



《关于浙江雅虎汽车部件股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的
第二轮审核问询函》
之回复报告

保荐人（主承销商）



中信证券股份有限公司
CITIC Securities Company Limited

广东省深圳市福田区中心三路 8 号卓越时代广场（二期）北座

深圳证券交易所：

贵所于 2023 年 1 月 16 日出具的《关于浙江雅虎汽车部件股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函》（以下简称“问询函”）收悉，中信证券股份有限公司作为保荐人和主承销商，与发行人、发行人律师及发行人会计师对问询函所列问题认真进行了逐项落实，现对问询函进行回复，请予审核。

说明：

一、如无特别说明，本回复报告中的简称或名词释义与招股说明书（申报稿）中的相同。

二、本回复报告中的字体代表以下含义：

黑体：	反馈意见所列问题
宋体：	对反馈意见所列问题的回复
楷体（加粗）：	对招股说明书（申报稿）的修改
楷体（不加粗）：	对招股说明书（申报稿）的引用

目 录

1.关于业绩变动及持续经营能力	3
2.关于主要客户	38
3.关于毛利率	54
4.关于研发费用	82
5.关于应收款项	89
6.关于存货	94
7.关于废料销售	101
8.关于募投项目	106

1.关于业绩变动及持续经营能力

申请文件及问询回复显示：

(1) 报告期各期，发行人扣非后归母净利润分别为 4,554.72 万元、4,893.76 万元、5,230.09 万元和 929.47 万元；主营业务收入分别为 46,420.31 万元、49,449.13 万元、67,445.60 万元和 24,505.49 万元，2022 年 1-6 月发行人收入对应部分车型销量出现不同程度下滑，主要系受长春疫情管控、高端车型缺芯和市场消费疲软的影响。

(2) 一汽红旗部分车型为发行人主要配套车型。2022 年 1-6 月，由于红旗 H9 车型销量下滑，发行人来自高端车型的收入占比较 2021 年出现下滑。

(3) 发行人新能源车型收入占主营业务收入的比例从 2019 年的 3.76%提升至 2022 年 1-6 月的 13.66%，自主品牌车型收入占主营业务收入的比例从 2019 年的 7.58%提升至 2022 年 1-6 月的 29.91%，但 2022 年上半年占比较 2021 年的 42.91%有较大程度下降。新能源汽车轻量化需求更为明显。

(4) 发行人收入具备一定季节性，其中 2020 年第四季度收入占比较高主要受疫情影响，2021 年第三季度收入占比较低主要系受缺芯等因素影响。

请发行人：

(1)说明发行人经营业绩变动原因、2022 年 1-6 月同比变化情况、大幅下滑的原因，是否符合行业特征、汽车景气度变化趋势，结合期后经营业绩、主要配套车型销量变动等说明汽车行业景气度是否回暖、发行人市场空间、持续经营能力是否存在重大不确定性。

(2) 结合汽车景气度、新增量产项目、终端汽车销量变动等，进一步分析主营业务收入变动原因、驱动因素；结合主要配套车型项目收入与配套车型销量的匹配情况，进一步说明发行人收入变动与下游需求的匹配关系，对于显著不匹配情形，请分析原因。

(3)结合各期红旗项目占收入、毛利的比例，说明发行人是否较大程度依赖该项目，期后市场需求是否有所恢复，是否具备配合客户车型迭代或开拓新项目的能力，未来的业务发展空间和市场容量，业绩增长是否存在重大不确定性。

(4) 说明发行人来自于新能源汽车、自主品牌汽车的收入占比是否与新能源汽车、自主品牌汽车整体渗透率匹配，是否落后于竞争对手；在汽车座椅领域，原一级零部件

供应商在新能源汽车领域的竞争格局是否发生不利变化；就新能源汽车轻量化上，发行人的技术储备是否充足；在车型集中度上，新能源汽车是否与传统燃油车型存在较大差异，在车型更迭较快背景下发行人是否具备产品持续迭代能力、抗风险能力。

(5)结合主要配套车型季度销售量变动，进一步说明发行人收入季节分布的合理性；区分不同销售方式，说明发行人的收入确认的具体方式，寄售模式下的内部控制，收入确认时点是否准确，是否存在跨期情形。

请保荐人发表明确意见，请申报会计师对问题（5）发表明确意见。

回复：

(1)说明发行人经营业绩变动原因、2022年1-6月同比变化情况、大幅下滑的原因，是否符合行业特征、汽车景气度变化趋势，结合期后经营业绩、主要配套车型销量变动等说明汽车行业景气度是否回暖、发行人市场空间、持续经营能力是否存在重大不确定性。

一、发行人经营业绩变动原因、2022年1-6月同比变化情况、大幅下滑的原因，上述情况符合行业特征、汽车景气度变化趋势

(一) 公司近年经营业绩变动情况及原因

相较于2020年，2022年公司经营业绩整体呈现增长，公司不断进行产品升级及车型项目升级，汽车座椅骨架总成产品及新能源车型产品收入整体出现上升。其中，2022年公司营业收入较2021年出现下降主要系受到上半年疫情管控及下半年疫情感染高峰不利影响公司订单整体出现下降，此外，红旗H9车型销量下降亦为公司2022年营业收入下降的重要因素。2023年1-6月，公司经营业绩同比上升。2020年至2023年1-6月经营业绩具体情况如下：

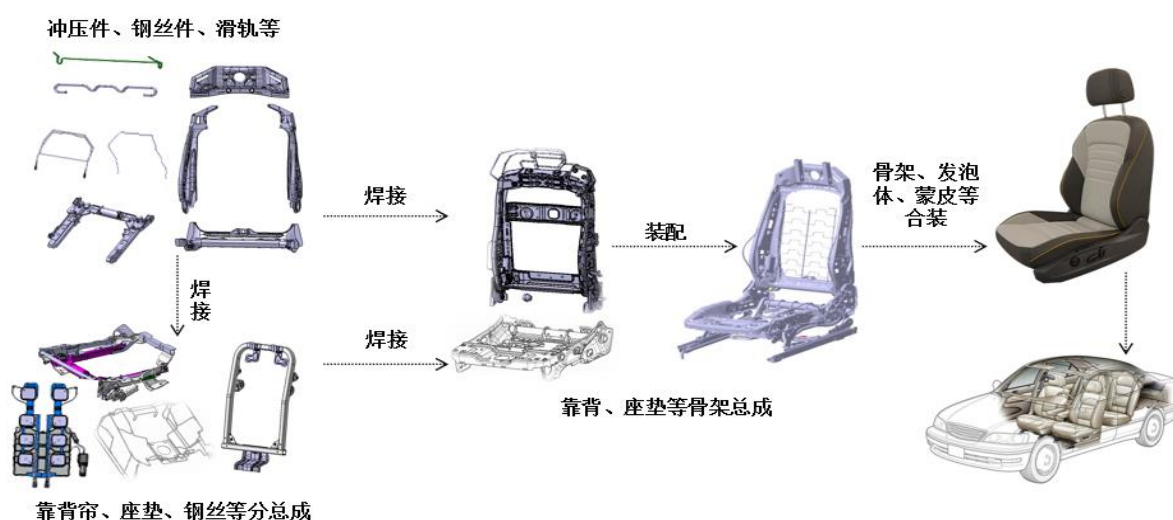
单位：万元

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
营业收入	29,608.45	65,028.53	73,046.12	53,379.98
净利润	2,284.94	6,313.15	5,957.95	5,211.57
扣非后归母净利润	1,800.96	5,142.31	5,230.09	4,893.76

相较于2020年，2022年公司营业收入及净利润整体呈现增长，主要系公司顺应市场趋势不断进行产品升级和车型项目升级。

1、产品升级情况

公司主导产品由冲压件产品升级为骨架总成产品，总成件收入占主营业务收入比例从 2020 年的 44.34%提高至 2022 年的 49.04%，**2023 年 1-6 月该比例为 46.79%**，单车最高货值也从 2019 年的百元级别提升至 2022 年的千元级别。公司各类主要产品应用场景如下：



公司主要产品基本情况如下：

主要产品		产品介绍	报告期单车货值	收入变动情况
冲压件		包括靠背侧板、坐垫侧板、连接板等经冲压成型后形成的金属板件，通过焊接、装配等工序形成总成件产品，冲压件系总成件产品的基础组成部分	报告期最高单车货值为 425 元/辆，中位数约为 30 元/辆	2020 至 2022 年收入整体稳定，分别为 21,157.52 万元、20,942.35 万元和 20,485.11 万元， 2023 年 1-6 月收入为 8,986.14 万元
总成件	分总成	包括靠背帘、坐垫帘、侧板焊接总成等由两个或多个冲压件、钢丝件铆接焊装而成，进一步焊接、装配后形成骨架总成产品	报告期最高单车货值为 689 元/辆，中位数约为 47 元/辆	2020 年至 2022 年收入整体呈增长趋势，分别为 21,925.75 万元、38,357.62 万元和 29,458.91 万元， 2023 年 1-6 月收入为 12,949.57 万元 ，其中 2022 年收入下降系红旗 H9 车型项目收入下降较大
	骨架总成	包括前排主坐、前排副坐及后排座椅骨架总成，骨架总成产品结构相对完整，在座椅骨架总成上增加发泡体及蒙皮工序即可生产出整椅	报告期最高单车货值为 2,855.15 元/辆，中位数约为 297 元/辆	

注：公司可为单个车型配套冲压件、分总成、骨架总成等多类产品，上表不同类型产品单车货值为单个车型单类产品货值。

公司冲压件产品系总成件产品的基础组成部分，两类产品不存在此消彼长的关系，近年来公司冲压件产品收入较为稳定，未出现明显增长，系公司主要为一汽大众、一汽丰田及上汽大众等整车厂相关车型配套冲压件产品，上述车型销量出现一定下降，且上述整车厂推出的新车型数量相对较少，公司综合考虑客户声誉、项目毛利及内部产能等

因素对冲压件项目进行选择，报告期量产了大众 ID.4 等数个冲压件为主的车型项目，报告期末有沃尔沃 SPA2 等 3 个以冲压件为主的在研车型项目。

在为一汽大众、一汽丰田及上汽大众等整车厂相关车型配套冲压件产品的基础上，公司积极开拓集成度及单车货值更高的总成件产品市场，为自主品牌及新能源汽车配套汽车座椅骨架产品，由于座椅骨架产品单货货值相对冲压件产品明显较高，有利于提高公司收入规模，公司在汽车座椅产业链中的地位也得到明显提升。在汽车座椅产业链中，冲压件领域与座椅骨架领域企业在产业链中的地位存在差异：

汽车座椅领域	领域内竞争情况	在产业链中的地位
座椅冲压件领域	国内座椅冲压件民营企业众多，竞争较为激烈	下游客户主要为外资和外资整椅厂及延锋饰件等整车厂体系内整椅厂，冲压件厂商盈利水平及发展规模受到外资及合资整椅厂商牵制，在产业链中地位较弱
座椅骨架领域	座椅骨架制造商主要为安道拓、李尔、佛吉亚、博泽等外资、合资厂商和延锋饰件等整车厂体系内整椅厂及雅虎股份、上海沿浦等少部分自主民营企业，中小民营企业较少，竞争格局相对稳定	座椅骨架厂商可与整车厂进行直接合作，受到外资及合资整椅厂商限制相对较少，在产业链中地位较强

公司基于座椅骨架产品与一汽红旗、蔚来汽车、吉利汽车、理想汽车等整车厂形成直接合作，订单获取对整椅厂的依附减少，在汽车座椅产业链中的话语权及地位明显提升，为公司向汽车座椅一级供应商转型并实现汽车座椅骨架进一步国产替代奠定了基础。此外，目前高端车型座椅骨架产品市场几乎被外资及合资厂商占据，公司通过为红旗 H9 该高端车型项目研制和配套座椅骨架产品，产品的性能和质量得到客户的充分认可，并陆续获得沃尔沃、蔚来汽车等高端车型座椅骨架项目定点，在一定程度上填补了本土民营企业在高端车型座椅骨架市场领域的空白，实现了高端车型座椅骨架的国产替代。

2、车型项目升级情况

公司持续开拓新能源汽车市场，报告期各期公司来自新能源车型项目收入占主营业务收入比例分别为 6.73%、12.48%、12.83%和 9.36%。在骨架总成项目及新能源车型项目陆续量产情形下，公司近年来收入及净利润整体呈上涨趋势。2022 年，公司来自新能源车型收入占比未明显上升，主要系公司配套的威马 EX5、红旗 E-HS9 等新能源车型 2022 年收入出现下降，抵消了蔚来 ES7 等新能源车型量产带来的收入增长。2023 年 1-6 月，蔚来 ES6 车型换代、理想 ONE 车型项目下线导致新能源车型项目收入占比下降，随着比亚迪王朝系列、特斯拉、红旗 E001/E202、理想 W02、蔚来阿尔卑斯等车型项目

量产，预计公司新能源车型项目收入占比将提升。

（二）2022 年 1-6 月公司业绩同比变化情况及下滑原因

2022 年 3 月以来由于长春、上海等地疫情管控，公司主要终端整车厂客户出现 1-2 个月暂停要货，公司收入出现下降；此外，由于公司 2022 年上半年钢材原材料成本同比上升，公司当期毛利率出现下降。2022 年 1-6 月公司业绩同比变化情况如下：

单位：万元

项目	营业收入	净利润	扣非净利润
2022 年 1-6 月审计数	26,841.56	1,908.03	929.47
2021 年 1-6 月未审数	30,175.33	3,219.17	3,055.91
2022 年 1-6 月同比变动	-11.05%	-40.73%	-69.58%

2022 年 1-6 月，公司营业收入同比下降 11.05%、扣非净利润同比下降 69.58%，主要系 2022 年 3 月以来长春、上海等地新冠疫情爆发，公司前五大终端整车厂客户中一汽红旗、一汽丰田、上汽大众及沃尔沃亚太等四家终端整车厂客户出现 1-2 个月暂停要货的情形，导致公司短期内订单需求减少。

此外，由于公司 2022 年上半年钢材原材料成本同比上升，公司毛利率出现下降，2022 年 1-6 月公司毛利率为 17.89%，较 2021 年毛利率 20.56%出现下降。考虑到原材料市场价格传导至公司成本一般需要 3-6 个月，以厚度 2.75mm 热轧卷板市场价格为例，其 2020 年 10 月至 2021 年 3 月平均价格为 4.53 元/千克，2021 年 10 月至 2022 年 3 月平均价格为 5.09 元/千克，同比上升 12.36%，导致公司 2022 年上半年收入对应的材料成本以相应比例上涨，公司毛利率下降。

随着疫情管控放开及原材料价格下降，公司客户订单及生产经营将恢复正常水平，公司业绩亦将回稳。

（三）公司业绩变动整体符合行业特征、汽车景气度变化趋势

公司近年营业收入与国内汽车产量均处于整体稳定略有上升趋势，其中 2020 年至 2021 年公司营业收入增长相对较快主要系公司座椅骨架总成产品及新能源车型产品收入提升较快，与国内新能源汽车产量快速增长趋势一致。2022 年上半年长春、上海等地爆发疫情导致部分整车厂停产，公司主要终端整车厂客户集中在长春、上海等地，公司 2022 年上半年业绩出现明显下降，2022 年公司配套收入占比较大的红旗 H9 等车型

销量同比下降，上述因素导致公司 2022 年收入在国内汽车产量上升背景下出现一定的下降。**2023 年 1-6 月国内汽车产量同比上升，公司营业收入亦同比上升。**

项目	期间	国内汽车产量(万辆)	国内新能源汽车产量(万辆)	公司营业收入(万元)
年度数据	2022 年	2,747.60	721.90	65,028.53
	2021 年	2,652.80	367.70	73,046.12
	2020 年	2,462.50	145.60	53,379.98
半年度数据	2023 年 1-6 月	1,310.34	361.10	29,608.45
	2022 年 1-6 月	1,248.20	274.80	26,841.56
	2021 年 1-6 月	1,279.00	128.40	30,175.33

注：乘用车销量及新能源汽车销量数据来自 wind 数据库；2021 年 1-6 月公司营业收入为未审数据。

近年来国内汽车产量保持相对稳定且略有上升，公司营业收入整体呈现增长，公司来自新能源车型项目收入比例从 2020 年的 6.73% 提升至 **2023 年 1-6 月的 9.36%**，与国内新能源汽车产量增长趋势**整体一致**。

2022 年 1-6 月，长春、上海等地爆发疫情导致部分整车厂停产，国内汽车产量及公司营业收入较 2021 年 1-6 月同比均有下降，其中公司营业收入同比下降幅度较大，主要系公司主要终端整车厂客户集中在长春、上海等地，2022 年 3 月中旬以来，公司前五大终端整车厂客户中一汽红旗、一汽丰田、上汽大众及沃尔沃亚太等四家终端整车厂客户出现 1-2 个月暂停要货的情形，公司受疫情影响相对较为严重。受此影响，公司 2022 年 1-6 月业绩下降幅度大于同期国内汽车产量下降幅度。2022 年 12 月，随着全国疫情管控的放开，全国各地陆续出现新冠感染高峰，汽车产业链企业日常生产受到影响，公司订单亦受到不利影响。

此外，由于 2022 年红旗 H9 车型销量出现下降，公司配套于红旗 H9 车型项目的收入从 2021 年的 13,382.07 万元减少至 2022 年的 3,429.90 万元，亦导致公司 2022 年收入在国内汽车产量上升背景下出现下降。**2023 年 1-6 月，公司配套于红旗 H9 车型项目的收入为 2,101.43 万元。**根据客户 2023 年初提供的生产计划，公司 2023 年来自红旗 H9 车型项目收入较 2022 年继续大幅下滑风险较小。公司在研的**比亚迪王朝系列**、蔚来 Lyra、大众 ID.5 等多个车型项目预计在 2023 年**下半年**量产，将为公司收入增长提供有力支撑。

综上，除红旗 H9 销量变化因素外，公司近年业绩变动与行业特征、汽车景气度变化趋势整体相符。

二、2022 年下半年以来汽车行业景气度回暖，发行人市场空间较大、持续经营能力不存在重大不确定性

(一) 公司 2022 年下半年以来经营业绩、主要配套车型销量变动及汽车行业景气度情况

1、2022 年下半年以来公司业绩明显回暖

2022 年以来，公司经营业绩同比变动情况如下：

单位：万元

期间	数据	营业收入	净利润	扣非净利润
2023 年 1-6 月	2023 年 1-6 月审计数	29,608.45	2,284.94	1,800.96
	2022 年 1-6 月审计数	26,841.56	1,908.03	929.47
	同比变动	10.31%	19.75%	93.76%
2022 年度	2022 年审计数	65,028.53	6,313.15	5,142.31
	2021 年审计数	73,046.12	5,957.95	5,230.09
	同比变动	-10.98%	5.96%	-1.68%
2022 年 1-6 月	2022 年 1-6 月审计数	26,841.56	1,908.03	929.47
	2021 年 1-6 月未审数	30,175.33	3,219.17	3,055.91
	同比变动	-11.05%	-40.73%	-69.58%

2022 年 1-6 月，受疫情管控及原材料成本上升影响，公司业绩同比出现明显下降。2022 年下半年以来，随着疫情管控影响减小及原材料价格下降，2022 年全年业绩同比降幅较 2022 年上半年明显减小，公司盈利能力陆续恢复至正常水平。

2023 年 1-6 月，公司营业收入为 29,608.45 万元，较上年同期增长 10.31%，扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润为 1,800.96 万元，较上年同期增长 93.76%。公司 2023 年上半年业绩同比持续回暖。

2、公司主要配套车型销量变动情况

公司报告期各期收入前五车型项目对应的终端车型市场销量变动情况如下：

单位：万辆

序号	车型	2023 年 1-6 月		2022 年 1-6 月	
		车型销量	车型销量	车型销量	销量变动
1	红旗 H9	0.76	7.04%	0.71	-64.79%
2	大众高尔夫	2.57	-43.27%	4.53	45.26%

序号	车型	2023 年 1-6 月		2022 年 1-6 月	
		车型销量	车型销量	车型销量	销量变动
3	奥迪 A3	3.03	5.94%	2.86	-0.79%
4	大众宝来	7.62	-11.70%	8.63	-30.48%
5	丰田 RAV4 荣放	7.03	-9.06%	7.73	-22.62%
6	大众速腾	11.88	28.85%	9.22	-21.77%
7	蔚来 ES6、EC6	1.22	-66.11%	3.60	0.14%
8	大众捷达	8.01	2.41%	7.82	-12.18%

(续)

序号	车型	2021 年		2020 年
		车型销量	销量变动	车型销量
1	红旗 H9	4.03	197.98%	1.35
2	大众高尔夫	6.24	-25.21%	8.34
3	奥迪 A3	5.76	-25.11%	7.69
4	大众宝来	24.84	-25.26%	33.24
5	丰田 RAV4 荣放	19.97	14.14%	17.49
6	大众速腾	23.57	-21.39%	29.98
7	蔚来 ES6、EC6	7.19	115.27%	3.34
8	大众捷达	17.81	11.41%	15.99

注：数据来源于搜狐汽车、太平洋汽车，2022 年 1-6 月销量变动比例=（2022 年 1-6 月销量*2-2021 年销量）/2021 年销量。

2020 年至 2021 年，随着国内新能源车型及自主品牌车型市场份额的提升，公司配套的终端车型销量也随着国内汽车销量结构性变化出现了不同幅度的波动，大众高尔夫、奥迪 A3、大众宝来、大众速腾等传统合资品牌车型销量出现下降，而红旗 H9、蔚来 ES6 等自主品牌车型或新能源车型销量出现明显上升。

2022 年上半年，上海、长春等地爆发疫情导致公司部分终端整车厂停产，除蔚来 ES6、大众高尔夫车型因整车厂所在地受疫情影响较小外，公司配套的主要车型市场销量整体出现下滑。2022 年下半年，公司主要配套车型销量整体出现提升。大众宝来、丰田 RAV4 荣放及大众速腾等在 2022 年上半年销量同比下降较大的车型销量出现一定回升，2022 年全年销量下降幅度较 2022 年上半年收窄；大众高尔夫、奥迪 A3、红旗 H9 等车型销量在 2022 年下半年保持稳定或略有升降；仅蔚来 ES6、EC6 等少数车型 2022 年下半年销量较上半年相比出现下降。

2023 年上半年，蔚来 ES6、EC6 车型及大众高尔夫等车型因车型换代更新、燃油车市场份额下降等因素出现下降，亦有红旗 H9、大众速腾等车型销量同比上升，整体呈现结构性变化。

3、汽车行业景气度在 2022 年下半年以来出现回暖

2020 年至 2023 年 1-6 月，中国汽车产量分别为 2,462.50 万辆、2,652.80 万辆、2,747.60 万辆和 1,310.34 万辆，汽车产量逐年提升，近年汽车行业景气度整体处于上升阶段。但 2022 年上半年汽车销量受疫情影响出现了不同的增长趋势，2022 年 1-6 月，中国汽车产量 1,248.20 万辆，同比下降 2.41%；2022 年 7-12 月，中国汽车产量 1,499.40 万辆，同比上升 9.14%，中国汽车产量在 2022 年下半年出现明显提升。2023 年上半年中国汽车产量同比上升 5.02%。

在 2022 年下半年以来汽车产量回暖情况下，公司配套的主要车型销量在 2022 年下半年也出现回暖迹象，公司 2022 年全年业绩同比降幅较 2022 年上半年明显减小，扣非后归母净利润规模与 2021 年基本持平。2023 年上半年公司营业收入及扣非后归母净利润规模出现同比上升。

（二）公司市场空间较大、持续经营能力不存在重大不确定性

1、汽车座椅及骨架市场空间广阔，公司未来发展机会较大

汽车座椅及骨架市场空间广阔。汽车座椅整椅市场而言，根据中国汽车工业协会公布的全球及国内乘用车产量测算，2020 年全球/国内乘用车座椅市场规模约为 3,000 亿元/700 亿元，2025 年全球/国内乘用车座椅市场规模有望达到 3,800 亿元/880 亿元；汽车座椅骨架市场而言，汽车座椅骨架是汽车整椅的核心部件，根据和达产业观察，座椅成本占整车成本的 5-10%，乘用车座椅骨架成本占座椅总成成本的 20-30%。若按照汽车座椅骨架市场空间为汽车整椅市场空间的 20-30%来测算，2020 年国内乘用车座椅骨架市场规模约为 140 亿元至 210 亿元，2025 年国内乘用车座椅市场规模有望达到 176 亿元至 264 亿元。

汽车整车市场出现变革，公司未来发展机会较大。目前国内汽车座椅及骨架市场主要被外资品牌主导，安道拓系、李尔系、丰田纺织等外资或合资公司占据 60%以上的汽车座椅市场份额。国内新能源造车势力/自主品牌整车厂的崛起将重塑上游座椅骨架总成市场格局。电动智能时代，车型迭代速度加快使得车企对零部件企业响应服务效率的

要求大幅提升，过去固化的产业分工关系有望打破，车企通过市场竞争选择座椅供应商，迫使头部座椅总成厂商外包前排座椅骨架业务，交由更符合要求的本土厂商，座椅骨架行业迎来重塑，雅虎股份等本土独立座椅骨架厂商具备较大发展机会。

2、公司持续经营能力不存在重大不确定性

短期而言，2022 年 1-6 月，公司业绩同比出现明显下降，主要受疫情管控冲击及原材料成本上升影响较大，2022 年下半年以来，随着疫情管控影响减小及原材料价格下降，公司 2022 年全年业绩同比降幅较 2022 年上半年明显减小，扣非后归母净利润规模与 2021 年基本持平，公司盈利能力恢复至正常水平。此外，公司近年来不断进行产品升级及车型项目升级，2022 年以来蔚来 ES7、蔚来 ET5 等多个座椅骨架总成及新能源车型项目实现量产，截至 2023 年 6 月末公司有比亚迪王朝系列、红旗 E001、红旗 E202、蔚来阿尔卑斯、理想 X04 等多个座椅骨架总成及新能源车型在研项目，上述项目的陆续量产将推动公司业绩持续增长。

长期来看，中国汽车座椅及骨架市场空间广阔。根据多家证券公司预测数据，2025 年国内汽车销量约为 3,000 万辆（2022 年国内汽车销量为 2,686.4 万辆），2025 年国内新能源汽车销量约为 1,300 至 1,500 万辆（2022 年国内新能源汽车销量为 687.23 万辆），国内汽车市场尤其是新能源汽车市场仍有发展空间。2020 年国内乘用车座椅骨架市场规模约为 140 亿元至 210 亿元，2025 年国内乘用车座椅市场规模有望达到 176 亿元至 264 亿元。此外，国内新能源造车势力/自主品牌整车厂的崛起将重塑上游座椅骨架总成市场格局，过去固化的产业分工关系有望打破，车企通过市场竞争选择座椅供应商，雅虎股份等本土独立座椅骨架厂商具备较大发展机会。

综上，公司持续经营能力不存在重大不确定性。

（2）结合汽车景气度、新增量产项目、终端汽车销量变动等，进一步分析主营业务收入变动原因、驱动因素；结合主要配套车型项目收入与配套车型销量的匹配情况，进一步说明发行人收入变动与下游需求的匹配关系，对于显著不匹配情形，请分析原因。

一、汽车景气度、新增量产项目、终端汽车销量变动等情况及公司主营业务收入变动原因、驱动因素

（一）近年来汽车景气度情况

近年中国汽车产量整体较为稳定，略有上升，其中国内新能源汽车产量增长快速。公司顺应国内汽车市场结构性变化，不断开发新能源车型项目，新能源车型项目收入增长是公司近年营业收入增长的主要原因之一。

2020 年以来中国汽车产量情况如下：

期间	国内汽车产量（万辆）	国内新能源汽车产量（万辆）
2023 年 1-6 月	1, 310. 34	361. 10
2022 年	2,747.60	721.90
2021 年	2,652.80	367.70
2020 年	2,462.50	145.60

注：乘用车销量及新能源汽车销量数据来自 wind 数据库

如上表所示，中国汽车产量 2020 年以来表现为稳中有升趋势，而国内新能源汽车产量增长迅猛，中国汽车市场呈现结构性变化。公司顺应中国汽车市场结构性变化，不断开发新能源车型项目，新能源车型项目收入从 2020 年的 3,328.02 万元增长至 2022 年的 7,706.26 万元，其收入快速增长是公司近年营业收入增长的主要原因之一。

（二）公司报告期内主要新增量产项目情况

报告期内，公司主要新增量产项目情况如下：

序号	项目车型	量产年份	主要配套产品	收入金额（万元）			
				2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
1	红旗 H9	2020 年	骨架总成	2, 101. 43	3,429.90	13,382.07	4,305.52
2	领克 06	2020 年	骨架总成	915. 84	2,091.17	2,251.15	1,184.98
3	吉利星瑞	2020 年	骨架总成	83. 42	724.30	2,503.40	833.55
4	红旗 E-HS9	2021 年	骨架总成	410. 68	1,255.91	2,559.55	213.39
5	沃尔沃 S90	2020 年	骨架总成	634. 26	1,275.32	1,262.54	586.74
6	沃尔沃 S60	2020 年	骨架总成	388. 83	844.34	917.94	511.08
7	红旗 HQ9	2022 年	骨架总成	292. 70	2,095.24	-	-
其他				5, 083. 84	9,920.02	3,122.19	314.05
合计				9, 911. 00	21,636.20	25,998.84	7,949.31
占主营业务收入比例				35. 81%	36.02%	38.55%	16.08%

注：上表报告期累计收入不含模具收入。

公司报告期各期新增量产项目收入占主营业务收入的比例分别为 16.08%、38.55%、36.02%和 **35. 81%**，公司报告期内新增量产项目主要为骨架总成产品项目，对应的车型

主要为红旗 H9、领克 06、吉利星瑞等自主品牌车型和红旗 E-HS9、大众 ID.4 及蔚来汽车 ES7、ET5 等新能源车型。近年来，公司以传统合资品牌车型汽车座椅冲压件收入为基础，抓住自主品牌及新能源汽车发展的契机，重点产品不断向骨架总成产品升级，积极开拓新能源车型及自主品牌车型汽车座椅总成件项目，推动了公司业绩增长。

（三）公司配套的主要终端汽车销量变动情况

报告期内，公司报告期各期收入前五车型项目对应的终端车型市场销量变动情况如下：

单位：万辆

序号	车型	2023 年 1-6 月		2022 年		2021 年		2020 年
		车型销量	销量变动	车型销量	销量变动	车型销量	销量变动	车型销量
1	红旗 H9	0.76	7.04%	2.13	-47.09%	4.03	197.98%	1.35
2	大众高尔夫	2.57	-43.27%	8.17	30.87%	6.24	-25.21%	8.34
3	奥迪 A3	3.03	5.94%	7.08	22.98%	5.76	-25.11%	7.69
4	大众宝来	7.62	-11.70%	21.45	-13.65%	24.84	-25.26%	33.24
5	丰田 RAV4 荣放	7.03	-9.06%	17.00	-14.89%	19.97	14.14%	17.49
6	大众速腾	11.88	28.85%	20.35	-13.66%	23.57	-21.39%	29.98
7	蔚来 ES6、EC6	1.22	-66.11%	5.94	-17.39%	7.19	115.27%	3.34

注：数据来源于搜狐汽车、太平洋汽车，2023 年 1-6 月销量变动比例系较 2022 年 1-6 月比较得出。

2020 年至 2022 年，随着国内新能源车型及自主品牌车型市场份额的提升，公司配套的终端车型销量也随着国内汽车销量结构性变化出现了不同幅度的波动，大众高尔夫、奥迪 A3、大众宝来、大众速腾等传统合资品牌车型销量整体出现不同幅度下降，而红旗 H9、蔚来 ES6 等自主品牌车型或新能源车型三年销量整体上升。由于 2022 年上半年上海、长春等地爆发疫情导致公司部分终端整车厂停产及部分车型市场需求不足等原因，公司配套的红旗 H9 等主要车型市场销量整体出现下滑。2023 年上半年，蔚来 ES6、EC6 车型及大众高尔夫等车型因车型换代更新、燃油车市场份额下降等因素出现下降，亦有红旗 H9、大众速腾等车型销量同比上升，整体呈现结构性变化。

报告期内，公司顺应国内汽车市场中新能源车型及自主品牌车型市场份额的提升趋势，积极开拓新能源汽车及自主品牌汽车市场，公司营业收入整体呈现增长。

（四）公司报告期内主营业务收入变动原因、驱动因素

综合上述分析，近年中国汽车产量整体较为稳定，略有上升，其中国内新能源汽车

产量增长快速。在中国汽车市场稳定且呈现结构性变化的趋势下，公司近年来以传统合资品牌车型汽车座椅冲压件收入为基础，抓住自主品牌及新能源汽车发展的契机，重点产品不断向骨架总成产品升级，积极开拓新能源车型及自主品牌车型汽车座椅总成件项目，推动了公司业绩增长。

