 121.81 万元、973.70 万元和 2,678.03 万元，摩托车领域新开拓客户对应的各期收入仅 33.52 万元、28.04 万元和 69.73 万元。若公司未来新客户开拓效果持续不理想，将可能对公司的盈利能力造成不利影响。”

四、核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐人就上述问题履行了以下核查程序：

1、查阅了“禁摩”、“限摩”相关的法规政策，了解限制地区的分布及限制政策的发展趋势，搜索了我国摩托车主要销售区域的相关资料，访谈了发行人销售及研发人员，了解摩托车进气系统的主要应用类型以及相关摩托车限制政策对发行人的影响。

2、取得了发行人报告期内新能源产品的收入明细，检索了新能源产业近年来相关的产业政策，访谈发行人管理层，以了解新能源发展对发行人未来经营的影响。

3、取得了发行人报告期内的客户清单，访谈了发行人以了解行业的客户情况以及新客户较少的原因，查询了相关行业信息。

4、查询了摩托车相关行业的产业集群分布情况，梳理了发行人摩托车类产品收入的地区分布情况，以确认发行人的摩托车类产品收入的地区分布是否合理。

（二）核查意见

经核查，保荐人认为：

1、发行人摩托车进气系统广泛应用于各个系列型号的二轮燃油摩托车，目前我国“禁摩”、“限摩”地区分布较为广泛，但近年来部分地区政策已开始出现有所放松的趋势，这将有利于摩托车行业的健康发展；同时，以休闲娱乐为目的的中大排量摩托车需求越来越旺盛，已成为新的需求增长点，亦将带动摩托车产品的整体销量；从行业的实际数据来看，2021年我国摩托车产销量大幅增加，并未出现因“禁摩”、“限摩”政策的实施而导致销售大幅下滑的情形。因此，各地“禁摩”、“限摩”政策对发行人的经营业绩的负面影响较小。

2、从新能源产品收入来看，报告期内发行人的新能源汽车相关产品收入主要来源于混动车型，来源于纯电动车型的收入较小，相关产品主要为膨胀箱和冷却水壶，但是从报告期及期后数据来看，新能源汽车相关产品收入的增长较快，呈现出良好的发展势头；从新能源产业政策来看，未来新能源发展的选择方向上具备多样性，除电能外还包括以氢能、天然气、先进生物液体燃料等作为燃料的新能源汽车，尤其是以氢能为代表的新燃料汽车，其目前的发展势头亦较好，该等新燃料汽车亦需涉及进气系统相关产品；从目前实际市场情况来看，新能源汽车中电动汽车已率先发展，但由于

其客观存在的部分缺陷性，其在短时间尚无法全部替代燃油车，因此市场上存在大量油电混合车型，若未能有突破性的技术升级，电动和燃油车型未来可能将在较长时间内长期并存；整体来看，虽然未来受新能源替代的影响，燃油车的市场将受到一定的影响，但鉴于发行人目前的市场份额较低（根据中国汽车工业协会披露的乘用车数据及发行人乘用车空滤器销量测算后，市场份额仅为 8%左右），其未来的增长空间仍较为广阔。

3、从汽车领域来看，发行人新增客户较少的原因主要系由于该行业新客户开发周期较长，尤其是外资合资车企，长期以来由外资品牌进气系统厂商配套，对使用我国自主品牌替换外资品牌进气系统的审查更为严格谨慎；同时，考虑到行业中普遍存在的整车厂商对供应商的认证周期较长及合作初期的订单一般较小的客观情况，发行人在开拓新客户的同时兼顾现有大客户战略，集中资源优先服务大客户，并通过不断延伸产品线，例如增加进气系统中各类管路、炭罐等产品的供应量，来进一步丰富收入维度，整体提升发行人的营收规模。从摩托车领域来看，发行人新增客户较少的原因主要系由于摩托车行业头部品牌市场份额较为集中，发行人经过多年的发展已经与大部分摩托车品牌客户形成了合作关系，因此摩托车新客户开拓空间较小，但考虑到大量现有客户中发行人的配套份额并不高，因此现有客户的份额挖掘潜力较大，未来发行人可通过进一步提高现有国内主流品牌客户的内部配套份额来提升整体市场占有率。

问题 3. 关于其他业务收入及相关资产减值

申请文件和审核问询回复显示：

（1）发行人其他业务收入主要来源于医疗器械及园林机械产品销售、模具收入、房租收入等。报告期各期，其他业务收入分别为 3,226.31 万元、10,108.89 万元和 4,408.71 万元。其中 2020 年销售的口罩业务金额较大，但 2021 年大幅下降。

(2) 2020 年末，口罩生产相关的专业设备账面原值为 1,279.45 万元，2020 年和 2021 年，口罩业务生产线产能利用率分别为 56.90%和 9.97%。发行人目前已计提相关固定资产减值 584.21 万元，占相关生产设备账面原值的比例为 45.66%。

(3) 发行人解释称，发行人已在报告期内完成生产设备的搭建与投产，在未来口罩业务的存续期间内，发行人仅需承担原材料及人力的投入，不再涉及大额资本支出，而现有口罩设备的账面价值可由政府补助款完全覆盖，因此口罩专业设备不存在进一步减值风险。

请发行人：

(1) 说明 2020 年相关其他业务收入是否认定为非经常性收入，是否已做扣非处理，相关账务处理是否符合《企业会计准则》的规定及企业实际经营情况。

(2) 结合政府补助款的性质进一步分析说明以现有口罩设备的账面价值可由政府补助款完全覆盖为由认为口罩专业设备不存在进一步减值风险的理由是否充分，是否符合《企业会计准则》的相关规定。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、说明 2020 年相关其他业务收入是否认定为非经常性收入，是否已做扣非处理，相关账务处理是否符合《企业会计准则》的规定及企业实际经营情况

(一) 发行人的其他业务收入不具有特殊和偶发性

根据《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益（2008）》的规定，非经常性损益是指与公司正常经营业务无直接关系，以及虽与正常经营业务相关，但由于其性质特殊和偶发性，影响报表使用人对公司经营业绩和盈利能力作出正常判断的各项交易和事项产生的损益。

公司多年来主要从事内燃机进气系统及配件的研发、生产和销售，主要产品包括汽车进气系统及配件、摩托车进气系统及配件和通用机械进气系统及配件。公司的其他业务收入主要来源于模具、园林机械、医疗器械、房屋租赁和材料及快速成型件收入等。

其中：模具与材料及快速成型件销售业务系发行人主业生产经营过程中因客户需求或材料处置等原因形成的业务，系发行人主营业务的补充；园林机械业务系发行人子公司格林雅的主营业务，已存续十余年；房屋租赁业务系台州总部及重庆子公司将暂时闲置房产对外出租形成的业务等。报告期内，上述模具与材料及快速成型件销售业务、园林机械业务和房屋租赁业务均稳定开展，不具有特殊和偶发性。

医疗器械业务系发行人在 2020 年新冠疫情突发后新增的业务。该业务主要产品以口罩为主，另有少量空气消毒机。发行人的空气滤清器产品系用于发动机空气过滤，口罩系用于进入人体口鼻的空气过滤，两者在最终用途存在一定的相似性，因此发行人在疫情爆发初期能快速展开口罩业务，积极承担社会责任。鉴于新冠疫情的反复，以及随着新冠疫情转变了人们的生活方式，后疫情时代人们更加注重个人卫生防护，医疗器械类产品未来将持续存在一定的需求量，因此发行人自 2020 年以来持续开展医疗器械业务，该业务不具有特殊和偶发性。

综上，发行人的模具、园林机械、医疗器械、房屋租赁和材料及快速成型件销售等其他业务均稳定开展，非某一特定时期特定开展的业务，不具备特殊和偶发性。

（二）其他上市公司的处理情况

发行人参考了现有上市公司公开披露的信息，了解到亦存在与发行人情况类似，原主营业务不涉及口罩等医疗器械产品，后期因新冠疫情新增口罩等相关业务的公司，其相关会计处理方式具体如下：

公司名称	主营业务	新增业务类型	是否认定为非经常性损益
万事利 (股票代码: 301066) (上市时间: 2021 年 9 月)	服装制造、服饰制造	口罩业务	否

格林精密 (股票代码: 300968) (上市时间: 2021 年 4 月)	智能终端精密结构件、精密模具的研发、设计、生产和销售	口罩业务	否
彩虹集团 (股票代码: 003023) (上市时间: 2020 年 12 月)	从事电热毯、电热暖手器等系列家用柔性取暖器具以及家用卫生杀虫用品的研发、生产和销售	口罩业务	否
粤万年青 (股票代码: 301111) (上市时间: 2021 年 12 月)	中成药的研发、生产和销售	口罩业务	否
元琛科技 (股票代码: 688659) (上市时间: 2021 年 3 月)	除尘过滤材料、工业烟气脱硝催化剂的研发、生产和销售	口罩业务	否
比亚迪 (股票代码: 002594) (上市时间: 2011 年 6 月)	汽车业务、手机部件及组装业务、二次充电电池及光伏业务等	防疫物资	否
聚赛龙 (股票代码: 301131) (上市时间: 2022 年 3 月)	改性塑料的研发生产和销售	熔喷料	否
华研精机 (股票代码: 301138) (上市时间: 2021 年 12 月)	瓶坯智能成型系统和瓶坯模具的设计、研发、生产和销售	熔喷非织造布生产线业务	是
欧圣电气 (股票代码: 301187) (上市时间: 2022 年 4 月)	空气动力设备和清洁设备的研发、生产和销售	口罩业务	是
采纳股份 (股票代码: 301122) (上市时间: 2022 年 1 月)	从事注射穿刺器械及实验室耗材的研发、生产和销售	口罩业务	是
开创电气 (创业板在审企业)	手持式电动工具整机及核心零部件的设计生产及销售	口罩业务	否
骄成股份 (科创板已过会企业)	超声波焊接、裁切设备及配件的研发设计生产与销售	口罩焊接机业务	否
欧克科技 (深交所主板在审企业)	生活用纸智能装备的研发、生产、销售与服务	全自动口罩生产线业务	否
华阳新材 (创业板在审企业)	非织造生产线成套装备的研发生产与销售	熔喷布成品及熔喷料的销售	是
恒昌医药 (创业板在审企业)	服务中小型连锁药店、单体药店及基层医疗卫生机构的医药流通	口罩业务	是

可以看出, 现有上市公司或 IPO 在审企业中, 将因新冠疫情而陆续新增开展的口罩等相关业务收益, 既存在不认定为非经常性损益的情形, 亦存在认定为非经常性损益的情形。发行人结合自身实际情况, 考虑到疫情的反复性, 将持续稳定开展医疗器

械板块业务，其并非某一特定时期特定开展的业务，不具备特殊和偶发性，因此未将医疗器械业务收益认定为非经常性损益。

综上所述，公司的其他业务均稳定开展，非某一特定时期特定开展的业务，不具备特殊和偶发性，其他业务收入不属于应计入非经常性损益的项目，无需进行扣非处理，相关账务处理符合《企业会计准则》的规定及企业实际经营情况。

（三）模拟测算将医疗器械业务计入非经常性损益后对发行人扣除非经常性损益后归属于母公司所有者利润的影响

1、相关法规及类似案例处理

根据《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号——非经常性损益（2008）》的规定，非经常性损益是指与公司正常经营业务无直接关系，以及虽与正常经营业务相关，但由于其性质特殊和偶发性，影响报表使用人对公司经营业绩和盈利能力作出正常判断的各项交易和事项产生的损益。

