



《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
第三轮审核问询函》
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 4 月 10 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三轮审核问询函》（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.关于收入及业绩波动	3
2.关于核心竞争力及相关信息披露	37
3.关于存货	57
4.关于模具	71

1.关于收入及业绩波动

申请文件及问询回复显示：

（1）截至 2022 年末，发行人 2023 年汽车零部件需求订单金额约 9.03 亿元，按历史订单转化率测算全年可实现订单金额约为 7.47 亿元。报告期各期，发行人主营业务收入分别为 49,449.13 万元、67,445.60 万元和 60,067.06 万元，业绩存在一定波动。

（2）发行人冲压件、总成件中的分总成、骨架总成货值依次提高，报告期各期货值较高的骨架总成占总成件收入的比重分别为 42.04%、62.64%和 48.63%，主要系红旗项目销售占比变动导致。报告期各期，发行人来源于红旗收入分别为 6,016.83 万元、17,316.45 万元、9,893.10 万元。

（3）发行人通过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、通过佛吉亚获取理想 ONE 车型座椅骨架项目，未说明是否配套了其他车型。

（4）2021 年、2022 年前五大车型收入合计销售量季度分布较为平均，但发行人主营业务收入下半年收入占比较高。

请发行人：

（1）结合订单金额对应车型、量产时间及产品周期、期后汽车景气度及对应车型销售实现情况等，说明全年订单金额的可实现性、测算是否客观、谨慎，是否存在可能导致销售实现不达预期的重大风险，发行人持续经营能力是否存在重大不确定性。

（2）区分冲压件、分总成、骨架总成或低、中、高货值产品，说明发行人的收入结构、对应主机厂；报告期内发行人来自红旗项目收入下滑背景下，发行人是否具备进一步开拓高货值订单的能力。

（3）区分燃油车、新能源汽车主要主机厂，说明发行人未能持续获得主机厂主力车型订单的原因；客户对供应商的遴选标准、发行人项目定点获取方式等，进一步说明发行人与客户合作的稳定性、可持续性。

（4）说明发行人配套前五大车型的销售量季度分布较为平均的背景下，发行人收入集中在下半年的原因及合理性，收入季节性分布变化的原因及合理性。

请保荐人发表明确意见，请保荐人质控、内核部门对发行人持续经营能力是否存在重大不确定性、未来经营业绩是否存在大幅下滑风险发表明确意见。

回复：

(1) 结合订单金额对应车型、量产时间及产品周期、期后汽车景气度及对应车型销售实现情况等，说明全年订单金额的可实现性、测算是否客观、谨慎，是否存在可能导致销售实现不达预期的重大风险，发行人持续经营能力是否存在重大不确定性。

一、2023 年预计订单金额对应车型、量产时间及产品周期情况

(一) 2023 年预计订单金额对应的主要汽车品牌情况

公司根据客户 2023 年初提供的采购及生产计划，按各主要车型历史订单转化率测算，2023 年全年可实现销售的汽车零部件订单金额约为 7.47 亿元，具体情况如下：

单位：万元

汽车品牌	2023 年客户生产计划对应的要货金额 A	历史订单转化率 B	2023 年转换后预计要货金额 C=A*B	订单金额占比
一汽红旗	32,285.79	74.56%	24,070.85	32.24%
一汽大众	19,621.86	86.67%	17,007.10	22.78%
蔚来汽车	6,961.58	86.52%	6,023.18	8.07%
一汽丰田	5,538.07	95.81%	5,306.08	7.11%
沃尔沃亚太	4,716.20	87.36%	4,119.98	5.52%
上汽大众	4,334.98	84.46%	3,661.48	4.90%
领克	3,097.82	83.14%	2,575.53	3.45%
其他汽车品牌	13,701.80	-	11,898.79	15.94%
合计	90,258.09	-	74,662.99	100.00%

注：2023 年转换后预计要货金额根据 2023 年预计订单金额*历史订单转换率计算得出，部分收入较小的车型历史订单转换率按照历史公司整体平均转换率（85%）计算。

如上所示，公司 2023 年预计订单金额主要来自一汽红旗、一汽大众、蔚来汽车、一汽丰田等，上表其他汽车品牌包括上汽大通、长安福特、北京奔驰、吉利汽车、理想汽车、郑州宇通、广汽埃安、小鹏汽车等十余个汽车品牌。