而公司不断创新的智能化生产体系是公司实现车型及产品转型的基础，也是公司获取新项目订单并实现业绩增长的驱动因素。公司通过不断对生产技术及工艺进行自动化、智能化改造，保证了供货质量及提升了生产效率，实现了高强钢等轻量化材料的应用，基于该生产优势，公司不断开拓对零部件要求较为严格的高端车型及新能源车型市场和自主品牌车型市场。相对外资或合资汽车座椅生产商，公司通过降低用工人数并不断提升生产效率，从而具备明显的成本优势；相对于民营汽车座椅骨架企业，公司基于汽车座椅骨架全方案设计能力及先进的全流程生产体系，实现了为红旗、沃尔沃、蔚来等高端车型配套座椅骨架总成产品，公司产品开发设计能力及自动化生产工艺体系在民营企业中较为出众。

二、公司主要配套车型项目收入与配套车型销量的匹配情况及未完全匹配的原因分析

根据产品适用车型的多寡，公司订单项目可分为单一车型项目和平台型项目。对于单一车型项目，公司产品能够对应到终端整车厂商的具体车型；对于平台项目，整车厂商以平台化的方式进行新车型研发和生产，通常一个产品平台可研发、生产多款车型，公司销售的总成件、冲压件适用于多个车型，公司无法对公司产品与具体车型进行一一匹配。

按照汽车品牌划分，公司**2020年至2022年**累计收入超过2,000万元的非平台车型项目收入与终端车型市场销量整体匹配（上述车型项目收入占报告期各期不含模具的主营业务收入比重分别为54.88%、66.28%、52.25%和**43.97%**），具体情况如下：

单位：万元、万辆、元/辆

车型	2023年1-6月			2022年		
	公司销售收入金额	市场终端销量	单位终端销量对应的收入	公司销售收入金额	市场终端销量	单位终端销量对应的收入
丰田 RAV4 荣放	1,312.08	7.03	186.73	3,444.33	17.49	196.93
红旗 H9	2,101.43	0.76	2,765.76	4,305.52	1.35	3,189.27

大众宝来	1,275.60	7.62	167.42	4,466.82	33.24	134.38
蔚来 ES6、EC6	34.95	7.19	4.86	1,549.76	3.34	464.00
红旗 HQ9	292.70	0.49	597.84	-	-	-
领克 06	915.84	3.15	291.01	1,184.98	1.67	709.57
大众捷达	1,223.31	8.01	152.75	2,415.19	16.11	149.92
大众速腾	992.13	11.88	83.54	2,500.70	29.98	83.41
大众朗逸	324.68	15.18	21.39	1,928.12	41.98	45.93
沃尔沃 S90	634.26	1.84	344.71	586.74	1.02	575.24
红旗 E-HS9	410.68	0.34	1,204.69	213.39	-	-
沃尔沃 S60	388.83	1.09	356.72	511.08	0.93	549.55
红旗 HS5	355.98	5.11	69.73	584.54	9.64	60.64
吉利星瑞	83.42	4.89	17.06	833.55	1.91	436.41
大众探岳	291.28	6.69	43.51	965.52	18.81	51.33
车型	2021 年			2020 年		
	公司销售收入金额	市场终端销量	单位终端销量对应的收入	公司销售收入金额	市场终端销量	单位终端销量对应的收入
丰田 RAV4 荣放	4,481.69	19.97	224.42	3,444.33	17.49	196.93
红旗 H9	13,382.07	4.03	3,320.61	4,305.52	1.35	3,189.27
大众宝来	4,064.15	24.84	163.61	4,466.82	33.24	134.38
蔚来 ES6、EC6	3,125.19	7.19	434.66	1,549.76	3.34	464.00
红旗 HQ9	-	-	-	-	-	-
领克 06	2,251.15	5.36	419.99	1,184.98	1.67	709.57
大众捷达	2,256.97	17.81	126.72	2,415.19	16.11	149.92
大众速腾	2,167.22	23.57	91.95	2,500.70	29.98	83.41
大众朗逸	1,649.02	38.55	42.78	1,928.12	41.98	45.93
沃尔沃 S90	1,262.54	4.37	288.91	586.74	1.02	575.24
红旗 E-HS9	2,559.55	0.55	4,653.73	213.39	-	-
沃尔沃 S60	917.94	2.79	329.01	511.08	0.93	549.55
红旗 HS5	733.57	13.16	55.74	584.54	9.64	60.64
吉利星瑞	2,503.40	13.36	187.38	833.55	1.91	436.41
大众探岳	582.58	11.11	52.44	965.52	18.81	51.33

注：市场终端车型销量数据来源于搜狐汽车、太平洋汽车，表格中所列示的项目为 2020 年至 2022 年累计收入超过 2,000 万元的非平台车型项目；单位终端销量对应的收入=公司销售收入金额/市场终端销量。

考虑到整车厂汽车终端销售数量与整车厂当期生产数量并不完全一致，以及个别整

车厂供应商及销售的特殊情况，公司来自上述车型的销售收入与其市场终端销量整体匹配。

(1) 整车厂汽车终端销售数量与整车厂当期生产数量并不完全一致，会导致单位终端销售量对应的收入有小幅波动

受整车厂生产、采购计划、对汽车经销商销售情况以及汽车销售商的库存量等因素影响，整车厂直接或间接向公司采购配件进行生产的汽车数量和市场上最终销售的汽车数量有差异。因此，单位终端销售量对应的收入有小幅波动属于正常情况，公司来自上述车型的销售收入与其市场终端销量整体匹配。

(2) 个别整车厂供应商及销售的特殊情况，导致个别年份单位终端销量对应的收入有较大差异

其中，红旗 H9、红旗 E-HS9 车型 2022 年单位终端销量对应的收入同比出现较大幅度下降，主要系该等车型整车厂在 2022 年受长春疫情管控、缺芯和市场消费疲软的影响控制了产量，当年车型终端市场销量大于整车厂产量，存在消化库存车辆的情形，公司当年交付产品对应的车型数量占该车型终端市场销量的比例较低（2022 年红旗 H9、红旗 E-HS9 该比例分别为 53.05%和 65.08%），导致上述车型 2022 年单位终端销量对应的收入相对较低。

领克 06 车型、沃尔沃 S90、沃尔沃 S60、吉利星瑞等 2020 年单位终端销量对应的收入相对较高，主要系上述车型均为 2020 年量产的全新车型，由于整车厂一般具有新车型备库需求，2020 年当年交付产品对应的车型数量明显高于上述车型终端市场销量，故当年产品配套的车型数量及收入占终端市场销量的比例较高。此外，吉利星瑞 2021 年以来单位终端销量对应的收入出现下降，主要系吉利为了保证供应商体系稳定，增加了相应零部件产品的 B 点供应商，部分终端车型销量由 B 点供应商。汽车座椅行业内，整车厂一个零部件一般仅指定一个供应商，仅吉利汽车等少数整车厂采用 B 点供应模式，报告期内，公司主要车型相关产品一般由公司独供，仅吉利星瑞等少数车型存在 B 点供应商情形。2023 年 1-6 月，蔚来 ES6/EC6 单位终端销量对应的收入较低，主要系该款车型出现改款，公司未能为该新款车型配套相关产品。

(3)结合各期红旗项目占收入、毛利的比例,说明发行人是否较大程度依赖该项目,期后市场需求是否有所恢复,是否具备配合客户车型迭代或开拓新项目的能力,未来的业务发展空间和市场容量,业绩增长是否存在重大不确定性。

一、公司未对红旗项目形成较大程度依赖

报告期各期,公司来自红旗车型项目的收入、毛利金额及比例情况如下:

单位:万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
红旗项目收入	5,915.37	9,893.10	17,316.45	6,016.83
红旗项目毛利	1,136.93	1,523.51	2,251.08	632.39
主营业务收入	27,674.50	60,067.06	67,445.60	49,449.13
主营业务毛利	6,793.92	13,395.01	14,694.94	13,044.77
红旗项目收入占比	21.37%	16.47%	25.67%	12.17%
红旗项目毛利占比	16.73%	11.37%	15.32%	4.85%

2020 年至 2021 年,随着红旗车型项目陆续量产,公司来自红旗车型项目的收入、毛利金额及其比例整体处于增长状态,2022 年,由于红旗 H9、红旗 E-HS9 等车型销量出现下降,公司来自红旗车型收入及比例相应出现下降,2023 年上半年红旗车型收入占比略有回升。整体而言,红旗项目收入占比最高未超过 30%,红旗项目毛利占比最高未超过 20%,收入及毛利占比整体不高。此外,公司已形成多元化的车型项目收入,以一汽大众、上汽大众、一汽丰田等传统合资品牌车型项目收入为基础,除一汽红旗车型项目外,还积极开拓蔚来汽车 ES6、领克 06、吉利星瑞等车型,该等车型在报告期内陆续量产,2021 年度形成收入均超过 2,000 万元。

综上,公司对一汽红旗车型项目并未形成较大依赖。

二、红旗车型项目 2022 年下半年以来销量情况

2022 年下半年以来公司配套的 2020 年至 2022 年单年销售收入超 100 万元的红旗车型市场销量情况如下:

序号	车型	车型销量(万辆)			2023 年上半年同比变动比例	2022 年下半年较上半年变动比例
		2023 年 1-6 月	2022 年 7-12 月	2022 年 1-6 月		
1	红旗 H9	0.76	0.99	1.14	-33.35%	-13.08%
2	红旗 E-HS9	0.34	0.39	0.24	42.04%	62.50%

序号	车型	车型销量（万辆）			2023 年上半年 同比变动 比例	2022 年下半年 较上半年 变动比例
		2023 年 1-6 月	2022 年 7-12 月	2022 年 1-6 月		
3	红旗 H7	0.17	0.27	0.25	-33.04%	8.00%
4	红旗 HS5	5.10	7.02	6.99	-26.97%	0.43%
5	红旗 H5	3.44	6.00	3.72	-7.53%	61.29%
6	红旗 E-QM5	2.67	2.45	0.63	323.43%	288.89%

注：数据来源于搜狐汽车、太平洋汽车。

如上表所示，除红旗 H9 车型外，公司配套的主要红旗车型市场销量在 2022 年下半年较上半年均出现一定上涨，2022 年下半年红旗车型项目市场销量在一定程度上得到恢复。2023 年上半年受购置税优惠政策退出等不利因素影响红旗部分车型销量出现下降，但亦有红旗 E-HS9/E-QM5 等车型销量出现大幅上涨，随着 2023 年红旗 HS3/HS6/E001/E202 等车型项目的陆续量产，预计公司来自红旗车型项目的收入将有所增长。

三、公司具备配合客户车型迭代及开拓新项目的能力

在配合客户车型迭代方面，公司通过不断对生产技术及工艺进行自动化、智能化改造，保证了优质的产品质量和稳定的供货能力，与安道拓系、英提尔系、佛吉亚系等知名汽车零部件企业建立了长期稳定的合作关系，公司主要客户往往选择公司作为迭代车型的供应商。报告期内，公司合计收入超过 500 万元对应的主要终端车型中，换代前后均由公司进行相关产品配套，不存在因终端客户车型升级换代而丧失新车型订单的情形。综上，公司具备配合客户车型迭代的能力。

在新项目开拓方面，公司凭借汽车座椅骨架全工艺智能化生产体系及全套骨架产品设计能力，近年来以一汽大众、上汽大众及一汽丰田等传统合资品牌车型项目为基础，不断开拓一汽红旗、蔚来汽车、吉利、领克、理想汽车等自主及新能源品牌车型项目，该等新项目陆续量产成为公司报告期内营业收入增长的主要动力。此外，公司陆续与一汽红旗、蔚来汽车、理想汽车等整车厂开展直接合作，整车厂直接确定公司作为其具体车型的座椅骨架直接供应商，公司参与座椅骨架协同开发，与整车厂形成较为深入的合作关系。综上，公司同时具备向汽车座椅整椅厂和汽车整车厂获取新项目订单的能力。

四、公司未来的业务发展空间及市场容量广阔

2020 年国内乘用车座椅骨架市场规模约为 140 亿元至 210 亿元，公司主要产品国

内市场占有率约为 4-5%，占有率较低主要系目前国内汽车座椅骨架市场主要被外资及合资企业和整车厂体系内汽车零部件配套商占据。在汽车行业燃油车和新能源的结构性调整过程中，过去固化的产业分工关系有望打破，公司抓住新能源汽车市场份额提升机会，未来发展机会较大。

汽车座椅整椅市场而言，根据中国汽车工业协会公布的全球及国内乘用车产量测算，2020 年全球/国内乘用车座椅市场规模约为 3,000 亿元/700 亿元，2025 年全球/国内乘用车座椅市场规模有望达到 3,800 亿元/880 亿元；汽车座椅骨架市场而言，汽车座椅骨架是汽车整椅的核心部件，根据和达产业观察，座椅成本占整车成本的 5-10%，乘用车座椅骨架成本占座椅总成成本的 20-30%。若按照汽车座椅骨架市场空间为汽车整椅市场空间的 20-30%来测算，2020 年国内乘用车座椅骨架市场规模约为 140 亿元至 210 亿元，2025 年国内乘用车座椅市场规模有望达到 176 亿元至 264 亿元。

汽车整车市场出现变革，公司未来发展机会较大。目前国内汽车座椅及骨架市场主要被外资品牌主导，安道拓系、李尔系、丰田纺织等外资或合资公司占据 60%以上的汽车座椅市场份额。国内新能源造车势力/自主品牌整车厂的崛起将重塑上游座椅骨架总成市场格局。电动智能时代，车型迭代速度加快使得车企对零部件企业响应服务效率的要求大幅提升，过去固化的产业分工关系有望打破，车企通过市场竞争选择座椅供应商，迫使头部座椅总成厂商外包座椅骨架业务，交由更符合要求的本土厂商，座椅骨架行业迎来重塑，雅虎股份等本土独立座椅骨架厂商未来发展机会较大。

五、公司业绩增长不存在重大不确定性

公司不对红旗车型形成依赖。报告期内，公司来自红旗车型项目收入占比最高未超过 30%，红旗项目毛利占比最高未超过 20%，收入及毛利占比整体不高。此外，公司已形成多元化的车型项目收入，以一汽大众、上汽大众、一汽丰田等传统合资品牌车型项目收入为基础，除一汽红旗车型项目外，还积极开拓蔚来汽车 ES6、蔚来汽车 ES7、领克 06、吉利星瑞等车型，公司对一汽红旗车型项目并未形成较大依赖。

公司具备配合客户车型迭代及获取新项目车型能力。公司通过不断对生产技术及工艺进行自动化、智能化改造，保证了优质的产品质量和稳定的供货能力，报告期内主要车型不存在因终端客户车型升级换代而丧失新车型订单的情形，且公司直接与部分整车厂开展直接合作，公司同时具备向汽车座椅整椅厂和汽车整车厂获取新项目订单的能力。

汽车座椅市场空间较大，且未来发展机会较大。近年国内乘用车座椅骨架市场规模约为 140 亿元至 210 亿元，公司主要产品国内市场占有率约为 4-5%，占有率较低主要系目前国内汽车座椅骨架市场主要被外资及合资企业和整车厂体系内汽车零部件配套商占据。在汽车行业燃油车和新能源的结构性调整过程中，过去固化的产业分工关系有望打破，公司抓住新能源汽车市场份额提升机会，未来发展机会较大。

综上，公司不对红旗车型形成依赖，具备配合客户车型迭代及获取新项目车型能力，且汽车座椅市场空间较大，且未来发展机会较大，公司业绩增长不存在重大不确定性。

(4) 说明发行人来自于新能源汽车、自主品牌汽车的收入占比是否与新能源汽车、自主品牌汽车整体渗透率匹配，是否落后于竞争对手；在汽车座椅领域，原一级零部件供应商在新能源汽车领域的竞争格局是否发生不利变化；就新能源汽车轻量化上，发行人的技术储备是否充足；在车型集中度上，新能源汽车是否与传统燃油车型存在较大差异，在车型更迭较快背景下发行人是否具备产品持续迭代能力、抗风险能力。

一、公司来自于新能源汽车、自主品牌汽车的收入占比与新能源汽车、自主品牌汽车整体渗透率匹配情况及与竞争对手对比情况

公司新能源汽车收入占比、自主品牌汽车收入占比与新能源汽车、自主品牌汽车渗透率整体匹配，其中 2021 年以来公司新能源汽车收入占比低于新能源汽车整体渗透率系公司尚未为比亚迪、特斯拉、上汽通用五菱等新能源汽车销量较大的企业配套汽车座椅骨架产品，公司在新能源汽车座椅骨架市场领域仍有较大开拓空间。

从公开披露信息来看，公司新能源及自主品牌汽车收入占比并未落后于同行业上市公司竞争对手，且公司陆续与一汽红旗、蔚来汽车、理想汽车等自主品牌及新能源品牌整车厂开展直接合作，目前公司有一汽红旗、蔚来汽车及理想汽车等多个车型项目处于研发阶段有待量产，未来新能源及自主品牌车型收入增长有较大空间。

(一) 公司来自于新能源汽车、自主品牌汽车的收入占比与市场渗透率匹配情况

报告期内，公司来自于新能源汽车、自主品牌汽车的收入占比与新能源汽车、自主品牌汽车整体渗透率对比情况如下：

项目	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
中国乘用车销量（万辆）A	1,126.82	2,355.01	2,146.84	2,013.61
中国新能源汽车销量（万辆）B	374.66	688.66	352.05	136.73

项目	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
中国新能源汽车销量占比 C=B/A	33.25%	29.24%	16.34%	6.57%
公司新能源车型收入占比 D	9.36%	12.83%	12.48%	6.73%
中国自主品牌乘用车销量（万辆）E	598.60	1,176.20	955.30	773.90
中国自主品牌汽车销量占比 F=E/A	53.12%	49.94%	44.50%	38.43%
公司自主品牌车型收入占比 G	31.09%	31.47%	42.91%	25.97%

注：乘用车销量数据来源于 wind 数据库、中国汽车工业协会。

如上表所示，报告期内公司新能源汽车收入占比与新能源汽车市场渗透率均处于增长趋势，整体较为匹配，其中公司 2021 年以来公司新能源汽车收入占比低于新能源汽车整体渗透率主要系公司尚未有来自比亚迪、特斯拉、上汽通用五菱等新能源汽车销量较大（2022 年此三家整车厂新能源汽车销量占国内新能源汽车销量约为 45%）的企业收入，公司在新能源汽车座椅骨架市场领域仍有较大开拓空间。

报告期内中国自主品牌汽车渗透率处于较高水平并整体保持增长态势，公司以一汽大众、上汽大众、一汽丰田等传统合资品牌车型项目为收入基础，近年来不断开拓一汽红旗、吉利星瑞、蔚来汽车等自主品牌车型项目，随着自主品牌车型项目陆续量产，公司自主品牌车型收入占比快速提升，2021 年接近自主品牌汽车市场渗透率水平。2022 年，主要由于红旗 H9 等车型市场销量下滑，公司来自红旗 H9 车型项目收入占主营业务收入比例从 2021 年的 19.84%下降至 2022 年的 5.71%，公司自主品牌车型收入占比出现相应下降。

其中 2023 年 1-6 月公司新能源车型项目收入占比下降至 9.36%，自主品牌收入占比未出现明显提升，主要系蔚来汽车 ES6 车型改款、理想 ONE 汽车下线等因素导致，随着比亚迪王朝系列项目、红旗 E001/E202 等车型项目陆续量产，预计公司新能源汽车及自主品牌汽车收入占比将有所提升。

（二）公司来自于新能源汽车、自主品牌汽车的收入占比与同行业竞争对手对比情况

目前 A 股上市公司中主要产品结构与公司相同的仅上海沿浦一家，公司与上海沿浦主要产品均为汽车座椅骨架及零部件。报告期内，上海沿浦并未披露新能源汽车项目收入、自主品牌车型项目收入金额及占比情况，根据其披露的主要终端整车厂客户，公司与其对比情况如下：

公司	主要产品	配套的主要终端车型	配套车型分析
上海沿浦	座椅骨架总成、冲压件、模具、注塑件等	配套的整车厂主要为东风日产、郑州日产、上汽通用、东风本田、江铃汽车等	根据公开信息，其座椅骨架及零部件产品主要终端整车厂以东风日产、郑州日产、上汽通用、东风本田等合资品牌为主，仅包含江铃汽车、比亚迪等少数自主品牌及新能源整车厂
雅虎股份	主要产品包括座椅骨架总成及分总成、冲压件、模具、紧固件等	配套的整车厂主要为一汽红旗、一汽大众、上汽大众、吉利汽车、一汽丰田、蔚来汽车等	公司配套车型包括一汽大众、上汽大众及一汽丰田等合资品牌，也包括一汽红旗、吉利汽车及蔚来汽车等自主品牌及新能源品牌

注：上海沿浦配套主要整车厂信息来源于其披露的定期报告。

如上表所示，与上海沿浦相比，公司主要终端整车厂客户中包括一汽红旗、吉利汽车及蔚来汽车等多家自主品牌及新能源品牌，自主品牌及新能源品牌终端整车厂客户数量相对较多。

此外，公司陆续与一汽红旗、蔚来汽车、理想汽车等自主品牌及新能源品牌整车厂开展直接合作，整车厂直接确定公司作为其某款车型的座椅骨架直接供应商，公司参与座椅骨架协同开发，与整车厂形成较为深入的合作关系。目前公司有一汽红旗、蔚来汽车及理想汽车等多个车型项目处于研发阶段有待量产。从公开信息看，截至 2023 年 6 月末上海沿浦主要通过一级座椅供应商向新能源整车厂供货，并未就座椅骨架产品与国内新能源整车厂形成直接合作关系。

综上，从公开披露信息来看，公司新能源及自主品牌汽车收入占比并未落后于同行业上市公司竞争对手。

二、在汽车座椅领域，原一级零部件供应商在新能源汽车领域的竞争格局变化情况

（一）目前国内汽车座椅一级供应市场在新能源汽车领域竞争格局未发生明显变化

国内汽车座椅一级供应（向整车厂供应汽车整椅总成）市场主要被安道拓、李尔、佛吉亚、丰田纺织等外资和合资企业以及延锋汽车饰件系统有限公司等国内整车厂控股企业所掌控。根据前瞻产业研究院数据，2020 年安道拓、李尔、丰田纺织和佛吉亚四家外资国际龙头占据全球汽车座椅行业 68% 的市场份额，其中安道拓为全球第一大汽车座椅生产商。国内市场方面，2020 年，安道拓系、李尔系、丰田纺织等外资或合资公司占据 60% 以上的汽车座椅市场份额。

就新能源汽车领域而言，目前尚未有关于汽车座椅一级零部件供应商（汽车整椅厂

商)在新能源汽车领域市场占有率的明确统计数据。根据盖世汽车配套采供平台及相关市场公开信息，如比亚迪汽车、特斯拉及上汽通用五菱整椅(2022年此三家整车厂新能源汽车销量占国内新能源汽车销量约为45%)供应商仍主要为原合资企业，具体如下：

整车厂	主要座椅厂商
比亚迪	包括佛吉亚系、李尔系等合资或外资企业
特斯拉	包括富卓汽车内饰(安徽)有限公司、佛吉亚系、延锋安道拓(现延锋座椅)等合资或外资企业
上汽通用五菱	李尔系、佛吉亚系等合资或外资企业及延锋饰件、青岛双英汽车内饰系统有限公司、柳州众菱汽车配件制造有限公司等民营企业

注：上表信息来源于盖世汽车配套采供平台及相关市场公开信息。

如上表所示，市场上主要新能源汽车企业整椅厂商仍以原外资或合资公司为主，目前国内汽车座椅一级供应市场在新能源汽车领域竞争格局未发生明显变化。

(二) 自主新能源汽车整车厂向座椅二级供应商直接定点或采购座椅部件的趋势明显

根据新能源整车厂成本控制要求高、车型迭代周期快，国内民营企业在成本控制能力、服务响应速度方面相对原外资或合资汽车座椅一级供应商具有一定优势。首先，新能源汽车价格竞争更为激烈，故整车厂对成本把控要求更高，而国内自主民营厂商相对国际汽车座椅厂商具有明显的成本控制优势；其次，电动智能时代，车型迭代速度加快使得车企对零部件企业响应服务效率的要求大幅提升，国内民营汽车座椅骨架供应商相对于国际厂商能够为整车厂提供更为快速的响应服务。基于上述因素，过去在传统合资品牌汽车领域中形成的固化产业分工关系有望打破，新能源整车企业更愿意通过市场竞争选择座椅供应商，与符合要求的本土座椅骨架供应商形成直接合作，公司同行业公司纷纷获得新能源头部整车厂直接定点，具体案例如下：

公司	原主要产品及客户	近年获得新能源头部整车厂定点信息
上海沿浦 (605128.SH)	汽车座椅二级供应商，主要产品为汽车座椅骨架及冲压件，主要客户为东风李尔等汽车整椅厂商	根据2023年1月31日公司定点公告，获得比亚迪2个平台项目汽车侧门锁平台项目定点，获定点后成为比亚迪一级供应商
博俊科技 (300926.SZ)	主要为汽车座椅二级供应商，主要产品为汽车框架类、传动类冲压件(含座椅骨架冲压件)、注塑件等，主要客户为蒂森克虏伯集团、伟巴斯特集团等大型汽车零部件一级供应商	根据公开信息，公司2019年首次为吉利集团供货，成为吉利集团一级供应商，2022年首次为理想集团供货，成为理想集团一级供应商

在此背景下，公司顺应上述竞争格局变化趋势，积极寻找与新能源汽车整车厂的直接合作机会，在2022年进入了蔚来汽车、理想汽车等新能源汽车整车厂的合格供应商

体系，与蔚来汽车、理想汽车形成直接合作，具体情况如下：

终端整车厂	公司原主要合作模式	公司现整车厂直接定点合作模式
蔚来汽车	重庆安道拓获得蔚来汽车 ES6、ES7、ET5 等车型汽车整椅项目定点后，再遴选座椅骨架供应商，公司向重庆安道拓获取上述车型座椅骨架项目，产品价格由重庆安道拓与公司协商确定	公司 2022 年经评审进入蔚来汽车、理想汽车整车厂合格供应商名录，公司直接向整车厂获取蔚来汽车阿尔卑斯、理想 X04 等车型座椅骨架总成项目，并与整车厂直接进行技术交流与合作研发，产品价格由整车厂与公司协商确定，产品完成后交给整车厂指定的整椅供应商
理想汽车	佛吉亚获得理想 ONE 等车型汽车整椅项目定点后，再遴选座椅骨架供应商，公司向佛吉亚获取理想 ONE 车型座椅骨架项目，产品价格由佛吉亚与公司协商确定	

此外，相对外资及合资座椅骨架厂商而言，公司工艺齐全，具有明显的成本管控及质量管控优势。外资及合资座椅骨架厂商主要生产工序包括焊接和装配，不涉及模具设计制造、板材冲压环节，往往通过外购冲压件焊装形成座椅骨架，而公司拥有从模具设计制造、钢卷的分条开平、板材自动冲压、骨架焊接装配、钢丝自动成型、产品表面处理等全流程的先进生产体系，工艺齐全，具有一定的成本及质量控制优势。

综上，目前国内汽车座椅一级供应市场在新能源汽车领域竞争格局未发生明显变化，主导机构仍为合资或者外资整椅厂，但自主新能源汽车整车厂向民营企业直接定点或采购座椅部件的趋势明显，包括公司在内的多家民营座椅骨架企业近年陆续获得新能源整车厂直接定点，该趋势变化有利于公司等本土独立座椅骨架厂商业务发展。

三、就新能源汽车轻量化上，公司具备充足的技术储备

汽车轻量化是在不改变汽车刚度与强度的前提下，采用轻量化材料，或借助结构轻量化设计减轻整车的质量，材料技术是轻量化结构设计的重要内容，借助轻量化材料能够同时改善汽车质量与行驶安全性。传统燃油车及新能源车均有轻量化需求，传统燃油车轻量化可提高燃油效率、减少废气排放，新能源车轻量化可提升续航里程，一定程度上弥补了目前续航里程缺陷。目前传统燃油车和新能源车在轻量化材料应用上无明显差异，均包括高强度钢、铝合金、镁合金等，材料具体情况如下：

轻量化材料类型	材料介绍	主要优缺点	应用于座椅骨架情况
高强度钢	是指抗拉强度和屈服点比软钢高的钢材，常用于推进汽车轻量化发展等，在实现同样功能情况下，钢材强度越高，可使用的钢材厚度越薄	材料成本相对较低，但对生产工艺要求较高，由于高强度钢具备较高的强度及硬度，其冷成型能力较差，进行冲压、拉伸和折弯时，易发生断裂、回弹等情况；由于超高强钢本身含碳量比较高，焊接过程中易开裂	高强度钢是目前适用于汽车座椅骨架的主流材料，随着高强度钢材的应用，一般座椅骨架钢材厚度已从原来 2.0mm-4.5mm 降至 1.0mm-3.5mm，达到了较好的轻量化效果

轻量化材料类型	材料介绍	主要优缺点	应用于座椅骨架情况
铝合金	以铝为基添加一定量其他合金化元素的合金，是轻金属材料之一，在航天、航空、交通运输、建筑、机电、轻化和日用品中有着广泛的应用	质量相对高强度钢轻，材料成本相对较高（价格约为高强度钢的 2-3 倍），铝合金存在容易产生变形、冲压易开裂、疲劳寿命低等不足，且若需达到相同强度，其厚度需是高强度钢的 2-3 倍	目前可应用于部分车型的底盘及白车身等厚度高、体积大、结构相对简单的部件，较难适用于结构复杂且对材料厚度要求高的座椅骨架，且价格相对较高，未能成为座椅骨架主流材料
镁合金	以镁为基础加入其他元素组成的合金，主要用于航空、航天、运输、化工、火箭等工业部门	质量相对上述两种材料轻，但材料成本较高（价格约为高强度钢的 3-6 倍），且材料具有塑性差、镁合金性质较为活泼易氧化腐蚀差等劣势	由于材料价格较高且材料本身劣势，未能成为座椅骨架主要应用材料

相对高强度钢而言，铝合金材料成本较高，且汽车座椅骨架对材料强度及韧性要求较高，达到相同强度情况下铝合金材料厚度是高强钢的 2-3 倍，铝合金轻量化优势相对高强度钢不明显，此外，发生事故时铝合金骨架相对高强钢易折断，安全性相对较弱；镁合金材料成本相对高强钢更高，且存在塑性差等性质劣势。相对而言，高强钢是目前应用于座椅骨架的主流轻量化材料。

由于高强度钢对生产工艺要求相对较高，公司在新能源汽车轻量化方面的技术开发主要体现在产品生产工艺及材料适用方面，在生产工艺方面，公司具备超高强度钢板（抗拉强度大于 1,180MPa）冲压技术、低温焊接技术（焊接材料厚度可低至 0.5mm），能够保证超高强度薄钢的冲压，实现产品轻量化；在材料应用方面，为满足产品轻量化需求，公司与上游供应商宝钢股份共同成立汽车用钢技术联合开发工作室，联合开展汽车用钢的材料及工艺研究，提高了超高强钢在公司生产工艺过程中的适用性。

基于上述超高强钢冲压技术及超薄钢板焊接技术等轻量化技术及材料联合开发，公司在轻量化产品、专利均形成了一定积累，具体如下：

项目	具体内容
轻量化相关产品	生产的 12 位电动调节骨架总成产品仅重 11.5 千克，低于行业普遍水平；滑轨产品厚度可以降低到 1.55mm，单根滑轨可以实现降重 0.5 千克；公司轻量化后排座椅骨架、多功能新能源 SUV 二排座椅骨架总成等多项轻量化产品被浙江省技术市场促进会授予“省级新产品”称号
轻量化相关专利	形成轻量化汽车后排座垫骨架（专利号：2019221922638）、新能源汽车座椅骨架（2018200022822）、单侧调节轻量化汽车后排座椅骨架（202122630342X）、轻质高强整体式后排靠背（2021226303468）等多项专利

如上表所示，公司已在新能源汽车轻量化领域形成多项产品及专利，并通过重庆安道拓、一汽富维、佛吉亚等汽车整椅厂商客户向蔚来汽车 ES6 及 EC6、理想 ONE、威

马 EX5 及 W6、红旗 E-HS9 等新能源车型配套汽车座椅骨架及零部件，此外公司与蔚来汽车、理想汽车等新能源汽车整车厂形成直接合作，整车厂直接确定公司作为其具体车型的座椅骨架供应商，公司参与座椅骨架协同开发，与整车厂形成较为深入的合作关系。

综上，公司在新能源汽车轻量化上具有充足的技术储备。

四、新能源汽车与传统燃油车型在车型集中度上差异情况

（一）公司新能源汽车与传统燃油车型在收入集中度方面的情况

报告期内，公司累计收入前五的新能源车型项目、传统燃油车型项目收入金额及占比情况如下：

单位：万元

车型项目	收入金额				收入占比			
	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
新能源车型项目								
蔚来汽车 ES6、EC6	34.95	2,920.83	3,125.19	1,549.76	1.36%	37.90%	37.12%	46.57%
红旗 E-HS9	410.68	1,255.91	2,559.55	213.39	15.93%	16.30%	30.40%	6.41%
威马 EX5	-	330.33	1,174.70	1,207.61	0.00%	4.29%	13.95%	36.29%
理想 ONE	87.48	686.97	635.35	250.13	3.39%	8.91%	7.55%	7.52%
红旗 E-QM5	589.20	753.92	224.78	2.88	22.86%	9.78%	2.67%	0.09%
前五大新能源车型收入合计	1,122.31	5,947.95	7,719.57	3,223.77	43.54%	77.18%	91.69%	96.87%
新能源车型收入合计	2,591.34	7,706.26	8,419.39	3,328.02	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
传统燃油车型项目								
红旗 H9	2,101.43	3,429.90	13,382.07	4,305.52	8.39%	6.55%	22.67%	9.34%
丰田 RAV4 荣放	1,312.08	3,723.94	4,481.69	3,444.33	5.24%	7.11%	7.59%	7.47%
大众宝来	1,275.60	3,196.62	4,064.15	4,466.82	5.09%	6.10%	6.89%	9.68%
高尔夫、奥迪 A3	841.69	3,144.74	2,702.69	4,535.73	3.36%	6.01%	4.58%	9.83%
大众捷达	1,223.31	2,050.24	2,256.97	2,415.19	4.89%	3.92%	3.82%	5.24%
前五大传统燃油车型收入合计	6,754.11	15,545.44	26,887.57	19,167.59	26.97%	29.69%	45.55%	41.56%
传统燃油车型收入合计	25,083.16	52,360.80	59,026.21	46,121.11	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