根据上述规定，非经常性损益通常包括：“（一）非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分；（二）越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免；（三）计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外；（四）计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费；（五）企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益；（六）非货币性资产交换损益；（七）委托他人投资或管理资产的损益；（八）因不可抗力因素，如遭受自然灾害而计提的各项资产减值准备；（九）债务重组损益；（十）企业重组费用，如安置职工的支出、整合费用等；（十一）交易价格显失公允的交易产生的超过公允价值部分的损益；（十二）同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益；（十三）与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益；（十四）除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益；（十五）单独进行减值测试的应收款项

减值准备转回；（十六）对外委托贷款取得的损益；（十七）采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益；（十八）根据税收、会计等法律、法规的要求对当期损益进行一次性调整对当期损益的影响；（十九）受托经营取得的托管费收入；（二十）除上述各项之外的其他营业外收入和支出；（二十一）其他符合非经常性损益定义的损益项目。”

上述规定所列举的非经常性损益事项一般是某一类特定事项或单独交易产生的损益，而对与某一类业务整体相关的损益如何计入非经常性损益并没有进行具体的规定。根据企业会计准则的规定，业务是指企业内部某些生产经营活动或资产的组合，该组合一般具有投入、加工处理过程和产出能力，能够独立计算其成本费用或所产生的收入。因此，对于具体某类业务，一般将与该类业务整体相关的所有损益全部列入经常性损益或者全部列入非经常性损益。与某一类业务整体相关的损益，应包括与该业务密切相关的收入、成本、期间费用、信用减值损失以及资产减值损失等，整体考虑在内能更有利于准确、完整地反映该类业务的整体损益情况。

实务中，对企业计入非经常性损益的某一类业务整体相关的损益，通常在非经常性损益明细表中整体列示到“（二十一）其他符合非经常损益定义的损益项目”，而并非将该业务相关的收入、成本、期间费用、减值损失等分开在非经常性损益明细表中进行列示。

现有上市或 IPO 在审公司中，部分公司公示的文件中披露了其将因新冠疫情新增的口罩等相关业务计入非经常性损益的具体测算方式，具体如下：

公司名称	相关非经常性损益测算方式
华阳新材 (创业板在审企业)	根据该公司首轮问询函回复（2021 年年报数据更新版），其计入非经常性损益的与熔喷布成品及熔喷料销售业务净利润计算方式为：熔喷布成品及熔喷料收入-熔喷布成品及熔喷料成本-熔喷布成品及熔喷料减值损失-所得税费用。
恒昌医药 (创业板在审企业)	根据该公司《招股说明书》，其非经常性损益中包括了其他符合非经常性损益定义的损益项目，主要包括系因疫情原因该公司生产及外购口罩所产生的收入、成本以及口罩业务直接相关的费用、信用减值损失、资产减值损失等。
华研精机 (股票代码：301138) (上市时间：2021 年 12 月)	根据该公司《2018 年度至 2021 年 6 月非经常性损益的鉴证报告》，其 2020 年度“其他符合非经常性损益定义的损益项目”中，熔喷非织造布生产线业务对利润总额的影响为-29.93 万元；根据该公司《招股

	说明书》，其详细披露了熔喷非织造布生产线业务的利润总额-29.93万元系完整考虑了营业收入、成本、费用、信用减值损失和资产减值损失等。
--	---

2、发行人模拟测算分析

为进一步分析医疗器械相关收入对发行人利润的影响，发行人将医疗器械业务模拟调整至非经常性损益，以测算其是否会对发行人本次发行上市构成重大不利影响，具体测算结果如下：

单位：万元		
项目	2021 年	2020 年
医疗器械收入	1,169.20	6,502.06
减：医疗器械业务成本（含运费）	867.89	3,532.10
减：医疗器械业务开展公司的税金及附加、期间费用	769.25	826.20
加：医疗器械业务相关的存货跌价损失、固定资产减值损失、Loui Motors Technology Corporation 坏账损失	-431.94	-2,538.98
加：其他信用减值损失	299.43	-14.46
小计	-600.45	-409.68
减：所得税影响数	-165.73	-190.33
医疗器械业务相关经常性损益净额	-434.72	-219.35
原扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	9,258.94	6,387.96
加：原非经常性损益中属于医疗器械业务的单独进行减值测试的减值准备转回税后净额	57.13	-
模拟后扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（将医疗器械业务模拟至非经常性损益后）	9,750.79	6,607.31

从上表的模拟测算可以看出，若将医疗器械业务模拟至非经常性损益，则发行人扣非后归属于母公司所有者的净利润将有所增加。整体来说，发行人的医疗器械业务尚处于起步阶段，从利润拉动角度来看其尚未起到正向影响，反而有所拉低发行人的利润水平；但鉴于发行人已拥有完整的产品生产线，后续无需进行大规模资本投入，未来可视订单需求采购原材料以及投入少量人力即可维持该等业务的开展；结合疫情反复、防疫常态化以及健康意识日渐深入人心的大背景，发行人将在不影响主业发展的前提下，维持现有口罩相关医疗器械业务。

综上，若将医疗器械业务模拟至非经常性损益，则发行人扣非后归属于母公司所有者的净利润将有所增加，其不会对发行人本次发行上市条件构成重大不利影响。

二、结合政府补助款的性质进一步分析说明以现有口罩设备的账面价值可由政府补助款完全覆盖为由认为口罩专业设备不存在进一步减值风险的理由是否充分，是否符合《企业会计准则》的相关规定

（一）发行人获取的口罩设备政府补助情况

根据台州湾新区经济科技局、台州湾新区财政金融局台新经[2020]10号《关于拨付2020年度市本级制造业及战略性新兴产业专项资金（省、市重点口罩生产企业技改市级配套补助）的通知》以及台州市经济和信息化局、台州市财政局台财企发[2020]69号《关于下达2020年度第四批市本级制造业及战略性新兴产业专项（制造业部分）的通知》，公司2020年度收到口罩生产设备相关的补助资金203.64万元，2021年度收到口罩生产设备相关的补助资金142.66万元，合计获取346.30万元。

根据政府补助款的性质，上述补助系与资产相关的政府补助，公司将其纳入递延收益核算，按照所形成资产预计使用期限，将该项目补助分期结转计入当期损益，结转计入2020年度其他收益金额为1.83万元，结转计入2021年度其他收益金额为30.09万元，2021年末尚未摊销完毕的递延收益金额为314.38万元。

（二）《企业会计准则》的相关规定

《企业会计准则第8号——资产减值》规定，可收回金额的计量结果表明，资产的可收回金额低于其账面价值的，应当将资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。《企业会计准则第16号——政府补助》规定，与资产相关的政府补助，应当冲减相关资产的账面价值或确认为递延收益。与资产相关的政府补助确认为递延收益的，应当在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入损益。两种处理方式对资产负债表的影响差异仅在于相关资产账面价值和递延收益余额将发生同增同减的变化。而在固定资产减值测试过程中，上述两种处理方式最终对结果的影响亦没有实质性差异，即如果

采用总额法确认与资产相关的政府补助，将其账面价值减去递延收益后得到调整后的账面价值，再与资产的可回收金额进行比较，而净额法下固定资产的账面价值即为固定资产购买价与收到的政府补助的差额。

发行人系按照总额法确认与资产相关的政府补助，因此在相关口罩设备减值过程中，采用将口罩设备的固定资产账面价值减去口罩设备相关的尚未摊销完毕政府补助后作为调整后的口罩设备的账面价值，将其与可收回金额进行比较，以确定是否需要计提减值准备。在部分口罩设备的账面价值可被未摊销完毕的相关政府补助完全覆盖的情况下，即表明其调整后的账面价值小于零，亦小于可回收金额，因此其不存在进一步的减值风险。

在现有上市公司中亦存在类似的会计处理，例如根据泰恩康（301263）公开披露的《关于广东泰恩康医药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》中，其对口罩设备减值的具体处理如下：

“根据《企业会计准则第16号——政府补助（2017年修订）》第八条：与资产相关的政府补助，应当冲减相关资产的账面价值或确认为递延收益。与资产相关的政府补助确认为递延收益的，应当在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入损益。因此，发行人在收到与口罩机相关的政府补助时计入递延收益，在开始对相关口罩机计提折旧时按照其预计使用年限将递延收益分期计入其他收益。

在扣除发行人口罩机的政府补助款项后，调整后的口罩机购置成本与市场公开价格的对比情况如下：……

根据上表，在考虑发行人已获取的口罩机政府补助款项后，口罩机的平均购置成本低于报告期末的市场公开价格。”

可以看出，泰恩康（301263）在口罩设备减值测试过程中，亦结合是否获取与资产相关的政府补助进行了综合考虑，与发行人的处理方法一致。

综上，根据政府补助款的性质，发行人与口罩设备相关的补助系与资产相关的政府补助，公司将其纳入递延收益核算，按照所形成资产预计使用期限，将该项目补助

分期结转计入当期损益；发行人按照总额法确认与资产相关的政府补助，因此在相关口罩设备减值过程中，结合了与口罩设备相关的政府补助来判断是否需要计提固定资产减值准备，符合《企业会计准则》的相关规定。

三、核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐人就上述问题履行了以下核查程序：

1、访谈发行人实际控制人、管理层，了解发行人拓展其他业务，尤其是医疗器械业务的背景和原因；查询《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益（2008）》中对非经常性损益的定义，分析复核发行人医疗器械类业务的会计处理，是否符合规定；查询了新增口罩相关业务的上市公司案例，分析和归纳案例中相关公司是否将新增口罩业务计入非经常性损益项目的情况；模拟测算了若将医疗器械业务调整至非经常性损益对发行人扣除非经常性损益后归属于母公司所有者利润的影响。

2、查询《企业会计准则第 8 号——资产减值》关于资产减值的规定；查询《企业会计准则第 16 号——政府补助》关于与资产相关的政府补助的规定；检索相关公开披露的相关上市公司招股说明书、定期报告等资料，分析和判断发行人口罩设备减值准备计提方法的合理性和合规性。

（二）核查意见

经核查，保荐人认为：

1、公司的其他业务均稳定开展，非某一特定时期特定开展的业务，不具备特殊和偶发性，其他业务收入不属于应计入非经常性损益的项目，无需进行扣非处理，相关账务处理符合《企业会计准则》的规定及企业实际经营情况；若将医疗器械业务模拟至非经常性损益，则发行人扣非后归属于母公司所有者的净利润将有所增加，其不会对发行人本次发行上市条件构成重大不利影响。

2、根据政府补助款的性质，发行人与口罩设备相关的补助系与资产相关的政府补助，公司将其纳入递延收益核算，按照所形成资产预计使用期限，将该项目补助分期结转计入当期损益；发行人按照总额法确认与资产相关的政府补助，因此在相关口罩设备减值过程中，结合了与口罩设备相关的政府补助来判断是否需要计提固定资产减值准备，符合《企业会计准则》的相关规定。

问题 4. 关于应收账款

申请文件和审核问询回复显示，报告期各期末，发行人单项计提的应收账款余额分别为 1,724.89 万元、2,820.33 和 2,944.12 万元。

请发行人说明单项计提应收账款的具体情况，包括客户名称、应收账款金额、账龄、单项计提比例等情况，说明单项计提应收账款相关坏账计提的充分性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、请发行人说明单项计提应收账款的具体情况，包括客户名称、应收账款金额、账龄、单项计提比例等情况，说明单项计提应收账款相关坏账计提的充分性