(二) 2023 年预计订单金额对应车型、量产时间及产品周期情况

根据车型项目的量产年份，公司将车型项目 2023 年预计订单金额情况分类如下：

单位：万元

项目	2023 年转换后预计订单金额	2022 年销售收入	增长额
2022 年前量产项目	49,707.08	49,200.08	507.00
2022 年量产项目	12,820.11	5,004.08	7,816.03
2023 年量产项目	12,135.80	-	12,135.80

项目	2023 年转换后预计订单金额	2022 年销售收入	增长额
合计	74,662.99	54,204.16	20,458.83

1、2022 年前量产主要车型项目订单收入情况

根据客户 2023 年初提供的生产要货计划，公司在 2022 年前量产的主要车型项目对应预计订单金额相对 2022 年实际收入变动情况如下：

单位：万元

2022 年前量产车型	量产时间	项目周期	2022 年收入	2023 年预计订单金额	2023 年预计收入变动额
红旗 H9	2020 年	2020 年-2026 年	3,429.90	5,965.55	2,535.65
丰田 RAV4 荣放	2019 年	2019 年-2024 年	3,723.94	4,267.95	544.01
大众宝来	2018 年	2018 年-2026 年	3,196.62	3,025.44	-171.18
高尔夫、奥迪 A3 (平台型项目)	2018 年	2018 年-2026 年	3,144.74	2,589.18	-555.56
领克 06	2020 年	2020 年-2024 年	2,091.17	2,294.78	203.61
大众捷达	2019 年	2019 年-2027 年	2,050.24	2,140.94	90.70
大众速腾	2018 年	2018 年-2029 年	1,828.91	1,838.16	9.26
奥迪 Q2、探歌 (平台型项目)	2018 年	2018 年-2026 年	1,632.98	1,808.90	175.91
KEB47 平台型项目	2020 年	2020 年-2027 年	1,465.97	1,461.36	-4.62
红旗 E-HS9	2021 年	2021 年-2025 年	1,255.91	1,388.29	132.38
其他车型项目			25,379.70	22,926.53	-2,453.17
合计			49,200.08	49,707.08	507.00

注：预计订单金额为考虑订单转换率后预计订单收入金额。

如上所示，公司 2022 年前量产的主要车型 2023 年预计订单金额较 2022 年实际车型项目收入不存在重大差异。

其中，红旗 H9 车型项目 2023 年预计订单金额较 2022 年出现增长，主要系 2022 年该车型处于库存消化期（公司配套 1.13 万辆，市场终端销量 2.13 万辆，消化约 1 万辆库存），随着库存消化及外部宏观环境不利影响减弱，预计销量上升。

其他车型项目 2023 年预计订单金额较 2022 年实际收入出现下降，主要系蔚来 ES6、大众朗逸等车型项目客户订单需求量下降导致。

2、2022 年量产主要车型项目订单收入情况

根据客户 2023 年初提供的生产要货计划，公司在 2022 年量产的主要车型项目对应预计订单金额相对 2022 年实际收入增加额情况如下：

单位：万元

2022年量产车型	量产时间	项目周期	2022年收入	2023年预计订单金额	2023年预计收入增加额
红旗 H5	2022 年 6 月	2022 年-2026 年	1,072.95	1,990.94	917.99
红旗 HQ9	2022 年 6 月	2022 年-2028 年	2,095.24	3,341.35	1,246.11
蔚来 ET5	2022 年 8 月	2022 年-2026 年	358.02	2,386.94	2,028.92
蔚来 ES7	2022 年 6 月	2022 年-2025 年	535.1	1,144.65	609.55
其他车型项目			942.77	3,956.23	3,013.46
合计			5,004.08	12,820.11	7,816.03

注：上表预计订单金额为考虑订单转换率后预计订单收入金额。

如上所示，2022 量产的部分车型项目在 2023 年处于销量爬坡期，且在 2022 年度仅有部分月度供货，上表项目在 2023 年全年供货的情况下，2023 年较 2022 年预计收入增加额合计为 7,816.03 万元。