如上表所示，除 2023 年 1-6 月因来自蔚来汽车及威马汽车部分车型收入下降导致

新能源前五车型收入占比下降外,报告期各期公司新能源车型项目前五大车型收入占比均高于 75%,传统燃油车型项目前五大车型收入占比均低于 50%,公司新能源汽车车型集中度明显高于传统燃油车,主要系报告期内公司配套的新能源车型数量相对传统燃油车型数量较少。该情形符合目前汽车行业市场结构中新能源汽车销量集中度较高的特点,以 2022 年汽车销量数据为例,根据车主之家公布的 2022 年主要车型销量数据及中国汽车工业协会中关于 2022 年汽车销量合计数计算,中国销量前五新能源车型占新能源车型销量合计数比例约为 30%,中国销量前五传统燃油车型销量合计占传统燃油车销量合计数比例约为 10%,公司新能源车型集中度较高符合行业特点。

(二) 市场主要新能源汽车与传统燃油车型在车型集中度方面的情况

根据车主之家数据,2022 年以销售新能源为主的整车厂及传统燃油车整车厂在售车型数量及车型集中度情况如下:

整车厂	2022 年在售车型数量 (个)	2022 年主要车型占整车厂销量情况
新能源车型为主的整车厂		
比亚迪	13	第一大车型占比 24.85%, 前三大车型占比 56.81%
特斯拉	2	第一大车型占比 64.02%, 前两大车型占比 100%
哪吒汽车	3	第一大车型占比 65%, 前三大车型占比 100%
理想汽车	3	第一大车型占比 59.13%, 前三大车型占比 100%
蔚来汽车	6	第一大车型占比 34.30%, 前三大车型占比 67.06%
传统燃油车型为主的整车厂		
大众	32	一汽大众第一大车型占比 29.51%, 前三大车型占比 56.07%; 上汽大众第一大车型占比 21.38%, 前三大车型占比 54.49%
丰田	30	广汽丰田第一大车型占比 26.22%, 前三大车型占比 59.89%; 一汽丰田第一大车型占比 30.98%, 前三大车型占比 65.45%
本田	21	东风本田第一大车型占比 32.54%, 前三大车型占比 71.14%; 广汽本田第一大车型占比 32.47%, 前三大车型占比 63.82%
长安	18	长安第一大车型占比 22.68%, 前三大车型占比 51.75%
吉利	15	吉利汽车第一大车型占比 18.65%, 前三大车型占比 48.97%; 吉利新能源第一大车型占比 92.11%; 前三大车型占比 98.53%

数据来源: 车主之家。

如上表所示,相对传统燃油车型为主的整车厂商而言,新能源车型为主的整车厂在售车型数量普遍较少,车型集中度相对较高。

五、公司在车型更迭较快背景下具备产品持续迭代能力、抗风险能力

（一）报告期内公司能够持续配套客户车型迭代，主要车型座椅骨架换代后公司仍为独家供应商

汽车座椅骨架并不会随着新款车型推出频繁换代，故整车厂一般也不会对车型座椅骨架及零部件供应商更换。市场在售车型一般每年都会出新款，以大众宝来车型为例，其在 2011 年至 2019 年期间每年均推出更新款车型，并在近年陆续推出 2021 款、2023 款车型，但整车厂每年推出的新款车型很少会对座椅骨架进行更新换代，一般也不会对车型座椅骨架及零部件供应商更换。此外，公司通过 MQB 项目、MVS2 项目等平台型项目向一汽大众、上汽大众等整车厂配套座椅骨架零部件，整车厂商以平台化的方式进行新车型研发和生产，通常一个产品平台可研发、生产多款车型，即公司配套平台型项目中的产品可适用于多款新老车型。

报告期内，公司产品对应的主要车型（报告期合计收入超过 500 万元）中，仅有奔驰 V 级、奥迪 A3 及高尔夫等 3 款车型座椅骨架进行了升级换代，公司为上述车型配套的产品销量占上述车型的市场销量比例保持稳定，均接近或超过 100%，即升级换代前后，公司均为上述车型相关零部件的独家供应商。

综上，公司与主要客户均保持良好的合作关系，报告期内能够持续配套客户车型迭代，主要车型座椅骨架换代后公司仍为独家供应商。

（二）公司顺应市场趋势重点开发新能源及自主品牌汽车，配套相关整车厂推出的新车型，形成多个在研车型项目

由于市场上并无关于未来车型换代的公开信息，故较难统计整车厂未来换代车型中公司在研车型的配套情况，但根据公司报告期末在研车型项目情况，公司在研车型项目 21 个，主要覆盖原新能源及自主品牌终端整车厂客户，且与一汽红旗、蔚来汽车、理想汽车等整车厂形成直接合作，与整车厂进行直接技术交流与研发合作，具备持续为客户进行产品迭代的能力。

截至 2023 年 6 月末，公司共有在研车型项目 21 个，其中对应市场车型 21 个，主要情况如下：

整车厂	在研车型数量（个）	车型类别
一汽红旗	6	自主品牌及部分新能源车型
比亚迪	2	自主品牌及新能源车型

整车厂	在研车型数量（个）	车型类别
蔚来汽车	2	自主品牌及新能源车型
沃尔沃	2	外资品牌（自主品牌收购）
理想汽车	2	自主品牌及新能源车型
上汽大众	1	部分新能源车型
特斯拉	1	新能源车型
哪吒汽车	1	新能源车型
别克	1	外资品牌
奔腾	1	自主品牌
福建奔驰	1	合资品牌
江铃汽车	1	自主品牌
合计	21	-

如上表所示，公司在配套原车型座椅骨架更新迭代的基础上，顺应市场发展趋势重点开拓新能源及自主品牌汽车车型项目，在研的 21 个车型中涉及自主或者新能源汽车的车型共 16 个。此外，公司近年为一汽红旗、蔚来汽车、理想汽车、上汽大众、比亚迪等整车厂新能源及自主品牌车型配套座椅骨架及冲压件产品过程中，与整车厂形成直接合作。

截至 2023 年 6 月末公司为上述新能源及自主品牌汽车整车厂配套车型的具体情况如下：

整车厂	整车厂在售及公司已量产车型项目情况	在研车型情况
一汽红旗	整车厂在售车型 10 个，公司配套车型 8 个，均间接通过整椅厂商为一汽红旗配套，公司就上述项目主要与整椅厂进行技术及研发交流	在研车型 4 个，其中一汽红旗直接定点项目 4 个，公司 2022 年经评审后进入一汽红旗合格供应商体系，公司上述 4 个项目与一汽红旗进行直接研发及技术交流，具备较强整车厂合作粘性及配套其车型迭代能力
蔚来汽车	整车厂在售车型 7 个，公司配套车型 4 个，均间接通过整椅厂商为蔚来汽车配套	在研车型 2 个，其中蔚来汽车直接定点项目 1 个，公司 2022 年经评审后进入蔚来汽车合格供应商体系，上述 1 个项目与蔚来汽车进行直接研发及技术交流
理想汽车	整车厂在售车型 3 个，公司配套车型 0 个，间接通过整椅厂商为理想汽车配套	在研车型 2 个，系理想汽车直接定点项目，公司 2022 年经评审后进入理想汽车合格供应商体系，上述 2 个项目与理想汽车进行直接研发及技术交流
比亚迪	整车厂在售车型 17 个，公司报告期内尚未有配套车型	在研车型项目 1 个（王朝系列车型），系比亚迪汽车直接定点项目，公司 2023 年经评审后进入比亚迪合格供应商体系，上述 1 个项目与比亚迪进行直接研发及技术交流
其他自主品牌或新能源在研车型情况		大众 ID.5 新能源车、特斯拉、哪吒汽车、奔腾汽车

注：整车厂在售车型数量来自汽车之家。

如上表所示，一汽红旗、蔚来汽车等自主品牌及新能源整车厂主要车型均由公司配套，且公司陆续与一汽红旗、蔚来汽车、理想汽车、**比亚迪**等新能源汽车整车厂形成直接合作，整车厂直接确定公司作为座椅骨架**或相关零部件**直接供应商，公司参与座椅骨架协同开发，与整车厂形成较为深入的合作关系，配套车型迭代能力进一步增强。

综上，在车型更迭较快背景下公司具备产品持续迭代能力、抗风险能力。

(5)结合主要配套车型季度销售量变动,进一步说明发行人收入季节分布的合理性;区分不同销售方式,说明发行人的收入确认的具体方式,寄售模式下的内部控制,收入确认时点是否准确,是否存在跨期情形。

一、公司收入季节分布的合理性

报告期各期，公司主营业务收入按季度分布的构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	12,180.10	20.28%	14,263.87	21.15%	5,312.75	10.74%
第二季度	12,325.40	20.52%	15,911.46	23.59%	10,436.88	21.11%
第三季度	15,706.91	26.15%	12,896.68	19.12%	13,128.29	26.55%
第四季度	19,854.65	33.05%	24,373.60	36.14%	20,571.21	41.60%
合计	60,067.06	100.00%	67,445.60	100.00%	49,449.13	100.00%

汽车行业的销售旺季主要一般在 10 月至次年春节前，因此公司作为汽车零部件企业也有一定的季节性特征，收入主要集中在 3 季度和 4 季度。其中，2020 年四季度收入占比较高，主要系当年度受新冠疫情影响，汽车的生产和销售在一季度受到较大影响和抑制，随着疫情得到有效控制，汽车销售在下半年迎来反弹，公司产品销售也在四季度大幅增长；此外，公司红旗 H9 项目于 2020 年下半年投产，该项目收入金额较大。而 2021 年 3 季度收入占比较低，主要系汽车行业受芯片短缺影响，公司配套的部分主机厂，如一汽红旗、一汽大众、一汽丰田等在 3 季度存在停产等情况，公司产品销售也相应受到了影响。2022 年第 1 季度和第 2 季度收入占比相对较低，主要系受春节假期影响以及上海、长春等地由于疫情管控，公司主要客户出现生产停滞，对公司产品需求减少所致；随着疫情得到有效控制以及国家出台了促进汽车消费的相关政策，3 季度和 4 季度收入迎来反弹，收入占比相对较高。此外，4 季度公司新配套车型蔚来 ES7/ET5、

红旗 HQ9 等规模量产，产生的收入较高，也提高了 4 季度的收入占比。

报告期各期，公司前五大收入对应车型如下：

排名	2022 年	2021 年	2020 年
1	红旗 H9	红旗 H9	红旗 H9
2	丰田 RAV4 荣放	丰田 RAV4 荣放	大众宝来
3	大众宝来	大众宝来	丰田 RAV4 荣放
4	蔚来 ES6、EC6	蔚来 ES6、EC6	奥迪 A3、大众高尔夫
5	奥迪 A3、大众高尔夫	奥迪 A3、大众高尔夫	大众速腾

注：奥迪 A3、大众高尔夫为平台型项目，相关产品可在多个车型上通用。

上述主要车型在各期合计销售量分季度构成情况如下：

单位：万辆

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比
第一季度	15.34	24.84%	18.41	28.69%	15.94	17.10%
第二季度	15.11	24.46%	16.99	26.48%	23.21	24.90%
第三季度	17.03	27.57%	12.07	18.82%	23.99	25.74%
第四季度	14.29	23.13%	16.70	26.02%	30.07	32.26%
合计	61.77	100.00%	64.17	100.00%	93.21	100.00%

公司作为汽车零部件二级供应商，并不直接向整机厂进行销售。公司将产品销售给一级供应商，由一级供应商销售给整机厂再到整车实现最终市场销售，存在一定的时间差异，也受整机厂、汽车销售商等的库存量影响。因此，公司主营业务收入的季度构成并不与主要车型的市场季度销售占比完全一致，但季节性特征上具有匹配性。

从上表可知，2020 年和 2021 年公司主要配套的车型的季度销量分布与公司主营业务收入的季度分布较为匹配，2020 年呈现 1 季度占比最低、4 季度占比最高的特征；2021 年则呈现 3 季度占比最低的特征。其中，2020 年四季度收入占比较高，但主要车型销量的占比相对低于收入占比，主要是因为 2020 年四季度收入占比较高除新冠疫情得到控制，汽车销售迎来反弹外，也与下半年红旗 H9 项目量产，产生的收入较高有关。红旗 H9 单车货值远高于其他车型项目，因此该项目收入较高但对应的整车销量占比相对较低，对整体收入及主要车型销量的季节性特征产生了一定影响。

而 2022 年，公司 4 季度收入占比最高，但主要配套车型的销量则 3 季度占比较高，主要系财政部、税务总局于 5 月发布《关于减征部分乘用车车辆购置税的公告》，对购置日期在 6 月 1 日至 12 月 31 日且符合一定条件的乘用车减半征收购置税。公司主要配套的车型丰田 RAV4 荣放、大众宝来、奥迪 A3、大众高尔夫等均适用该政策，因此 3 季度在政策刺激下终端销量大幅增长，而公司作为二级供应商，从产品供应到整车实现终端销售存在滞后性。此外，2022 年 4 季度公司新配套车型蔚来 ES7/ET5、红旗 HQ9 等规模量产，产生的收入较高，因此 4 季度收入占比也相对较大。

综上，公司主营业务收入的季节分布特征与主要配套车型的市场销量季度分布特征相似，公司的收入季节性分布具有合理性。

二、收入确认的具体方式

对于总成件、冲压件等汽车零部件产品，公司均采用直销模式，直接向客户进行销售，而客户一般采用签收结算和领用结算两种方式与客户进行结算。报告期各期，公司主营业务收入按签收结算和领用结算的收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
签收结算	19,349.47	69.92%	37,032.40	61.65%	41,192.01	61.07%	28,497.79	57.63%
领用结算	8,325.03	30.08%	23,034.65	38.35%	26,253.59	38.93%	20,951.34	42.37%
合计	27,674.50	100.00%	60,067.06	100.00%	67,445.60	100.00%	49,449.13	100.00%

在两种结算方式下，公司总成件、冲压件等汽车零部件产品的收入确认政策如下：

结算方式	收入确认政策	具体确认方式
签收结算	在客户签收、已收取价款或取得收款权利且相关的经济利益很可能流入时确认收入	将产品交付给客户，并取得客户出具的签收单后，根据签收日期确认为当期收入
领用结算	在产品经客户领用，客户向公司出具结算单后、已收取价款或取得收款权利且相关的经济利益很可能流入时确认收入	将产品交付给客户，由客户签收后确认为发出商品，按月获取客户出具的结算单，根据客户领用数量，于领用当期确认收入

公司对于签收模式和领用结算模式下的零部件收入确认方法与天成自控(603085)、上海沿浦(605128)、博俊科技(300926)等同行可比公司一致，且符合《企业会计准则》的规定。

三、寄售模式下的内部控制以及收入确认时点准确性

在领用结算模式下（类似于寄售模式），公司根据客户的要货指令，将产品运输至客户处，由客户签收确认收货。每月 10 号左右，客户会向公司提供对账单，列明上个月签收和领用的产品明细，公司则根据对账单上领用的产品数量 and 对应产品价格在产品被领用的月份确认销售收入。

公司制定了如下内部控制，确保存货数量的真实、准确：

1、公司在 ERP 系统中建立虚拟客户仓，当货物从公司发送至客户处时，由客户签收确认，公司相关人员对发货数量和签收数量进行核对，核对无误后对存货进行调拨出库，由公司仓库调整至客户仓；按月取得客户出具的结算单，根据结算单数量和时间进行销售出库，并相应确认收入；

2、客户一般根据生产需求向公司下达送货指令，故产品签收后往往会在相对较短时间内领用。对于已发货但尚未领用结算的存货，即寄售仓存货，物流部门定期进行库龄分析，并向客户发送客户仓存货数据进行核对，并取得客户的书面确认，确保账实相符；对于签收后长期未与公司结算的产品，公司会及时与客户核对原因，确保客户签收的产品均得到及时的签收结算。

在领用结算模式下，公司将产品发往客户，取得客户签收单后确认为发出商品，按月取得客户出具的结算单，根据客户实际领用数量于领用当期确认收入，收入确认时点准确，不存在跨期情形。

保荐机构和申报会计师对主要客户进行了穿行测试，查看收取确认的准确性，并对主要客户各期交易金额、期末寄售仓存货数量等进行了函证，经核查，不存在领用结算模式下的收入跨期情形。

综上，公司针对领用结算制定了相应的内部控制措施并得到有效执行，领用模式下的收入确认时点准确，不存在跨期确认收入的情形。

（6）请保荐人发表明确意见，请申报会计师对问题（5）发表明确意见。

一、核查程序

针对上述事项，保荐人履行了如下核查程序：

1、查阅了发行人财务报表并与公司高管访谈了解经营业绩变动的原因；通过公开信息取得近年来中国汽车销量数据、发行人主要配套终端车型销量数据等，并与发行人

经营业绩情况进行匹配分析；通过公开信息取得了汽车座椅及骨架市场空间数据，并结合市场竞争情况对发行人可持续经营能力进行分析；

2、取得了发行人报告期内新增量产项目的信息并结合汽车行业景气度、配套终端车型销量情况分析发行人主营业务收入变动原因及驱动因素；取得各车型项目通用零件折算配套整车数量情况，网络检索对应车型终端销量情况，并进行匹配；

3、获取并分析了发行人红旗车型项目的收入、毛利金额及比例数据；通过公开信息查询发行人配套的主要红旗车型市场销量情况；向发行人相关人员了解发行人在配合客户车型迭代、开拓新车型项目方面的举措及能力；

4、获取并查阅了中国汽车市场新能源汽车及自主品牌汽车渗透率情况、发行人同行业上市公司主要终端整车厂客户情况，并于发行人新能源汽车及自主品牌汽车客户情况进行对比分析；通过阅读研究报告及访谈发行人高管了解新能源汽车市场中座椅整车厂的竞争格局变化情况及对发行人的影响；查询发行人主要产品、专利并与发行人相关人员了解发行人在新能源轻量化技术方面的储备情况；获取并查阅发行人新能源及传统燃油车前五大客户集中度信息并进行分析；

5、检索发行人报告期各期主要配套车型的季度销量数据，并与发行人主营业务收入的季度分布对比；获取发行人不同销售方式下的收入确认方式，与同行业公司进行对比，并获取主要客户的合同查看相应条款，分析收入确认的合理性和准确性；向管理层了解领用结算（寄售模式）下的内部控制方式，通过穿行测试、客户函证等方式验证领用结算模式下内部控制的有效性，收入确认时点的准确性以及是否存在跨期确认收入的情形。

针对上述事项，申报会计师履行了如下核查程序：

1、检索公司报告期各期主要配套车型的季度销量数据，并与公司主营业务收入的季度分布对比；

2、了解公司不同销售方式下的收入确认方法，与同行业公司进行对比，并获取主要客户的合同查看相应条款，分析收入确认的合理性和准确性；

3、了解并测试公司领用结算（寄售模式）下的内部控制；

4、向领用结算的客户函证确认双方结算模式、当期交易额、应收余额以及发出商

品情况。

二、核查意见

经核查，保荐人认为：

1、2019 年至 2021 年发行人经营业绩整体呈上涨趋势，主要系发行人不断进行产品升级及车型项目升级，汽车座椅骨架总成产品及新能源车型产品收入不断提升，2022 年发行人经营业绩同比略有下滑主要受到疫情管控、原材料价格上涨等因素不利影响。发行人近年业绩变动与行业特征、汽车景气度变化趋势整体相符；2022 年下半年以来汽车行业景气度回暖，发行人市场空间较大、持续经营能力不存在重大不确定性。

2、近年中国汽车产量整体较为稳定，略有上升，其中国内新能源汽车产量增长快速。在中国汽车市场稳定且呈现结构性变化的趋势下，发行人近年来以传统合资品牌车型汽车座椅冲压件收入为基础，抓住自主品牌及新能源汽车发展的契机，重点产品不断向骨架总成产品升级，积极开拓新能源车型及自主品牌车型汽车座椅总成件项目，推动了业绩增长；发行人主要配套车型项目收入与配套车型市场销量整体匹配，其中，部分车型存在公司配套车型项目收入除以市场终端销量的比例数据变动较大的情形，主要系整车厂存在消化整车库存、增加了 B 点供应商、车型配置结构变化等原因导致，具有合理性。

3、报告期内，发行人来自红旗车型项目收入占比最高未超过 30%，红旗项目毛利占比最高未超过 20%，收入及毛利占比整体不高，且发行人已形成多元化的车型项目收入，对一汽红旗车型项目并未形成较大依赖；发行人具备配合客户车型迭代及获取新项目车型能力，报告期内主要车型不存在因终端客户车型升级换代而丧失新车型订单的情形；近年国内乘用车座椅骨架市场规模约为 140 亿元至 210 亿元，在汽车行业燃油车和新能源的结构性调整过程中，过去固化的产业分工关系有望打破，发行人抓住新能源汽车市场份额提升机会，未来发展机会较大；发行人业绩增长不存在重大不确定性。

4、发行人新能源汽车收入占比、自主品牌汽车收入占比与新能源汽车、自主品牌汽车渗透率整体匹配，其中 2021 年以来发行人新能源汽车收入占比低于新能源汽车整体渗透率系公司尚未有来自比亚迪、特斯拉、上汽通用五菱等新能源汽车销量较大的企业配套汽车收入，发行人在新能源汽车座椅骨架市场领域仍有较大开拓空间；从公开披露信息来看，发行人新能源及自主品牌汽车收入占比并未落后于同行业上市公司竞争对

手；在汽车座椅领域，自主新能源汽车渗透率提升将使得本土座椅骨架供应商有更多与整车厂直接合作机会，不利于原汽车座椅一级零部件供应商（汽车整椅厂商），但有利于发行人等本土独立座椅骨架厂商；发行人已在新能源汽车轻量化领域形成多项产品及专利，并与蔚来汽车、理想汽车、**比亚迪**等新能源汽车整车厂形成直接合作，在新能源汽车轻量化上具有充足的技术储备；发行人在车型更迭较快背景下公司具备产品持续迭代能力、抗风险能力。

5、发行人主要配套的车型季度销量与发行人季度收入分布特征相似，发行人主营业务收入的季节性分布具有合理性；发行人不同结算模式下的收入确认方式合理，与同行业公司基本一致，符合《企业会计准则》的规定；发行人针对领用结算模式（寄售模式）制定了相应的内部控制措施，收入确认时点准确，不存在跨期确认收入的情形。

经核查，申报会计师认为：

1、公司主要配套的车型季度销量与公司季度收入分布特征相似，公司主营业务收入的季节性分布具有合理性；公司不同结算模式下的收入确认方式合理，与同行业公司基本一致，符合《企业会计准则》的规定；公司针对领用结算模式（寄售模式）制定了相应的内部控制措施，收入确认时点准确，不存在跨期确认收入的情形。

2.关于主要客户

申请文件及问询回复显示：

（1）汽车冲压零部件具有定制化特征，公司首先需要经过客户认证进入客户合格供应商名录，随后才有资格参与客户项目报价获取订单。公司主要为客户配套的汽车零部件具有定制化属性，客户就某车型项目确定公司为部分零部件供应商后，一般会与公司就该项目签署定点协议，约定该车型项目生命周期内部分零部件由公司提供。

（2）根据公开数据，2020 年延锋安道拓占据中国汽车座椅市场 30%的份额，中国李尔与佛吉亚市场份额合计为 40%，下游客户行业集中度高导致公司前五大客户收入占比较高。

（3）2019 年至 2022 年 1-6 月，公司向前五大客户销售收入占当期营业收入的比例分别为 88.16%、87.95%、86.20%和 80.80%，公司客户集中度较高。其中，2021 年对一汽富维安道拓金属、一汽富维、重庆安道拓销售占比分别为 30.54%、28.43%、16.18%。

（4）2019 年-2021 年，发行人部分客户销售金额变动较大，如对英提尔交运销售金额持续下行，对一汽富维、延锋座椅（重庆安道拓）销售金额大幅增长，未详细说明原因。

请发行人：

（1）结合行业特点、与主要客户合作历史（进入合格供应商体系的时间、历史上是否存在中断合作、或流失重要客户的情形）、对客户的供货比重等进一步说明发行人与客户合作的稳定性。

（2）说明在中国李尔、佛吉亚占据中国汽车座椅较大市场份额背景下，未进入发行人主要客户的原因，发行人客户集中度是否符合行业特征，是否具备进一步开拓市场或客户的能力。

（3）说明一汽富维安道拓金属、一汽富维、重庆安道拓等客户开拓过程、项目定点及订单获取是否独立，发行人对一汽系、安道拓系客户是否存在重大依赖，如存在，请结合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问答 7 进一步论证是否构成重大不利影响，发行人是否具备独立面向市场获取业务的能力。

（4）区分直接客户（如前五大客户及中国李尔、佛吉亚）和终端主机车厂，列表说

明对应的销售金额、占比，如存在较大变动请分析原因；结合报告期各期量产、定点项目数量，与主要客户新增量产、定点项目数量及在研项目情况等，说明发行人是否持续配合客户进行车型迭代，合作是否存在重大不利变化。

请保荐人发表明确意见，申报会计师对问题（4）发表明确意见。

回复：

（1）结合行业特点、与主要客户合作历史（进入合格供应商体系的时间、历史上是否存在中断合作、或流失重要客户的情形）、对客户的供货比重等进一步说明发行人与客户合作的稳定性。

一、汽车座椅零部件行业特点

我国汽车座椅零部件行业已经形成了层级化的专业分工，构建了以整车厂为核心，一级供应商直接向整车厂供应座椅总成系统，二级供应商提供座椅骨架、头枕、面套等零部件，三级供应商负责二级供应商部分零部件或者部分工序加工的金字塔结构。汽车座椅零部件供应商在批量生产供货前首先需要经过客户严格的供应商评审，其次还需履行严格的产品质量先期策划（APQP）和批量生产（PPAP），并经过较长时间的产品装机试验考核。双方配套关系一旦确定，客户一般会与供应商就具体项目签署定点协议，约定该项目生命周期内的部分零件由指定供应商提供，供需双方形成粘性较强的合作关系，只要未出现重大质量问题的特殊情况，客户通常不会更换定点供应商。

二、公司与主要客户的合作情况及对客户的供货比重

报告期内，公司前五大汽车零部件客户包括一汽富维安道拓金属、一汽富维、重庆安道拓、延锋座椅、英提尔交运、佛吉亚和一汽富晟李尔，公司与上述客户合作情况如下：

客户简称	销售内容	开始合作时间	是否曾中断合作	当前合作情况	对客户的供货比重
一汽富维安道拓金属	总成件、冲压件等	2008 年	否	保持合作	报告期内公司在其同类产品供应商体系中排名前三，同类产品供货比重约 20% 至 30%
一汽富维（600742）	总成件、冲压件等	2001 年	否	保持合作	报告期内公司在其同类产品供应商体系中排名前三，同类产品供货比重约 5% 至 30%
重庆安道拓/延锋座椅	总成件、冲压件等	2006 年	否	保持合作	报告期内公司在其同类产品供应商体系中排名前三，同类产品供货比重约 10% 至 30%

客户简称	销售内容	开始合作时间	是否曾中断合作	当前合作情况	对客户的供货比重
英提尔交运	总成件、冲压件等	2007 年	否	保持合作	报告期内公司在其同类产品供应商体系中排名前三，同类产品供货比重约 10% 至 20%
佛吉亚	总成件、冲压件等	2010 年	否	保持合作	报告期内公司在其同类产品供应商体系中排名 第五至第二十 ，同类产品供货比重约 3%至 10%
一汽富晟李尔	总成件	2016 年	否	保持合作	2022 年公司在其同类产品供应商体系中排名前三，同类产品供货比重约 20% 至 30%

注 1：同一控制下客户主体销售金额已合并统计，其中一汽富维（SH.600742）主要包括长春富维安道拓饰件及其分子公司、长春一汽富维东阳汽车塑料零部件有限公司及其分子公司；一汽富维安道拓金属包括一汽富维安道拓金属及其分子公司；一汽富维安道拓金属系一汽富维（600742）与安道拓的合营企业（各持股 50%）；

注 2：重庆安道拓在 2020 年及之前系延锋座椅控股子公司，延锋座椅系延锋汽车饰件系统有限公司控股企业，2021 年延锋座椅将重庆安道拓股权转让给安道拓全资子公司，重庆安道拓实际控制人变更为安道拓亚洲控股有限公司。2020 年，公司主要与延锋座椅旗下的重庆安道拓及其子公司交易，2021 年起，延锋座椅将重庆安道拓股权转让给安道拓全资子公司后，公司前五大客户变更为重庆安道拓，因此上表将重庆安道拓与延锋座椅合并列示。

如上表所示，公司与富维安道拓系企业合作已经超过 20 年，与重庆安道拓（由延锋安座椅分拆）、上海英提尔、佛吉亚等知名汽车零部件厂商合作均超过 10 年，已进入上述客户核心供应商名单，与其形成了较为稳定的长期合作关系，历史上不存在中断合作或流失的情形。公司凭借高水准的模具设计开发能力、产品协同开发能力、先进的冲压工艺技术、全流程的质量管理体系及产业集群优势，在上述主要客户的同类产品供应商体系中排名靠前、供货占比稳定、供货地位较高，与之建立了良好、可持续的合作关系。

三、公司与客户合作的稳定性

发行人与主要客户具有稳定的合作关系，主要原因为较高的供应商认证壁垒和过硬的专业配套实力，具体如下：

（一）供应商认证壁垒较高

整车厂及跨国汽车零部件企业自身实行严格的供应商评审体系，评审内容涵盖供应商生产组织能力、质量控制能力、企业管理能力等；在产品进入批量生产前，供应商需履行严格的产品质量先期策划（APQP）和批量生产（PPAP），并经过较长时间的产品装机试验考核，产品经认可后方能进行批量生产供货，认证过程复杂，且周期较长，从开始认证到大批量供货周期一般为一至两年。此外，汽车行业对产品质量和安全性能有较高要求，实行严格的质量认证体系，汽车零部件供应商只有通过第三方认证的质量管

理体系,才能进入整车厂商的供应商名单。一旦双方配套关系确定,双方合作粘性较强,除非出现重大质量问题,一般不会轻易更换。

公司主要客户为全球知名汽车零部件企业在国内设立的合资企业及独资企业或大型国企汽车集团参股或控股企业,公司与主要客户合作多年,已进入其核心供应商名单,且合作车型项目较多。其他供应商进入客户体系需面对严格的认证体系和复杂的供应商评审流程,有较高的合格供应商认证门槛,故公司与已有客户合作的较为稳定。

(二) 专业配套实力过硬

汽车零部件行业专业性要求较高,优秀的汽车零部件企业需要在金属材料、模具开发、工装设计、生产制造、产品检测等方面拥有成熟的技术储备,并具备持续提升技术水平和工艺水平的能力。整车厂在选择供应商时,技术实力、供货时效、生产成本、产品质量都是重要的考虑因素。

公司经过二十余年的发展,已在汽车配套产业链中积累了丰富的行业运作经验,凭借高水准的模具设计开发能力、产品协同开发能力、先进的冲压工艺技术、全流程的质量管理体系及产业集群优势,与主要客户之间建立了良好的合作关系。其他供应商进入客户体系需不断投入大量资金提升技术实力,还需长时间的人才积累、研发积淀及合作磨合,故公司与已有客户合作的较为稳定。

(2) 说明在中国李尔、佛吉亚占据中国汽车座椅较大市场份额背景下,未进入发行人主要客户的原因,发行人客户集中度是否符合行业特征,是否具备进一步开拓市场或客户的能力。

一、报告期公司对李尔、佛吉亚的销售情况

报告期各期,公司对一汽富晟李尔、佛吉亚的销售收入及占比情况如下:

单位:万元

客户简称	2023 年 1-6 月		2022 年		2021 年		2020 年	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
佛吉亚	1,374.74	4.64%	2,523.21	3.88%	2,307.11	3.16%	2,046.79	3.83%
一汽富晟李尔	906.33	3.06%	3,570.34	5.49%	0.60	0.00%	0.48	0.00%

公司与佛吉亚自 2010 年开始合作,报告期内销售收入分别为 2,046.79 万元、2,307.11 万元、2,523.21 万元和 1,374.74 万元,2020 年至 2022 年均为公司第六大客户,2023