1、报告期各期末单项计提应收账款具体情况

报告期各期末，单项计提应收账款的具体情况如下：

2021 年 12 月 31 日

客户名称	账面余额 (万元)	账龄	坏账准备 (万元)	计提比例 (%)
北汽银翔汽车有限公司	1,039.92	3 年以上	1,039.92	100
Loui Motors Technology Corporation	865.02	1-2 年	865.02	100
重庆幻速 ^{注 1}	684.97	3 年以上	684.97	100

观致汽车有限公司	136.46	1 年以内 32.37 万元， 1-2 年 104.09 万元	136.46	100
开普动力 ^{注2}	82.54	3 年以上	82.54	100
Wen Yang Consulting	37.86	1 年以内 35.21 万元， 1-2 年 2.64 万元	37.86	100
浙江众泰 ^{注3}	22.85	2-3 年	22.85	100
湖北美洋汽车工业有限公司	43.03	3 年以上	43.03	100
台州浩瀚机械有限公司	18.89	3 年以上	18.89	100
临沂众泰汽车零部件制造有限公司	7.62	3 年以上	7.62	100
江苏金坛汽车工业有限公司等 4 家单位	4.95	1-2 年 1.47 万元， 2-3 年 3.48 万元	4.95	100
小 计	2,944.12	-	2,944.12	100

注 1：重庆幻速指重庆比速汽车有限公司、重庆幻速汽车配件有限公司，以下简称重庆幻速；

注 2：开普动力指无锡开普动力有限公司、无锡开普机械有限公司，以下简称开普动力；

注 3：浙江众泰指浙江众泰汽车制造有限公司、杭州益维汽车工业有限公司，以下简称浙江众泰。

2020 年 12 月 31 日

客户名称	账面余额 (万元)	账龄	坏账准备 (万元)	计提比例 (%)
北汽银翔汽车有限公司	1,039.92	2-3 年 315.90 万元， 3 年以上 724.02 万元	1,039.92	100
Loui Motors Technology Corporation	898.45	1 年以内	898.45	100
重庆幻速	684.97	2-3 年 372.50 万元， 3 年以上 312.47 万元	684.97	100
开普动力	82.54	2-3 年 42.54 万元， 3 年以上 40 万元	82.54	100
浙江众泰	44.90	1-2 年 22.85 万元， 2-3 年 22.05 万元	44.90	100
湖北美洋汽车工业有限公司	43.03	2-3 年	43.03	100
台州浩瀚机械有限公司	18.89	3 年以上	18.89	100
临沂众泰汽车零部件制造有限公司	7.62	2-3 年 0.33 万元， 3 年以上 7.29 万元	7.62	100
小 计	2,820.33	-	2,820.33	100

2019 年 12 月 31 日

客户名称	账面余额 (万元)	账龄	坏账准备 (万元)	计提比例 (%)
北汽银翔汽车有限公司	1,039.92	1-2 年 315.90 万元, 2-3 年 724.02 万元	1,039.92	100
重庆幻速	684.97	1-2 年 372.50 万元, 2-3 年 312.47 万元	684.97	100
小 计	1,724.89	-	1,724.89	100

从上表可以看出，报告期各期末，发行人单项计提应收账款坏账的计提比例均为 100%，均已计提充分。

2、单项计提应收账款坏账的具体原因

公司单项计提应收账款对应的客户主要系北汽银翔汽车有限公司（以下简称“北汽银翔”）、Loui Motors Technology Corporation、重庆幻速、观致汽车有限公司（以下简称“观致汽车”），合计应收账款余额占各期单项计提的应收账款总金额的比重均超过 90%。报告期各期末，应收账款单项计提的具体原因分析如下：

2019 年：因北汽银翔及重庆幻速陷入债务危机，无力偿还其与公司间的应收账款合计 1,724.89 万元，2018 年末公司对上述应收账款全额计提了坏账准备，因此 2018 年末和 2019 年末单项计提坏账准备的应收账款余额均为 1,724.89 万元。

2020 年：（1）口罩业务外销客户 Loui Motors Technology Corporation 未按合同约定按时支付货款 137.70 万美元（折合人民币 898.45 万元），公司预计该笔款项无法收回，公司出于谨慎性考虑对其应收账款全额计提坏账准备。（2）开普动力、浙江众泰、临沂众泰汽车零部件制造有限公司、湖北美洋汽车工业有限公司、台州浩翰机械有限公司等单位经营情况恶化，公司出于谨慎性考虑对其应收账款全额计提坏账准备。

2021 年：（1）由于观致汽车经营不善，公司预计该笔款项无法收回，公司出于谨慎性考虑对其应收账款全额计提坏账准备。（2）口罩业务外销客户 Wen Yang Consulting 未按合同约定按时支付货款，公司预计无法收回，出于谨慎性考虑对其应收账款全额计提坏账准备。（3）江苏金坛汽车工业有限公司等 4 家单位由于款项收回难度较大，出于谨慎性考虑对其应收账款全额计提坏账准备。（4）2021 年，公司收到 Loui Motors Technology Corporation 支付的 2 万美元，故当年末公司对其应收账款余额为 135.70 万

美元（折合人民币 865.02 万元）；对于已收回的 2 万美元，公司已于当年计入非经常性损益。（5）2021 年，浙江众泰合并范围之一的杭州益维汽车工业有限公司管理人向浙江省永康市人民法院提交的重整计划申请获批，并于当月向公司支付 10 万元及 11,517 股*ST 众泰股票抵债，致使当年末浙江众泰应收账款由 2020 年末的 44.90 万元减至 22.85 万元；公司已对收回的应收账款计入非经常性损益。

综上，公司在对应收账款计提坏账准备时，综合考虑了客户的经营情况、款项收回的可能性等因素。对于前述单位所涉应收账款，公司出于谨慎性考虑均单项全额计提了坏账准备，坏账准备计提充分。

二、核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐人就上述问题履行了以下核查程序：

1、访谈发行人财务负责人，了解发行人应收账款计提政策以及应收账款单项计提坏账准备的原因，获取相应资料并进行网络检索以分析合理性。

2、复核发行人报告期内应收账款坏账准备核销的依据及决策程序。

（二）核查意见

经核查，保荐人认为：发行人单项计提坏账准备的应收账款均出于谨慎性考虑全额计提了坏账准备，坏账准备计提充分。

问题 5. 关于寄售模式

申请文件及问询回复显示，发行人销售模式分为寄售模式和直接销售模式，寄售模式收入系境内销售中以客户上线使用结算并对账确认的收入。

请发行人说明报告期各期末发出商品时间与后续结算时间的间隔情况，间隔时间是否稳定，如不稳定，请说明原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、报告期内发出商品整体周转情况

报告期内，发出商品整体周转情况如下：

项目	2021 年末/2021 年	2020 年末/2020 年	2019 年末/2019 年
发出商品期末余额 (万元)	5,851.53	4,628.06	4,835.65
营业成本 (万元)	39,625.80	35,592.59	32,740.51
发出商品周转率	7.56	7.52	6.91
发出商品周转天数 (天)	47.62	47.86	52.10

注 1：发出商品周转天数=360 天/发出商品周转率。

注 2：2020 年和 2021 年的营业成本已剔除执行新收入准则的影响。

报告期内，发出商品整体周转天数分别为 52.10 天、47.86 天和 47.62 天。2020 年发出商品周转天数较 2019 年有所缩短，主要系当年口罩产品周转较快所致，剔除口罩业务的影响后，2020 年发出商品周转天数为 52.90 天，与 2019 年基本持平。2021 年，发出商品周转天数进一步缩短，主要系受下游市场需求回暖等因素的影响，存货周转提升所致。

整体来看，报告期内发出商品的周转天数在 2 个月以内。

二、报告期各期末发出商品时间与后续结算时间的间隔情况

（一）报告期各期末发出商品出库的时间分布

报告期各期末，发行人结存的发出商品按照出库月份统计的时间分布情况如下：

发出月份	2021 年末	2020 年末	2019 年末
------	---------	---------	---------

2 个月内	92.01%	89.87%	89.02%
2 个月以上	7.99%	10.13%	10.98%
合计	100.00%	100.00%	100.00%

由上表可见，报告期各期末发出商品的出库时间主要在 2 个月内，且各个年度较为稳定，2021 年末发出商品中 2 个月内的发货占比稍高，系受到 2021 年度下游市场需求的增长，公司发出商品的周转率有所提升所致。

（二）报告期各期末发出商品时间与后续结算时间的间隔情况

1、发出商品在后续期间结转收入的时间分布

报告期各期末，发行人发出商品在后续期间结转收入的时间分布如下：

确认收入时间范围	2021 年末	2020 年末	2019 年末
2 个月内	70.09%	71.33%	65.64%
2 个月以上	13.39%	26.38%	32.66%
合计	83.48%	97.71%	98.30%

注：2019 年期后情况统计截止 2020 年 12 月 31 日、2020 年期后情况统计截止 2021 年 12 月 31 日，2021 年期后情况统计截止 2022 年 3 月 31 日。

报告期各期末，发行人发出商品在期后的结转比例分别为 98.30%、97.71%和 83.48%，其中，2019 年末和 2020 年末的发出商品期后结转比例未达 100%，主要系由于寄售模式下部分客户会留有少量备用件，待后续实际使用后再结算，相应的结算周期较长；2021 年末期后结转比例相对较低，主要系统计期间较短所致。

由上表可见，报告期各期末，发行人发出商品的期后结转收入时间主要集中在 2 个月内，占各期末发出商品余额的比例分别为 65.64%、71.33%和 70.09%。2019 年末，发出商品的期后结转收入时间在 2 个月以内的比例较其他年度稍低，主要系由于 2019 年下半年起，全国各地逐步推行国六排放标准，为应对持续增长的市场需求，发行人当期末的发出商品数量较多；但 2020 年初新冠疫情的爆发，部分整车厂商存在阶段性

停产的情况，使得发行人发出商品的总体耗用进度不及其他年度，进而导致 2019 年末发出商品结转周期相对较长。

2、发出商品的期后结算时间

报告期各期末，发行人发出商品的期后结算情况如下：

年度	2021 年	2020 年	2019 年
2 个月内结算比例	70.09%	71.33%	65.64%
期后结算平均耗用时间（月） ^{注 1}	注 2	2.03	2.60

注 1：上述期后结算平均耗用时间系根据期后已结算的分月收入确认情况统计，按各个发出商品的结存金额加权计算所得。

注 2：2021 年末发出商品由于期后仅 3 个月，时间尚短，因此未统计期后结算平均耗用时间。

由上表可知，2019 年、2020 年末发出商品后续的结算平均时间分别为 2.60 个月、2.03 个月，2019 年末的发出商品期后结算平均耗用时间较 2020 年末相对较长，主要系受排放标准切换、整车厂备货导致发出商品增加，以及 2020 年初疫情导致整车厂的耗用进度减缓等因素的影响。2021 年期后时间尚短，因此未统计其期后结算平均耗用时间，但其 2 个月内结算比例与 2020 年相比未见异常差异，无显著异常波动。

综上所述，报告期各期末，发行人发出商品时间与后续结算时间的间隔整体较为平稳，集中在 2 个月以内，不存在明显的异常波动，其中 2019 年末发出商品后续结算时间稍长，系受排放标准切换、整车厂备货导致发出商品增加以及 2020 年初疫情导致整车厂的耗用进度减缓等因素的影响，具备合理性。