上表其他 2022 年量产车型项目包括沃尔沃、福特、上汽大通、小鹏等多个车型项目。

3、2023 年新量产主要车型项目订单收入情况

根据 2023 年初提供的生产要货计划测算，2023 年公司新量产车型项目对应预计订单收入金额为 1.21 亿元，其中主要新增量产项目车型如下：

单位：万元

主要车型	量产时间	项目周期	2022 年收入	2023 年预计订单金额
红旗 HS3	2023 年 3 月	2023 年-2028 年	-	6,449.58
蔚来 EC7	2023 年 3 月	2023 年-2028 年	-	1,503.47
红旗 HS6	2023 年 3 月	2023 年-2029 年	-	1,089.11
其他			-	3,093.64
合计			-	12,135.80

注：上表 2023 年预计收入增加额为考虑订单转换率后预计订单收入金额。

如上所示，2023 年量产项目是公司 2023 年预计订单金额增长的重要部分，上表其他 2023 年量产车型包括红旗 E001/E202/C101、大众 ID.5、合众汽车 EP32、理想 L6、福特 CDX706/707、奔腾 D511 等多个项目。

综上，在 2022 年前量产的车型项目 2023 年预计订单金额保持稳定的情况下，2023 年新量产主要车型项目及 2022 年量产车型项目是公司 2023 年预计订单金额增长的主要动力。

二、期后汽车景气度及对应车型销售实现情况

（一）行业期后汽车景气度

根据中国汽车工业协会数据，2023 年 1 月至 6 月中国乘用车销量分别为 146.86 万辆、165.27 万辆、201.69 万辆、181.10 万辆、**205.11 万辆和 226.78 万辆**，2022 年同期销量为 218.63 万辆、148.74 万辆、186.44 万辆、96.51 万辆、**162.29 万辆和 222.16 万辆**，2023 年 1 月份较同期下降较多，2023 年 2 月至 6 月已经较同期有较大增长。2023 年 1 月同比下降较多的原因：一方面系春节假期期间企业生产经营时间及客户需求明显减少，另一方面系 2022 年末新能源补贴、车辆购置税等政策退出，汽车销量短期透支。2023 年 2 月以来，中国汽车市场已出现明显回暖迹象，2023 年 2 月至 6 月，中国乘用车销量同比增长了 11.11%、8.18%、87.65%、**26.39%和 2.08%**。

目前国家和各地方政府均已、或将出台诸多汽车消费保护政策，各车企上市诸多新车型，国内汽车整体销量已逐步回暖，汽车消费景气度较高。

（二）对应车型销售实现情况

公司 2023 年预计订单金额较大的主要非平台型车型项目销售实现情况如下：

单位：万辆、万元

车型	量产时间	2023 年初预计订单要货量		市场终端销量		2023 年 1-3 月公司实际配套量	预计 2023 年订单收入金额	备注
		2023 年 1-3 月	2023 年全年	2023 年 1-3 月	2022 年全年			
红旗 HS3	2023 年量产	-	4.11	-	-	-	6,449.58	2023 年 4 月量产，红旗 HS3 为红旗品牌旗下全新入门级 SUV 车型，较红旗 HS5 车型价格更为优惠，红旗 HS5 在 2022 年月均销量超过 1 万辆，预计 HS3 亦将成为畅销车型
红旗 H9	2022 年之前	0.25	2.13	0.35	2.08	0.17	5,965.55	2022 年供应链受限、缺芯等不利影响消除，预计销量上升
丰田 RAV4 荣放	2022 年之前	2.14	18.73	2.72	16.62	2.99	4,267.95	-
红旗 HQ9	2022 年量产	0.36	1.85	0.27	0.30	0.11	3,341.35	2022 年 6 月量产，2022 年处于销量爬坡期，其中 2023 年 1 季度客户实际配套数量较少主要系其存在消化库存情况，客户要货计划根据实际产量调整
大众宝来	2022 年之前	4.62	17.19	3.66	21.8	2.97	3,025.44	2023 年 1 季度实际配套数量较少主要系受车辆购置税优惠政策退出、价格战影响其实际销量不及预期销量，随着市场行情逐渐恢复，4 月份实际配套数高于预计订单数量
蔚来 ET5	2022 年量产	2.20	7.32	1.87	1.18	1.85	2,386.94	2022 年 8 月量产，2022 年处于销量爬坡期，客户在 2023 年 1 季度设定了相对全年较高的销售目标和要货计划，2023 年 1 季度实际配套数量少于计划要货量
领克 06	2022 年之前	1.02	5.40	1.48	4.86	1.41	2,294.78	-