年上半年为公司第五大客户；公司与一汽富晟李尔自 2016 年开始合作，2020 年至 2021 年尚未形成规模化销售，2022 年为公司红旗 HQ9 车型项目的直接客户，因项目实现量产，成为公司第五大客户，2023 年上半年因红旗 HQ9 车型受终端市场销量下降以及渠道端去库存的影响，销售有所下滑，为公司第八大客户。

公司与佛吉亚合作稳定，与一汽富晟李尔合作逐步推进，其中，佛吉亚报告期内均为公司第六大客户、一汽富晟李尔在 2022 年已经为公司第五大客户，为公司的主要客户之一。汽车座椅市场经过几十年积累，形成了较为稳定的供应体系，在汽车座椅骨架及零部件领域，各企业形成了较为稳定的客户群体且各有优势和侧重的客户体系，上海沿浦优势客户为李尔系合资厂商，无锡雄伟精工科技有限公司优势客户为延锋饰件、佛吉亚及博泽等，公司优势客户为安道拓系、英提尔系等，具体情况如下：

公司名称	主要产品	主要客户
上海沿浦	座椅骨架总成、冲压件、模具、注塑件等	东风李尔系、泰极爱思系、李尔系、延锋系等
博俊科技	冲压类产品、商品模产品、注塑类产品等	蒂森克虏伯集团、伟巴斯特集团、科德集团等
雄伟精工	座椅骨架及调节结构、安全带扣、安全气囊、门铰链等	延锋饰件、佛吉亚、博泽、高田、麦格纳、奥托立夫等
雅虎股份	主要产品包括座椅骨架总成及分总成、冲压件、模具、紧固件等	客户包括一汽富维安道拓金属、一汽富维、重庆安道拓、佛吉亚、英提尔、威马汽车等

汽车座椅市场当前形成较为稳定的供应格局主要是历史发展与地理位置原因导致的。整车厂发展早期地域划分明显（六大分布格局，见下表），出于响应速度、产品经济性与合作紧密度考虑，配套的一二级供应商通常需要与整车厂就近建厂，并相应扩建产能，通过更好地满足整车厂对物流及同步研发的要求，扩大自身市场份额、增强盈利能力；其次，一级供应商在选择供应商时，技术实力、供货时效、生产成本、产品质量都是重要的考虑因素，二级供应商需经全面评审后才能进入一级供应商供应体系，双方合作粘性较强，除非出现重大质量问题，因此一级供应商一般不轻易更换其原有供应商。

地区	主要整车厂
长三角地区	以上汽为首，还包括特斯拉、理想汽车、蔚来汽车等重要新能源车企
珠三角地区	以广汽为首，还包括比亚迪等
东三省地区	以一汽为首，还包括华晨宝马等，是中国汽车工业开始的地方
鄂中地区	以东风汽车为首
京津冀地区	以北汽为首，还包括一汽、长城等
川渝地区	以长安汽车为首

公司目前已进入安道拓系重要供应商名单且排名靠前，未来将继续扩大与李尔系等的合作，通过与整车厂直接签订项目定点协议扩大业务量，目前已有红旗 C801 与红旗 E202 两个项目通过一汽红旗定点李尔。同时，公司还计划通过整椅全套方案设计能力，继续获得李尔及其他一级供应商的订单。

二、公司客户集中度符合行业特征

汽车座椅一级供应市场集中度较高一定程度上导致了上游汽车座椅零部件二级供应商的客户集中度较高。报告期各期，公司向前五大客户销售收入占当期营业收入的比例分别为 87.95%、86.20%、81.98%和 **76.58%**，客户集中度高符合行业特性，具有行业普遍性。公司可比上市公司前五大客户收入占营业收入比例情况如下：

公司名称	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
上海沿浦	77.58%	71.19%	70.75%	72.96%
博俊科技	68.37%	54.37%	53.05%	53.87%
天成自控	-	54.43%	52.99%	57.08%
雅虎股份	76.58%	81.98%	86.20%	87.95%

注：数据来源于上市公司招股说明书及年度报告，天成自控 2023 年半年度报告未披露前五大客户收入占比情况。

如上表所示，同行业可比上市公司前五大客户集中度均在 50%以上，集中度均较高。其中，上海沿浦产品类型及客户类型与公司最为接近，报告期各期其前五大客户收入占比分别为 72.96%、70.75%、71.19%和 **77.58%**，与公司最为接近。博俊科技冲压件产品应用于汽车天窗、座椅、动力系统、转向系统等多个部位，下游零部件产品相对较为分散，对应的客户数量较多；天成自控除汽车座椅外还生产航空座椅，且汽车座椅直接客户为整车厂，下游领域广阔且客户相对分散，故博俊科技、天成自控前五大客户收入占比低于公司。综上，公司客户集中度较高符合行业特征。

三、公司具备进一步开拓市场或客户的能力

在未来，公司将通过产品升级和车型项目升级开拓新市场，通过与整车厂形成直接合作开拓新客户，具体如下：

为开拓新市场，公司基于现长期稳定合作的安道拓系、英提尔系及佛吉亚系等整椅厂客户，顺应市场趋势不断进行产品升级和车型项目升级。在产品方面，公司主导产品由冲压件产品升级为骨架总成产品，单车最高货值也从 2019 年的百元级别提升至 2022 年的千元级别，具体单车货值分部情况详见本回复报告“1.关于业绩变动及持续经营能

力”第（1）问之“一、发行人经营业绩变动原因、2022年1-6月同比变化情况、大幅下滑的原因，上述情况符合行业特征、汽车景气度变化趋势”的相关回复。在车型项目方面，公司近年来以一汽大众、上汽大众及一汽丰田等传统合资品牌车型项目为基础，不断开拓一汽红旗、蔚来汽车、吉利、领克、理想汽车、**哪吒汽车**等自主及新能源品牌车型项目，该等新项目陆续量产成为公司报告期内营业收入增长的主要动力。**截至2023年6月末**，已确定合作关系的在研车型项目还包括红旗E001、红旗E202、蔚来阿尔卑斯、理想X04、**合众EP32**等。公司顺应行业发展趋势积极布局新能源汽车和自主品牌汽车市场业务，具备进一步开拓市场或客户的能力。

为开拓新客户，面对相对成熟的汽车座椅骨架及零部件供应格局，公司陆续与一汽红旗、蔚来汽车、理想汽车等整车厂开展直接合作，整车厂直接确定公司作为其某款车型的座椅骨架直接供应商，公司参与座椅骨架协同开发，与整车厂形成较为深入的合作关系。以一汽红旗为例，公司早期为一汽红旗的二级供应商，通过合资及外资汽车整椅厂（一级供应商）为一汽红旗提供汽车座椅骨架及冲压件产品，公司通过一级供应商处获得定点项目，且产品价格与一级供应商确定；2021年一汽红旗基于产品成本、服务效率等多因素考虑，计划在其历史配套供应商中开发国内自主品牌汽车座椅骨架产品供应商，公司通过一级供应商为其配套多年，技术优势及配套经验得到一汽红旗的认可，2022年公司经一汽红旗评审进入其合格供应商名录，公司直接从一汽红旗处获得座椅骨架项目定点，并与整车厂直接进行技术交流与合作研发，产品价格与一汽红旗确定。**截至2023年6月末**，已有红旗E001、E202、C801和E702四个项目与一汽红旗整车厂直接签订项目定点协议，其中C801与E202两个项目通过一汽红旗定点李尔，进一步切入李尔供应商体系。未来，公司还计划通过整椅全套方案设计能力，继续获得李尔系及其他客户的订单。公司同时具备向汽车座椅整椅厂和汽车整车厂获取新项目订单的能力。

综上，公司基于丰富的行业经验、高水准的开发能力及全流程的智能化生产工艺，积极布局新能源汽车和自主品牌汽车市场、积极推动整车厂定点合作，公司具备进一步开拓市场或客户的能力。

(3) 说明一汽富维安道拓金属、一汽富维、重庆安道拓等客户开拓过程、项目定点及订单获取是否独立，发行人对一汽系、安道拓系客户是否存在重大依赖，如存在，请结合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问答 7 进一步论证是否构成重大不利影响，发行人是否具备独立面向市场获取业务的能力。

一、公司通过市场化方式开拓客户，项目定点及订单获取独立

报告期内，公司主要客户为一汽富维安道拓金属、一汽富维、重庆安道拓等汽车零部件一级供应商，最终配套于一汽大众、一汽红旗、沃尔沃、蔚来等整车厂。公司对上述主要客户的开拓过程及项目定点过程如下：

客户简称	客户开拓时间	客户开拓过程	项目定点过程
一汽富维 (600742)	2001 年	公司成立之初便从事汽车零部件业务，彼时国内民营汽车座椅冲压件企业较少，一汽富维以采购价格较高的外资企业或进口零部件为主，公司通过商务接洽，在保证质量情况下，凭借低成本及价格优势切入客户供应商体系，进入体系后与客户进行持续合作至今	合作初期公司通过送样方式取得客户认可，经评审进入客户供应商体系后，客户向公司发包，公司通过技术方案和报价竞争获取项目
一汽富维安道拓金属	2008 年	一汽富维安道拓金属成立于 2007 年，系一汽富维与安道拓的合营企业，成立之初在遴选供应商时，基于公司与其股东一汽富维有多年的成功合作经验，公司的供货能力得到其信赖，公司与一汽富维安道拓金属商务接洽后成功通过其验厂评审，从而进入其供应商体系	经评审进入客户供应商体系后，客户向公司发包，公司通过技术方案和报价竞争获取项目
重庆安道拓 (由延锋座椅分拆)	2006 年	延锋座椅（原延锋安道拓座椅有限公司）成立后寻找本地优秀供应商，公司彼时已为一汽富维配套汽车座椅骨架冲压件产品数年，并通过当时客户接触到延锋座椅需求信息，基于成功的配套经验及业内口碑，经过评审后进入其供应商体系	经评审进入客户供应商体系后，客户向公司发包，公司通过技术方案和报价竞争获取项目

在与上述客户合作的基础上，公司基于在汽车座椅零部件领域具有 20 余年经验积累，以及优秀的产品质量、供货能力及服务能力，持续开拓新客户及老客户的新项目。

对于新客户，公司通过客户同行推荐、业务人员商业拓展等多种方式获得客户需求信息，并经客户对公司生产组织能力、质量控制能力、企业管理能力等多方面能力进行评审后进入客户合格供应商名单，在客户发布新车型项目需求时，公司与客户进行技术对接、项目评估及产品报价，并最终确定项目合作关系。

对于现有客户的新车型项目，客户往往会选择其供应商体系内稳定的供应商进行合作，客户承接新车型项目后，会向供应商发送新车型项目技术要求及产品需求资料，公司与客户就新项目进行技术对接、项目评估及预估成本后，通过产品技术方案竞争和报

价竞争等方式获得项目定点。项目定点后，公司按照客户车型的开发周期进行相应的产品开发，产品进入批量生产和交付状态后，客户根据其实际生产需求向公司下达订单，公司按照订单组织生产、发货。

综上，公司在汽车座椅零部件行业具有丰富的经验积累和较强技术优势，主要通过市场化的方式开拓新客户，获取项目定点及订单过程独立。

二、公司对主要客户不存在重大依赖

前五大或前十大客户较为集中符合行业特点，公司对主要客户不存在重大依赖。从收入占比来看，公司对单一客户的销售比例不高，如在一汽富维安道拓金属的销售比例已经降至 30%左右，对一汽富维、延锋座椅的销售比例基本在 20%以下，不属于对客户的重大依赖。报告期内，一汽富维安道拓金属、一汽富维、重庆安道拓的收入及占比情况如下：

单位：万元

客户简称	2023 年 1-6 月		2022 年		2021 年		2020 年	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
一汽富维安道拓金属	8,080.29	27.29%	19,027.17	29.26%	22,309.39	30.54%	21,145.26	39.61%
一汽富维	7,455.37	25.18%	11,006.66	16.93%	20,768.64	28.43%	10,218.34	19.14%
重庆安道拓/延锋座椅	3,866.54	13.06%	12,867.06	19.79%	11,820.00	16.18%	6,527.67	12.23%

参照一汽富维安道拓金属股权结构，其由一汽富维与安道拓双方各持股 50%，无实际控制人。根据一汽富维（600742）2021 年年度报告公开披露，一汽富维实际控制人系吉林省国资委，一汽富维安道拓金属未纳入其合并范围，以其合营企业列示。因此，虽然一汽富维安道拓金属与一汽富维可被归属于一汽系，但是二者相互独立、不存在同控关系、不应合并披露。同理，重庆安道拓实际控制人系安道拓亚洲控股有限公司，虽然一汽富维安道拓金属与重庆安道拓可被归属于安道拓系，但是二者分属不同企业控制，各自经营决策独立，各自属于独立客户。

从合作稳定性来看，公司与主要客户合作较为稳定，不会对公司生产经营产生重大不利影响。同时，公司积极布局新能源汽车及自主品牌汽车，不断加深与整车厂直接合作。目前已有红旗 C801、红旗 E202、红旗 E001、理想 X04、蔚来阿尔卑斯、理想 W02、比亚迪王朝系列、腾势 N7 等项目直接与整车厂签订项目定点协议，未来公司将继续开拓市场与客户，进一步降低对单一客户的销售比例。

综上，公司对单一客户不存在重大依赖，对公司未来业务没有重大不利影响。

(4) 区分直接客户（如前五大客户及中国李尔、佛吉亚）和终端主机车厂，列表说明对应的销售金额、占比，如存在较大变动请分析原因；结合报告期各期量产、定点项目数量，与主要客户新增量产、定点项目数量及在研项目情况等，说明发行人是否持续配合客户进行车型迭代，合作是否存在重大不利变化。

一、区分直接客户（如前五大客户及中国李尔、佛吉亚）和终端主机车厂，列表说明对应的销售金额、占比，如存在较大变动请分析原因

报告期内，公司直接客户区分终端主机厂的销售金额及占营业收入比重情况如下：

单位：万元

直接客户	主要终端主机厂	2023 年 1-6 月		2022 年		2021 年		2020 年	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
一汽富维安道拓金属	一汽大众	5,044.41	17.04%	11,420.39	17.56%	12,013.99	16.45%	13,202.31	24.73%
	一汽丰田	1,365.09	4.61%	3,807.16	5.85%	4,447.63	6.09%	3,441.91	6.45%
	一汽红旗	627.84	2.12%	1,256.88	1.93%	1,208.95	1.66%	1,435.01	2.69%
	其他车企	451.78	1.53%	946.90	1.46%	1,053.17	1.44%	984.72	1.84%
	小计	7,489.12	25.29%	17,431.32	26.81%	18,723.73	25.63%	19,063.94	35.71%
一汽富维（600742）	一汽红旗	4,955.30	16.74%	6,527.37	10.04%	15,874.59	21.73%	4,506.23	8.44%
	一汽大众	798.05	2.70%	1,505.79	2.32%	1,743.38	2.39%	2,236.04	4.19%
	一汽丰田	230.40	0.78%	903.21	1.39%	210.98	0.29%	1.03	0.00%
	其他车企	871.63	2.94%	1,764.32	2.71%	2,120.60	2.90%	2,312.65	4.33%
	小计	6,855.37	23.15%	10,700.69	16.46%	19,949.55	27.31%	9,055.95	16.97%
重庆安道拓/延锋座椅	蔚来汽车	1,070.21	3.61%	3,399.38	5.23%	2,846.38	3.90%	1,358.98	2.55%
	沃尔沃亚太	1,645.90	5.56%	3,465.35	5.33%	3,107.12	4.25%	2,075.50	3.89%
	领克	915.84	3.09%	2,082.76	3.20%	2,241.67	3.07%	1,182.04	2.21%
	其他车企	170.46	0.58%	1,336.52	2.06%	3,300.77	4.52%	1,709.74	3.20%
	小计	3,802.41	12.84%	10,284.01	15.81%	11,495.94	15.74%	6,326.26	11.85%
英提尔交运	一汽大众	532.36	1.80%	2,292.73	3.53%	1,957.27	2.68%	2,782.96	5.21%
	上汽大众	505.42	1.71%	1,980.91	3.05%	1,896.28	2.60%	2,452.29	4.59%
	福建奔驰	145.73	0.49%	668.70	1.03%	484.73	0.66%	523.75	0.98%
	其他车企	714.82	2.41%	1,505.18	2.31%	640.31	0.88%	488.09	0.91%
	小计	1,898.33	6.41%	6,447.52	9.91%	4,978.59	6.82%	6,247.10	11.70%
佛吉亚	一汽大众	372.02	1.26%	972.81	1.50%	1,140.27	1.56%	1,383.47	2.59%

直接客户	主要终端主机厂	2023 年 1-6 月		2022 年		2021 年		2020 年	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
	理想汽车	87.48	0.30%	686.97	1.06%	635.35	0.87%	250.13	0.47%
	上汽大众	0.00	0.00%	153.94	0.24%	143.86	0.20%	219.38	0.41%
	其他车企	646.18	2.18%	709.50	1.09%	244.05	0.33%	134.11	0.25%
	小计	1,105.68	3.73%	2,523.22	3.88%	2,163.54	2.96%	1,987.09	3.72%
一汽富晟李尔	一汽红旗	286.33	0.97%	2,072.80	3.19%	-	-	-	-
	其他车企	-	-	-	-	0.60	0.00%	0.48	0.00%
	小计	286.33	0.97%	2,072.80	3.19%	0.60	0.00%	0.48	0.00%

注 1：上表销售金额为汽车零部件收入，不包含模具及其他业务收入。

注 2：一汽大众包含一汽大众与一汽奥迪品牌。

报告期内，公司对一汽富维安道拓金属的销售收入呈现先下降后稳定的特点，主要系公司通过一汽富维安道拓金属为一汽大众配套的大众宝来、大众速腾等原有车型销量出现下降，且一汽大众近年来推出的全新车型数量较少，公司配套于一汽大众的产品收入出现一定下降。

2021 年，公司对一汽富维的销售收入大幅提升，主要系公司抓住新能源汽车及自主品牌汽车占比提高的结构化机遇，通过一汽富维为红旗 H9、E-HS9 等车型项目配套座椅骨架产品，随着上述项目在 2020 年量产，配套的收入在 2021 年出现上升。2022 年受长春疫情及高端车型缺芯影响，公司通过一汽富维配套一汽红旗相关车型项目的销售收入出现下降。

报告期内，公司对重庆安道拓（延锋座椅）的销售收入自 2020 年以来有较大增长，系公司顺应新能源及自主品牌汽车市场份额的提升趋势，通过重庆安道拓（延锋座椅）配套的主要终端整车厂为蔚来汽车、沃尔沃亚太及领克等新能源及自主品牌，随着上述车型项目的量产，公司来自重庆安道拓的收入出现增长。

公司通过英提尔交运为大众 POLO、大众朗逸、大众高尔夫等车型项目配套座椅零部件产品，受近年来整车市场变化影响，市场传统燃油车终端销量逐步减少，报告期内公司对英提尔交运的收入逐年下滑。

报告期内，公司向主要终端主机厂的销售金额及占营业收入比重情况如下：

单位：万元

主要终端主机厂	2023 年 1-6 月		2022 年		2021 年		2020 年	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
一汽大众	6,894.28	23.28%	16,567.72	25.48%	17,194.65	23.54%	20,052.94	37.57%
一汽红旗	5,896.26	19.91%	9,893.10	15.21%	17,316.45	23.71%	6,016.83	11.27%
一汽丰田	1,595.49	5.39%	4,711.05	7.24%	4,715.23	6.46%	3,445.36	6.45%
蔚来汽车	1,077.31	3.64%	3,813.95	5.87%	3,125.19	4.28%	1,549.76	2.90%
沃尔沃亚太	1,647.42	5.56%	3,454.25	5.31%	3,130.31	4.29%	2,089.74	3.91%
上汽大众	998.67	3.37%	3,277.73	5.04%	3,123.21	4.28%	3,874.08	7.26%
其他车企	6,082.41	20.54%	12,486.35	19.20%	14,667.41	20.08%	9,414.95	17.64%
小计	24,191.84	81.71%	54,204.16	83.35%	63,272.45	86.62%	46,443.66	87.01%

注 1：上表销售金额为汽车零部件收入，不包含模具及其他业务收入。

注 2：一汽大众包含一汽大众与一汽奥迪品牌。

报告期内，公司配套一汽大众的销售收入出现下降，主要系一汽大众配套的大众宝来、大众速腾、大众捷达等原有车型销量出现下降，具体车型项目收入与终端市场销量匹配情况详见本回复报告“1.关于业绩变动及持续经营能力”第（2）问之“二、公司主要配套车型项目收入与配套车型销量的匹配情况及未完全匹配的原因分析”的相关回复；同时，公司配套一汽大众主要为冲压件，报告期各期配套一汽大众的冲压件产品收入分别为 13,849.54 万元、12,420.68 万元、12,345.95 万元和 5,050.31 万元，占配套一汽大众收入比重分别为 69.06%、72.24%、74.52%和 73.25%，随着公司逐步将重心转移至总成件产品，一汽大众作为公司冲压件产品最大的配套主机厂，其收入出现一定下降。

报告期内，公司配套一汽红旗的销售收入出现较大波动，主要原因系配套的红旗 H9 车型市场终端销量波动。公司红旗 H9 项目于 2020 年下半年投产，该车型 2021 年终端销量由 2020 年的 1.35 万辆增至 4.03 万辆，因此 2021 年配套收入由 4,305.52 万元大幅增加至 13,382.07 万元；2022 年一汽红旗受长春疫情管控、缺芯及市场需求影响，红旗 H9 车型终端销量下滑至 2.13 万辆，导致 2022 年配套红旗 H9 收入大幅下滑至 3,429.90 万元。同时，2022 年汽车市场消费疲软，一汽红旗消化上年度库存车辆，公司配套一汽红旗销售收入进一步降低。

报告期内，公司配套的其他主要终端主机厂收入相对稳定。一汽丰田、蔚来汽车及沃尔沃亚太的收入占比稳步提升，配套上汽大众的收入小幅下滑后回升。

二、结合报告期各期量产、定点项目数量，与主要客户新增量产、定点项目数量及在研项目情况等，说明发行人是否持续配合客户进行车型迭代，合作是否存在重大不利变化

报告期内，公司量产、定点项目数量及主要客户新增量产、新增定点项目数量情况如下：

单位：个

项目		2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
一汽富维安道拓金属	新增量产项目数量	-	1	4	3
	定点项目数量	-	1	-	1
	期末在研车型项目数量	-	-	-	4
一汽富维（600742）	新增量产项目数量	3	3	4	4
	定点项目数量	1	2	5	4
	期末在研车型项目数量	2	4	5	4
重庆安道拓/延锋座椅	新增量产项目数量	2	3	1	8
	定点项目数量	2	5	4	3
	期末在研车型项目数量	4	5	4	1
英提尔交运	新增量产项目数量	2	-	-	2
	定点项目数量	-	2	-	-
	期末在研车型项目数量	-	2	-	-
佛吉亚	新增量产项目数量	1	1	2	-
	定点项目数量	-	-	4	1
	期末在研车型项目数量	2	3	4	2
量产项目总数		126	115	104	93
新增量产项目总数		11	11	12	20
定点项目总数		7	22	16	14
期末在研车型项目总数		21	25	15	12

如上表所示，报告期各期，公司为前五大客户配套的定点项目数量（当年度确定合作关系的项目）、期末在研车型项目数量（已确定合作关系但各期末尚未量产的车型项目）、新增量产项目数量以及上述项目报告期各期总数整体较为稳定，表明公司持续为客户配套新车型项目。报告期各期，随着公司定点项目、期末在研项目及新增量产项目的增加，公司量产项目总数分别达到 93 个、104 个、115 个和 126 个，呈现稳步提升趋势，公司持续配合客户进行车型迭代，合作关系不存在重大不利变化。

公司在配合客户车型迭代的同时也在进行车型及产品升级。2020 年起，公司定点项目逐步向单价较高的座椅骨架总成项目转型，同时抓住新能源汽车与自主品牌汽车市场份额提升的结构性变化机会，定点项目总数稳步增加，报告期各期分别为 14 个、16 个、22 个和 7 个。一汽富维安道拓金属、英提尔交运主要销售内容为冲压件，伴随着 2020 年公司逐步向总成件转型，其新增量产项目数量、定点项目数量及期末在研车型项目数量有所减少。

公司目前在研车型项目以骨架总成为主，报告期各期末在研的车型项目总数分别为 12 个、15 个、25 个和 21 个，具体车型项目迭代情况详见本回复报告“1.关于业绩变动及持续经营能力”第（4）问之“五、公司在车型更迭较快背景下具备产品持续迭代能力、抗风险能力”的相关回复。公司在配合客户进行车型迭代的同时也在进行产品转型升级，单车配套货值不断提升，公司自身竞争力及客户粘性也随之增强。

综上，公司持续配合客户进行车型迭代，双方合作不存在重大不利变化。

（5）请保荐人发表明确意见，申报会计师对问题（4）发表明确意见。

一、核查程序

针对上述事项，保荐人履行了如下核查程序：

- 1、查阅并获取公司客户清单，了解公司进入客户合格供应商体系的时间，对发行人主要客户进行访谈，了解公司与客户合作历史、是否存在中断合作及流失的情况；
- 2、获取公司主要客户调查表，了解公司对主要客户的供货比重信息；
- 3、对公司主要销售人员及管理人员进行访谈，了解一汽富晟李尔及佛吉亚未进入公司主要客户的原因、公司客户集中度较高的原因及公司进一步开拓市场和客户的能力；
- 4、查阅并分析同行业上市公司客户集中度的情况，并对不同公司客户集中度差异进行分析；
- 5、对公司主要客户进行访谈，了解公司获取客户的主要途径及公司获取订单的过程，确认公司获取主要客户的独立性；
- 6、查阅公司车型项目清单，并对公司收入按照直接客户和终端主机厂进行统计分类，分析主要客户分终端主机厂的销售变动情况；

7、查阅并分析公司项目清单，整理并统计公司主要客户项目的时间、在研时间、及量产时间，统计主要客户各期新增量产、新增定点及在研项目情况。

针对上述事项，申报会计师履行了如下核查程序：

1、查阅公司车型项目清单，并对公司收入按照直接客户和终端主机厂进行统计分类，分析主要客户分终端主机厂的销售变动情况；

2、查阅并分析公司项目清单，整理并统计公司主要客户项目的时间、在研时间、及量产时间，统计主要客户各期新增量产、新增定点及在研项目情况。

二、核查意见

经核查，保荐人认为：

1、凭借行业较高的供应商认证壁垒及公司较强的专业配套实力，公司与主要客户已经形成了稳定的合作关系，持续合作超过 10 年。

2、公司与佛吉亚合作稳定，与一汽富晟李尔合作逐步推进，其中，佛吉亚报告期内均为公司前六大客户、一汽富晟李尔在 2022 年上半年已经为公司第五大客户，为公司的主要客户之一。汽车座椅骨架及零部件市场已形成较为稳定的供应体系，竞争企业各有优势和侧重的客户群体，公司客户集中度符合行业特征。公司通过产品升级和车型项目升级开拓新市场，通过与整车厂形成直接合作开拓新客户，具备进一步开拓市场或客户的能力。

3、公司在汽车座椅零部件行业具有丰富的经验积累和较强技术优势，主要通过市场化的方式开拓新客户，获取项目定点及订单过程独立。一汽富维安道拓金属、一汽富维及重庆安道拓分属不同企业控制，各自经营决策独立，属于独立客户，且公司对单一客户的销售比例不高，不属于对一汽系、安道拓系客户的重大依赖。因此，公司对单一客户不存在重大依赖，对公司未来业务没有重大不利影响。

4、报告期内，公司对一汽富维安道拓金属的销售收入先下降后稳定，主要系公司通过一汽富维安道拓金属为一汽大众配套的大众宝来、大众速腾等原有车型销量出现下降，且一汽大众近年来推出的全新车型数量较少，公司配套于一汽大众的产品收入出现一定下降；2021 年，公司对一汽富维的销售收入大幅提升，主要系公司抓住新能源汽车及自主品牌汽车的结构化机遇，快速提升一汽红旗配套比重，红旗 H9、E-HS9 量产

助力公司 2021 年收入提升；报告期内，公司对重庆安道拓（延锋座椅）的销售收入呈增长趋势，主要系配套的蔚来汽车、沃尔沃亚太及领克等新能源及自主品牌车型项目量产；报告期内，公司对英提尔交运的销售收入逐年下滑，主要系整车市场变化，其配套的 POLO、大众朗逸、大众高尔夫等传统燃油车终端销量逐步减少。

5、公司持续配合客户进行车型迭代，且逐步向单价较高的座椅骨架总成项目转型，双方合作不存在重大不利变化。

经核查，申报会计师认为：

1、报告期内，公司对一汽富维安道拓金属的销售收入先下降后稳定，主要系公司通过一汽富维安道拓金属为一汽大众配套的大众宝来、大众速腾等原有车型销量出现下降，且一汽大众近年来推出的全新车型数量较少，公司配套于一汽大众的产品收入出现一定下降； 2021 年，公司对一汽富维的销售收入大幅提升，主要系公司抓住新能源汽车及自主品牌汽车的结构化机遇，快速提升一汽红旗配套比重，红旗 H9、E-HS9 量产助力公司 2021 年收入提升；报告期内，公司对重庆安道拓（延锋座椅）的销售收入呈增长趋势，主要系配套的蔚来汽车、沃尔沃亚太及领克等新能源及自主品牌车型项目量产；报告期内，公司对英提尔交运的销售收入逐年下滑，主要系整车市场变化，其配套的 POLO、大众朗逸、大众高尔夫等传统燃油车终端销量逐步减少。

2、公司持续配合客户进行车型迭代，且逐步向单价较高的座椅骨架总成项目转型，双方合作不存在重大不利变化。

3.关于毛利率

申请文件及问询回复显示：

（1）发行人新车型总成件、冲压件的毛利率整体低于原车型；新车型总成件收入占比先升后降，主要系红旗 H9 项目收入占比较高，而当期受长春疫情管控、缺芯以及市场消费疲软等因素影响，客户需求下降所致。

（2）报告期内，发行人主营业务毛利率分别为 26.93%（含运费）、26.38%、21.79%、19.06%，毛利率持续下行。

（3）总成件毛利率与同行业可比公司的比较情况中，天成自控-乘用车座椅毛利率较低，与发行人存在较大差异。若公司综合考虑冲压件收入成本及冲压产生的废料收入成本，则冲压业务的整体毛利率分别为 29.05%、24.76%、20.00%和 15.19%，仍高于上海沿浦-座椅冲压件、博俊科技-冲压业务业务毛利率。

请发行人：

（1）列表说明报告期各期总成件、冲压件新旧车型对应收入、收入占比及毛利率，分析其收入、毛利率变动的原因；新车型总成件、冲压件的毛利率整体低于原车型的原因及合理性，是否符合行业特征。

（2）简要总结发行人主营业务毛利率下降的原因，并量化分析原材料上涨、产品结构变动对毛利率的影响情况，发行人是否具备向下游客户传导原材料价格上涨压力的能力，毛利率是否存在进一步下滑风险。

（3）说明发行人总成件毛利率整体高于天成自控-乘用车座椅毛利率的原因；考虑废料收入及成本口径后，发行人冲压业务毛利率略高于上海沿浦-座椅冲压件、博俊科技-冲压业务毛利率的原因及合理性，2022 年 1-6 月发行人冲压件毛利率下降幅度大于博俊科技的原因及合理性；发行人单独归集废料成本并确认为其他业务成本是否符合《企业会计准则》，是否属于行业惯例。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

(1) 列表说明报告期各期总成件、冲压件新旧车型对应收入、收入占比及毛利率，分析其收入、毛利率变动的原因；新车型总成件、冲压件的毛利率整体低于原车型的原因及合理性，是否符合行业特征

一、报告期各期新车型和原车型销售收入、收入占比和毛利率及变动情况

整车企业和一、二级零部件供应商的合作通常相对固定，配套关系一旦确定，除非出现重大质量问题，不会轻易更换，因此对于市场已有车型项目，其他供应商较难在车型生命周期中途切入相关供应链，故公司承接的新项目一般主要是整车企业推出的全新车型配套项目以及少量市场已有车型的换代项目。因此，公司以承接项目的量产时间对公司产品配套的新旧车型作出区分，将 2019 年之前量产的项目代表配套旧车型，2019 年以来新承接并量产的项目代表配套新车型。对于 2019 年前已承接的车型项目在 2019 年后由于车型换代而新承接的项目仍作为配套旧车型。

1、总成件收入及毛利率变动情况

报告期内，公司总成件产品对应新车型和原有车型的收入、收入占比及毛利率情况如下：

单位：万元

新旧车型	2023 年 1-6 月			2022 年度		
	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
新车型	8,728.29	67.40%	15.32%	19,863.30	67.43%	14.28%
原车型	4,221.27	32.60%	25.08%	9,595.61	32.57%	26.41%
小计	12,949.57	100.00%	18.50%	29,458.91	100.00%	18.23%

(续)

新旧车型	2021 年度			2020 年度		
	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
新车型	28,542.00	74.41%	16.09%	11,007.18	50.20%	13.78%
原车型	9,815.61	25.59%	22.88%	10,918.57	49.80%	31.54%
小计	38,357.62	100.00%	17.83%	21,925.75	100.00%	22.62%