三、核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐人就上述问题履行了以下核查程序：

1、访谈了发行人财务负责人、销售负责人，了解了发行人的收入确认政策、与存货流转和收入确认相关的内部控制管理制度，了解发行人与客户之间的交易惯例、交易流程和结算流程等。

2、获取了销售出库明细及报告期各期销售明细表及期后销售明细表，分析比较发出商品结存数据与出库数据，分析比较发出商品的期后结算情况。

3、对销售收入执行截止测试，检查销售合同、订单、对账单、出库单、发票等资料，分析发行人收入确认的一贯性和准确性。

（二）核查意见

经核查，保荐人认为：

报告期各期末，发行人发出商品时间与后续结算时间的间隔整体较为平稳，集中在 2 个月以内，不存在明显的异常波动，其中 2019 年末发出商品后续结算时间稍长，系受排放标准切换、整车厂备货导致发出商品增加以及 2020 年初疫情导致整车厂的耗用进度减缓等因素的影响，具备合理性。

问题 6. 关于募投项目

申请文件及审核问询回复显示：

（1）除研发及数据中心建设、补充流动资金来，本次发行的其余募集资金用于台州扩产项目（年产 150 万套汽车进气系统、100 万套燃油蒸发污染物控制系统）、重庆扩产项目（年产 130 万套汽车进气系统）。

（2）2019-2021 年，发行人汽车滤清器的销量分别为 167.52 万个、150.58 万个及 152.14 万个，呈下滑趋势；2019-2021 年，汽车炭罐的销量分别为 28.98 万个、25.24 万个及 31.30 万个。

(3) 招股说明书披露, ORVR 炭罐由于使用高价值的炭粉, 销售单价尤为突出, 在 100 元/件以上, 远高于其余汽车进气系统及配件产品的平均销售单价。问询回复显示, 发行人拥有 ORVR 炭罐的核心技术。

请发行人:

(1) 说明燃油蒸发污染物控制系统的具体含义、主要构成部件、对各部件发行人是否均有研发、生产能力, 炭罐是否为其核心部件; 报告期内, 发行人销售的炭罐中, 传统炭罐及 ORVR 炭罐的数量占比、销量变动趋势及原因。

(2) 说明发行人生产炭罐时所用炭粉是否均为对外采购, ORVR 炭罐与传统炭罐的价格、性能差异是否主要取决于炭粉价格; 申报文件中关于发行人拥有炭罐核心技术的相关表述是否客观、准确

(3) 结合滤清器、炭罐的历年销量变动趋势, 说明募投项目仍大幅进行扩产的合理性、未来新增产能消化的措施。

请保荐人发表明确意见。

回复:

一、说明燃油蒸发污染物控制系统的具体含义、主要构成部件、对各部件发行人是否均有研发、生产能力, 炭罐是否为其核心部件; 报告期内, 发行人销售的炭罐中, 传统炭罐及 ORVR 炭罐的数量占比、销量变动趋势及原因。

(一) 燃油蒸发污染物控制系统的具体含义和主要作用

燃油蒸发污染物控制系统系由炭罐、控制电磁阀、蒸气分离阀和相应蒸气管道以及油箱、加油管等组成的, 用于防止汽车燃油系统内的燃油蒸气泄露到大气中的装置, 其还可以将收集的燃油蒸气经过脱附管, 与空气混合后进入发动机燃烧, 提高燃油利用率和经济性。

汽车燃油蒸气的主要来源包括运转损失、热浸损失、昼间换气损失、渗透及迁移损失和注油损失。简单介绍如下：

1、运转损失：指在车辆运行期间从燃油系统逸出的燃油蒸气。车辆运行时发动机产生的热量会加速燃油蒸气的形成，当燃油蒸气的生成量超过未安装燃油蒸发控制装置的车辆燃油系统的存储能力时，燃油蒸气就会从燃油系统溢出。

2、热浸损失：指的是车辆从发动机熄火开始，在规定时间内燃油系统排出的燃油蒸气。随着车辆和发动机的停止运转，车辆风扇和迎风冷却也停止运作，但此时燃油系统仍然具有较高的温度，在燃油系统自然降温的过程中，燃油系统的温度还是显著高于常温和车辆冷却系统工作时间的温度，这段时间燃油系统的蒸发量非常突出，更需要燃油蒸发污染物控制系统的参与。

3、昼间换气损失：车辆在停放时，车辆油箱及整个燃油系统的温度都会随着气温的变化而被升温或者冷却，也会引起燃油蒸气的形成，当燃油蒸发量超过燃油系统的存储能力时就会产生燃油蒸发排放，这种燃油蒸发排放在夏季比较突出。

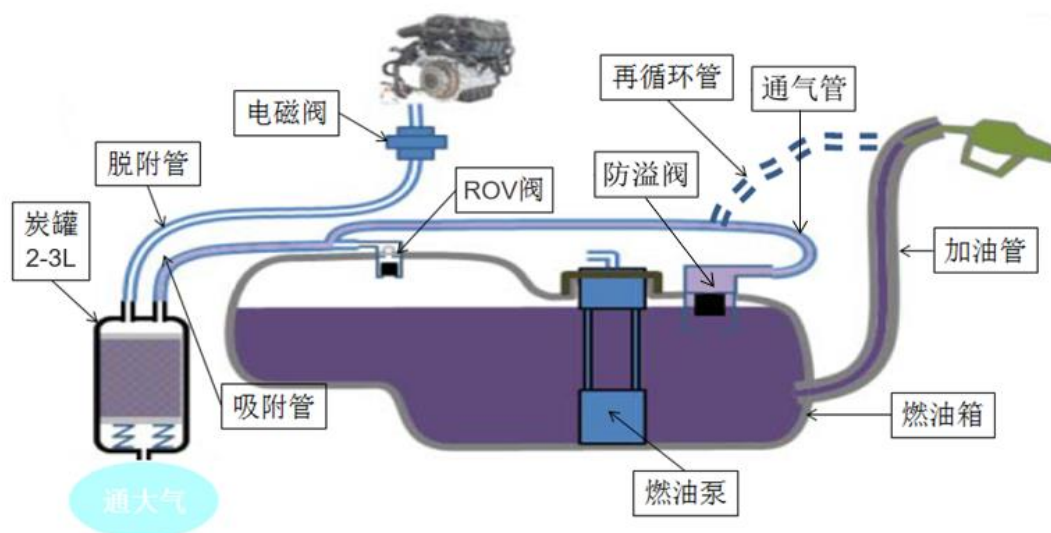
4、渗透及迁移损失：燃油系统存在部分有机材料产品如油箱、油管、接头、密封件等，由于有机材料的特性，燃油蒸气可以通过他们从燃油系统的内部渗透到大气中，形成了燃油蒸发排放，因此油箱、油管、接头、密封件等产品的材质的选择也是影响燃油蒸气排放的重要因素；或者炭罐设计不当及炭罐内存储的燃油蒸气过多时，也会导致燃油蒸气的迁移损失。

5、注油损失：是在车辆加油期间从油箱溢出的燃油蒸气、燃油的滴露和飞溅等情况产生的燃油蒸发排放。

（二）燃油蒸发污染物控制系统的主要结构

因汽车燃油蒸气来源于多种途径，包括运转损失、热浸损失、注油损失等，涉及整个燃油系统的各个部分，因此燃油蒸发污染物控制需要控制燃油及燃油蒸气填充和流经的各部位和环节。燃油蒸发污染物控制系统主要由活性炭罐（蒸气回收罐）、控

制电磁阀、蒸气分离阀（ROV 阀）、相应的蒸气管道（吸附管、脱附管等）以及油箱、加油管等组成。



燃油蒸发污染物控制系统主要构成部件的功能如下：

（1）活性炭罐系主要构成组件，其内部填充的活性炭可以吸附汽油蒸气，炭罐的吸附性能与其几何形状、罐体气密性、填充炭粉性能、积液室大小及压力弹簧等设计息息相关。当油箱内的汽油蒸气经蒸气管道进入炭罐时，汽油蒸气被活性炭颗粒吸附。

（2）蒸气分离阀安装在油箱顶部，油箱内的汽油蒸气从该阀出口经管道进入炭罐。该阀可以防止汽车倾翻时油箱内的燃油从蒸气管道中漏出。

（3）炭罐上方的另一个出口经脱附管与发动机进气歧管相通。脱附管中部有一个电磁阀控制管路的通断。传统炭罐中，当发动机运转时，如果电磁阀开启，则在进气歧管真空吸力的作用下，新鲜空气将从炭罐下方进入，经过炭罐后经脱附进入发动机进气歧管，吸附在活性炭粉上的汽油蒸气被送入发动机燃烧，得到充分利用；炭罐内的活性炭则随之恢复吸附能力，不会因储满而失去吸附能力；ORVR 炭罐额外集成了脱附阀，显著的增加了脱附效率和炭罐的吸附能力恢复速度。

（4）油箱及加油管路也是影响燃油蒸发污染物排放的重要因素，目前油箱和加油管路普遍使用高分子有机材料材质，由于有机材料的特性，燃油蒸气可以通过他们从

燃油系统的内部渗透到大气中，形成了燃油蒸发排放，因此合适的材料选择对燃油蒸气的排放较为重要。设计良好的加油管路也可以有效防止加油过程中燃油蒸气从未能同加油枪紧密吻合的加油口中逸出。

（三）发行人的主要相关产品的情况

1、炭罐系燃油蒸发污染物控制系统核心部件，发行人具备炭罐总成产品的研发和生产能力

炭罐是燃油蒸发污染物控制系统的核心部件，一般来说发行人向客户销售的系包括炭罐、吸附管及分离阀、脱附管及电磁阀等在内的炭罐总成产品。发行人采购橡塑原料、活性炭粉、阀门等材料后，根据自身的研发设计，独立生产炭罐总成产品。

因此，发行人具备燃油蒸发污染物控制系统核心部件炭罐的整体研发和生产能力，其他诸如油箱、加油管等产品不是发行人的主营产品。

2、不同类别炭罐占比的变动趋势

报告期内，发行人汽车用 ORVR 炭罐和传统炭罐的销量及占比如下：

单位：万个			
年度	2021 年	2020 年	2019 年
传统炭罐	1.47	11.54	27.51
ORVR 炭罐	29.83	13.69	1.47
炭罐合计销量	31.30	25.24	28.98
ORVR 炭罐占比	95.31%	54.27%	5.06%

报告期内，发行人 ORVR 炭罐销量占炭罐合计销量的比例分别为 5.06%、54.27% 和 95.31%，销量占比呈迅速提升的趋势，主要系受到整车排放标准逐步切换的影响。

二、说明发行人生产炭罐时所用炭粉是否均为对外采购，ORVR 炭罐与传统炭罐的价格、性能差异是否主要取决于炭粉价格；申报文件中关于发行人拥有炭罐核心技术的相关表述是否客观、准确

（一）公司的活性炭粉均来自于外购

随着汽车排放标准的日益严格和汽车尾气净化技术的成熟应用，燃油蒸发在整车排放中的比例逐渐提高。炭罐是汽油车燃油蒸发控制的关键部件，其内部填充的系活性炭粉，活性炭粉具有较高的比表面积（比表面积是指单位质量物料所具有的总面积），较大的有效孔容（单位重量吸附剂中吸附剂微孔的容积）和高强度，具有快速吸附和脱附汽油的性能。