(1) 收入变动原因

报告期各期，公司总成件收入分别为 21,925.75 万元、38,357.62 万元、29,458.91 万元和 12,949.57 万元，2021 年快速增长主要系 2020 年以来红旗 H9/E-HS9、吉利星

瑞、领克 06 等新车型项目逐步量产，新车型收入占总成件收入的比重快速提高所致。而 2022 年，受长春、上海疫情管控导致生产停滞，以及主要配套车型红旗 H9/E-HS9 受长春疫情管控、消费需求减弱等因素影响出现收入大幅下降，导致公司总成件收入出现了较大幅度的下降。

报告期各期，公司主要新车型项目收入变动情况如下：

单位：万元

序号	车型	2023 年 1-6 月		2022 年		2021 年		2020 年	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
1	红旗 H9、E-HS9	2,469.97	28.30%	4,610.02	23.21%	15,672.87	54.91%	4,454.82	40.47%
2	蔚来 ES6	34.51	0.40%	2,890.72	14.55%	3,105.12	10.88%	1,536.22	13.96%
3	红旗 HQ9	292.70	3.35%	2,084.42	10.49%	-	-	-	-
4	领克 06	898.52	10.29%	2,041.76	10.28%	2,195.26	7.69%	1,155.78	10.50%
5	沃尔沃 S90	634.26	7.27%	1,275.32	6.42%	1,262.54	4.42%	586.74	5.33%
6	吉利星瑞	80.67	0.92%	702.56	3.54%	2,426.17	8.50%	806.92	7.33%
	其他新车型	4,317.66	49.47%	6,258.50	31.51%	3,880.04	13.59%	2,466.70	22.41%
	合计	8,728.29	100.00%	19,863.30	100.00%	28,542.00	100.00%	11,007.18	100.00%

注：公司配套给红旗 H9 和红旗 E-HS9 的部分产品重叠，公司无法区分该部分产品对应的具体车型，故本处以合并口径列示。

2020 年以来红旗 H9/E-HS9、吉利星瑞、领克 06 等新车型项目的陆续量产带动了新车型项目收入的快速增长，是总成件收入 2021 年大幅增长的主要原因。而总成件原车型收入在报告期内持续减少，主要系原车型项目上市时间较久，相应车型终端市场销量有所下降所致。

2022 年，总成件收入的减少主要系红旗 H9/E-HS9 项目收入下降所致。而吉利星瑞项目则由于吉利汽车启动 B 点供应商安排，公司供应份额下降导致收入减少。蔚来 ES6、领克 06、沃尔沃 S90 等项目收入保持相对稳定，当年度红旗 HQ9 量产并实现 2,084.42 万元收入。

2023 年 1-6 月，蔚来 ES6 以及吉利星瑞收入大幅减少，主要是蔚来 ES6 改款后公司未能继续配套，而吉利星瑞则系存在多个供应商，公司配套数量减少。

（2）毛利率变动原因

报告期各期，公司总成件毛利率分别为 22.62%、17.83%、18.23%和 18.50%，其中 2021 年下降了 4.79 个百分点，主要是毛利率较高的原车型收入占比下降而毛利率相对低的新车型收入占比提高产生的结构变动所致；2022 年，总成件毛利率保持稳定，小幅增加了 0.40 个百分点，主要是毛利率较高的原车型收入占比提高所致。2023 年 1-6 月，总成件毛利率保持稳定，小幅增长了 0.27 个百分点，主要是新车型毛利率增长所致。

报告期各期，由于总成件新旧车型收入结构以及毛利率变化对总成件毛利率的影响情况如下：

总成件	2023 年 1-6 月相比于 2022 年 收入结构变动对主营业务毛利率影响		2023 年 1-6 月相比于 2022 年 单类毛利率变动对主营业务影响		合计影响数
	结构变动比例	对毛利率影响数	单类毛利率变动额	对毛利率影响数	
新车型	-0.03%	-0.01%	1.04%	0.70%	0.69%
原车型	0.03%	0.01%	-1.33%	-0.43%	-0.42%
合计		0.00%		0.27%	0.27%

(续)

总成件	2022 年相比于 2021 年 收入结构变动对主营业务毛利率影响		2022 年相比于 2021 年 单类毛利率变动对主营业务影响		合计影响数
	结构变动比例	对毛利率影响数	单类毛利率变动额	对毛利率影响数	
新车型	-6.98%	-1.12%	-1.81%	-1.22%	-2.34%
原车型	6.98%	1.59%	3.53%	1.15%	2.74%
合计		0.47%		-0.07%	0.40%

(续)

总成件	2021 年相比于 2020 年 收入结构变动对主营业务毛利率影响		2021 年相比于 2020 年 单类毛利率变动对主营业务影响		合计影响数
	结构变动比例	对毛利率影响数	单类毛利率变动额	对毛利率影响数	
新车型	24.21%	3.34%	2.31%	1.73%	5.07%
原车型	-24.21%	-7.64%	-8.66%	-2.22%	-9.86%
合计		-4.30%		-0.49%	-4.79%

注：针对某一产品分类而言，结构变动比例=本期销售收入占主营业务收入的比重-上期销售收入占主营业务收入的比重；收入结构变动的影响额=结构变动比例×上期毛利率；毛利率变动额=本期毛利率-上期毛利率；毛利率变动的影响额=毛利率变动额×本期销售收入占主营业务收入的比重。

由上表可知，2021 年总成件毛利率相比上一年度下降了 4.79 个百分点，主要是毛利率较高的原车型收入占比下降而毛利率相对低的新车型收入占比提高产生的结构变动，导致总成件毛利率减少了 4.30 个百分点，而新旧车型单类毛利率的变动则使得总成件毛利率下降了 0.49 个百分点。

2022 年，总成件毛利率相比上年度小幅增长了 0.40 个百分点，主要系毛利率较高的原车型收入占比增加，由于结构变动增加了 0.47 个百分点毛利率，而由于新旧车型自身毛利率的变动则减少了总成件 0.07 个百分点的毛利率。

2023 年 1-6 月，总成件毛利率保持稳定，小幅增长了 0.27 个百分点，主要是新车型毛利率增长所致。

1) 总成件新车型项目毛利率变动原因

报告期内，公司总成件新车型项目毛利率分别为 13.78%、16.09%、14.28%和 15.32%，其中 2021 年毛利率增长主要系红旗 H9/E-HS9 项目毛利率提高所致，而 2022 年则主要由于红旗 H9/E-HS9 项目出现负毛利率而下降。2023 年 1-6 月，随着红旗 H9/E-HS9 项目毛利率转正，总成件新车型项目毛利率整体出现小幅增长。红旗 H9/E-HS9 项目毛利率的变化主要是受产销量规模变动导致的规模效应变化影响，具体情况如下：

报告期各期，公司总成件新车型按照红旗 H9/E-HS9 项目和其他新车型项目区分的收入及毛利率变化情况如下：

单位：万元

序号	新车型项目	2023 年 1-6 月			2022 年		
		收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
1	红旗 H9、E-HS9	2,469.97	28.30%	2.37%	4,610.02	23.21%	-6.13%
2	其他新车型项目	6,258.32	71.70%	20.43%	15,253.28	76.79%	20.45%
合计		8,728.29	100.00%	15.32%	19,863.30	100.00%	14.28%

(续)

序号	新车型项目	2021 年			2020 年		
		收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
1	红旗 H9、E-HS9	15,672.87	54.91%	11.75%	4,454.82	40.47%	7.46%
2	其他新车型项目	12,869.13	45.08%	21.39%	6,552.36	59.53%	18.08%
合计		28,542.00	100.00%	16.09%	11,007.18	100.00%	13.78%

①红旗 H9/E-HS9 项目毛利率变动原因

红旗 H9/E-HS9 项目 2021 年毛利率大幅增长而在 2022 年出现负毛利率主要系受规模效应变化的影响。红旗 H9/E-HS9 项目主要在公司长春工厂生产，2021 年由于生产稳定性的提高以及产销量大幅增长产生的规模效应，毛利率相比于 2020 年小幅增长。而

2022 年受长春疫情管控停产、市场缺芯、终端市场消费疲软等因素的影响，红旗 H9/E-HS9 项目当期仅实现收入 4,610.02 万元，由于产销量的大幅下降，规模效应减弱，导致出现负毛利率。报告期各期，根据因素分析法，红旗 H9/E-HS9 项目毛利率受单位价格和单位料工费的影响情况如下：

单位：元/件

红旗 H9/E-HS9 项目	2023 年 1-6 月			2022 年度		
	金额/数值	变动额	对毛利率变动额影响率	金额/数值	变动额	对毛利率变动额影响率
毛利率	2.37%	8.50%	8.50%	-6.13%	-17.87%	-17.87%
单位产品价格	145.90	7.12	5.18%	138.79	-8.86	-5.63%
单位产品成本	142.44	-4.85	3.32%	147.29	16.98	-12.24%
其中：直接材料	94.94	11.55	-7.92%	83.39	-6.83	4.92%
直接人工	19.59	-11.10	7.61%	30.69	18.05	-13.01%
制造费用	23.41	-5.39	3.69%	28.80	5.66	-4.08%
运费	4.50	0.09	-0.06%	4.41	0.10	-0.07%

(续)

红旗 H9/E-HS9 项目	2021 年度			2020 年度
	金额/数值	变动额	对毛利率变动额影响率	金额/数值
毛利率	11.75%	4.28%	4.28%	7.46%
单位产品价格	147.65	8.67	5.43%	138.98
单位产品成本	130.31	1.70	-1.15%	128.61
其中：直接材料	90.22	-3.62	2.45%	93.84
直接人工	12.64	2.05	-1.39%	10.59
制造费用	23.14	3.31	-2.24%	19.83
运费	4.31	-0.04	0.03%	4.35

2021 年度，由于 E-HS9 项目规模量产，该项目产品单价及单位成本相对更高，其收入占比的提高使得红旗 H9/E-HS9 项目整体单价增长了 8.67 元/件，对毛利率产生了 5.43% 的正面影响。其中 2020 年系红旗 H9 项目量产首年，生产稳定性相对较低，产品合格率存在一个提升过程，导致单位材料成本较高。2021 年，随着生产稳定性和合格率的提升，红旗 H9/E-HS9 项目的单位材料成本并有所下降，而整体产销规模大幅增长产生的规模效应也使得单位人工和单位制造费用仅增加了 2.05 元/件和 3.31 元/件，低于

单价的增长额，因此当年度红旗 H9/E-HS9 项目毛利率提高了 4.28 个百分点。

2022 年，红旗 H9、E-HS9 项目收入规模、产品单价均与 2020 年相近，但毛利率出现负数，主要系随着长春工厂量产项目的增加，人员数量相比于 2020 年均有了大幅增长，2022 年的月均人数为 230 人远高于 2020 年的 70 人，固定资产规模也从 2020 年末的 3,698 万元增加到了 2022 年末的 5,227 万元。因此，在人员和资产规模大幅增加的情况下，固定成本大幅增加，导致 2022 年项目的单位人工成本、单位制造费用均远高于 2020 年度，毛利率出现负数的情形。

2023 年 1-6 月，长春工厂产量有所增加，各项目分摊的制造费用和人工成本减少，红旗 H9、E-HS9 项目毛利率相比于 2022 年增加了 8.5 个百分点。

②其他总成件新车型项目毛利率变动原因

除红旗 H9/E-HS9 项目外，公司其他总成件新车型项目毛利率报告期内保持相对稳定。其中，2021 年由于总成件整体规模的扩大，规模效应增加，毛利率小幅增长，而 2022 年则由于规模效应减弱而小幅下降。报告期各期，根据因素分析法，单位价格和单位料工费对其他总成件新车型项目毛利率的影响情况如下：

单位：元/件

其他总成件新车型项目	2023 年 1-6 月			2022 年度		
	金额/数值	变动额	对毛利率变动额影响率	金额/数值	变动额	对毛利率变动额影响率
毛利率	20.43%	-0.02%	-0.02%	20.45%	-0.94%	-0.94%
单位产品价格	22.32	5.41	19.37%	20.81	-3.82	-14.43%
单位产品成本	17.76	4.33	-19.39%	16.56	-2.81	13.49%
其中：直接材料	12.05	3.66	-16.39%	9.55	-2.06	9.92%
直接人工	1.38	0.10	-0.46%	2.09	0.02	-0.12%
制造费用	3.66	0.47	-2.12%	4.12	-0.77	3.70%
运费	0.67	0.09	-0.42%	0.80	-	-0.01%

(续)

其他总成件新车型项目	2021 年度			2020 年度
	金额/数值	变动额	对毛利率变动额影响率	金额/数值
毛利率	21.39%	3.31%	3.31%	18.08%
单位产品价格	24.63	-1.47	-4.90%	26.10

其他总成件新车型项目	2021 年度			2020 年度
	金额/数值	变动额	对毛利率变动额影响率	金额/数值
单位产品成本	19.36	-2.02	8.21%	21.38
其中：直接材料	11.62	-0.83	3.39%	12.45
直接人工	2.06	0.07	-0.27%	2.00
制造费用	4.89	-1.11	4.51%	6.00
运费	0.80	-0.14	0.58%	0.94

由于项目及产品构成的变动，2021 年产品单位价格下降了 1.47 元/件，而由于总成件新车型产销规模的扩大，以及大规模量产后生产稳定性的提高，单位材料和单位制造费用分别下降了 0.83 元/件和 1.11 元/件。由于单位成本降幅高于单价，故 2021 年毛利率增加了 3.31 个百分点。

2022 年，其他总成件新车型项目由于由于项目及产品构成的变动，单位价格和单位成本均有所下降，但毛利率保持相对稳定，小幅降低了 0.94 个百分点。

2023 年 1-6 月，其他总成件新车型项目毛利率保持稳定。

2) 总成件原车型项目毛利率变动原因

报告期内，公司总成件原车型项目相对稳定，其中 2021 年毛利率下降较多主要受原材料价格上涨，固定资产规模增加但原车型项目规模效应下降导致的单位制造费用上升影响；2022 年则由于产品结构变化，单位产品价格小幅上涨，毛利率小幅增加了 3.53 个百分点。

根据因素分析法，单位价格和单位料工费对总成件原车型毛利率的影响情况如下：

单位：元/件

总成件-原车型	2023 年 1-6 月			2022 年度		
	金额/数值	变动额	对毛利率变动额影响率	金额/数值	变动额	对毛利率变动额影响率
毛利率	25.08%	-1.33%	-1.33%	26.41%	3.53%	3.53%
单位产品价格	7.55	0.75	7.35%	6.79	0.25	2.89%
单位产品成本	5.65	0.65	-8.68%	5.00	-0.04	0.64%
其中：直接材料	3.59	0.35	-4.63%	3.24	0.13	-1.87%
直接人工	0.65	0.09	-1.14%	0.57	-0.07	1.00%

总成件-原车型	2023 年 1-6 月			2022 年度		
	金额/数值	变动额	对毛利率变动额影响率	金额/数值	变动额	对毛利率变动额影响率
制造费用	1.17	0.16	-2.19%	1.01	-0.14	2.13%
运费	0.24	0.05	-0.72%	0.19	0.04	-0.62%

(续)

总成件-原车型	2021 年度			2020 年度
	金额/数值	变动额	对毛利率变动额影响率	金额/数值
毛利率	22.88%	-8.66%	-8.66%	31.54%
单位产品价格	6.54	-0.04	-0.41%	6.58
单位产品成本	5.04	0.54	-8.25%	4.50
其中：直接材料	3.11	0.41	-6.35%	2.70
直接人工	0.63	0.13	-1.91%	0.51
制造费用	1.15	0.02	-0.29%	1.13
运费	0.14	-0.02	0.30%	0.16

2021 年，总成件原车型项目及产品构成相对稳定，单位产品价格保持平稳，毛利率的下降主要系单位直接材料以及单位人工费用增加的影响。2021 年，钢卷、线材等主要原材料相比于 2020 年大幅上涨，公司采购均价分别上涨了 18.25%和 19.74%。同时，由于直接材料成本占总成件成本的比重超过 60%，而钢卷、线材又是直接材料的主要构成，故材料成本的上涨导致了单位材料成本的增加。此外，由于原车型收入规模的下降，导致单位人工费用也有所增加，也对毛利率产生了一定负面影响。

2022 年，由于产品构成变动，单位产品价格小幅增加了 0.25 元/件，而单位产品成本则由于单位制造费用的下降小幅减少了 0.04 元/件，因此毛利率增加了 3.53 个百分点。

2023 年 1-6 月，总成件原车型项目产量有所下降，单位人工和单位制造费用的增加导致毛利率下降了 1.33 个百分点。

2、冲压件收入及毛利率变动情况

报告期内，公司冲压件产品对应新车型和原有车型的收入、收入占比及毛利率情况如下：

单位：万元

新旧车型	2023 年 1-6 月			2021 年度		
	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
新车型	927.88	10.33%	28.98%	2,208.73	10.78%	28.68%
原车型	8,058.26	89.67%	22.38%	18,276.38	89.22%	21.59%
小计	8,986.14	100.00%	23.07%	20,485.11	100.00%	22.35%

(续)

新旧车型	2021 年度			2020 年度		
	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
新车型	1,426.99	6.81%	17.92%	684.84	3.24%	0.44%
原车型	19,515.36	93.19%	23.13%	20,472.68	96.76%	28.28%
小计	20,942.35	100.00%	22.77%	21,157.52	100.00%	27.38%

(1) 收入变动原因

报告期各期，公司冲压件收入分别为 21,157.52 万元、20,942.35 万元、20,485.11 万元和 8,986.14 万元，其中原车型项目收入占比分别为 96.76%、93.19%、89.22%和 89.67%，冲压件产品以原车型项目为主。冲压件新车型项目较少、收入占比较低主要系公司将生产和销售重心转向了单位货值更高的总成件产品，并在总成件项目承接上取得较好进展，公司将冲压产能更多的用于满足总成件的生产，故在产能有限的情况下仅承接了少量效益相对较好的冲压件新车型项目。

2021 年和 2022 年，冲压件收入分别下降了 215.17 万元和 457.24 万元，主要系原车型项目配套车型终端市场销量下降，公司配套收入减少，而新车型项目收入增加相对较少所致。报告期各期，公司冲压件主要原车型项目收入变动情况如下：

单位：万元

序号	车型	2023 年 1-6 月		2022 年	
		收入	收入占比	收入	收入占比
1	高尔夫、奥迪 A3	841.59	10.44%	3,144.37	17.20%
2	丰田 RAV4 荣放	977.10	12.13%	2,718.77	14.88%
3	大众宝来	978.83	12.15%	2,127.50	11.64%
4	大众速腾	807.09	10.02%	1,437.25	7.86%
5	奥迪 Q2、大众探歌	375.71	4.66%	1,134.12	6.21%

序号	车型	2023 年 1-6 月		2022 年	
		收入	收入占比	收入	收入占比
	其他新车型	4,077.94	50.61%	7,714.37	42.21%
	合计	8,058.26	100.00%	18,276.38	100.00%

(续)

序号	车型	2021 年		2020 年	
		收入	收入占比	收入	收入占比
1	高尔夫、奥迪 A3	2,702.67	13.85%	4,195.92	20.50%
2	丰田 RAV4 荣放	3,377.19	17.31%	2,533.32	12.37%
3	大众宝来	2,657.14	13.62%	2,678.23	13.08%
4	大众速腾	1,676.06	8.59%	2,122.00	10.37%
5	奥迪 Q2、大众探歌	1,605.96	8.23%	1,500.39	7.33%
	其他新车型	7,496.34	38.41%	7,442.82	36.35%
	合计	19,515.36	100.00%	20,472.68	100.00%

注：高尔夫、奥迪 A3 车型对应同一个项目，奥迪 Q2、探歌车型对应同一个项目，该类项目为平台型项目，相关产品可在不同车型中通用。

公司配套的冲压件原车型均为市场上较为畅销的车型，但由于相关车型上市时间较久以及市场竞争加剧等原因，相关车型的终端销量有所下降，导致公司配套收入也随之下降。

2021 年，丰田 RAV4 荣放终端市场销量增长，公司配套收入也同步增加，而高尔夫、奥迪 A3、大众宝来、大众速腾等则由于市场终端销量减少，公司配套收入有所下降，冲压件原车型收入也整体小幅下降，导致冲压件整体收入的小幅减少。

2022 年，冲压件原车型前五大车型中除高尔夫/奥迪 A3 项目收入有所增长，其余主要车型收入均有不同程度下降，导致冲压件原车型收入相比于 2021 年下降了 1,238.98 万元。而当年新车型项目中由于大众新凌渡/ID4、斯柯达明锐的合计收入从 2021 年的 319.07 万元增长至 1,052.71 万元，带动了冲压件新车型项目收入增加了 781.74 万元，部分抵消了原车型收入下降的影响。

(2) 毛利率变动原因

报告期各期，冲压件毛利率分别为 27.38%、22.77%、22.35%和 23.07%，其中 2021 年下降 4.61 个百分点主要是钢卷等主要原材料价格上涨所致，而 2022 年则保持稳定，

小幅下降 0.42 个百分点。2023 年 1-6 月，由于钢卷等主要材料成本降低，毛利率小幅增加了 0.72 个百分点。

报告期内，公司冲压件的平均单价和单位成本变化情况如下：

单位：元/件

产品	项目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度
		金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅	金额
冲压件	平均单价	3.02	0.33%	3.01	-0.99%	3.04	1.33%	3.00
	平均成本	2.32	-0.85%	2.34	-0.43%	2.35	7.80%	2.18
	毛利率	23.07%	-	22.35%	-	22.77%	-	27.38%

2021 年和 2022 年，冲压件平均单价相对稳定，而 2021 年由于主要原材料价格上涨导致单位成本大幅增长，毛利率出现下降。根据因素分析法，冲压件单价、单位料工费等的变动对毛利率影响情况如下：

单位：元/件

冲压件	2023 年 1-6 月			2022 年度		
	金额/数值	变动额	对毛利率变动额影响率	金额/数值	变动额	对毛利率变动额影响率
毛利率	23.07%	0.72%	0.72%	22.35%	-0.42%	-0.42%
单位产品价格	3.02	0.01	0.27%	3.01	-0.03	-0.83%
单位产品成本	2.32	-0.02	0.45%	2.34	-0.01	0.41%
其中：直接材料	1.64	-0.05	1.57%	1.69	0.04	-1.49%
直接人工	0.12	-	-0.05%	0.12	-	0.12%
制造费用	0.45	0.04	-1.29%	0.41	-0.06	1.87%
运费	0.11	-0.01	0.22%	0.12	-	-0.09%

(续)

冲压件	2021 年度			2020 年度
	金额/数值	变动额	对毛利率变动额影响率	金额/数值
毛利率	22.77%	-4.61%	-4.61%	27.38%
单位产品价格	3.04	0.04	0.91%	3.00
单位产品成本	2.35	0.17	-5.52%	2.18
其中：直接材料	1.64	0.17	-5.92%	1.47
直接人工	0.12	0.02	-0.66%	0.10

冲压件	2021 年度			2020 年度
	金额/数值	变动额	对毛利率变动额影响率	金额/数值
制造费用	0.47	-0.03	0.99%	0.50
运费	0.12	-	-	0.12

2021 年，冲压件毛利率下降了 4.61 个百分点，主要系钢卷等主要原材料价格大幅上涨，公司钢卷 2021 年平均采购单价比 2020 年增长了 18.25%，而公司冲压件的直接材料成本以钢卷为主，导致单位直接材料成本从 2020 年 1.47 元/件增长至 1.64 元/件，对当期冲压件毛利率产生了 5.92%的负面影响。

2022 年，冲压件毛利率保持稳定，相比于 2021 年小幅下降了 0.42 个百分点，主要是产品结构有所变动，销售单价小幅下降所致。2023 年 1-6 月，冲压件毛利率小幅增长了 0.72 个百分点，主要是钢卷等主要材料价格下降，单位成本小幅降低所致。

1) 冲压件新车型毛利率变动原因

报告期各期，冲压件新车型毛利率分别为 0.44%、17.92%、28.68%和 **28.98%**，其中 2020 年冲压件新车型毛利率仅有 0.44%，主要是当年新车型项目仅有 684.84 万元收入，尚未形成规模效应所致。2021 年和 2022 年，冲压件新车型项目收入分别为 1,426.99 万元和 2,208.73 万元，随着收入规模的增长以及毛利率较高的大众 ID.4、新凌渡、斯柯达明锐等项目收入占比的提高，冲压件新车型项目毛利率持续增长。2023 年 1-6 月，**冲压件新车型毛利率与 2022 年基本保持一致。**

根据因素分析法计算，报告期各期冲压件新车型项目单价以及单位料工费对毛利率的影响情况如下：

单位：元/件

冲压件-新车型	2023 年 1-6 月			2022 年度		
	金额/数值	变动额	对毛利率变动额影响率	金额/数值	变动额	对毛利率变动额影响率
毛利率	28.98%	0.31%	0.31%	28.68%	10.76%	10.76%
单位产品价格	4.18	0.15	2.57%	4.03	-0.01	-0.22%
单位产品成本	2.97	0.09	-2.26%	2.87	-0.44	10.98%
其中：直接材料	2.04	0.03	-0.71%	2.01	-0.04	1.08%
直接人工	0.19	0.02	-0.44%	0.17	-0.03	0.83%

冲压件-新车型	2023 年 1-6 月			2022 年度		
	金额/数值	变动额	对毛利率变动额影响率	金额/数值	变动额	对毛利率变动额影响率
制造费用	0.57	0.06	-1.35%	0.51	-0.35	8.61%
运费	0.17	-0.01	0.24%	0.18	-0.02	0.47%

(续)

冲压件-新车型	2021 年度			2020 年度
	金额/数值	变动额	对毛利率变动额影响率	金额/数值
毛利率	17.92%	17.48%	17.48%	0.44%
单位产品价格	4.04	-0.23	-5.75%	4.27
单位产品成本	3.32	-0.94	23.23%	4.25
其中：直接材料	2.05	-0.08	1.99%	2.13
直接人工	0.20	-0.05	1.14%	0.25
制造费用	0.86	-0.74	18.23%	1.60
运费	0.20	-0.08	1.86%	0.28

2021 年，产品单价小幅下降了 0.23 元/件，而随着冲压件新车型收入规模的扩大，单位制造费用下降了 0.74 元/件，对毛利率增长的贡献为 18.23%，是当期毛利率增长的主要原因。

2022 年，单位制造费用随着规模扩大进一步下降，也是当年毛利率增长的主要原因。此外，当期大众 ID.4 车型项目量产，实现收入 467.69 万元，该项目毛利率达 34.67%；而毛利率较高的新凌渡、斯柯达明锐项目当期实现收入 585.03 万元远超 2021 年全年的 128.82 万元，该项目毛利率达 44.65%，也是 2022 年冲压件新车型毛利率增长的原因之一。2023 年 1-6 月，冲压件新车型单价及单位成本均有所增长，但单位成本涨幅相对较低，毛利率小幅增长。

2) 冲压件原车型毛利率变动原因

报告期各期，冲压件原车型收入是冲压件产品收入的主要构成，其毛利率分别为 28.28%、23.13%、21.59%和 **22.38%**，变动原因与冲压件整体毛利率变动原因相似，其中 2021 年主要是受钢卷等主要原材料涨价的影响，而 2022 年则系产品结构变化导致的单价下降影响。2023 年 1-6 月，冲压件原车型毛利率小幅增长了 0.79 个百分点，主要是钢卷等主要材料价格下降，单位成本小幅降低所致。

根据因素分析法计算，报告期各期冲压件原车型项目单价以及单位料工费对毛利率的影响情况如下：

单位：元/件

冲压件-原车型	2023 年 1-6 月			2022 年度		
	金额/数值	变动额	对毛利率变动额影响率	金额/数值	变动额	对毛利率变动额影响率
毛利率	22.38%	0.79%	0.79%	21.59%	-1.54%	-1.54%
单位产品价格	2.93	0.01	0.17%	2.92	-0.07	-1.78%
单位产品成本	2.27	-0.02	0.62%	2.29	-0.01	0.24%
其中：直接材料	1.61	-0.05	1.75%	1.66	0.04	-1.33%
直接人工	0.11	-	-0.02%	0.11	-0.01	0.13%
制造费用	0.44	0.04	-1.31%	0.40	-0.04	1.51%
运费	0.11	-0.01	0.20%	0.12	-	-0.07%

(续)

冲压件-原车型	2021 年度			2020 年度
	金额/数值	变动额	对毛利率变动额影响率	金额/数值
毛利率	23.13%	-5.15%	-5.15%	28.28%
单位产品价格	2.99	0.01	0.35%	2.97
单位产品成本	2.30	0.16	-5.51%	2.13
其中：直接材料	1.62	0.17	-5.60%	1.45
直接人工	0.12	0.02	-0.78%	0.09
制造费用	0.45	-0.02	0.83%	0.47
运费	0.12	-0.00	0.04%	0.12

2021 年，冲压件原车型毛利率下降了 5.15 个百分点，主要系钢卷等主要原材料价格大幅上涨，公司钢卷 2021 年平均采购单价比 2020 年增长了 18.25%，而公司冲压件的直接材料成本基本以钢卷为主，导致单位直接材料成本从 2020 年 1.45 元/件增长至 1.62 元/件，对当期冲压件毛利率产生了 5.60%的负面影响。

2022 年，冲压件原车型的单位成本保持稳定，而毛利率小幅下降了 1.54 个百分点主要是产品结构变化导致的平均单价下降所致。

2023 年 1-6 月，冲压件原车型项目毛利率小幅增加了 0.79 个百分点，主要系钢卷

等主要原材料价格下降，单位成本降低所致。

二、新车型总成件、冲压件的毛利率整体低于原车型的原因及合理性

1、总成件

报告期各期，公司总成件新车型项目毛利率分别为 13.78%、16.09%、14.28%和 15.32%，均低于总成件的原车型项目毛利率，主要系产品定价策略以及项目定点时间存在差异所致。

第一，产品定价策略。在 2019 年及之前，公司产品仍以冲压件为主且总成件以分总成为主，故原车型项目多为分总成产品。报告期内，公司总成件中座椅骨架总成收入及占比变动情况如下：

单位：万元

总成件	2023 年 1-6 月		2022 年	
	收入	占比	收入	占比
座椅骨架总成	7,302.62	56.39%	14,324.80	48.63%
分总成	5,646.94	43.61%	15,134.11	51.37%
合计	12,949.57	100.00%	29,458.91	100.00%

(续)

总成件	2021 年		2020 年	
	收入	占比	收入	占比
座椅骨架总成	24,025.81	62.64%	9,218.23	42.04%
分总成	14,331.81	37.36%	12,707.52	57.96%
合计	38,357.62	100.00%	21,925.75	100.00%

随着公司确立未来以座椅骨架总成为主要产品的发展方向，并在项目开发上取得较好进展，获得了红旗 H9/E-HS9、吉利星瑞、领克 06 等多个座椅骨架总成项目，并于 2020 年起规模量产。座椅骨架总成的单价在报告期各期均超过 100 元/件，而分总成件单价则在 6-8 元/件，座椅骨架总成的单车货值高，在相对低的毛利率下仍能取得相对较高的毛利额。报告期内座椅骨架总成的单车货值中位数为 297 元/辆，而分总成件则为 47 元/辆，座椅骨架总成项目的货值显著高于分总成项目。特别是红旗 H9/E-HS9 项目，是公司首款整车前后排座椅均由公司配套座椅骨架总成的项目，单车货值近 3,000 元/辆，故产品定价相对较低，毛利率也较低，拉低了总成件新车型项目的整体毛利率。

剔除红旗 H9/E-HS9 项目后，其他新车型项目收入及毛利率变化情况如下：

单位：万元

序号	新车型项目	2023 年 1-6 月			2022 年		
		收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
1	红旗 H9、E-HS9	2,469.97	28.30%	2.37%	4,610.02	23.21%	-6.13%
2	其他新车型项目	6,258.32	71.70%	20.43%	15,253.28	76.79%	20.45%
合计		8,728.29	100.00%	15.32%	19,863.30	100.00%	14.28%

(续)

序号	新车型项目	2021 年			2020 年		
		收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
1	红旗 H9、E-HS9	15,672.87	54.91%	11.75%	4,454.82	40.47%	7.46%
2	其他新车型项目	12,869.13	45.09%	21.39%	6,552.36	59.53%	18.08%
合计		28,542.00	100.00%	16.09%	11,007.18	100.00%	13.78%

若剔除红旗 H9/E-HS9 项目，则总成件新车型项目报告期内毛利率分别为 18.08%、21.39%、20.45%和 20.43%，与同期原车型项目的毛利率 31.54%、22.88%、26.41%和 22.74%差距大幅减小。2022 年，公司承接的红旗 HQ9、蔚来 ES7、蔚来 ET5 等多个座椅骨架总成项目实现量产，量产当年毛利率均超过 20%，新项目的毛利率已有较大改善。

第二，项目定点时间及项目间毛利率存在差异。不同整机厂或者同一整机厂的不同项目间存在毛利率差异。公司总成件原车型项目主要为丰田 RAV4 荣放、大众朗逸、大众宝来、奥迪 Q2 等车型，项目定点已有较长时间。彼时，上述车型在国内具有较强的竞争力，终端市场销量可观，因此整车厂对于供应商的价格也相对较高。而随着国内整车市场的竞争加剧，整车厂对于供应商价格也有所压缩，导致新车型项目毛利率相比于原车型有所下降。

2、冲压件

2020 年和 2021 年，公司冲压件新车型项目毛利率低于原车型，主要系公司产品重心转向总成件后，冲压件产品新车型项目较少，各期新车型项目收入占冲压件收入的比重均在 7%内，未能实现规模效应，进而导致毛利率较低。2022 年，冲压件新车型项目毛利率高于原车型项目，主要系新车型项目收入规模增长，规模效应增加以及毛利率较高的车型收入占比提高所致。

3、与行业特征的匹配情况

如前所述，总成件新车型项目毛利率低于原车型项目主要是公司产品定价策略以及项目定点时间差异等因素造成，而冲压件新车型项目毛利率低于原车型项目则主要系新车型项目收入规模小，尚未形成规模效应所致。因此，不同公司的定价策略，新旧车型的收入规模、具体项目的毛利率高低等因素均会导致毛利率的差异，故并无行业特征表明新车型项目毛利率必然会低于原车型项目。例如，2022 年，公司冲压件新车型项目中个别毛利率较高的项目收入规模增长及量产，使得当期冲压件新车型项目毛利率超过了原车型项目。

(2) 简要总结发行人主营业务毛利率下降的原因，并量化分析原材料上涨、产品结构变动对毛利率的影响情况，发行人是否具备向下游客户传导原材料价格上涨压力的能力，毛利率是否存在进一步下滑风险

报告期各期，公司主营业务毛利率分别为 26.38%、21.79%、22.30%和 **24.55%**，其中 2021 年主营业务毛利率出现一定幅度的下降主要系当期原材料成本上涨导致冲压件毛利率下降以及总成件受毛利率较高的原车型收入占比下降而毛利率相对低的新车型收入占比提高影响下降；而 2022 年主营业务毛利率保持相对稳定，小幅增长则主要系毛利率相对低的总成件收入占比下降而毛利率相对高的冲压件、模具收入占比提高所致；**2023 年 1-6 月主营业务毛利率小幅上升，主要系原材料价格下降以及模具产品毛利率增长所致。**

一、原材料价格上涨对主营业务毛利率的影响情况

公司主要原材料为钢卷和线材，2021 年和 2022 年，钢材市场价格出现较大幅度波动，公司当期钢卷及线材的领用数量、领用单价变化情况以及对主营业务毛利率的影响情况如下：

单位：吨、元/吨

项目	2023 年 1-6 月				2022 年度			
	数量	投入单价	单价变动	对毛利率影响	数量	投入单价	单价变动	对毛利率影响
钢卷生产投入	11,696.33	5,314.22	-8.91%	2.20%	30,358.04	5,834.22	-1.48%	0.44%
线材生产投入	1,496.40	5,704.89	-5.11%	0.17%	2,427.36	6,012.34	-3.51%	0.09%
合计	-	-	-	2.37%	-	-	-	0.53%

(续)

项目	2021 年度				2020 年度
	数量	投入单价	单价变动	对毛利率影响	投入单价
钢卷生产投入	29,087.76	5,921.90	13.66%	-3.07%	5,210.14
线材生产投入	3,099.01	6,231.22	16.32%	-0.40%	5,357.14
合计	-	-	-	-3.47%	-

注：对毛利率影响=（上期投入单价-本期投入单价）*本期投入数量/本期主营业务收入。

由上表可知，2021 年，由于钢卷和线材价格上涨，使当期毛利率下降了 3.47 个百分点，是主营业务毛利率下降的主要原因。2022 年，钢卷和线材价格回落，投入单价小幅下降，对当期主营业务毛利率产生了 0.53 个百分点的正面影响。2023 年 1-6 月，钢卷和线材价格进一步回落，对当期主营业务毛利率产生了 2.37 个百分点的正面影响。

二、产品结构变动对毛利率的影响情况

2023 年 1-6 月、2022 年及 2021 年，产品收入结构变动及毛利率变化对主营业务毛利率的影响分析如下：

产品	2023 年 1-6 月相比于 2022 年 收入结构变动对主营业务毛利率影响		2023 年 1-6 月相比于 2022 年 单类毛利率变动对主营业务影响		合计影响数
	结构变动比例	对毛利率影响数	单类毛利率变动额	对毛利率影响数	
总成件	-2.25%	-0.41%	0.27%	0.13%	-0.28%
冲压件	-1.63%	-0.36%	0.72%	0.23%	-0.13%
模具	2.82%	1.02%	15.30%	1.92%	2.94%
其他产品	1.06%	0.33%	-7.49%	-0.61%	-0.28%
合计		0.58%		1.67%	2.25%

（续）

产品	2022 年相比于 2021 年 收入结构变动对主营业务毛利率影响		2022 年相比于 2021 年 单类毛利率变动对主营业务影响		合计影响数
	结构变动比例	对毛利率影响数	单类毛利率变动额	对毛利率影响数	
总成件	-7.83%	-1.40%	0.40%	0.20%	-1.20%
冲压件	3.05%	0.69%	-0.42%	-0.13%	0.56%
模具	3.57%	1.41%	-3.46%	-0.34%	1.07%
其他产品	1.20%	0.43%	-4.96%	-0.35%	0.08%
合计		1.13%		-0.62%	0.51%

（续）

产品	2021 年相比于 2020 年 收入结构变动对主营业务毛利率影响		2021 年相比于 2020 年 单类毛利率变动对主营业务影响		合计影响数
	结构变动比例	对毛利率影响数	单类毛利率变动额	对毛利率影响数	

产品	2021 年相比于 2020 年 收入结构变动对主营业务毛利率影响		2021 年相比于 2020 年 单类毛利率变动对主营业务影响		合计影响数
	结构变动比例	对毛利率影响数	单类毛利率变动额	对毛利率影响数	
总成件	12.53%	2.83%	-4.79%	-2.73%	0.10%
冲压件	-11.74%	-3.21%	-4.61%	-1.43%	-4.64%
模具	0.11%	0.03%	12.92%	0.80%	0.83%
其他产品	-0.91%	-0.40%	-8.22%	-0.48%	-0.88%
合计		-0.75%		-3.84%	-4.59%

注：针对某一产品分类而言，结构变动比例=本期销售收入占主营业务收入的比重-上期销售收入占主营业务收入的比重；收入结构变动的影响额=结构变动比例×上期毛利率；毛利率变动额=本期毛利率-上期毛利率；毛利率变动的影响额=毛利率变动额×本期销售收入占主营业务收入的比重。

从上表可知，2021 年主营业务毛利率的下降主要是受单类产品毛利率下降的影响，结构变动对毛利率的影响程度较小；而 2022 年由于毛利率相对低的总成件收入占比下降，冲压件、模具等毛利率相对高的产品收入占比增加，产品收入结构变动对主营业务毛利率产生了 1.13 个百分点的正面影响，由于冲压件、模具等产品毛利率的小幅降低部分抵消了产品结构变化的影响，故当年毛利率小幅增加了 0.51 个百分点，保持相对稳定。2023 年 1-6 月，公司主营业务毛利率小幅增加 2.25 个百分点，主要是收入结构变动和单类毛利率变动的共同影响。

三、发行人原材料价格变动传导能力及毛利率变动风险

1、原材料价格的变动一般不会向下游传导

公司与客户一般在确定项目合作初期即确认了产品销售单价，且单价在该项目生命周期内除年降政策或者产品设计变更外一般不做调整，但在原材料价格剧烈上涨，导致产品生产出现困难时，公司也会与客户就产品价格调整进行商谈，客户也会酌情考虑调整。因此，在项目生命周期内若原材料价格上涨时公司一般无法向下游传导，若原材料价格下跌时公司也无需向下游客户让利。

公司在项目承接过程中的对外报价已结合原材料价格在历史上的走势，考虑了原材料价格在未来一段时间内变动可能对项目毛利率产生的影响，且新承接项目均按照承接时的原材料价格进行报价，故原材料价格的小幅增长会对毛利率产生一定负面影响但对公司盈利能力影响较小。但若原材料价格持续快速增长且涨幅较大，公司会与客户就产品价格进行协商，若客户不同意调整价格则可能对公司毛利率及盈利能力产生较大的不利影响，公司已在招股说明书“重大事项提示”之“（一）本公司提醒投资者特别关注

的风险因素”之“7、原材料价格波动风险”中对原材料价格上涨的风险进行了提示：

“2020 年至 2023 年 1-6 月，公司直接材料成本占主营业务成本的比例分别为 65.95%、66.66%、65.09%和 66.89%，直接材料成本占生产成本的比重较大，其中公司主要原材料为钢材。钢材的供应情况和价格波动情况会对公司的生产成本产生一定的影响。若主要原材料价格持续快速上涨，公司产品价格无法迅速调整，将会对公司的经营业绩造成不利影响。”

2、毛利率进一步下滑的风险较低

2022 年第二季度以来，钢材价格已经回落，公司毛利率进一步下滑的风险较低。中国钢铁工业协会发布的钢材价格综合指数是衡量国内钢材市场价格变动的指标之一，其近年来波动情况如下图所示：



数据来源：wind、中国钢铁工业协会。

2020 年，受新冠疫情停工、停产等因素的影响，制造业受到了一定冲击，钢材价格相对稳定；2021 年国内经济复苏远超预期，钢铁行业市场需求旺盛，钢材消费快速增长，国内钢价持续回升。此外，受货币政策影响，全球大宗商品价格均出现较大幅度上涨，钢材价格亦随之上涨。因此 2021 年公司钢卷、线材等的采购均价相比 2020 年出现了 18.25%和 19.74%的涨幅。2022 年上半年，钢材综合价格指数略有回落，公司钢材采购均价亦出现小幅下降情形，公司钢材采购价格波动趋势与市场价格变动一致。2022 年下半年度，钢材价格指数相比于 2022 年上半年进一步回落。**2023 年 1-6 月，钢材价格指数保持相对稳定。**此外，公司新定点项目的报价已经考虑钢材价格上涨的影响，新项目毛利率受钢材价格上涨的影响较小。

综上，公司毛利率进一步下滑的风险较低。

(3) 说明发行人总成件毛利率整体高于天成自控-乘用车座椅毛利率的原因；考虑废料收入及成本口径后，发行人冲压业务毛利率略高于上海沿浦-座椅冲压件、博俊科技-冲压业务毛利率的原因及合理性，2022 年 1-6 月发行人冲压件毛利率下降幅度大于博俊科技的原因及合理性；发行人单独归集废料成本并确认为其他业务成本是否符合《企业会计准则》，是否属于行业惯例

一、发行人总成件毛利率整体高于天成自控-乘用车座椅毛利率的原因

报告期内，公司总成件毛利率整体高于天成自控-乘用车座椅的毛利率，主要系天成自控进行乘用车座椅行业时间较短以及座椅单位货值高、毛利率相对较低所致。

报告期各期，公司总成件毛利率与天成自控-乘用车座椅、上海沿浦-座椅骨架总成的对比情况如下：

产品品类	公司简称	毛利率		
		2022 年度	2021 年度	2020 年度
总成件	上海沿浦-座椅骨架总成	7.23%	17.91%	24.27%
	天成自控-乘用车座椅	4.99%	4.25%	7.54%
	平均值	6.11%	11.08%	15.91%
	本公司	18.23%	17.83%	22.62%

数据来源：WIND、上市公司年报。

注：天成自控年报未区分冲压件和总成件进行毛利率披露；上海沿浦和天成自控 2023 年 1-6 月末披露分产品毛利率数据。

天成自控自成立以来，主要从事工程机械、商用车以及飞机座椅的研发、生产和销售，并于 2016 年开始进入乘用车座椅领域，主要为上汽荣威 i5、i6、ei5、ei6、ER6 等车型提供配套，同时也在积极开拓自主及合资主机厂客户。根据其 2021 年年报，天成自控 2021 年工程机械座椅、商用车座椅毛利率分别为 19.13%和 19.32%，远高于乘用车座椅毛利率。因此，天成自控乘用车座椅毛利率较低，与其进入乘用车座椅领域时间较短且处于客户开拓过程中，采取的定价策略具有较大关系。2020 年至 2021 年，公司总成件毛利率与上海沿浦基本一致，变动趋势也较为同步，不存在异常。2022 年，公司总成件毛利率相对稳定，上海沿浦由于子公司黄山沿浦扩产项目处于建设期，固定成本较高以及新设工厂重庆沿浦的新项目开发阶段成本比较高，导致毛利率出现较大幅度下降。

二、发行人冲压件毛利率与上海沿浦、博俊科技的对比情况

（一）考虑废料收入及成本口径后，发行人冲压业务毛利率略高于上海沿浦-座椅冲压件、博俊科技-冲压业务毛利率的原因及合理性

上海沿浦和博俊科技未归集废料成本，废料成本均保留在主营业务成本，而公司单独归集废料成本并确认为其他业务成本。若公司综合考虑冲压件收入成本及冲压产生的废料收入成本，并假设上海沿浦和博俊科技其他业务收入扣除其他业务成本后的净额均为废料收入，则将该部分废料收入合计作为冲压业务收入后，上海沿浦和博俊科技的冲压业务毛利率如下：

产品品类	公司简称	毛利率			
		2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
合并冲压产生的废料收入成本后的冲压业务	上海沿浦-座椅冲压件	-	17.54%	20.16%	26.72%
	博俊科技-冲压业务	24.47%	25.38%	23.41%	27.24%
	平均值	-	21.46%	21.79%	26.98%
	本公司	20.65%	19.63%	20.00%	24.76%

注 1：表中本公司考虑冲压环节废料收入成本后的毛利率系将冲压件收入及冲压产生的废料收入相加作为冲压业务收入并将冲压件成本及废料合计成本作为冲压业务成本后计算所得；

注 2：2020 年、2021 年、2022 年和 2023 年 1-6 月，两家公司年度报告未披露废料收入，故将其他业务收入减去其他业务成本后的净额作为废料收入；

注 3：2023 年 1-6 月，上海沿浦未披露分产品收入、成本和毛利率数据。

从上表可知，按照同口径计算后，公司 2020 年冲压件毛利率略低于两家公司和平均值，2021 年与上海沿浦-座椅冲压件毛利率相近低于博俊科技的冲压业务，2022 年冲压件毛利率则结余上海沿浦和博俊科技之间。整体而言，公司冲压业务毛利率与上海沿浦较为相近，而低于博俊科技，主要由以下原因所致：

第一，由于报告期各期上海沿浦及博俊科技均未单独披露废料的收入和成本，故将其他业务收入减去其他业务成本后的净额作为废料收入，但实际上其他业务收入中除废料收入外往往会包含其他收入，因此该模拟算法会一定程度上夸大模拟毛利率；

第二，公司与上海沿浦、博俊科技的客户以及最终配套的车型存在差异，故毛利率也会有所不同。上海沿浦的主要客户为东风李尔集团、麦格纳集团、延锋智能、临港均胜等，博俊客户的主要客户为蒂森克虏伯集团、伟巴斯特集团、吉利集团和长安汽车集团等，而公司的主要客户为一汽富维安道拓金属、一汽富维、重庆安道拓等，由于客户不同，最终配套的车型也存在差异，故毛利率也会有所差异；

第三，冲压业务规模存在差异。报告期各期，公司与上海沿浦及博俊科技冲压业务

收入规模对比如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年度	2020 年度
上海沿浦-座椅冲压件	-	34,283.60	29,709.54	20,480.49
博俊科技-冲压业务	92,313.94	114,580.46	62,227.03	41,662.73
雅虎股份-冲压件	8,986.14	20,485.11	20,942.35	21,157.52

报告期内，公司产品重心逐步转向总成件，冲压件收入持续下降，收入规模与上海沿浦相近但远低于博俊科技，因此规模效应较低，也导致毛利率相对博俊科技较低。

综上，考虑废料收入及成本口径后，公司冲压业务毛利率与上海沿浦-座椅冲压件相近但低于博俊科技-冲压业务毛利率，主要系模拟计算存在误差、各公司配套客户差异以及冲压业务规模差异所致，具有合理性。

（二）2022 年 1-6 月冲压件毛利率下降幅度大于博俊科技的原因及合理性

2022 年 1-6 月，公司冲压件毛利率为 17.44%，相比于 2021 年度的 22.77%，下降了 5.33 个百分点，而博俊科技冲压业务毛利率则从 2021 年的 16.19% 下降至 2022 年 1-6 月的 13.02%，下降了 3.17 个百分点。博俊科技冲压业务毛利率下降幅度略低于公司，主要系收入规模差异所致。博俊科技冲压业务在 2022 年 1-6 月保持收入增长且收入规模高于公司，具有更高的规模效应。

公司报告期内产品重心逐步转向总成件，冲压件业务规模持续下降，2022 年 1-6 月公司冲压件销售收入为 9,081.43 万元，占 2021 年冲压件收入的比重为 43.36%；而博俊科技 2022 年 1-6 月冲压业务收入为 38,349.54 万元，占 2021 年冲压业务收入的比重为 61.63%，实现增长。因此，博俊科技的冲压业务在 2022 年 1-6 月收入增速高于公司且收入规模也高于公司，具有更高的规模效应，故毛利率下降幅度相对低于公司，具有合理性。

三、发行人单独归集废料成本并确认为其他业务成本符合《企业会计准则》，属于行业惯例

副产品是指在同一生产过程中，使用同种原料，在生产主产品的同时附带生产出来的非主要产品。根据《企业会计准则》的规定，收入与其相关的成本、费用应当相互配比。根据《企业产品成本核算制度（试行）》的规定，制造企业应当根据生产经营特点和联产品、副产品的工艺要求，选择系数分配法、实物量分配法、相对销售价格分配法

等合理的方法分配联合生产成本。

公司的废料系钢卷在生产冲压件过程中产生，属于生产产生的副产品。在实际业务过程中，无论是公司计算产品成本用于对外报价，或者是客户核算预计成本与公司就报价进行商定时均会考虑生产过程产生的废料对外出售可获得的收益，并从成本中扣除。因此，结合公司实际业务情况以及《企业产品成本核算制度（试行）》的规定，公司选择采用相对销售价格分配法来确定副产品成本，即根据副产品的售价确认为副产品的成本，并从主产品成本中扣除。

由于《企业产品成本核算制度（试行）》中关于副产品的成本有多种确定方法，故不同公司选择的归集方式也有所不同，经检索存在较大规模废料收入的上市公司，单独归集废料成本或者不归集废料成本的情形均存在，其中公司同行业公司上海沿浦和博俊科技未单独归集废料成本，而其他单独归集废料成本的部分公司如下：

公司名称	主营业务	是否归集废料成本
百达精工 (603331.SH)	主要从事各类压缩机零部件、汽车零部件的研发、制造和销售业务，其中汽车零部件行业主要产品为汽车发电机装置核心零部件（爪机等）、汽车 EPB 电子驻车装置核心零部件（卡钳活塞等）、汽车 EPS 电子转向装置核心零部件、新能源汽车空调装置核心零部件、新能源汽车电机装置核心零部件等	是
金鸿顺 (603922.SH)	主营业务为汽车车身和底盘冲压零部件及其相关模具的开发、生产与销售	是
雪龙集团 (603949.SH)	内燃机冷却系统产品及汽车轻量化塑料产品的研发、生产与销售，产品广泛应用于汽车、工程机械、农业机械等领域	是
威唐工业 (300707.SZ)	公司业务为独立汽车冲压模具与汽车零部件的研发、生产及销售，主要包括汽车冲压模具及检具、汽车冲焊零部件”二个业务板块	是

综上，公司单独归集废料成本并确认为其他业务成本符合《企业会计准则》和《企业产品成本核算制度（试行）》的规定，汽车零部件行业内上市公司亦有多家单独归集废料成本，符合行业惯例。

（4）请保荐人、申报会计师发表明确意见。

一、核查程序

针对上述事项，保荐人和申报会计师履行了如下核查程序：

1、获取发行人报告期各期收入成本明细表，对总成件、冲压件按照新旧车型汇总统计收入、毛利率情况，检索发行人主要车型项目的终端市场销量变动情况，并分析收入、毛利率变动原因；

2、对发行人管理层进行访谈，了解总成件、冲压件主要车型收入、毛利率变动原因以及主营业务毛利率变动的原因；

3、获取报告期各期钢卷、线材的采购明细，分析采购价格变动情况，计算分析钢卷、线材各期投入生产的用量及单价情况，并根据收入成本明细计算分产品的收入、成本情况，量化计算原材料上涨、产品结构变动对毛利率的影响情况；检索钢材价格指数变动情况，分析毛利率是否存在进一步下滑风险；

4、获取天成自控、上海沿浦、博俊科技等各年度报告，计算分析毛利率与发行人的差异及差异原因；检索《企业产品成本核算制度（试行）》关于副产品成本的确定方法，分析发行人单独归集废料成本并确认为其他业务成本是否符合《企业会计准则》和《企业产品成本核算制度（试行）》的规定；检索存在冲压废料对外销售的上市公司，分析是否存在单独归集废料成本的情形。

二、核查意见

经核查，保荐人和申报会计师认为：

1、2021 年，发行人总成件收入快速增长，主要系红旗 H9/E-HS9、吉利星瑞、领克 06 等新车型项目逐步量产，新车型收入占总成件收入的比重快速提高所致。而 2022 年，受长春、上海疫情管控导致生产停滞，以及主要配套车型红旗 H9/E-HS9 受长春疫情管控、消费需求减弱等因素影响出现收入大幅下降，导致发行人总成件收入出现了较大幅度的下降；报告期内，总成件毛利率的变动主要受发行人新旧车型收入结构变化，原材料成本变动以及产销规模变化导致的规模效应变动影响，变动合理；报告期内，发行人产品重心从冲压件转向总成件，故冲压件产品仍有原车型项目为主，新车型项目较少，整体收入受原车型终端市场销量下降而减少；报告期内，发行人冲压件毛利率下降主要系收入规模下降导致的规模效应减低所致；总成件新车型毛利率低于原车型主要系产品定价策略以及项目定点时间存在差异所致；2020 年和 2021 年，发行人冲压件新车型项目毛利率普遍低于原车型，主要系产品重心转向总成件后，冲压件产品新车型项目较少，各期新车型项目收入占比低，未能实现规模效应所致。2022 年，冲压件新车型

项目毛利率高于原车型项目，主要系新车型项目收入规模增长，规模效应增加以及毛利率较高的车型收入占比提高所致。发行人总成件新车型项目毛利率低于原车型项目主要是公司产品定价策略以及项目定点时间差异等因素造成，而冲压件新车型项目毛利率低于原车型项目则主要系新车型项目收入规模小，尚未形成规模效应所致。因此，不同公司的定价策略，新旧车型的收入规模、具体项目的毛利率高低等因素均会导致毛利率的差异，故并无行业特征表明新车型项目毛利率必然会低于原车型项目；

2、发行人 2021 年主营业务毛利率出现一定幅度的下降主要系当期原材料成本上涨导致冲压件毛利率下降以及总成件受毛利率较高的原车型收入占比下降而毛利率相对低的新车型收入占比提高影响下降；而 2022 年主营业务毛利率保持相对稳定，小幅增长则主要系毛利率相对低的总成件收入占比下降而毛利率相对高的冲压件、模具收入占比提高所致；2021 年，由于钢卷和线材价格上涨，使当期毛利率下降了 3.47 个百分点，是主营业务毛利率下降的主要原因。2022 年，钢卷和线材价格回落，投入单价小幅下降，对当期主营业务毛利率产生了 0.53 个百分点的正面影响。2021 年主营业务毛利率的下降主要是受单类产品毛利率下降的影响，结构变动对毛利率的影响程度较小；而 2022 年由于毛利率相对低的总成件收入占比下降，冲压件、模具等毛利率相对高的产品收入占比增加，产品收入结构变动对主营业务毛利率产生了 1.13 个百分点的正面影响，由于冲压件、模具等产品毛利率的小幅降低部分抵消了产品结构变化的影响，故当年毛利率小幅增加了 0.51 个百分点，保持相对稳定；公司与客户一般在确定项目合作初期即确认了产品销售单价，且单价在该项目生命周期内除年降政策或者产品设计变更外一般不做调整。因此，在项目生命周期内若原材料价格上涨时公司无法向下游传导，若原材料价格下跌时公司也无需向下游客户让利。2022 年上半年，钢材综合价格指数略有回落，发行人钢材采购均价亦出现小幅下降情形，发行人钢材采购价格波动趋势与市场价格变动一致。2022 年下半年度，钢材价格指数相比于 2022 年上半年进一步回落。此外，发行人新定点项目的报价已经考虑钢材价格上涨的影响，新项目毛利率受钢材价格上涨的影响较小。发行人毛利率进一步下滑的风险较低；

3、发行人总成件毛利率整体高于天成自控-乘用车座椅的毛利率，主要系天成自控进入乘用车座椅行业时间较短所致；考虑废料收入及成本口径后，公司冲压业务毛利率与上海沿浦-座椅冲压件相近但低于博俊科技-冲压业务毛利率，主要系模拟计算存在误差、各公司配套客户差异以及冲压业务规模差异所致，具有合理性，2022 年 1-6 月发行

人冲压件毛利率下降幅度大于博俊科技系由于博俊科技的冲压业务在 2022 年 1-6 月收入增速高于公司且收入规模也高于公司，具有更高的规模效应，故毛利率下降幅度相对较低，具有合理性；公司单独归集废料成本并确认为其他业务成本符合《企业会计准则》和《企业产品成本核算制度（试行）》的规定，汽车零部件行业内上市公司亦有多家单独归集废料成本，符合行业惯例。

4.关于研发费用

申请文件及问询回复显示：

（1）报告期各期，研发费用中职工薪酬金额分别为 1,180.47 万元、1,050.15 万元、1,450.42 万元、734.74 万元，2020 年，公司研发费用中的职工薪酬有所下降，主要系当年度项目研发数量有所减少。

（2）报告期各期，研发费用中直接投入 199.78 万元、229.50 万元、472.32 万元、189.73 万元，2021 年直接投入大幅增长。

请发行人：

（1）说明在研项目数量、工作量与研发人员数量、职工薪酬的匹配关系；是否存在研发人员与生产人员混同，或研发人员兼具管理职能而无法准确计量的情形。

（2）说明研发直接投入的具体构成、去向，研发材料最终形态与产成品形态是否基本一致，是否存在领用研发材料生产后对外销售的情形；发行人研发投入是否存在与履行客户合同相关的情形，如存在一定关联度，请说明发行人履行客户合同过程，是否存在无法控制相关研发成果情形；发行人是否已建立了完善的识别、归集、划分研发费用和合同履约成本的内部控制程序，对于不能合理、准确划分的费用，是否存在计入研发费用的情形。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

（1）说明在研项目数量、工作量与研发人员数量、职工薪酬的匹配关系；是否存在研发人员与生产人员混同，或研发人员兼具管理职能而无法准确计量的情形。

一、在研项目数量、工作量与研发人员数量、职工薪酬的匹配关系

报告期内，公司各年度在研项目数量、研发工作量、研发人数及研发费用中职工薪酬的情况如下：

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
在研项目数量（个）	14	22	13	9
研发总时长（万小时）	12.33	28.35	26.89	23.05
平均研发人员数量（人）	103	97	92	81

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
研发薪酬（万元）	715.48	1,532.78	1,450.42	1,050.15
在研项目平均研发时长（小时/个）	8,807.67	12,886.18	20,682.46	25,610.67
在研项目平均研发人数（人/个）	7.37	4.42	7.07	8.98
人均研发时长（小时/人）	1,195.23	2,912.63	2,925.17	2,851.50
研发人员平均薪酬（万元/人）	6.94	15.75	15.78	12.99

注：平均研发人员数量为报告期各期月度平均人数，已取整数。

报告期各期，公司在研项目数量分别为 9 个、13 个、22 个和 **14 个**，研发工作量分别为 23.05 万小时、26.89 万小时、28.35 万小时和 **12.33 万小时**，计入研发费用的平均人数分别为 81 人、92 人、97 人和 **103 人**，研发薪酬分别为 1,050.15 万元、1,450.42 万元、1,532.78 万元和 **715.48 万元**。2020 年，研发人员数量及研发薪酬有所下降，主要系当年度研发项目数量相对较少、相应研发工时较短，变动趋势与当年在研项目数量、研发总时长的变动趋势保持一致。2021 年后，随着公司对自主研发工作的重视，公司研发项目数量及工作量日益增多，相应研发人数及其薪酬也逐渐增加。2022 年，在研项目平均研发时长及平均研发人数偏低主要原因系研发项目储备偏多。综上，报告期内公司在研项目数量、工作量与研发人员数量、职工薪酬的变动趋势较为匹配。

二、公司不存在研发人员与生产人员混同，或研发人员兼具管理职能而无法准确计量的情形

报告期内，公司研发人员主要任职于工艺科、技术部、实验室、研发一部和研发二部等部门，各部门的研发人员岗位职责分工明确，研发人员发生的与研发活动相关的薪酬支出全部计入研发费用，其他人员工资归集至其他费用或成本，研发人员与生产人员不存在混用和费用混淆的情况。公司在立项的时候确定研发项目组成员，每月财务人员根据研发部统计的研发工时表，将相关工资费用计入对应的研发项目，研发人员薪酬在研发项目间准确归集。分管公司研发工作的副总经理李艳君除从事具体研发项目外，也负责公司研发部门、研发体系的管理与建设，其管理职能均属于研发活动管理，因此其薪酬均计入研发费用。

报告期内，公司不存在研发人员与生产人员混同或研发人员兼具管理职能而无法准确计量的情形。

(2) 说明研发直接投入的具体构成、去向, 研发材料最终形态与产成品形态是否基本一致, 是否存在领用研发材料生产后对外销售的情形; 发行人研发投入是否存在与履行客户合同相关的情形, 如存在一定关联度, 请说明发行人履行客户合同过程, 是否存在无法控制相关研发成果情形; 发行人是否已建立了完善的识别、归集、划分研发费用和合同履约成本的内部控制程序, 对于不能合理、准确划分的费用, 是否存在计入研发费用的情形。

一、研发直接投入的具体构成及去向, 研发材料最终形态及领用研发材料生产后对外销售等情形

报告期内, 公司研发直接投入的具体构成情况如下:

单位: 万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
板材	71.34	139.70	212.99	132.31
五金工具	0.40	1.16	3.74	4.20
工装配件	2.32	4.23	18.63	2.92
燃料动力	3.26	7.23	9.49	3.01
半成品及其他	124.70	208.68	227.48	87.06
研发直接投入合计	202.02	360.99	472.32	229.50
占研发费用比例	18.90%	16.45%	18.29%	12.28%
占营业收入比例	0.68%	0.56%	0.65%	0.43%

公司研发直接投入主要包括板材、五金工具、工装配件、燃料动力及各类半成品, 其中板材及各类半成品占比超过 90%, 主要用于汽车座椅骨架总成及零部件等样品及相关生产工艺流程的研究开发。

研发项目立项时, 项目组编制研发项目预算, 包括材料投入预算, 并经公司管理层审批。研发部根据预算进行领料, 编制领料申请、领料出库单。开发过程中, 研发人员根据研发项目的实际需求进行领料, 若开发失败将形成废品, 若开发成功将形成座椅骨架总成及零部件等样品, 研发样品的形态与公司产成品形态基本一致。

对于开发失败的样品, 公司将其作为废品(即废料)进行管理; 对于开发成功的座椅骨架总成及零部件等样品, 部分合格样品可用于销售。对于研发产出的可用于销售的废料与样品, 根据《企业会计准则解释第 15 号》的要求, 在对外销售前计入存货并冲减研发费用。

二、发行人研发投入是否存在与履行客户合同相关的情形，如存在一定关联度，请说明发行人履行客户合同过程，是否存在无法控制相关研发成果情形

（一）公司研发投入不存在与履行客户合同直接相关的情形

公司研发项目包括两类，一类系公司基于自身战略发展规划，对公司新产品进行拓展研发以丰富公司产品系列，或对生产工艺进行升级研发以提高生产效率，该类项目与项目车型及履行客户合同均无关。另一类是基于客户化需求而发起的研发项目，公司在承接项目前，需要对相应的车型零部件产品及生产工艺进行初步开发设计，并形成相关方案；项目定点后，公司需要与客户进行进一步的同步开发，根据客户对新产品数模、工装样件、装车、试验等方面的要求，将自主研发的一项或多项关键技术在项目中进行创新性的应用，从而实现关键性能指标的提升、制造工艺的改进，此阶段的研发活动具有一定的探索性，且在此阶段公司尚未取得客户的量产订单，已进行的研究活动是否能够形成量产订单存在不确定性。该情形下，公司的研发投入与客户定点项目有关，但与量产订单合同的履行没有直接关联关系。

（二）公司能够控制研发投入相关成果

公司大部分研发活动均取得了发明专利、实用新型专利、高新技术产品认定等研发成果，上述成果均为公司自主享有，不存在与客户共同共有的情况；此外，公司研发活动的成果如生产技术及工艺创新等往往可以适用于多个产品或多个客户，研发成果具有一定通用性。

（三）研发投入与模具开发、样品销售活动划分

部分项目定点后，客户委托公司进行模具开发，并支付模具费用，公司不拥有该等模具的所有权。公司设有子公司虎印模具负责模具的开发，虎印模具车间、人员均独立于雅虎股份，虎印模具生产完成模具后，将模具移交至公司，虎印模具将其模具开发的投入均计入存货，不计入研发投入。部分模具向外部供应商采购，公司采购该等模具后，按照模具的状态分别计入存货、长期待摊费用，该等模具由设备保全科负责管理，与研发投入可区分。