公司生产炭罐使用的活性炭粉均来自于外部采购，发行人不存在自制炭粉的能力。

（二）ORVR 炭罐与传统炭罐的价格、性能差异并非仅取决于炭粉价格

1、ORVR 炭罐与传统炭罐的性能差异

（1）影响炭罐性能的因素

炭罐直接连接燃油箱，其通过和燃油系统共同作用，达到减少燃油蒸气排放的目的。一般来说，汽车活性炭罐性能受活性炭粉的种类和材质、流入炭罐的汽油蒸气流速、内外部几何特性、内部气密性等因素影响，列举如下：

①活性炭粉的种类和材质

活性炭粉颗粒是无规律的、多孔结构的、具有很强有机成分吸附能力的炭的一种形式。在吸附过程中，燃油蒸气进入炭罐并且扩散到炭孔的矩阵中，由于范德华物理力的作用，将燃油蒸气吸附到炭孔中。由于这些汽油分子保存在孔中的力与汽油分子直径以及孔的直径成比例，因此活性炭中是汽油分子直径 10-20 倍的孔（大于 100nm）不能吸附汽油分子，而微孔（小于 2nm）吸附的汽油分子不易被空气脱附，在活性炭中对蒸发排放有贡献作用的是介于上述两种孔径之间的中孔。因此选择孔容积（单位质量多孔固体所具有的细孔总容积）分布比例合适的活性炭有利于提高炭罐的吸附性能。

②流入炭罐的汽油蒸气流速

通过对同一炭罐的性能测试结果分析表明，相同的试验条件下，增大流入炭罐中的汽油蒸气的速率，将降低炭罐的工作能力。这是由于当流入炭罐的汽油蒸气流量加大后，有一部分原已被活性炭吸附的小分子从原来的炭孔中被脱附出来，被脱附出来的这一部分汽油分子将随汽油蒸气中的空气流出炭罐。因此，适当增大炭罐吸附口的直径、降低汽油蒸气充填炭罐的速率，可以提高炭罐的性能，降低整车的蒸发排放。

③内外几何特性

装填不同类型的活性炭粉、整体容积一定的炭罐，提高炭罐的炭床深度（即增大炭罐的长径比，长径比计算公式是指对于柱形物体，其长度与直径的比值）可以提高炭罐的工作能力，但增大长径比将增大炭罐内部的阻力。另外，炭罐的外部几何特征也是影响炭罐性能的重要因素，炭罐对外连接发动机、油箱以及通大气的 3 个连接孔的位置和孔径大小，都会对炭罐的性能产生影响，如炭罐的通大气的孔径过大将增加整车的蒸发排放，过小将增加吸附、脱附阻力并影响效率。

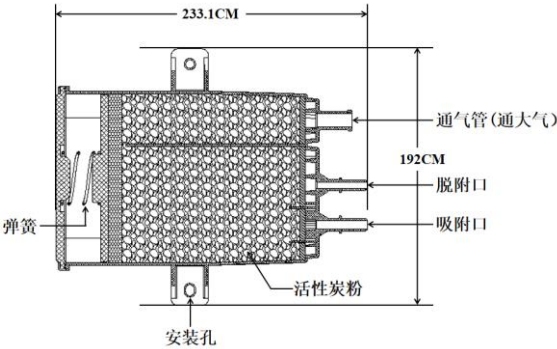
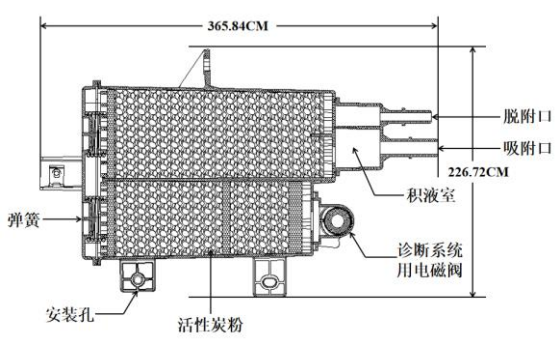
④内部气密性

炭罐的内部气密性是影响燃油蒸发排放的重要因素，气密性差的炭罐会使得携带燃油蒸气的空气未经过炭罐的吸附或未经充分吸附就排放到空气中去，或使得外部的空气未能充分流经炭罐，脱附炭罐吸附的汽油分子就流向发动机，影响炭罐的吸附和脱附效果，影响炭罐的性能并增加燃油蒸气的排放。

（2）ORVR 炭罐与传统炭罐的性能差异

较传统炭罐来说，ORVR 炭罐具备更好的吸附能力，更好的通气性，并可以收集加油过程中溢出的燃油蒸气，整车体现为更低的排放。ORVR 炭罐和传统炭罐在设计上存在明显的差异，下表以发行人的两类代表性产品图进行区别对比：

传统炭罐图示	ORVR 炭罐图示
--------	-----------

 	
项目	传统炭罐与 ORVR 炭罐的区别
内部气密性测试	通过诊断电磁阀和压力传感器搭配对炭罐气密性进行测试，保证炭罐装置内部的气密性，避免因气密性不好造成燃油蒸气泄露。因为增加了该电磁阀，ORVR 炭罐相比传统炭罐增加了无纺布与本体焊接工艺，其目的是防止小颗粒炭粉溢出导致电磁阀卡滞，影响气密性诊断。
填充炭粉的区别 (增加通气性、提升吸附能力)	传统炭罐填充颗粒状活性炭粉，ORVR 炭罐设计了分腔结构，分段填充两种不同特性的高性能柱状活性炭粉，既可以通过柱状炭颗粒消除因容积加大带来的通气阻力升高，提高炭罐的工作能力，又可以保证燃油蒸气有效吸附在炭罐内部，避免从通大气的出口溢出，有效降低排放。
管路、积液室及增设脱附阀的区别	ORVR 炭罐管路较粗，结合填充高性能柱状活性炭粉作为填充物及增强通气性好的设计，可以进一步减小炭罐的通气阻力，增加炭罐吸附和脱附效率，并能防止在车辆加油过程中，因油箱内部压力较大而提前跳枪。 ORVR 炭罐相比传统炭罐加大了积液室容积，确保加油过程中大流量油蒸气能在积液室缓冲，消除炭粉被液化油侵蚀风险。 传统炭罐的脱附主要靠发动机工作产生的负压，ORVR 炭罐的设计中集成了脱附阀，显著的增加了脱附效率和炭罐的吸附能力恢复速度。
压力弹簧、炭罐安装点的差别	由于 ORVR 炭罐炭罐的炭粉量增多，根据炭粉自身重量加速度计算出弹簧的荷重，炭罐的弹簧增加为两个，确保炭粉在使用过程中紧实，不会导致炭粉颗粒碰撞碎裂，但需要控制弹簧压力处于合适的范围内，较大的压力可能会对炭粉颗粒造成损伤。 由于 ORVR 炭罐炭罐的炭粉量增多，炭罐重量增加，炭罐安装点由两点增加为三点。安装点的确认，需要根据整车重量，炭罐重量分布，安装位置共同确定，最大程度避免共振，影响工作效率甚至脱落。

综上，可以看出 ORVR 炭罐与传统炭罐在设计上存在较大的差异，除填充炭粉差异外，罐体气密性、管路粗细、积液室容积、是否集成脱附阀、压力弹簧设置以及炭罐安装点等多个方面均存在差异；上述设计不同共同导致了 ORVR 炭罐的吸附性能优于传统炭罐，两种炭罐性能的差异并非仅取决于炭粉差异。

2、两者价格差异并非主要取决于炭粉价格

报告期内，传统炭罐及 ORVR 炭罐中填充的活性炭粉成本占炭罐平均销售价格的比例较为稳定，占比不超过 30%。ORVR 炭罐的炭粉用量更多，炭粉性能更好，由此

带来该等炭罐内部填充炭粉的采购成本相对更大，其对 ORVR 炭罐单价提升产生了一定的影响，但填充炭粉采购成本的增加额远低于炭罐售价的增加额。

如前文所述，ORVR 炭罐与传统炭罐在设计与生产工序上存在较大的差异，例如增加诊断电磁阀以及无纺布与本体焊接工艺，致使两者生产成本存在差异。此外，ORVR 炭罐研发生产难度亦相对较大。整体来看，ORVR 炭罐平均单价较高并非仅由于内部填充活性炭粉成本的增加，该产品较高的研发生产技术含量以及内部构造、生产工序的变动均对产品销售单价的大幅提升产生影响。

（三）发行人拥有 ORVR 炭罐相关核心技术

公司采用与主机厂合作同步开发 ORVR 炭罐的模式，由主机厂客户提供产品参数需求，发行人自主研发生产符合客户参数要求的产品。公司开发的 ORVR 炭罐集成了气密性诊断电磁阀并在连接油箱的吸附口端集成压力传感器，用来测量油箱内燃油蒸气与大气压的差值，诊断炭罐组件的气密性；采用多腔结构的设计，在副腔中混装不同类型的炭粉，提高炭罐吸收储存燃油蒸气的能力，降低炭罐的排放值。

公司配置了先进的炭罐检测设备，利用先进的检测设备对不同炭粉在不同长径比下进行测试，分析长径比对炭罐工作能力的影响。采用不同吸附流速、不同脱附速率、不同管径、不同脱附流量等参数逐一对炭罐进行工作能力测试，收集数据形成数据库，结合客户整车设计参数，在数据库中匹配最佳的应用案例。

一方面，发行人通过仿真分析调整炭罐内腔结构，降低通气阻力，同时通过内部吸附介质的调整，确保吸附的燃油蒸气易于脱附到发动机而又不易向空气侧排放。另一方面，炭罐脱附口集成脱附阀，利用发动机进气动力作为牵引，显著提高炭罐脱附流量，使炭粉能达到最佳的循环使用，提高炭罐工作效率，降低燃油蒸气排放。

发行人通过前期的经验积累以及不断的研发投入，已熟练掌握了 ORVR 炭罐技术，在传统炭罐的基础上进行了较多的优化改良设计，申请文件关于发行人 ORVR 炭罐的相关核心技术具备客观性和准确性。

三、结合滤清器、炭罐的历年销量变动趋势，说明募投项目仍大幅进行扩产的合

理性、未来新增产能消化的措施

（一）扩产的合理性

1、报告期内发行人产品的销量总体呈现增长趋势

报告期内，发行人主要产品的销量历年变动情况如下：

单位：万件/套			
产品类型	2021 年	2020 年	2019 年
汽车进气系统及配件	987.72	856.94	838.54
其中：汽车空滤器	152.14	150.58	167.52
汽车通气管	402.72	342.16	314.58
汽车炭罐	31.30	25.24	28.98
摩托车进气系统及配件	2,347.02	1,874.24	2,000.40
其中：摩托车空滤器	537.48	411.40	421.35
摩托车炭罐	155.51	148.38	155.59

汽车进气系统包括了空滤器和各类通气管等，由于汽车体积较大且精密，通气管相对较多且复杂，一个进气系统均由一个空滤器和多个通气管构成。随着集成研发设计能力的增强，发行人在提供汽车空滤器配套的基础上开始逐步增加各类通气管的配套供应，目前已具备整个汽车进气系统的研发制造能力。

报告期内，发行人的汽车空滤器产品未有大幅增加，但通气管类产品增幅明显，该类产品亦属于进气系统产品，同时炭罐类产品亦有一定的增幅，整体来看发行人进气系统及配件产品总体呈增长趋势。

同时，报告期内摩托车空滤器的销量总体呈现出较大的增幅，汽车和摩托车进气系统产品具备很强的相通性，主要生产设备均是注塑机，若未来摩托车空滤器的销量持续增加，发行人现有设备中用于生产摩托车空滤器产品的比例将增加，导致发行人需要新投入较多设备场地用于汽车进气系统产品的生产。

2、发行人产品的市场占有率仍较低，未来提升空间较大，且顺应国产替代大趋势

报告期各期，发行人汽车空气滤清器产品市场占有率在 8%左右浮动，占比较低；炭罐类产品是在进气系统产品的基础上延伸而来，现有生产规模仍相对较小，未来亦具备较大的提升空间。未来，随着发行人的品牌形象及企业公信力不断提升，若发行人能陆续抢占现有外资品牌空滤器的市场份额，同时积极开拓炭罐产品新客户并提升炭罐产品对现有客户的渗透率，其产品的销量将大幅提升。募投项目具备较长的建设周期，且产能释放亦需要一定年限，发行人在考虑募投项目设计时，需具备前瞻性。

此外，报告期内发行人摩托车空滤器的市场占有率尚不足 30%，尽管发行人在本田、雅马哈等客户中的配套份额较高，但在国内销量领先的其他主流品牌如豪爵（大长江）、隆鑫、力帆和宗申等的配套份额仍相对较小。未来，公司可凭借在高端摩托车领域的配套地位，逐步扩大其他主流摩托车品牌的配套份额。

目前，我国正从制造业大国向制造业强国迈进，各行各业中越来越多的企业凭借不逊色于外资品牌的产品质量，更好的服务，更高的性价比，在同外资品牌的竞争中不落下风。越来越多的民众已经摒弃或正在改变国货大多数是低端产品，优质产品均需要从欧美日等发达国家进口的想法，民族品牌自信对国内高端、优质产品及相关企业的发展具有非常重要的意义。

为树立民族品牌，实现国产替代，我国大力支持国产自主品牌汽车零部件企业进入主流整车厂，引导自主品牌企业提升产品质量、品牌影响力等，一系列利好政策的发布给发行人提供良好的外部政策环境。近年来，我国自主品牌强势崛起，带动了与之形成主机配套关系的国产汽车零部件企业的发展，国产汽车零部件技术水平快速提升，在同步开发、实验测试、产品品质等方面逐渐缩小与外资企业的距离，成本上又更具竞争力，正在逐步实现对外资品牌的国产替代。

发行人作为“中国内燃机零部件行业排头兵企业”、国家专精特新“小巨人”企业，具备较强的企业综合实力，已与广汽集团、吉利集团、奇瑞集团、比亚迪、长城汽车等整车厂客户形成较为稳定良好的合作，虽然目前来看公司的市场占有率虽较低，但凭借良好的外部政策环境以及自身技术品牌实力，发行人未来成长空间仍相对较大。

3、公司的产能利用率已处于较高水平

报告期内，公司主要产品的产能及利用率情况如下表所示：

单位：小时

项目	2021 年	2020 年	2019 年
注塑机能力工时	773,508	699,331	734,158
注塑机实际工时	732,638	586,632	622,279
平均运行负荷	94.72%	83.88%	84.76%

注：1、平均运行负荷=实际工时/能力工时；注塑机的能力工时按每台设备每月平均运行天数为工作日天数，每天运行 22 小时，并根据母子公司设备检修、维护及更换模具的时间的不同确定系数为 0.85 或 0.9，具体计算公式为：单台设备每月能力工时=工作日天数*22 小时/天*（0.85~0.9）；当月新增设备下月起计入能力工时。2020 年，受新冠疫情影响，可开工工作日天数较少，注塑机能力工时较低。

2、纳入统计的注塑机不包括生产特殊产品或特殊工序的专用设备，仅包括共用性较强的注塑机。

随着发行人产品产销量的逐步提升，2021 年度注塑机平均运行负荷已达到 94.72%。由此可见，公司现有生产线已基本处于饱和状态，为满足业务拓展需求，亟需打破产能瓶颈，进一步抢占市场份额并提高市场占有率。

4、符合产业分布和公司发展战略

我国汽车产业经过多年发展，新技术不断涌现，市场个性化、多样化需求不断提升，行业市场规模快速增长，形成了以东北、长三角、中部、环渤海、珠三角、西南为代表的六大汽车产业集群。其中，长三角凭借优越的地理位置、完整的产业供应链、丰富的劳动力资源、发达的销售市场等因素，逐步发展成为国内较为领先的汽车产销地。同时，随着西南地区的经济水平不断增长，内陆城市的汽车产业逐步发展，行业内企业愈加重视平衡不同区域间的产能规划。

因此，本次募集资金投资项目将在台州、重庆两地进行，提高各区域的生产能力，提升客户服务质量和效率，缓解单个地区的产能压力。其中，“台州扩产项目”建设地点位于台州市，项目主要配套满足上海、浙江、江苏为代表的长三角汽车整机产业集群。而“重庆扩产项目”建设地点位于重庆市，项目更多的是配套满足以重庆为代表的西南汽车整机产业集群。

5、下游行业发展前景良好

综合我国汽车保有量、人均可支配收入水平以及未来汽车行业对环保要求的提升趋势，我国的汽车消费市场仍具有巨大的市场空间。

（1）我国千人汽车保有量相对较低，但保持了良好的增长势头，未来下游市场前景良好

一般来说，一国的千人汽车保有量同其国内汽车的需求和整体市场规模有着密切的关系，通过对比我国千人汽车保有量与其他主要国家的汽车千人汽车保有量，可预见未来我国汽车及汽车零部件行业的市场空间较为广阔。

根据世界银行公布的 2018 年各主要国家的千人汽车保有量及人均 GDP 数据显示，中国 2018 年的千人汽车保有量为 173 辆，远低于美国（837 辆）、澳大利亚（747 辆）、意大利（695 辆）、加拿大（670 辆）、日本（591 辆）等发达国家，且远低于同我国人均 GDP 相近的墨西哥（297 辆），甚至远低于人均 GDP 低于我国的巴西（350 辆），未来具有较大的上升空间。

但是，随着国内新型工业和城镇化进程加快，人均 GDP 不断增长，居民消费水平不断升级，未来我国汽车产业仍具有较大的成长空间。2005 年，我国汽车千人保有量仅 33 辆，到 2020 年千人保有量已经达到 199 辆。从纵向的历史惯性看，我国千人汽车保有量仍将保持良好的增长势头。

（2）节能减排使得高性能进气系统的需求上升，保障产能消化

同时，由于低碳经济的提出和节能减排的发展导向，我国对大气污染治理力度持续加强，节能减排已经成为汽车行业发展的主旋律。根据国家燃油消耗法规，到 2025 年乘用车平均燃料消耗量需降到 4L/100KM，进气系统相关技术在满足油耗要求的同时能够提升汽车驾驶性能，降低汽车进气噪声，提高驾车舒适性，炭罐能够有效减少燃油蒸发污染物的排放。因此，未来几年我国汽车对良好的进气系统和炭罐产品仍会保持较高的需求。

在节能减排的背景下，对汽车、摩托车发动机提出了更高的要求，结构更加精密复杂、工作环境更加严苛，对包括进气系统及配件在内的发动机相关零部件的制造精

密度、结构强度、耐高温性、耐腐蚀性等性能提出了更高的要求，能够满足越来越严格的排放法规要求，下游市场的广阔发展前景，将有效保障本募投项目产能的消化。

6、提升自动化水平，有利于更好的服务客户

公司自成立以来，始终专注于主营产品的研发生产。并且，公司在产品研发上顺应了汽车零部件采购向模块化的发展趋势，不断延伸丰富产品线，满足客户“一站式”采购需求。然而，公司现阶段区域布局、产品结构等方面仍存不足，同时通过本次疫情，公司更深刻地认识到生产自动化和智能化的重要性。

本次募集资金投资项目将在台州、重庆两地分别进一步扩大进气系统、炭罐生产能力，两个项目均为提升自动化、数字化、智能化制造水平而规划的生产型项目，其项目定位、生产线配置、智能化自动化水平等相比公司现有工厂具有明显的提升，也更符合外资品牌客户的需求。

项目的实施将进一步促进公司对优势区域客户的巩固，还将促进短板区域与客户的开拓，且项目建设将促使公司加快智能工厂项目的建设进度，提升生产线的自动化和智能化水平，同时提升产品的标准化水平来降低人工因素带来的不利干扰。

综上所述，汽车进气系统及配件包括了空滤器、通气管、炭罐等，整体来看其历年销量呈增长趋势，且随着摩托车进气系统及配件产品的销量增加，现有设备中用于生产摩托车相关产品的比例将增加，从而使发行人需要新投入更多设备场地用于汽车相关产品的生产；发行人产品的市场占有率目前仍较低，未来提升空间较大，这顺应国产替代的大趋势；发行人的产能利用率目前已处于较高水平，未来亟需打破产能瓶颈；本次募投项目的设计符合产业分布和公司发展战略，现有主要业务和核心技术的进一步扩充与拓展，下游行业发展前景良好，且有利于提升自动化水平，提高公司整体工艺水平和生产效率。因此，本次募投项目的设计具备合理性。

（二）新增产能的具体消化措施

1、加强现有客户深度合作，积极开拓新客户

公司长期致力于内燃机进气系统及配件研发、制造，是细分行业内具有较强技术优势和产品优势的制造商。经过多年的技术积累和市场开拓，在汽车市场上，公司客户覆盖了广汽、吉利、奇瑞、比亚迪、长城等国内众多自主主流品牌，与东风日产、广汽菲克等合资、外资品牌开展了同步开发合作；在摩托车市场上，发行人现已占据了我国高端摩托车配套领域主要的市场份额，未来可借此逐步扩大其他销量领先主流摩托车品牌的配套份额。

公司坚持大客户发展战略，客户资源是公司业务收入的稳定来源，特别是下游乘用车市场集中度相对较高，大客户往往掌握较大的市场份额。因此公司获得的单笔订单量较大，也有助于发挥生产规模化效益，特别是公司面对前装市场，生产订单一般较为稳定和持续，是长远发展的市场基础。此外，大客户资源不仅是公司业务收入的稳定来源，亦是公司宣传品牌、扩大知名度的良好载体，有利于公司进一步开拓新市场、开发新客户，能够为公司的持续快速发展提供重要保障。良好的客户基础为本次募集资金投资项目的实施提供了强大的市场基础。

未来，发行人将继续加强对现有客户的服务和培育，在产品性能、快速生产供应等各个方面深入了解并充分满足客户需求，深入挖掘客户的潜在需求。此外，发行人将凭借其在进气系统领域建立的领先技术水平、先进生产工艺、优质产品性能以及良好口碑积极开拓新客户，不断扩大业务范围，积极抢占新增市场，尽可能多的开拓类似于长城汽车这样高知名度、大需求量的客户。目前正在加大新客户的开发力度，例如 2022 年 4 月发行人新通过了一家新能源汽车客户的认证。

2、公司现有技术储备与研发中心建设项目相辅相成，共同促进产能消化

(1) 公司的研发实力

公司自成立以来，始终重视研发能力建设。截至 2021 年 12 月 31 日，发行人共有研发技术人员 186 名，占发行人员工总数的比例为 15.33%。公司核心技术人员具有深厚的技术创新功底，为多项专利的发明人。公司发展至今，已取得 99 项专利。