同步开发阶段，部分客户会向公司采购样品，并根据合格样品数量支付样品采购款，样品收入规模小。在收取样品费的情况下，公司在合格样品产出时，根据定额成本计入库存商品，在合格样品实现销售时，结转入主营业务成本。

综上，公司部分研发投入与客户定点项目有关，但与量产合同订单的履行没有直接关联关系，上述研发成果权属清晰、不存在公司无法控制的情形。

三、发行人是否已建立了完善的识别、归集、划分研发费用和合同履约成本的内部控制程序，对于不能合理、准确划分的费用，是否存在计入研发费用的情形

公司建立了完善的识别、归集、划分研发费用和合同履约成本的内部控制程序，具体如下：

1、制定研发活动相关内控制度

公司制定了《研发中心内部控制制度》、《研发中心管理制度》等规章制度，对研发流程进行规范，对研发中心组织架构进行了明确，对研发投入核算进行了规定，从而将研发活动区别于合同履约活动。

2、研发费用的核算

公司严格按照《企业会计准则》的相关规定核算研发费用，具体如下：

（1）公司成立研发中心负责研发工作，研发项目立项时确定项目组成员，每月财务人员根据研发部统计的研发工时表核算应计入研发费用的职工薪酬金额并归集至对应的研发项目。研发中心定期对研发项目进度进行跟踪和评价，对研发人员工作进行监督，研发人员职责和工作内容不同于生产等职能部门。

（2）研发人员根据研发直接投入预算，在项目开发过程中，陆续领料。研发人员编制领料申请，审批后生成研发部门领料单，据此向仓库进行领料。每月末财务人员根据领料单的研发项目编号将原材料成本计入各项研发项目。研发领料从申请人、申请部门、出库类型、用途等方面均显著不同于生产领料。

（3）研发折旧与摊销包括用于研究开发活动的设备、仪器等固定资产折旧费，以及用于研究开发活动的软件、知识产权、非专利技术等无形资产摊销费。对于专门用于研发的设备折旧，全部计入研发费用；对于同时用于生产与研发的设备折旧，按照设备实际参与研发及生产活动的工时比例分配计入研发费用。

（4）其他研发费用包括与研究开发活动直接相关的其他费用，如技术图书资料费、资料翻译费、专家咨询费、高新科技研发保险费，研发成果的检索、论证、评审、鉴定、验收费用，知识产权的申请费、注册费、代理费，会议费、差旅费、通讯费等，相关费

用按照实际使用的研发项目进行归集。该等费用的产生对象、内容，不同于合同履行成本。

3、研发过程管理

公司通过研发项目台账对研发项目的研发立项、项目实施、项目验收等阶段进行全程管理，明确记录项目的人员情况。公司的研发立项由研发部门提出立项申请，通常情况下由研发负责人、公司总经理审批。项目立项通过后进行费用归集前，财务人员结合立项申请文件、向销售人员和研发中心人员了解情况，对研发内容进行分析，判断该研发项目所发生的支出属于合同履行成本。

综上所述，公司已经建立了完善的识别、归集、划分研发费用和合同履行成本的内部控制程序，不存在不能合理、准确划分的费用，亦不存在将不能合理、准确划分的费用计入研发费用的情形。

(3) 请保荐人、申报会计师发表明确意见。

一、核查程序

针对上述事项，保荐人及申报会计师履行了如下核查程序：

1、获取公司报告期内研发人员花名册、研发工时表、在研项目台账等资料，确认在研项目数量、工作量与研发人数、研发薪酬相匹配。

2、获取公司报告期内研发项目明细及研发直接投入明细，了解公司研发直接投入的具体构成及最终去向，比对研发材料最终形态与产成品形态；获取公司与客户签订的合同及订单，比对公司研发项目内容与履行客户合同的关联度。

3、查阅公司《研发中心内部控制制度》、《研发中心管理制度》等规章制度，了解公司研发费用识别、归集、划分原则，检查研发费用相关的合同、发票、付款单据、领料单等原始凭证的真实性和完整性。

二、核查意见

经核查，保荐人及申报会计师认为：

1、报告期内公司在研项目数量、工作量与研发人员数量、职工薪酬的变动趋势较为匹配，不存在研发人员与生产人员混同或研发人员兼具管理职能而无法准确计量研发费用的情形。

2、公司研发直接投入主要包括板材、五金工具、工装配件、燃料动力及各类半成品，开发失败的材料形成废品，开发成功的材料形成座椅骨架总成及零部件等样品，该等研发样品的形态与产成品形态基本一致。对于研发产出的可销售废料与样品，公司存在对外销售的情形，已根据企业会计准则要求在对外销售前计入存货并冲减研发费用。

3、公司部分研发投入与客户定点项目有关，但与量产订单的履行没有直接关联关系，上述研发成果权属清晰、不存在公司无法控制的情形。公司已经建立了完善的识别、归集、划分研发费用和合同履约成本的内部控制程序，不存在不能合理、准确划分的费用，亦不存在将不能合理、准确划分的费用计入研发费用的情形。

5.关于应收款项

申请文件及问询回复显示：

(1) 发行人应收款项融资余额分别为 7,466.90 万元、3,724.12 万元、8,977.67 万元和 9,051.52 万元，金额较大；存在已背书或贴现且在资产负债表日尚未到期的银行承兑汇票，全部终止确认。

(2) 发行人应收款账龄主要在 1 年以内，2022 年 1-6 月，发行人 1 年以上应收账款金额、占比有所提高。

请发行人：

(1) 说明发行人银行承兑汇票的主要承兑银行，是否全部为信用等级较高的商业银行，是否存在较大到期无法兑付风险，坏账准备计提是否充分，已背书或贴现的银行承兑汇票予以终止确认是否谨慎。

(2) 说明 1 年以上应收款形成原因，对应主要客户，是否存在较大的无法回收风险，坏账准备计提是否充分。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

(1) 说明发行人银行承兑汇票的主要承兑银行，是否全部为信用等级较高的商业银行，是否存在较大到期无法兑付风险，坏账准备计提是否充分，已背书或贴现的银行承兑汇票予以终止确认是否谨慎

一、公司银行承兑汇票的主要承兑银行及信用等级状况

报告期各期末，公司银行承兑汇票的主要承兑银行均为信用等级较高的商业银行以及大型财务公司，各期末构成情况如下：

单位：万元			
承兑银行	金额	占比	主体评级
2023/6/30			
招商银行股份有限公司	3,224.55	47.93%	AAA
一汽财务有限公司	1,365.76	20.30%	AAA
中国银行股份有限公司	709.65	10.55%	AAA

承兑银行	金额	占比	主体评级
兴业银行股份有限公司	388.47	5.77%	AAA
中国建设银行股份有限公司	360.24	5.35%	AAA
宁波银行股份有限公司	227.88	3.39%	AAA
兵器装备集团财务有限责任公司	183.02	2.72%	AAA
中国工商银行股份有限公司	116.37	1.73%	AAA
其他银行	152.37	2.26%	AAA/AA+
合计	6,728.31	100.00%	
2022/12/31			
中国银行股份有限公司	4,528.22	35.88%	AAA
招商银行股份有限公司	3,218.61	25.51%	AAA
宁波银行股份有限公司	1,050.00	8.32%	AAA
平安银行股份有限公司	816.55	6.47%	AAA
兴业银行股份有限公司	693.26	5.49%	AAA
中国建设银行股份有限公司	651.74	5.16%	AAA
上海汽车集团财务有限责任公司	531.98	4.22%	AAA
中国民生银行股份有限公司	380.00	3.01%	AAA
中国农业银行股份有限公司	326.21	2.59%	AAA
其他银行	422.68	3.35%	AAA/AA+
合计	12,619.25	100.00%	
2021/12/31			
中信银行股份有限公司	1,852.06	20.63%	AAA
中国银行股份有限公司	1,779.51	19.82%	AAA
浙商银行股份有限公司	1,330.94	14.83%	AAA
平安银行股份有限公司	1,004.08	11.18%	AAA
宁波银行股份有限公司	1,000.00	11.14%	AAA
中国民生银行股份有限公司	500.00	5.57%	AAA
交通银行股份有限公司	450.00	5.01%	AAA
中国农业银行股份有限公司	422.00	4.70%	AAA
兴业银行股份有限公司	247.19	2.75%	AAA
其他银行	391.89	4.37%	AAA
合计	8,977.67	100.00%	
2020/12/31			
中国银行股份有限公司	2,568.20	68.96%	AAA

承兑银行	金额	占比	主体评级
招商银行股份有限公司	715.91	19.22%	AAA
中信银行股份有限公司	410.00	11.01%	AAA
中国建设银行股份有限公司	20.00	0.54%	AAA
上海浦东发展银行股份有限公司	10.00	0.27%	AAA
合计	3,724.12	100.00%	

注 1：主体信用评级数据来源为 wind，**一汽财务有限公司无单独评级，评级对象为其实际控制人中国第一汽车集团有限公司，属 AAA 级**；上海汽车集团财务有限责任公司无单独评级，评级对象为其实际控制人上海汽车集团股份有限公司，属 AAA 级；

注 2：财务公司主要系**一汽财务有限公司**、上海汽车集团财务有限责任公司等，上述财务公司均经中国银监会批准成立并依法接受中国银保监会的监督管理；根据《电子商业汇票业务管理办法》，电子银行承兑汇票由银行业金融机构和财务公司承兑；财务公司出具的电子银行承兑汇票为在中国人民银行系统备案和流通的票据；

注 3：**2023 年 6 月 30 日，其他银行主要为中国农业银行股份有限公司、浙商银行股份有限公司等**；2022 年 12 月 31 日，其他银行主要为中国工商银行股份有限公司、中国光大银行股份有限公司等；2021 年 12 月 31 日，其他银行主要为中国建设银行股份有限公司、中国工商银行股份有限公司、北京银行股份有限公司等，信用等级均较高。

报告期各期末，公司应收款项融资中银行承兑汇票的承兑人均为信用评级良好的大中型商业银行或财务公司，上述主体的经营状况良好，到期无法兑付的风险较小，故无需计提坏账准备。

二、公司已背书或贴现的银行承兑汇票终止确认具有谨慎性

报告期各期末，公司已背书或贴现且在资产负债表日尚未到期的银行承兑汇票金额如下：

单位：万元

项目	终止确认金额			
	2023-6-30	2022-12-31	2021-12-31	2020-12-31
银行承兑汇票	17,013.42	12,003.96	22,499.31	7,936.66
财务公司承兑汇票	10.18	-	-	-
合计	17,023.60	12,003.96	22,499.31	7,936.66

根据《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》（2017 年修订）相关规定，金融资产的终止确认，应确定该金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬是否已经转移，企业已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方的，应当终止确认该金融资产。

报告期各期末，公司已背书或贴现且在资产负债表日尚未到期的银行承兑汇票承兑人中，信用等级为 AAA 级评级的占比分别为 97.65%、99.10%、99.77%和 **99.78%**。因

此，银行承兑汇票到期承兑人拒绝付款而被追索的可能性极低，可以认为已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方，因此公司将已背书或贴现的银行承兑汇票予以终止确认。

同行业可比公司对于已背书或贴现的银行承兑汇票终止确认情况如下：

可比公司	内容
博俊科技	未直接披露已背书或贴现的银行承兑汇票终止确认的具体政策，但其各年末已背书或贴现的未到期银行承兑汇票均予以终止确认了。
天成自控	对已背书或贴现的银行承兑汇票予以终止确认。

综上，公司将已背书或贴现的银行承兑汇票终止确认符合《企业会计准则》规定，与同行业可比公司的处理一致，该项处理谨慎。

(2)说明 1 年以上应收款形成原因,对应主要客户,是否存在较大的无法回收风险,坏账准备计提是否充分

截至 2023 年 6 月 30 日，公司应收账款账龄 1 年以上的主要客户（50 万元以上，占 1 年以上应收账款比例为 78.53%）情况如下：

单位：万元				
客户	账龄	金额	形成原因	截至 2023 年 8 月末回款情况
佛吉亚（天津）排气控制技术有限公司	1-2 年	229.91	零部件款	229.91
威马新能源汽车采购（上海）有限公司	1-2 年	153.38	零部件款	未回款，已单项计提坏账准备
威尔马斯特新能源汽车零部件（温州）有限公司	1-2 年	133.80	零部件款	
湖北星晖新能源智能汽车有限公司	1-2 年	61.59	模具款	
长春富维安道拓汽车饰件系统有限公司	1-2 年	107.52	模具款	-
上海同舟汽车零部件有限公司	1-2 年	82.74	零部件款	-
延锋国际座椅系统有限公司宁波杭州湾新区分公司	1-2 年	77.60	零部件款	-
合计		846.54		

截至 2023 年 6 月 30 日，公司 1 年以上的应收款主要集中于 1-2 年账龄，主要是应收威马新能源、佛吉亚(天津)排气控制技术有限公司、长春富维安道拓汽车饰件系统有限公司等款项，其中威马新能源因经营问题，款项回收存在困难，公司已单项计提坏账准备。剩余应收款基本系应收大客户货款，该等客户均处于正常经营中，与公司的业务开展正常，款项回收不存在问题，已按照账龄组合计提坏账准备，坏账准备计提充分。

(3) 请保荐人、申报会计师发表明确意见

一、核查程序

针对上述事项，保荐人、申报会计师主要执行了以下核查程序：

1、了解与销售与收款相关的内部控制，并测试关键控制的有效性；

2、获取公司报告期各期末应收票据台账，按承兑人统计各期末应收票据金额及占比情况，通过 wind 等方式查询承兑银行的信用评级情况，分析是否存在到期无法兑付的风险；

3、获取公司报告期各期末已背书或贴现的银行承兑汇票明细表，按承兑人统计各期末已背书或贴现尚未到期金额及占比情况，通过 wind 等方式，查询承兑银行的信用评级情况，并结合期后情况检查是否存在银行承兑汇票到期不能兑付的情况；

4、查阅《企业会计准则》、《票据法》，分析公司终止确认的会计处理是否符合企业会计准则和票据法的规定；

5、获取公司期末应收账款明细表，查看 1 年以上应收款的主要构成客户，通过询问相关业务人员了解形成原因，通过检查合同、发票和其他支持性证据核实原因的真实性，并对期后回款情况进行测试。

二、核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、公司各期末银行承兑汇票的主要承兑银行均为信用等级较高的商业银行，不存在较大到期无法兑付的风险，无需计提坏账准备；

2、公司已背书或贴现的银行承兑汇票到期承兑人拒绝付款的可能性极低，公司已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方，将已背书或贴现的银行承兑汇票予以终止确认具有谨慎性，符合《企业会计准则》的规定；公司 1 年以上应收款形成原因合理，对威马新能源相关款项已单项计提坏账，剩余款项已按照账龄组合计提坏账准备，坏账准备计提充分。

6.关于存货

申请文件及问询回复显示：

（1）报告期各期末，发行人存货账面价值分别为 11,876.54 万元、14,809.47 万元、18,120.59 万元和 21,379.83 万元，2022 年 6 月末，1 年以上库龄库存商品、在产品、委托加工物资余额有所增长。

（2）除去已下线项目，其余存货产成品均有对应订单。2022 年 6 月末，发行人亏损项目、长库龄材料形成的存货跌价准备余额增长。

请发行人：

（1）结合各期末在手订单金额、各类别存货期后结转情况说明存货是否正常周转，除已下线项目其余存货产成品均有对应订单背景下，发行人仍存在较大金额 1 年以上库存商品的原因及合理性。

（2）2022 年 1-6 月亏损项目跌价准备形成原因，金额增长的原因及合理性；结合未下线但库龄较长存货的存储状态、销售的可实现性等，进一步说明其存货跌价准备计提的充分性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

（1）结合各期末在手订单金额、各类别存货期后结转情况说明存货是否正常周转，除已下线项目其余存货产成品均有对应订单背景下，发行人仍存在较大金额 1 年以上库存商品的原因及合理性。

一、公司存货对应的在手订单金额、各类别存货期后结转情况及存货周转情况

（一）公司与存货对应的在手订单金额

根据汽车零部件行业的一般供应模式，公司与客户确定项目合作关系后，公司客户根据其后续生产安排，在项目生命周期内通过发布未来需求量、客户系统投放、邮件沟通等方式，向公司提供未来一段期间内的该项目的采购计划。客户不会给公司下达明确的长期采购订单金额，主要向公司提供未来 3-6 个月的需求计划，并在每月进行动态调整。故只要客户对应的车型项目还在生命周期内（项目未下线），公司存货一般均会有

持续的订单对应，而对于已下线项目，对应的存货一般不再会有订单对应。

报告期各期末，公司存货产成品余额及在手订单覆盖率情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年末	2021 年末	2020 年末
存货产成品余额 A	6,783.99	7,453.39	6,393.89	4,495.26
其中：已下线项目存货产成品余额 B	293.81	236.46	156.14	240.00
未下线项目存货产成品余额 C=A-B	6,490.17	7,216.93	6,237.75	4,255.26
有订单的存货产成品比例 D=C/A	95.67%	96.83%	97.56%	94.66%

注：考虑到公司未下线车型项目的存货一般均会有持续的订单对应，故上表将未下线项目对应的存货均作为有订单的存货统计。

如上表所示，报告期各期末，公司未下线项目存货产成品余额分别为 4,255.26 万元、6,237.75 万元、7,216.93 万元和 6,490.17 万元，鉴于一般公司未下线项目均会有持续的订单，因此报告期内有订单的存货产成品占比均在 96%左右。公司主要产成品均有在手订单覆盖，存货整体周转情况良好。

对于已下线项目的存货产成品，报告期各期对应的减值准备余额分别为 197.58 万元、127.99 万元、145.78 万元和 176.29 万元，占已下线项目存货产成品余额比例较高，减值准备充分。

（二）公司各类别存货期后结转情况

报告期内，各期末结存存货期后结转情况如下表所示：

单位：万元

项目	2023 年 6 月 30 日			
	账面余额	期后 3 个月结转金额	截至 2023.9.30 结转金额	截至 2023.9.30 结转比例
原材料	12,336.66	5,659.80	5,659.80	45.88%
在产品	5,545.84	3,865.84	3,865.84	69.71%
库存商品	5,774.78	4,543.33	4,543.33	78.68%
在制模具	2,444.72	2,325.16	2,444.72	100.00%
委托加工物资	812.90	370.46	370.46	45.57%
发出商品	1,009.21	757.92	757.92	75.10%
周转材料	107.71	29.80	29.80	27.67%
合计	28,031.82	17,552.30	17,671.86	63.04%

项目	2022 年 12 月 31 日			
	账面余额	期后 9 个月结转金额	截至 2023. 9. 30 结转金额	截至 2023. 9. 30 结转比例
原材料	9,557.54	7,377.36	7,377.36	77.19%
在产品	6,332.05	5,226.52	5,226.52	82.54%
库存商品	6,179.63	5,594.28	5,594.28	90.53%
在制模具	2,813.15	2,813.15	2,813.15	100.00%
委托加工物资	681.52	540.89	540.89	79.37%
发出商品	1,273.76	1,129.14	1,129.14	88.65%
周转材料	84.42	30.90	30.90	36.61%
合计	26,922.08	22,712.24	22,712.24	84.36%
项目	2021 年 12 月 31 日			
	账面余额	期后 1 年结转金额	截至 2023. 9. 30 结转金额	截至 2023. 9. 30 结转比例
原材料	4,889.85	3,904.57	4,286.66	87.66%
在产品	4,901.05	4,231.40	4,706.43	96.03%
库存商品	5,134.36	4,460.93	4,734.23	92.21%
在制模具	1,469.31	1,469.31	1,469.31	100.00%
委托加工物资	717.11	623.08	649.22	90.53%
发出商品	1,259.52	1,174.37	1,216.35	96.57%
周转材料	60.15	37.11	46.75	77.73%
合计	18,431.36	15,900.76	17,108.96	92.83%
项目	2020 年 12 月 31 日			
	账面余额	期后 1 年结转金额	截至 2023. 9. 30 结转金额	截至 2023. 9. 30 结转比例
原材料	4,297.47	3,675.06	4,030.60	93.79%
在产品	2,638.11	2,526.54	2,613.74	99.08%
库存商品	3,835.77	3,535.99	3,659.90	95.41%
在制模具	2,725.42	2,725.42	2,725.42	100.00%
委托加工物资	922.10	812.29	846.94	91.85%
发出商品	659.49	638.08	642.49	97.42%
周转材料	51.96	45.90	49.93	96.09%
合计	15,130.31	13,959.27	14,569.02	96.29%

注：期后结转金额未经审计。

如上表所示，除周转材料外，其余存货期后结转比例基本在 80%以上，期后两年及以上的结转比例均在 90%以上。2021 年末、2022 年末及 2023 年 6 月末周转材料期后

结转比例较低，主要系周转材料大多是包装物、备品备件等低值易耗品，单位价值较低，且均为公司生产经营需要持续耗用的存货，存在集中采购、陆续领用、可长期存放的特征。**2023 年 6 月末原材料及委托加工物资期后结转比例较低主要系在钢材价格低位战略性备货较多所致。**

综上，报告期各期末，公司有订单的存货产成品占比均在 96%左右，公司主要成品均有在手订单覆盖；各类型存货期后结转及时，不存在存货滞销、积压风险，公司存货整体周转情况良好。

二、除已下线项目其余存货产成品均有对应订单背景下，公司不存在较大金额 1 年以上库存商品

报告期各期末，公司库龄一年以上的库存商品金额分别为 240.80 万元、299.78 万元、673.43 万元及 **638.46 万元**，其相较公司生产规模及存货量较小。其形成的具体原因如下：

单位：万元				
形成原因	2023 年 6 月末	2022 年末	2021 年末	2020 年末
库龄一年以上的库存商品余额	638.46	673.43	299.78	240.80
其中：项目下线	192.15	219.58	136.56	92.15
项目备货	446.31	453.85	163.22	148.65

如上表所示，报告期各期末，除已下线项目其余库龄一年以上的库存商品余额分别为 148.65 万元、163.22 万元、**453.85 万元和 446.31 万元**，主要原因系公司提前适量备货。实际生产中，对于临近项目周期末期的零部件或产量明显下降的项目，公司会生产一定的备货量，一方面减少后续机器设备的开机成本，另一方面用于快速应对客户临时、小批量的需求。2022 年末、**2023 年 6 月末**，公司库龄一年以上备货金额大幅增长，主要系 C229、E115 等项目客户已下单采购，但因整车厂芯片等材料未采购齐全，以及市场变化等原因，客户生产计划调整、订单推迟所致。**2023 年 6 月末，公司库龄一年以上的备货逐步消化。**

(2) 2022 年 1-6 月亏损项目跌价准备形成原因，金额增长的原因及合理性；结合未下线但库龄较长存货的存储状态、销售的可实现性等，进一步说明其存货跌价准备计提的充分性。

一、2022 年 1-6 月亏损项目跌价准备形成原因，金额增长的原因及合理性

报告期各期末及 2022 年 6 月末，公司亏损项目存货跌价准备余额构成如下：

单位：万元

类型	2023 年 6 月末	2022 年末	2022 年 6 月末	2021 年末	2020 年末
亏损项目存货跌价准备	78.25	45.36	154.97	22.16	10.22
其中：长春工厂亏损项目跌价准备	47.64	21.02	125.60	16.10	2.11

2022 年 1-6 月，公司亏损项目主要来源于长春工厂，其中涉及车型项目主要为丰田凌放 HARRIER（941B）、红旗 H9（C229）、红旗 E-HS9（E115）和奔腾 T99（D058）。2022 年上半年，位于上海、长春等地的主要客户受疫情封控影响，采购需求下降，导致公司产销量下滑，规模效应下降，特别是长春工厂生产的产品，其单位制造费用和单位人工成本上涨幅度较大，由此导致 2022 年上半年亏损项目存货金额增加，相应计提的跌价准备增加。2022 年下半年，随着疫情管控影响减小及原材料价格下降，公司盈利能力陆续恢复，2022 年末，公司亏损项目跌价准备也回落至正常水平。

二、结合未下线但库龄较长存货的存储状态、销售的可实现性等，进一步说明其存货跌价准备计提的充分性

（一）库龄较长存货的存储状态

报告期内，公司建立了较为完善的存货管理制度，严格执行《仓储环节内控制度》相关规定：1）仓库应实行封闭管理，货物储存区禁止无关人员进出，未经办理出入手续，仓储无关人员禁止随意移入或者移出货物，仓储无关人员进出仓库应由仓库管理员陪同；2）储存区域应进行明确的标示，每种货物应挂上物料卡、并在卡上记录货物的入库、发出、储存情况，做到帐、卡、物相符；3）待检验货物应单独划分区域储存，不得与已经办理入库手续的货物混同，良品、不良品、待处理产品应分开储存；4）货物摆放应整齐、有序，同一类别的货物应摆放在同一区域，同一种物料应摆放在一起，仓库应加强定容定量储存管理，对装货容器进行标准化存储；5）库保管员要适时检查存货状况，进行必要的护理，防止害虫、腐蚀、潮湿、变质挤压等情况的发生；对呆滞品、报废品要进行清理，按照流程报有关领导审批后予以及时处理。

报告期各期，库龄较长存货主要存放于浙江厂区及长春厂区。报告期各期，会计师及保荐机构获取了公司相关盘点计划，了解仓储地点及库存状态，并进行了监盘以及抽盘。盘点过程中，中介机构实地走访了公司主要仓库，查看了各类存货的存储状态，未发现存在毁损破坏的情况。

（二）库龄较长存货销售的可实现性

公司向客户提供的产品主要为定制化产品，公司与客户确定项目合作关系后，客户根据其后续生产安排，在项目生命周期内将持续向公司采购对应的存货，项目下线前客户均会根据整车厂车型销量情况向公司下达订单，故公司未下线项目的存货产成品具有销售可实现性。以 2022 年 6 月末库龄 1 年以上的库存商品为例，2022 年 6 月末公司库龄 1 年以上库存商品（扣除已下线项目）金额为 331.91 万元，截至 2022 年 12 月末该部分库存商品期后结转金额为 61.21 万元（即销售库存商品对应的成本为 61.21 万元），占比约为 18.44%，未下线但库龄较长存货金额较小，并在陆续销售中。

综上所述，亏损项目跌价准备形成原因及金额增长具有合理性；未下线但库龄较长存货未见毁损破坏等情况，库龄一年以上的存货产成品期后陆续结转，具有销售可实现性，存货跌价准备计提充分。

（3）请保荐人、申报会计师发表明确意见。

一、核查程序

针对上述事项，保荐人和申报会计师履行了如下核查程序：

- 1、获取公司各期末各类存货库龄明细表，与仓库人员、采购人员、财务总监了解出现库龄较长的原因及公司对此类存货的管理。
- 2、查阅了公司报告期各期末的存货库存明细、库龄明细，核查库龄一年以上存货的主要情况及存货跌价计提情况；分析了部分存货库龄较长的原因和提前备货的合理性。
- 3、获取公司盘点制度、期末盘点计划，评估盘点计划的合理性，执行期末存货监盘程序，实地勘察公司的存货状态、盘点完成后复核盘点表中记录的数据是否存在差异，找出差异原因并索取支持性单据，核对无误后由陪同盘点人员和财务人员共同签字确认。
- 4、取得了公司出具的在手订单统计明细表，向公司相关业务负责人了解发行人的生产模式、销售模式，了解报告期各期末公司库存商品的结构与变动是否与在手订单相匹配；取得公司报告期内的存货进销存明细账，查阅了各类产品的销售出库情况及其他出库情况。

二、核查意见

经核查，保荐人和申报会计师认为：

1、报告期各期末，公司有订单的存货产成品占比均在 96%左右，公司主要成产品均有在手订单覆盖；各类型存货期后结转及时，不存在存货滞销、积压风险，公司存货整体周转情况良好。

2、报告期各期末，除已下线项目其余库龄一年以上的库存商品形成原因主要系公司提前适量备货。实际生产中，对于临近项目周期末期的零部件或产量明显下降的项目，公司会生产一定的备货量，一方面减少后续机器设备的开机成本，另一方面用于快速应对客户临时、小批量的需求，具有合理性。

3、2022 年 1-6 月亏损项目跌价准备形成及亏损金额上涨主要原因系 2022 年上半年，位于上海、长春等地的主要客户受疫情封控影响，采购需求下降，导致公司产销量下滑，规模效应下降，产品单位固定成本上涨所致，具有合理性；报告期各期执行期末存货监盘程序，查看了各类存货的存储状态，未下线但库龄较长存货未见毁损破坏等情况，库龄一年以上的存货产成品期后陆续结转，具有销售可实现性，存货跌价准备计提充分。

7.关于废料销售

申请文件及问询回复显示：

(1) 发行人其他业务收入中原材料销售收入分别为 915.58 万元、832.14 万元、1,259.73 万元和 473.99 万元，毛利率较低。

(2) 报告期各期，发行人废料销售单价分别为 2,339.64 元/吨、2,384.31 元/吨、3,181.63 元/吨、3,258.76 元/吨，2021 年度国内钢材市场价格上涨。2022 年 1-6 月，公司废料销售的第一大客户发生变更。

请发行人：

(1) 说明其他业务收入中原材料销售的背景、商业合理性，毛利率较低的原因、成本归集是否准确。

(2) 结合钢材市场价格变动、不同交易方的回收价格说明废料销售的价格公允性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

(1) 说明其他业务收入中原材料销售的背景、商业合理性，毛利率较低的原因、成本归集是否准确

一、原材料销售的背景及商业合理性

公司其他业务收入中原材料销售主要由两类情形产生，一类系为了服务客户、满足客户便利化采购的需求，向一汽富维安道拓金属销售镀铜钢丝、磷化钢丝等原材料；另一类系出于加强存货管理需求，对外处置少量剩余且预计短期不再使用的钢卷、线材以及因起订量原因多采购的钢卷、线材等。上述两类原材料销售系因服务客户以及公司自身存货管理角度产生，具有商业合理性。

报告期各期，两类情形的原材料销售情况如下：

单位：万元

原材料销售	2023 年 1-6 月			2022 年度		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
向一汽富维安道拓金属销售	381.96	329.12	13.83%	728.93	668.29	8.32%
处置剩余材料	26.73	37.76	-41.26%	162.35	156.51	3.60%

原材料销售	2023 年 1-6 月			2022 年度		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
合计	408.69	366.88	10.23%	891.28	824.80	7.46%

(续)

原材料销售	2021 年度			2020 年度		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
向一汽富维安道拓金属销售	812.67	799.28	1.65%	824.68	786.02	4.69%
处置剩余材料	447.06	452.30	-1.17%	7.46	12.86	-72.39%
合计	1,259.73	1,251.58	0.65%	832.14	798.88	4.00%

公司向一汽富维安道拓金属销售镀铜钢丝、磷化钢丝等原材料主要系一汽富维安道拓金属在生产过程中需要使用金属线材，而公司在生产坐垫帘、靠背帘等产品时也需要使用金属线材。由于一汽富维安道拓金属对相关线材的采购量相对较小，而该线材供应商又为公司的线材供应商，故其为了简化采购流程，与公司协商由公司统一向其提供冲压件产品和线材。为了更好的服务客户，根据一汽富维安道拓金属的需求，公司对外采购后向其销售镀铜钢丝、磷化钢丝等线材，并将冲压件和线材一同配送，方便其管理和使用。

钢卷等原材料具有一定的起订量要求，且不同规格的冲压件产品需要用合适规格的钢卷进行冲压，以减少废料的产生。由于部分产品下线或者设计变更等原因，会导致部分规格的钢卷短期内不再使用，而用于其他产品的生产则又会导致较高的废料产生，对外出售则由于单规格产品数量少、有需求的客户也较少，可能出现亏损，故公司往往选择先行保管，在未来有合适产品适用时再行使用。随着公司规模的增长，产品种类的增加，长期保管此类原材料将较大幅度增加保管成本，因此为了进一步完善存货管理，公司自 2020 年开始逐步少量出售此类剩余材料。此外，由于起定量原因，个别材料也会存在采购量大于预计使用量的情形，在有客户需求时，公司也会将多余材料对外出售。2021 年，钢材市场价格较高，公司对外处置剩余料的价格也随之提高，故公司较多的处置了前述两类原材料，原材料销售规模相对较大。

综上，其他业务收入中原材料销售系为了服务客户、满足一汽富维安道拓金属便利化采购需求以及处置剩余原材料产生，具有商业合理性。

二、原材料销售毛利率较低的原因及成本归集的准确性

公司向一汽富维安道拓金属销售的原材料系公司外购取得，且销售原材料的目的主

要系为了更好的服务客户，满足客户便利化采购需求，故公司仅赚取少量收益，毛利率较低。其中 2021 年毛利率相对低于其他年度，主要系公司向一汽富维安道拓金属的线材售价一般在年初确定后当年度不再调整，由于当期线材市场价格涨幅较大，导致公司采购成本上涨，毛利率较低。其中，2022 年向一汽富维安道拓金属的销售毛利率有所增长，主要系 2021 年钢材价格较高，公司与一汽富维安道拓金属就销售单价进行了调整，而 2022 年钢材市场价格有所回落，公司采购成本降低所致。**2023 年 1-6 月，由于线材市场价格下降，公司采购价格降低，但销售价格年初确定后当年度不再调整，故毛利率相比 2022 年小幅增长。**