公司被评为“国家专精特新‘小巨人’企业”、“中国内燃机零部件行业排头兵企业”。2010 年至今，公司持续被认定为“高新技术企业”。2013 年 10 月，公司技术研发中心被浙江省科技厅评为“省级高新技术企业研究开发中心”。2015 年 5 月，公司技术研发中心被浙江省经济和信息化委员会等评为“浙江省企业技术中心”。2018 年 12 月，公司技术研发中心被浙江省科学技术厅评为“浙江省恒勃汽车进气系统省级企业研究院”。

公司经过多年的技术积累，掌握了进气系统及炭罐等的研发和生产技术，具有较强的独立设计和分析能力，能够做到与整车厂同步开发，参与到整车零部件的设计、验证整个过程。公司根据整车厂提供的整车要求参数，独立进行产品的设计开发、实验验证，最终交付满足整车要求的零部件。

随着汽车技术的进步，内燃机进气系统发生了深刻的变化，从单一的过滤功能拓展到了减振降噪功能。NVH 分析是针对进气系统噪声控制进行的预防性诊断技术。在整车厂正向开发的过程中噪声识别技术、噪声仿真技术、噪声控制技术、噪声实验技术，是现在 CAE 分析领域里较为复杂、技术难度较大的一门综合技术。

公司为保证 NVH 品质的需要，对发动机的进气系统进行设计和计算分析，在保证空气滤清器系统良好的空气畅通性的同时，尽可能降低噪声水平。公司技术人员采用 CAD 设计软件，建立空气滤清器系统模型，分别对进气系统的空气过滤器、前进气装置、消声器、后进气连接管等进行结构设计，再运用 CAE 进行仿真模拟，在实验室进行性能测试、半消音室对产品进行噪音试验。公司对内燃机进气系统不断改进优化，在保持原发动机进气流通性能不变的前提下，大大降低了通过噪声水平。

公司核心技术人员掌握了 CAE 分析能力，在炭罐设计开发上使用 CAE 分析，输入吸附、脱附指标、安装的空间等，快速设计 3D 结构，进行模拟分析。模拟分析基本条件之后，再制作样件测试，测试满足后便可进行模具开发并批量生产。

(2) 本次“研发及数据中心建设项目”对公司业绩增长提供支撑

本次“研发及数据中心建设项目”总投资 5,362.80 万元，通过整合公司现有科技研发力量，购置先进的研发实验设备、引进高端研发技术人员等方式，改善和提高技术研发中心现有的软硬件设施水平，扩大技术研发中心规模，对研发部门进行全面升级。本项目的实施，将进一步提高公司自主研发创新能力和科技成果转化能力，完善研发体系，提高产品品质，以此进一步提升市场竞争地位。

产品技术实力是企业参与市场竞争的核心要素，目前国内汽车零部件供应商较多采用“来图加工”的模式，众多零部件企业并没有完全掌握产品的核心技术，产品大多以中、低端市场为主。面对未来汽车能源多元化发展的趋势，以及节能、环保、安全要求的日益严格，要求零部件企业不仅拥有基本的开发能力，还应拥有超前技术开发能力。为此，零部件企业的研发实力以及技术创新能力需进一步提升。发行人作为行业内较早成立技术研发中心的知名的汽车、摩托车进气系统自主品牌，具有较强的开发能力。

本次“研发及数据中心建设项目”的建设通过购置先进设备，扩大研发团队，提升技术研发水平，缩小同国际先进水平的差距，具有非常重要的积极作用，研发中心的建设与升级也将有利于在研项目的进一步推进，并推动相关项目的产业化。

公司将继续以技术作为市场拓展的基础，注重产品的升级改进，不断加强产品的研发投入，创新内燃机进气系统产品行业的技术水平及推动下游市场的发展，确保公司在行业内的长期技术优势，完善公司产品质量，进一步提高公司产品竞争力，以促进未来新增产能的及时消化。

3、汽车产品以外的其他产品的销量增长也为产能消化提供支持

公司作为我国摩托车进气系统行业的知名企业，在摩托车市场领域，发行人逐步替代了空滤器生产商日本企业东洋滤机，成为新大洲本田、五羊本田、雅马哈等摩托车品牌的供应商。目前，以上摩托车品牌的空气滤清器的国产替代已经基本完成，发行人已成为本田、雅马哈等世界知名摩托车品牌的进气系统核心供应商，但在其他主流品牌如豪爵（大长江）、隆鑫、力帆和宗申等的配套份额仍相对较小。而从我国市场占有率来看，虽然本田、雅马哈等摩托车品牌虽具备较大的品牌知名度，但五羊本

田、新大洲本田和建设雅马哈三家合计整车销售份额仅在 10%左右，该等国际品牌在我国的摩托车销量远低于豪爵（大长江）为首的其他国内主流品牌，例如豪爵（大长江）单家的市场份额即达到了近 15%。

因此发行人在摩托车领域的发展空间仍较大，鉴于汽车类产品和摩托车类产品主要的研发模式、机器设备、人员储备具有相通性，随着摩托车类产品的销售规模扩大，发行人现有设备中用于生产摩托车空滤器产品的比例将增加，汽车类产品的产能将更为紧张，此时新增汽车类产品产能极为重要。

综上，汽车进气系统及配件以外的其他类业务的增长，也将积极促进公司本次募投项目的产能消化。

4、募投项目产能逐步有序释放

公司将会合理规划募投项目产能，避免新增产能消化压力集中出现。公司在本次募投项目效益测算时考虑了新增产能的释放过程，新增产能存在一个逐步释放过程，本次两个募投扩产项目建设期均为 18 个月，项目建设第二年开始逐步释放产能，至第 4 年项目完全达产；上述期间内的项目达产率分别为 30%、80%和 100%。由于募投项目的产能存在逐步释放过程，产能消化压力并不会在短期内集中出现，发行人未来拥有较长时间用于新增产能的消化准备；随着公司竞争力的不断提升，业务的进一步开展，未来新增产能消化具备可行性。

四、核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐人就上述问题履行了以下核查程序：

- 1、获取并查阅了发行人本次募投项目的可行性研究报告，以及相关备案环评文件。

2、访谈了发行人核心技术人员，了解了燃油蒸发污染物控制系统的相关发展状况及构成情况以及 ORVR 炭罐与传统炭罐的区别。获取了发行人燃油蒸发污染物控制系统的结构图，了解了其各核心部件的功能和工作原理。

3、访谈了公司生产、销售相关人员，获取了公司相关销售台账，了解了报告期内炭罐产品的销售情况及未来业务前景；测算了发行人报告期内的产能利用率情况以及在手订单，对发行人相关收入及业务成长性进行核查。

4、访谈了发行人采购相关人员，了解了发行人采购计划与采购清单，核查了报告期内公司活性炭粉的采购价格与采购占比。

5、查阅了相关“国五标准”与“国六标准”政策文件，了解了不同政策的区别，以及其对发行人产品上的影响；研读了相关研报与产业政策，了解了发行人下游市场的发展空间与未来方向。

6、研究了相关领域的相关论文，了解了炭罐产品的性能差异原因与发展方向，结合发行人销售情况分析炭粉价格与炭罐价格的关联情况；核查了发行人相关核心技术对应的专利指标，分析了其技术先进性与技术独立性情况。

7、核查了发行人获得的客户相关荣誉，走访了发行人客户；实地查看了发行人研发中心，核查了其相关证书与专利，了解了其研发能力发展情况；通过与公司管理层访谈，了解了公司扩产的目标与能力基础，了解了公司未来发展方针与发展重点。

（二）核查意见

经核查，保荐人认为：

1、燃油蒸发污染物控制系统是防止汽车燃油系统内的燃油蒸气泄露到大气中污染环境的关键装置，其系由炭罐、控制电磁阀、蒸气分离阀和相应蒸气管道以及油箱、加油管等组成；炭罐是燃油蒸发污染物控制系统的核心部件，发行人具备炭罐总成产品的整体研发和生产能力；报告期内，发行人 ORVR 炭罐销量占炭罐合计销量的比例迅速提升，主要系受到整车排放标准逐步切换的影响。

2、发行人生产炭罐时所用活性炭粉均为对外采购，ORVR 炭罐与传统炭罐在设计与生产工序上存在较大的差异，ORVR 炭罐研发生产难度相对较大，其平均单价较高并非仅由于内部填充活性炭粉成本的增加，该产品较高的研发生产技术含量以及内部构造、生产工序的变动均对产品销售单价的大幅提升产生影响；发行人通过前期的经验积累以及不断的研发投入，已熟练掌握了 ORVR 炭罐技术，在传统炭罐的基础上进行了较多的优化改良设计，申请文件关于发行人 ORVR 炭罐的相关核心技术具备客观性和准确性。

3、报告期内，发行人的汽车空滤器产品未有大幅增加，但通气管类产品增幅明显，该类产品亦属于进气系统产品，同时炭罐类产品亦有一定的增幅，整体来看发行人进气系统及配件产品总体呈增长趋势；同时，报告期内摩托车空滤器的销量总体呈现出较大的增幅，汽车和摩托车进气系统产品具备很强的相通性，主要生产设备均是注塑机，若未来摩托车空滤器的销量持续增加，发行人现有设备中用于生产摩托车空滤器产品的比例将增加，导致发行人需要新投入较多设备场地用于汽车进气系统产品的生产。

发行人产品的市场占有率仍相对较低，未来提升空间较大，且顺应国产替代大趋势；公司目前产能利用率已处于较高水平，为满足业务拓展需求，亟需打破产能瓶颈；本次募投项目的设计符合产业分布和公司发展战略，下游行业发展前景良好，有利于发行人提升自动化水平，更好的服务客户；未来发行人将通过加强现有客户深度合作，积极开拓新客户，不断提升研发实力，同步提升汽车、摩托车和通用机械各个板块业务收入以及有序释放募投项目产能的方式来保障未来新增产能的消化。

问题 7. 关于员工持股平台

申请文件及审核问询回复显示：

(1) 启恒投资和启鸿投资为发行人持股平台。其中，2016 年 12 月启恒投资的份额持有人入股价格为 3.88 元/股，2019 年 12 月启鸿投资的份额持有人入股价格为 4.28 元/股。上述员工入股均不构成股份支付。

(2) 2020 年 12 月，外部投资者宁波明序的增资价格为 7.80 元/股，与员工入股价格差异较大。

请发行人结合入股时间阶段的业绩基础、变动预期、同行业并购重组市盈率水平等因素，说明员工入股价格与宁波明序入股价格差异较大的合理性，未进行股份支付处理是否符合企业会计准则及《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 26 的相关规定。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、结合入股时间阶段的业绩基础、变动预期、同行业并购重组市盈率水平等因素，说明员工入股价格与宁波明序入股价格差异较大的合理性

（一）各入股时间阶段的业绩基础

发行人于 2016 年 12 月和 2019 年 12 月分别通过启恒投资和启鸿投资实施了两次股权激励，于 2020 年 12 月增资引入了外部投资者宁波明序，上述份额转让或增资事项定价具体情况如下：

时间	变动情况	作价	份额转让或增资当期每股净资产	份额转让或增资当年净利润	按当年度期末实际净资产计算的市净率	按当年度实际净利润计算的市盈率
2016.12	通过启恒投资平台进行员工股权激励	3.88 元/股	2.02 元/股	3,290.13 万元	1.92 倍	8.63 倍
2019.12	引入启鸿投资作为员工激励平台	4.28 元/股	2.74 元/股	3,589.79 万元	1.56 倍	8.80 倍
2020.12	引入外部投资者宁波明序	7.80 元/股	3.82 元/股	6,474.05 万元	2.04 倍	9.34 倍

发行人上述三次入股的作价分别为 3.88 元/股、4.28 元/股和 7.80 元/股，存在较大差异，主要系受入股各年净利润波动的影响。上述三次入股时的估值依据均系参考同行业并购重组市盈率水平定价，入股当年净利润越高，相应的估值越高，每股作价亦越高。从市盈率的角度来看，前后三次入股的作价分别为 8.63 倍、8.80 倍和 9.34 倍，入股时间较晚的市盈率相对略高，具备合理性，整体来看各次市盈率基本稳定，并不存在较大的差异。

从市净率角度来看，三次入股的市净率分别为 1.92 倍、1.56 倍和 2.04 倍，有所波动，主要原因系：

2019 年 12 月，引入启鸿投资员工持股平台时，按当年度期末实际净资产计算的市净率为 1.56 倍，相对低于 2016 年 12 月引入启恒投资员工持股平台时的市净率 1.92 倍，主要系由于随着企业利润的逐年累积，净资产逐步增加，但 2019 年当年净利润较 2016 年未有较大增幅，而历次入股发行人的估值主要依据市盈率指标来确定，因此 2019 年 12 月启鸿投资入股时呈现出估值市盈率与 2016 年 12 月启恒投资入股时较为一致，但市净率略有降低的情形，这对两次员工入股定价的公允性不存在影响。

同时，2019 年 12 月启鸿投资入股时市净率水平亦低于 2020 年 12 月外部投资者宁波明序入股时的市净率，同样亦是由于历次入股发行人的估值依据均按照行业惯例系参考市盈率确定，2020 年当年净利润较 2019 年大幅增加，因此期末发行人整体估值提升，导致 2020 年末引入宁波明序时的市净率高于 2019 年末引入启鸿投资时的市净率，这对两次入股的定价公允性亦不存在影响。

综上，发行人上述三次入股的作价分别为 3.88 元/股、4.28 元/股和 7.80 元/股，存在较大差异，主要系受入股当年净利润波动的影响，即入股价格与各入股时间阶段的业绩基础关联性较强；从市盈率角度来看，发行人上述三次入股的市盈率分别为 8.63 倍、8.80 倍和 9.34 倍，各次市盈率基本稳定，不存在较大的差异；从市净率角度来看，三次入股的市净率分别为 1.92 倍、1.56 倍和 2.04 倍，有所波动，主要系由于发行人历次入股时的估值均系主要参考市盈率确定，这对历次入股的定价公允性亦不存在影响。

（二）各入股时间阶段的变动预期

发行人于 2016 年 12 月和 2019 年 12 月两次引入员工持股平台，具有较为相似的变动预期。发行人两次引入员工持股平台后，分别于次年度 2017 年 5 月和 2020 年 9 月向浙江证监局报送了 IPO 辅导备案，虽然首次报送辅导备案后发行人结合自身情况进行战略调整，暂时搁置 IPO 计划，但在两次引入员工持股平台的时点，持股平台合伙人对发行人未来业绩和 IPO 的安排有着较为相似的预期。

2020 年 12 月，发行人引入外部投资者宁波明序，考虑到宁波明序的入股时间较晚，发行人此时已进行辅导备案，未来拟 IPO 的预期更为明确，因此市盈率略有提高，但整体与前次启恒投资、启鸿投资入股市盈率保持一致，不存在重大差异，具备合理性。

（三）同行业并购重组市盈率水平

发行人属于汽车零部件及配件制造行业，近年来中国凭借制造成本优势、庞大的市场需求以及良好的营商环境，吸引了世界各地多家知名汽车及其零部件制造企业到中国投资建厂，极大促进了中国汽车零部件制造业的迅速发展。因此，该行业竞争较为激烈，行业内的并购重组案例亦相对较多。

近年来，部分上市公司并购汽车制造业标的公司重组市盈率及市净率情况如下：

年度	收购方	标的公司	标的公司所属行业	标的公司收购市盈率（倍）	按基准日测算的标的公司收购市净率（倍）
2016 年	腾龙股份	厦门大钧精密工业有限公司 80%股权	汽车零部件及配件制造业	6.95	1.93
2017 年	双林股份	上海诚烨汽车零部件股份有限公司 100%股权	汽车零部件及配件制造业	7.72	2.46
2018 年	四通新材	天津立中企业管理有限公司 100%股权及其子公司天津立中集团股份有限公司 4.52% 股权	汽车零部件及配件制造业	8.02	1.30
2018 年	宁波华翔	长春一汽富晟集团有限公司 10%股权	汽车零部件及配件制造业	7.13	1.97
2019 年	日盈电子	常州市惠昌传感器有限公司 90%股权	汽车零部件及配件制造业	8.86	1.98
2020 年	*ST 秦机	陕西法士特沃克齿轮有限公司 100%股权	汽车零部件及配件制造业	7.97	2.37

从上述表格可以看出，所列上市公司收购汽车零部件及配件制造业标的的市盈率较为接近，主要在 7.0~9.0 倍之间；但市净率差别较大，例如四通新材收购对应标的股权的市净率为 1.30 倍，而双林股份收购对应标的股权的市净率为 2.46 倍。整体来看，行业内企业在进行并购重组定价时，估值依据从惯例来看主要系依据市盈率确定。发行人历次入股的估值主要依据市盈率指标确定，符合行业惯例，与行业并购重组市盈率水平基本持平。

综上，发行人上述三次入股的作价分别为 3.88 元/股、4.28 元/股和 7.80 元/股，存在较大差异，主要系受入股当年利润波动的影响，即入股价格与各入股时间阶段的业绩基础关联性较强，从市盈率来看三次入股的市盈率水平基本稳定，不存在较大差异；从各入股时间阶段的变动预期来看，2016 年 12 月和 2019 年 12 月两次引入员工持股平台时，各方对发行人未来业绩和 IPO 的安排有着较为相似的预期，2020 年 12 月引入外部投资者宁波明序时，发行人拟 IPO 的未来预期更为明确，因此市盈率略有提高，具备合理性；从同行业并购重组市盈率水平来看，发行人三次入股的估值市盈率与同行业并购重组市盈率水平基本持平，不存在显著的差异，具备公允性。

二、未进行股份支付处理是否符合企业会计准则及《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 26 的相关规定

根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》，股份支付是指企业为获取职工和其他方提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定的负债的交易。以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，应当以授予职工权益工具的公允价值计量。

根据《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 26 之“（2）确定公允价值”的规定：“在确定公允价值时，应综合考虑如下因素：①入股时间阶段、业绩基础与变动预期、市场环境变化；②行业特点、同行业并购重组市盈率水平；③股份支付实施或发生当年市盈率、市净率等指标因素的影响；④熟悉情况并按公平原则自愿交易的各方最近达成的入股价格或相似股权价格确定公允价值，如近期合理的 PE 入股价，但要避免采用难以证明公允性的外部投资者入股价；⑤采用恰当的估值技术确

定公允价值，但要避免采取有争议的、结果显失公平的估值技术或公允价值确定方法，如明显增长预期下按照成本法评估的每股净资产价值或账面净资产。”

依据上述规定及公司实际情况，公司上述两次员工入股定价公允，不涉及股份支付，主要原因如下：

1、发行人引入员工持股平台并非以获取职工未来服务为目的，而系发行人、实际控制人、参与持股平台的员工在多方友好协商的基础上对公司股权作出的安排，有利于以上各方结成共同进退、共担风险、共享收益的利益共同体。

2、2016 年 12 月和 2019 年 12 月发行人两次引入员工持股平台时，当期净利润分别为 3,290.13 万元和 3,589.79 万元，业绩基础相近，因此两次员工入股的作价亦较为接近；同时两次入股时，各方对发行人未来业绩和 IPO 的安排有着较为相似的预期，均分别于次年度 2017 年 5 月和 2020 年 9 月向浙江证监局报送了 IPO 辅导备案。

3、发行人属于汽车零部件及配件制造行业，该行业竞争较为激烈，行业内的并购重组案例亦相对较多；同行业并购重组市盈率水平能够反映市场公允价格，公司员工持股平台入股时市盈率水平分别为 8.63 倍和 8.80 倍，基本持平，亦与同行业并购重组市盈率水平基本相当，具有公允性。

4、从市净率角度来看，两次员工入股时的市净率分别为 1.92 倍和 1.56 倍，有所波动，但历次的市净率均大于 1，且发行人历次入股时的估值均系参考市盈率确定，故市净率波动不影响员工入股定价的公允性。

5、从外部 PE 入股价格来看，两次员工入股和 2020 年 12 月增资引入外部投资者宁波明序的市盈率不存在重大差异，同时考虑到宁波明序的增资入股时间较晚，市盈率略有提高，具备合理性。宁波明序在增资前已充分熟悉发行人情况，其与发行人之间不存在关联关系，系按照公平原则自愿进行的交易，其作价可视为“近期合理的 PE 入股价”。

综上，发行人两次员工入股定价公允，不涉及股份支付，符合企业会计准则以及中国证监会《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 26 的相关规定。

三、核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐人就上述问题履行了以下核查程序：

1、获取并查阅了发行人两次股权激励的方案、发行人与宁波明序签订的《关于恒勃控股股份有限公司的增资协议》及相关三会文件、出资凭证，访谈了发行人管理层以及各持股平台合伙人，向其了解历次股权变动的定价依据。

2、结合同行业并购重组市盈率，分析和判断历次入股事项作价的公允性。

3、检索了《企业会计准则》、中国证监会《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》问题26对股份支付的相关规定，分析和判断两次员工入股事项是否需确认股份支付。

（二）核查意见

经核查，保荐人认为：

1、发行人上述三次入股的作价分别为3.88元/股、4.28元/股和7.80元/股，存在较大差异，主要系受入股当年净利润波动的影响，即入股价格与各入股时间阶段的业绩基础关联性较强，但从市盈率来看，三次入股的市盈率水平基本稳定，不存在较大差异；从各入股时间阶段的变动预期来看，2016年12月和2019年12月两次引入员工持股平台时，各方对发行人未来业绩和IPO的安排有着较为相似的预期，2020年12月引入外部投资者宁波明序时，发行人拟IPO的未来预期更为明确，因此市盈率略有提高，具备合理性；从同行业并购重组市盈率水平来看，发行人三次入股的估值市盈率与同行业并购重组市盈率水平基本持平，不存在显著的差异，具备公允性。

2、发行人两次员工入股定价公允，不涉及股份支付，符合企业会计准则和中国证监会《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》问题26的相关规定。

（本页无正文，为恒勃控股股份有限公司《关于恒勃控股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的回复》之盖章页）



发行人董事长声明

本人已认真阅读恒勃控股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审核问询函的回复报告的全部内容，确认本次审核问询函的回复报告内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

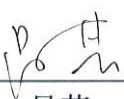
董事长（签名）：


周书忠



（本页无正文，为中信建投证券股份有限公司《关于恒勃控股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的回复》之签字盖章页）

保荐代表人签名：


吕芸


王监国

中信建投证券股份有限公司



2022年5月13日

关于本次审核问询函回复的声明

本人作为恒勃控股股份有限公司保荐机构中信建投证券股份有限公司的董事长，现就本次审核问询函回复报告郑重声明如下：

“本人已认真阅读恒勃控股股份有限公司本次审核问询函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，本次审核问询函回复不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。”

法定代表人/董事长签字：



王常青