公司对外销售暂时闲置以及富余原材料则主要系为了减少降低原材料保管成本，增加存货周转率，由于此类材料往往是公司使用后的剩余品或者过量采购产生，单品数量较少，有需求的客户也相对较少。因此，在有客户需求时，在能保本或者少量亏损时即选择对外销售，由此产生较低的毛利率或者产生少量负毛利率。

公司采购的原材料成本主要为支付的货款，在产品入库时确认为原材料，并按规格采用月末一次加权平均进行计价。公司对外销售的原材料均为采购取得，公司严格按照存货核算政策对原材料进行计价，成本归集准确。

(2) 结合钢材市场价格变动、不同交易方的回收价格说明废料销售的价格公允性

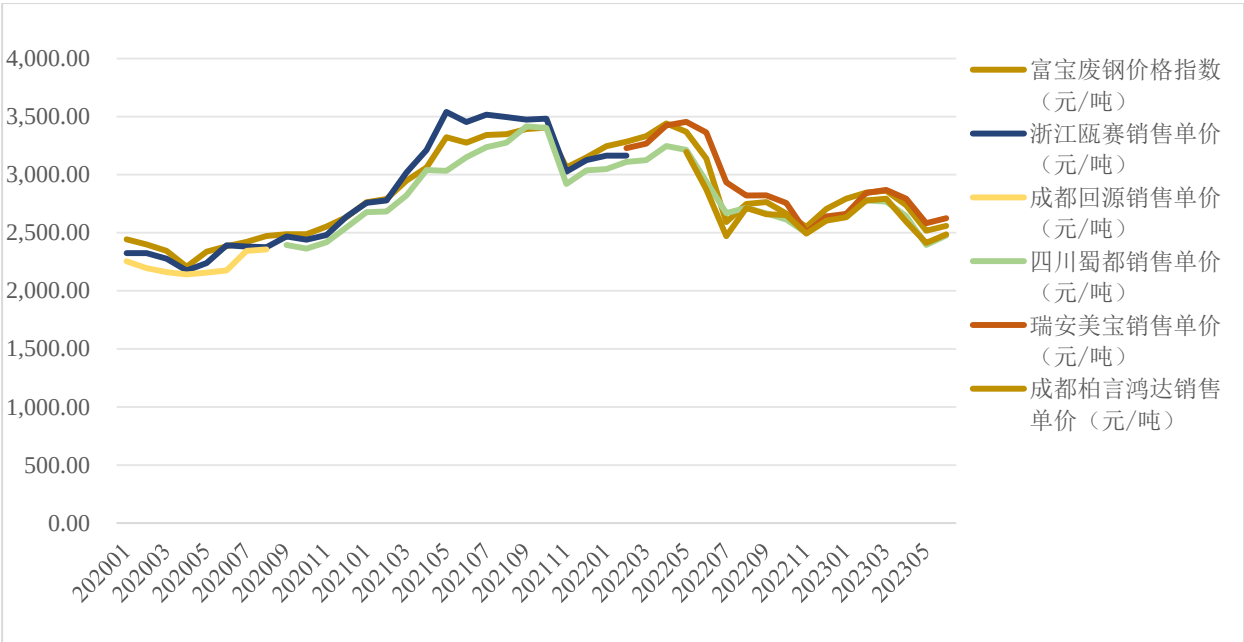
2020 年至 2022 年，公司废料客户主要为浙江瓯赛汽车部件铸造有限公司、成都回源废旧物资回收有限公司、四川蜀都顺风贸易有限公司和瑞安市美宝废旧金属回收有限公司，上述客户合计收入占公司各期废料收入的比重在 90%以上。**2022 年，公司在成都地区新增废料客户成都柏言鸿达商贸有限公司。**公司与上述主要客户交易规模及交易均价如下：

单位：万元、元/吨

公司	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	单价	金额	单价	金额	单价	金额	单价
瑞安市美宝废旧金属回收有限公司	1,025.16	2,714.10	2,544.25	2,957.09	-	-	-	-
浙江瓯赛汽车部件铸造有限公司	-	-	271.34	3,163.72	2,999.85	3,211.64	2,172.63	2,401.44
四川蜀都顺风贸易有限公司	138.36	2,586.59	464.37	2,940.29	868.97	3,073.01	255.31	2,440.84
成都回源废旧物资回收有限公司	-	-	-	-	-	-	293.24	2,220.27

公司	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	单价	金额	单价	金额	单价	金额	单价
成都柏言鸿达商贸有限公司	150.24	2,606.53	294.78	2,664.11	-	-	-	-

公司与上述客户的废料销售价格均系参考市场价格确定，各期价格变化与市场价格变动趋势相一致，定价公允。报告期各期，公司与上述主要客户的交易均价与富宝废钢价格指数的对比情况如下：



由上图可知，公司向主要废钢客户销售的价格与富宝废钢价格指数相近且变动趋势一致，定价公允。其中，浙江瓯赛汽车部件铸造有限公司和瑞安市美宝废旧金属回收有限公司的销售价格略高于成都回源废旧物资回收有限公司和四川蜀都顺风贸易有限公司，主要系瑞安地区废钢回收及炼钢行业相对成都更加发达，故回收价格略高于成都地区。

综上，公司与主要废钢客户均参考市场行情定价，销售价格与富宝废钢价格指数相近且变动趋势一致，定价公允。

(3) 请保荐人、申报会计师发表明确意见

一、核查程序

针对上述事项，保荐人和申报会计师履行了如下核查程序：

- 1、取得各期原材料销售明细，分析销售对象、销售单价以及毛利率情况；

2、向公司管理层了解原材料对外销售的原因，分析不同类型原材料对外销售毛利率的差异及变动原因；

3、取得各期废料销售明细，按客户计算各月废料销售价格；

4、取得与主要废料客户的销售合同，了解定价方式；

5、检索富宝废钢价格指数，并与主要废料客户的销售价格进行对比分析。

二、核查意见

经核查，保荐人和申报会计师认为：

1、其他业务收入中原材料销售系为了服务客户、满足一汽富维安道拓金属便利化采购需求以及处置剩余原材料产生，具有商业合理性；公司向一汽富维安道拓金属销售的原材料系公司外购取得，且销售原材料的目的主要系为了更好的服务客户，满足客户便利化采购需求，故公司仅赚取少量收益，毛利率较低；公司对外销售暂时闲置以及富余原材料的有需求客户较少，在保本或者少量亏损即选择对外销售，由此产生较低的毛利率或者产生少量负毛利率；公司对外销售的原材料均为采购取得，公司严格按照存货核算政策对原材料进行计价，成本归集准确；

2、公司与主要废料客户的废料销售价格均参考市场价格确定，各期价格与市场价格相机且变动趋势一致，定价公允。

8.关于募投项目

申请文件及问询回复显示,汽车座椅骨架总成及核心零部件扩产项目涉及新建厂房,目前发行人已在该土地上建成建筑面积为 20,292.91 平方米的厂房及建筑面积为 8,379.10 平方米的员工宿舍。

请发行人:

(1) 结合新建厂房涉及员工宿舍的建筑面积较大情况,以及用地性质和规划等,说明募投项目是否实质或变相涉及房地产投资,员工宿舍建筑面积较大的原因及与员工需求的匹配性。

(2) 结合募投项目的规划情况说明新建厂房进展情况和相关资质证照取得是否合法合规,结合发行人现有厂房及新增厂房对比情况、产能利用率和产能消化情况,进一步说明募投项目中扩厂的必要性及合理性,产能消化措施是否充分。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复:

(1) 结合新建厂房涉及员工宿舍的建筑面积较大情况,以及用地性质和规划等,说明募投项目是否实质或变相涉及房地产投资,员工宿舍建筑面积较大的原因及与员工需求的匹配性。

公司位于瑞安市南滨街道围二路厂区员工宿舍已于 2020 年竣工验收,其投资建设不涉及使用本次公开发行募集资金,本次发行上市募投项目建设仅涉及新建厂房,不涉及房地产投资或住宅、员工宿舍建设,募投项目未实质或变相涉及房地产投资。瑞安市南滨街道围二路厂区员工宿舍建筑面积较大系为充分保障外地员工基本生活需求,该宿舍楼提供房间 158 间,与该厂区一期厂房和二期厂房员工住宿需求匹配。

相关内容具体情况如下:

一、募集资金新建厂房不涉及员工宿舍建设,公司募投项目未实质或变相涉及房地产投资

(一) 募投项目涉及的新建厂房、对应土地的用地性质及规划情况

公司募投项目中仅汽车座椅骨架总成及核心零部件扩产项目涉及新建厂房,该项目

拟建设地点为位于瑞安市南滨街道围二路 1 号的公司现有土地，公司拟利用该土地已有厂房并新建厂房实施扩产项目，该土地上的厂房建设情况及用地性质、规划情况如下：

土地情况	厂房建设是否涉及募集资金投入	具体建筑	截至 2023 年 6 月末建设情况	土地规划用途
该地块坐落于瑞安市南滨街道围二路 1 号，土地使用权面积为 20,000 平方米	否	一期厂房（建筑面积 20,292.91 平方米）	已建成，不涉及募集资金，部分车间可供募投项目中的扩产项目使用	工业用地
		员工宿舍楼（建筑面积 8,379.10 平方米）	已建成，不涉及使用募集资金	
		其他辅助建筑（建筑面积 942.19 平方米）	已建成，不涉及使用募集资金	
	是	二期厂房（建筑面积 16,047.70 平方米）	未开建，拟使用募集资金建设，用于募投项目中的扩产项目	

根据上表所示，公司建筑面积为 8,379.10 平方米的员工宿舍系公司瑞安市南滨街道围二路厂区的生活服务设施，已于 2020 年竣工验收，其投资建设不涉及使用公司本次公开发行募集资金。

就前述员工宿舍的建设，公司已经取得了编号为“建字第（2017）0311161”的《建设工程规划许可证》以及编号为“2011050”的《建设工程施工许可证》¹。前述员工宿舍已于 2020 年 7 月 7 日由浙江晟川建筑有限公司出具《竣工验收报告》并取得了编号为“浙规核字第（2020）0311124 号”的《浙江省建设工程规划核实确认书》。前述员工宿舍的建设行为符合相关法律法规的规定。上表员工宿舍系公司为便利员工住宿而在厂区内建设的生产性配套设施，其用地面积占该工业项目总用地面积的比例为 4.42%，符合《关于发布和实施<工业项目建设用地控制指标>的通知》（国土资发〔2008〕24 号）中“工业项目所需行政办公及生活服务设施用地面积不得超过工业项目总用地面积的 7%。严禁在工业项目用地范围内建造成套住宅、专家楼、宾馆、招待所和培训中心等非生产性配套设施”的规定。

（二）募投项目未实质或变相涉及房地产投资

公司员工宿舍楼系公司早年根据实际经营情况用自有资金投入建设的生活服务类生产性配套设施，本次发行上市募投项目建设仅涉及新建厂房，不涉及房地产投资或住宅、员工宿舍建设，募投项目未实质或变相涉及房地产投资。

¹ 该许可证相关信息已于 2017 年更新，更新后相关工程总面积与上表列式信息吻合，但证书编号未变更。

二、员工宿舍系保障外地员工基本生活需求，建筑面积与员工住宿需求匹配

公司瑞安市南滨街道围二路 1 号员工宿舍系为便利该厂区员工住宿而在厂区内建设的生产性配套设施，公司员工主要系外地员工，在温州当地并无住所，为保障员工基本生活需求公司建设该员工宿舍。

目前该员工宿舍实际可提供房间 158 间，一般为 2 人/间，可为 300 多名员工提供住宿。**截至 2023 年 6 月末**，该宿舍楼已为该厂区一期厂房约 **185 名** 员工提供住宿，随着未来该厂区二期厂房建成投产，预计将新增有住宿需求的员工 100 余名，员工宿舍楼面积与员工住宿需求基本匹配。

综上，公司员工主要为外地员工，员工宿舍主要为保障员工基本生活需求，瑞安市南滨街道围二路 1 号员工宿舍数量与该厂区员工住宿需求匹配。

(2)结合募投项目的规划情况说明新建厂房进展情况和相关资质证照取得是否合法合规，结合发行人现有厂房及新增厂房对比情况、产能利用率和产能消化情况，进一步说明募投项目中扩厂的必要性及合理性，产能消化措施是否充分。

一、募投项目的规划情况、新建厂房进展情况和相关资质证照取得合法合规情况

公司募投项目中仅汽车座椅骨架总成及核心零部件扩产项目涉及新建厂房，项目建设期为 1.5 年。**截至 2023 年 6 月末**该项目新厂房（围二路 1 号二期厂房）尚未开工建设，仅有少量城市市政基础设施配套费及前期设计费投入。

上述募投项目需履行的审批备案程序，及其所涉及的新建厂房（围二路 1 号二期厂房）相关资质证照取得情况如下：

资质证照/审批备案程序	取得/履行情况	合法合规情况
不动产权证	已取得，证号为“浙（2020）瑞安市不动产权第 0053318 号”	符合法律法规规定。
建设用地规划许可证	已取得，证号为“地字第（2011）0311044 号”	符合法律法规规定。
募投项目备案（赋码）	已备案赋码，项目代码为“2202-330381-04-01-940798”，项目名称为“浙江雅虎汽车部件股份有限公司汽车座椅骨架总成及核心零部件扩产项目”	瑞安市经济开发区管理委员会同意募投扩产项目备案，符合法律法规规定。
募投项目环境影响登记表备案	已备案，备案文件号为“温环瑞建备（2022）11 号”	温州市生态环境局同意募投扩产项目备案，符合法律法规规定。

募投项目安全生产相关审批程序	已经根据相关安全生产条件和设施进行了综合分析,并编制了安全生产书面报告,供当地应急管理部门备查	根据《建设项目安全设施“三同时”监督管理办法(2015 修正)》第七条规定,募投扩产项目不属于需进行安全预评价的生产建设项目,公司编制安全生产书面报告的行为符合法律法规规定。
募投项目节能审查	根据《建设项目环境影响登记表(备案稿)》,募投扩产项目预计年消耗水 1,800 吨,电 20 万度,不属于需单独进行节能审查的固定资产投资项目,故未履行节能审查程序	《固定资产投资项目节能审查办法》(国家发展和改革委员会令第 44 号)第六条规定,“年综合能源消费量不满 1,000 吨标准煤,且年电力消费量不满 500 万千瓦时的固定资产投资项目,以及用能工艺简单、节能潜力小的行业(具体行业目录由国家发展改革委制定并公布)的固定资产投资项目应按照相关节能标准、规范建设,不再单独进行节能审查”。 《关于进一步加强固定资产投资项目和区域节能审查管理的意见》(浙发改能源〔2021〕42 号)规定,“对国家规定不单独进行节能审查的行业目录中的固定资产投资项目,以及年综合能源消费量不满 1000 吨标准煤的固定资产投资项目,不再单独进行节能审查”。 募投扩产项目年能源消费量折算后低于 1,000 吨标准煤,其不单独进行节能审查符合法律法规规定。

综上,截至 2023 年 6 月末募投项目新建厂房尚未开工建设(围二路 1 号二期厂房),公司已就该拟新建厂房取得不动产权证、建设用地规划许可证,且已履行包括项目备案等现阶段所需的审批/备案程序。前述拟新建厂房相关资质证照取得合法合规,前述募投项目已经履行了必要的审批备案程序。

二、发行人现有厂房及新增厂房对比情况、产能利用率和产能消化情况

在公司现有厂房与新增厂房对比方面,截至 2023 年 6 月末,公司已投入使用的厂房(含对外承租厂房)面积合计约 10 万平方米,募投项目拟新建厂房面积为 1.60 万平方米,新增厂房面积占投入使用厂房面积的比例约为 16%,占比较低。且与现有生产项目对比测算,公司现有厂房已不能满足汽车座椅骨架总成及核心零部件扩产项目建设需求,新建厂房具有必要性;扩产项目单位面积投入设备原值与现有生产项目接近,新建厂房建筑面积具有合理性。

在产能利用率和产能消化方面,报告期内公司重点产品从汽车座椅骨架分总成及冲压件转型升级为座椅骨架总成,2020 年至 2022 年骨架总成销量分别为 19.29 万辆份、31.25 万辆份和 25.28 万辆份,公司通过购买焊装设备及技术改造来持续提升总成件产能,但总成件产能利用率均接近或超过 80%,实际产能趋于饱和。2023 年 1-6 月,受

上半年处于汽车市场淡季、公司配套的部分传统合资品牌车型销量下降及占用产能较大的骨架总成产量占比增加等因素影响，公司总成件及冲压件产能利用率出现下降。但是，公司有多项在研车型项目将在 2023 年至 2024 年陆续量产，全部量产后预计将新增销量约 53.17 万辆份/年，因此公司需要通过建设汽车座椅骨架总成及核心零部件扩产项目满足客户需求。

具体情况如下：

（一）公司现有厂房及新增厂房对比情况

截至 2023 年 6 月末，公司温州、长春、天津、成都、安徽等地已投入使用（含对外承租）的厂房面积合计约为 10 万平方米，公司汽车座椅骨架总成及核心零部件扩产项目拟新增的厂房面积为 1.60 万平方米，新增厂房面积占已有厂房（含对外承租厂房）面积的比例为约 16%，占比较低。

公司汽车座椅骨架总成及核心零部件扩产项目产品结构与现有生产基地产品结构均存在一定差异，故无法对新建厂房与现有厂房单位面积产能进行直接比较。考虑到该扩产项目与公司目前位于温州瑞安市江南大道 777 号现有厂房冲压车间和焊装车间生产项目中的生产工序及设备类似，以下对其单位面积设备投入金额进行比较。截至 2023 年 6 月末，汽车座椅骨架总成及核心零部件扩产项目与温州现有冲压及焊装车间拟/已投入设备原值与建筑面积对比情况如下：

项目	主要内容	具体内容
现有项目厂房情况	现有项目内容	温州现有冲压车间及焊装车间
	已投入设备原值（万元）A	16,188.63
	车间建筑面积（平方米）B	23,506.50
	单位面积设备原值金额（元/平方米）C=A/B	6,886.87
募投项目厂房情况	募投项目内容	汽车座椅骨架总成及核心零部件扩产
	拟投入设备原值（万元）D	16,150.40
	与现有生产项目单位面积设备原值相同情况下所需建筑面积（平方米）E=D/C	23,450.99
	新建厂房后单位面积设备原值金额（元/平方米）F=D/新建厂房后扩产项目可使用面积(约为26,247.70平方米)	6,153.07

如上表所示，与现有生产项目单位面积设备原值相同情况下，公司汽车座椅骨架总成及核心零部件扩产项目拟投入 16,150.40 万元设备，需要对应的厂房建筑面积为 23,450.99 平方米，现有一期厂房中约 10,200.00 平方米厂房可用面积已不能满足上述

扩产项目需求，故新建 16,047.70 平方米二期厂房用于扩产项目具有必要性。

公司新建厂房后，扩产项目可使用建筑面积约为 26,247.70 平方米，单位面积投入设备原值金额为 6,153.07 元/平方米，与温州现有冲压车间及焊接车间单位面积投入设备原值金额相近，新建厂房建筑面积具有合理性。

综上，公司现有厂房已不能满足汽车座椅骨架总成及核心零部件扩产项目建设需求，新建厂房具有必要性；新建厂房面积占已有厂房面积比例较低，且扩产项目单面面积投入设备原值与现有生产项目接近，新建厂房建筑面积具有合理性。

（二）公司产能利用率和产能消化情况

1、公司产能利用率情况

报告期各期，公司主要产品的产能利用率情况如下：

产品	项目	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
总成件	产能（万件）	1,200.00	2,400.00	2,300.00	2,200.00
	自产产量（万件）	683.95	1,903.49	1,944.60	1,867.36
	产能利用率	57.00%	79.31%	84.55%	84.88%
冲压件	产能（万件）	4,750.00	9,500.00	9,500.00	9,500.00
	自产产量（万件）	3,102.81	8,497.98	7,752.89	7,698.60
	产能利用率	65.32%	89.45%	81.61%	81.04%

注 1：公司总成件（含座椅骨架总成及分总成）产品、冲压件产品均为非标产品，型号多样，不同型号生产耗时及工艺难度均有差异，上表产能系根据发行人报告期内产品结构及设备配置测算的理论产能；

注 2：考虑到座椅骨架总成均以坐垫总成、靠背总成等分总成产品形式单独发货，上表中总成件产能、产量数据均已折算成分总成产品数量，以分总成数量计量；

注 3：产能利用率=自产产量/产能，自产产量为公司生产基地生产的产量，含进一步加工成总成件的冲压件数量。

上表产能为理论上能达到的最大产能，公司考虑到全年汽车销量季节波动，一般会在建厂做产能规划时留有 20% 的富余产能。2020 年至 2022 年，公司产能利用率均接近或超过 80%，从实际生产情况看，产能已经趋于饱和。2023 年 1-6 月，受上半年处于汽车市场淡季、公司配套的部分传统合资品牌车型销量下降及占用产能较大的骨架总成产量占比增加等因素影响，公司总成件及冲压件产能利用率出现下降。但随着短期不利因素的消除及在研项目的陆续量产，公司仍会面临产能瓶颈。

2、募投项目产能消化情况

本次募投项目中涉及新增产能的为汽车座椅骨架总成及核心零部件扩产项目，该项目达产后，预计新增座椅骨架产能 40 万辆份/年。公司募投项目的产能消化情况如下：

（1）报告期内公司进行产品转型，骨架总成产品销量不断增加，仍处于快速增长阶段

报告期内，公司产品逐步从冲压件向总成件转型，若按照一定方法对公司报告期内骨架总成单位进行折算（一辆份座椅骨架一般包括 1 个主驾座椅+1 个副驾座椅+1 套后排座椅或者再增加 1 套中排座椅，对于无中排座椅汽车按照前排主座、副座、后排座椅骨架分别为 0.25 辆份、0.25 辆份和 0.5 辆份折算，对于有中排座椅汽车按照前排主座、副座、中排座椅及后排座椅骨架分别为 0.2 辆份、0.2 辆份、0.3 辆份、0.3 辆份折算），**2020 年至 2022 年**公司骨架总成销量分别为 19.29 万辆份、31.25 万辆份和 25.28 万辆份，公司骨架总成产品销量整体处于增长阶段。

（2）公司座椅骨架总成产品在手订单充足，能够消化募投项目产能

截至 2023 年 6 月末，公司在研车型项目中座椅骨架总成件项目情况如下：

在研车型项目	开始研发时间	主要产品名称	研发进度	预计量产时间	预计年产量（辆）
理想 X04	2022 年 3 月	主副驾靠背骨架总成	试样阶段	2023 年 12 月	16 万
红旗 E001	2022 年 4 月	前排主副座椅骨架总成、后排座椅骨架总成	试样阶段	2023 年 12 月	9 万
红旗 E202	2022 年 6 月	前排主副座椅骨架总成、后排座椅骨架总成	设计定型阶段	2024 年 3 月	6 万
红旗 C801	2022 年 7 月	前排主副座椅骨架总成、后排座椅骨架总成	产品设计阶段	2024 年 6 月	1.5 万
蔚来阿尔卑斯	2022 年 11 月	后排靠背骨架总成	产品设计阶段	2024 年 8 月	9 万
红旗 EH7（E702）	2022 年 9 月	前排主副座椅骨架总成、后排座椅骨架总成	产品设计阶段	2024 年 9 月	3 万
合众汽车 EP32	2023 年 1 月	后排骨架总成	设计定型阶段	2023 年 11 月	5 万
理想 W02	2023 年 3 月	前排主副座椅靠背骨架总成、中排座椅靠背骨架总成	产品设计阶段	2024 年 9 月	25.6 万
奔驰 V 级	2023 年 6 月	后排骨架总成	设计定型阶段	2023 年 11 月	1.5 万

注：预计汽车年产量为车型生命周期内的年平均产量，系根据客户提供的需求预测资料测算。

截至 2023 年 6 月末，公司共有多个在研车型项目，且主要为总成件产品项目，将在 2023 年至 2024 年陆续达到量产状态，上表在研车型项目对应的销量约为 53.17 万辆份/年，本次募投项目预计将在未来 2-3 年后逐步投入运营，预计新增座椅骨架产能 40 万辆份/年，结合在研车型项目产能需求，公司本次募投项目产能将能较好消化

三、募投项目中扩厂的必要性、合理性及产能消化措施情况

（一）募投项目中扩厂的必要性及合理性

报告期内公司重点产品从汽车座椅骨架分总成及冲压件向座椅骨架总成转型升级，2020 年至 2022 年骨架总成销量分别为 19.29 万辆份、31.25 万辆份和 25.28 万辆份，公司通过购买焊装设备及技术改造来持续提升总成件产能，总成件产能利用率均接近或超过 80%，实际产能趋于饱和。2023 年 1-6 月，受上半年处于汽车市场淡季、公司配套的部分传统合资品牌车型销量下降及占用产能较大的骨架总成产量占比增加等因素影响，公司总成件及冲压件产能利用率出现下降。但随着短期不利因素的消除及在研项目的陆续量产，公司仍会面临产能瓶颈。此外，公司有多个在研车型项目将在 2023 年至 2024 年陆续量产，全部量产后预计将新增销量约 53.17 万辆份/年公司需要通过建设汽车座椅骨架总成及核心零部件扩产项目满足客户需求。

公司现有厂房已不能满足汽车座椅骨架总成及核心零部件扩产项目建设需求，参照现有生产项目单位面积设备原值，扩产项目需要对应的厂房建筑面积为 23,450.99 平方米，现有一期厂房中约 10,200.00 平方米厂房可用面积已不能满足上述扩产项目需求，故新建 16,047.70 平方米二期厂房用于扩产项目具有必要性；公司新建厂房后，扩产项目可使用建筑面积约为 26,247.70 平方米，单位面积投入设备原值金额为 6,153.07 元/平方米，与温州现有冲压车间及焊接车间单位面积投入设备原值金额接近，新建厂房建筑面积具有合理性。

综上，募投项目中扩厂具有必要性及合理性。

（二）公司产能消化措施充分

为保障公司募投项目新增产能的消化，公司拟采取产能消化措施如下：

（1）持续深耕客户，开发新车型项目

经过多年的经营积累，公司与安道拓系、佛吉亚系、英提尔系等知名汽车零部件一级供应商建立了稳定的合作关系，并抓住新能源汽车及自主品牌汽车不断发展的态势，积极为国内整车厂配套座椅骨架产品。未来，公司将持续把握新能源汽车及自主品牌汽车市场份额提升趋势，强化营销体系建设，提升整体销售能力，重点开拓新能源及自主品牌汽车市场，提升公司在座椅系统中的市场地位。

此外，在通过汽车整椅一级配套商与整车厂开展合作的原模式基础上，公司持续与一汽红旗、蔚来汽车、理想汽车、**上汽大众**、**比亚迪**等整车厂形成直接合作，公司通过与整车厂直接签订项目定点协议，并参与整车厂座椅骨架产品设计，与整车厂形成较为深入的合作关系，以确保公司持续获得订单。

随着公司持续开发新能源车型等项目及与部分整车厂开展直接合作，公司未来有望获得更多车型项目的定点合作意向，优质的客户资源及充足的在研车型项目可以为募投项目新增产能消化提供有力支撑。

（2）加强技术及产品开发，提升产品竞争力

公司将坚持以客户需求为导向，把握汽车座椅轻量化、智能化、舒适化趋势，通过生产技术及设备创新、智能化改造，不断提升产品设计制造和生产运营能力，为公司在汽车座椅市场提高市场占有率提供有力支撑。

公司将把握汽车座椅发展趋势持续进行产品设计开发。公司将对座椅骨架产品持续研发，利用在高强度、轻量化、智能记忆汽车座椅骨架总成领域已有的优势，持续发开新产品，满足市场及客户的需求。此外，为应对终端市场的需求，公司将进一步加深与客户的关系，积极配合客户新产品的早期设计开发工作，进一步融入其协同开发体系，进一步提升产品及服务的竞争力。

此外，公司基于产品升级战略，形成以冲压产品为依托，骨架总成产品为主导，座椅滑轨、舒适性产品、座椅调节电动驱动器等配件产品为开拓的布局形式，丰富公司产品系列，提高单车配套产品的货值。

（3）形成高效管理团队和管理体系，保障项目顺利推进

公司将持续增加管理队伍，保障募投项目顺利推进。公司将继续加大人才培养和引进力度，在客户销售及跟踪、设计研发、生产工艺、内部控制等方面引入外部优秀人才；完善人力资源管理体系，健全人力资源规划系统、教育培训系统、绩效考评系统和薪酬

管理系统；以现有的博士后工作站模式为模板，建立研究生工作站，借助高校研究生力量，为公司提供大量技术支持和人才支持。

公司将持续加强发行人内部管理体系，进一步推进系统升级改造和内部制度建设工作，提升智能管理水平。公司将在生产管理方面，优化工艺流程、提高生产效率、加强质量管控，实现信息化全面落地；在供应链及客户管理方面，完善客户开发管理制度和供应商管理制度，加大客户开发力度、细化成本管控措施；在财务管理方面，强化财务管控、健全财务共享、优化反馈流程，进一步提升财务部门服务生产经营决策的水平；在企业文化方面，塑造具有特色的企业文化，加强员工凝聚力、提升员工归属感。

综上，公司产能消化措施充分。

(3) 请保荐人、发行人律师发表明确意见。

一、核查程序

针对上述事项，保荐人、发行人律师履行了如下核查程序：

1、取得并查阅了募投项目土地及厂房图纸及产权资料，实地查看了员工宿舍楼并向发行人相关人员了解房间数量、住宿员工数量等情况，分析说明员工宿舍与住宿人员的匹配情况；

2、取得了发行人募投项目可行性研究报告并向相关人员了解募投项目后续规划情况；取得并核查了募投项目新建厂房相关资质证照以及募投项目所涉的审批备案程序；了解发行人现有已投入使用的厂房面积及募投项目新建厂房面积情况并进行对比分析；取得并查阅发行人在研车型项目清单，了解募投项目新增产能情况及在研车型项目量产情况；访谈发行人管理人员，了解发行人募投项目产能消化措施。

二、核查意见

经核查，保荐人、发行人律师认为：

1、公司位于瑞安市南滨街道围二路厂区的员工宿舍已于 2020 年竣工验收，其投资建设不涉及使用本次公开发行募集资金，本次发行上市募投项目建设仅涉及新建厂房，不涉及房地产投资或住宅、员工宿舍建设，募投项目未实质或变相涉及房地产投资。瑞安市南滨街道围二路厂区员工宿舍建筑面积较大系为充分保障外地员工基本生活需求，该宿舍楼提供房间 158 间，与该厂区一期厂房和二期厂房员工住宿需求匹配。

2、截至2023年6月末募投项目相关新建厂房尚未开工建设(围二路1号二期厂房),公司已就该待新建厂房取得不动产权证、建设用地规划许可证,且已履行包括项目备案等现阶段所需的审批/备案程序,该新建厂房相关资质证照取得合法合规;公司2020年至2022年总成件产能利用率均接近或超过80%,实际产能趋于饱和,2023年1-6月,受上半年处于汽车市场淡季、公司配套的部分传统合资品牌车型销量下降及占用产能较大的骨架总成产量占比增加等因素影响,公司总成件及冲压件产能利用率出现下降。但随着短期不利因素的消除及在研项目的陆续量产,公司仍会面临产能瓶颈。公司现有厂房已不能满足汽车座椅骨架总成及核心零部件扩产项目建设需求,参照现有生产项目单位面积设备原值,新建厂房用于扩产项目具有必要性,即募投项目中扩厂具有必要性及合理性;为保障公司募投项目新增产能的消化,公司拟采取多项产能消化措施,产能消化措施充分。

(以下无正文)

(本页无正文，为《<关于浙江雅虎汽车部件股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函>之回复报告》之发行人签章页)



浙江雅虎汽车部件股份有限公司

2023 年 12 月 25 日

发行人董事长声明

本人已认真阅读关于浙江雅虎汽车部件股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函之回复报告的全部内容，确认本次审核问询函之回复报告内容真实、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： 池仁虎

池仁虎



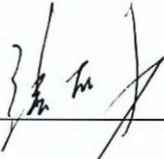
浙江雅虎汽车部件股份有限公司

2023 年 12 月 25 日

保荐机构董事长声明

本人已认真阅读浙江雅虎汽车部件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，审核问询函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：


张佑君

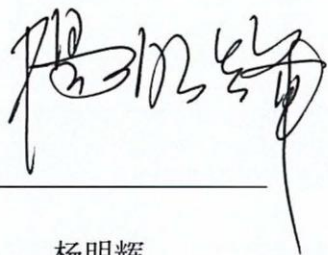
中信证券股份有限公司

2023年12月25日

保荐机构总经理声明

本人已认真阅读浙江雅虎汽车部件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，审核问询函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。

总经理：



杨明辉

中信证券股份有限公司



2023年12月18日

(本页无正文，为《<关于浙江雅虎汽车部件股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函>之回复报告》之保荐机构签章页)

保荐代表人：

李融

李 融

胡涛

胡 涛