车型	量产时间	2023 年初预计订单要货量		市场终端销量		2023 年 1-3 月公司实际配套量	预计 2023 年订单收入金额	备注
		2023 年 1-3 月	2023 年全年	2023 年 1-3 月	2022 年全年			
大众捷达	2022 年之前	3.60	14.72	3.55	15.06	3.91	2,140.94	-
红旗 H5	2022 年量产	1.19	7.37	1.15	2.61	1.88	1,990.94	2022 年 6 月量产，2022 年处于销量爬坡期
大众速腾	2022 年之前	6.33	21.83	5.29	22.83	5.11	1,838.16	2023 年 1 季度实际配套数量较少系受车辆购置税优惠政策退出、价格战影响其实际销量不及预期销量，3 月份销量与达到 2022 年同期水平，市场行情逐渐恢复
沃尔沃 S90	2022 年量产	1.03	3.54	0.69	3.27	0.90	1,595.05	2022 年量产，2022 年处于销量爬坡期
蔚来 EC7	2023 年量产	0.02	2.70	-	-	-	1,503.47	2023 年 3 月量产
红旗 E-HS9	2022 年之前	0.06	0.48	0.23	0.46	0.07	1,388.29	-
红旗 HS6	2023 年量产	-	0.62	-	-	-	1,089.11	2023 年 4 月量产
沃尔沃 XC40	2022 年之前	0.56	2.03	0.36	1.67	0.50	1,085.33	2022 年下半年公司开始为外销车型配套产品，故客户 2023 年预计订单要货量高于 2022 年国内市场终端销量
丰田凌放 HARRIER	2022 年之前	0.80	4.66	0.65	4.04	0.70	1,038.12	-
合计		24.20	114.68	22.27	96.78	22.58	41,401.01	-

注：2023 年初预计订单要货量为根据历史转换率折算后数据，上表车型转换前要货量合计数为 27.59 万辆；2023 年 1-3 月市场终端销量数据来源于懂车帝网站，数据引用于乘联会零售量；2022 年全年市场销量数据来源于懂车帝及车主之家网站。

1、2023 年 1 季度主要车型实际配套数量与预计要货量相近，订单预测较为准确

如上表所示，就 2023 年全年预计订单要货量而言，主要车型 2023 年全年预计订单要货量为 114.68 万辆，高于 2022 年该部分车型市场销量 96.78 万辆，主要系 2022 年量产的红旗 HQ9、蔚来 ET5 车型项目及 2023 年量产的红旗 HS3、蔚来 EC7、红旗 HS6 等车型项目预定订单要货量较 2022 年实际销量大，具有合理性。

就 2023 年 1-3 月预计订单要货量而言，公司主要车型项目 2023 年 1-3 月实际配套合计数 22.58 万辆与市场终端销量合计数 22.27 万辆较为相近，略低于相关车型预计要货量合计数 24.20 万，整体预计要货量估计较为客观、谨慎。分车型看，大部分车型预计要货量与实际配套数量相近，其中红旗 HQ9、大众宝来、大众速腾等车型受车辆购置税政策退出、汽车价格战等外部不利环境（2023 年 1 季度乘用车销量同比下降 7.22%）影响较大，其实际销量不及预期销量，导致客户相应的实际要货数量略低于预计要货量。红旗 HQ9 拟于 2023 年推出电动版，大众宝来、大众速腾为常年销量稳定的经典车型，随着外部不利环境影响因素的消除，预计上述车型销量将好转。

此外，在 2023 年 1 季度全国乘用车销量同比下降 7.22% 的情况下，公司 2023 年一季度收入同比仅下降 -0.59%（扣非净利润同比增长 27.84%），优于市场表现。

2、若按 2023 年 1 季度实际转换率对全年订单进行测算，预计 2023 年全年收入仍相比于 2021 年和 2022 年实现增长

如前所述，根据 2023 年 1 季度主要车型实际配套情况，公司预计要货量数据已经较为准确，但考虑到实际配套数与预计数仍有一定差异，若更为谨慎的估计，公司按照 1 季度实际转换率对全年要货量进行测算，预计 2023 年全年收入仍将比 2021 年和 2022 年实现增长。

按照 2023 年 1 季度上表主要车型实际配套数量（22.58 万辆）/预计汽车零部件订单要货量（转换前，27.59 万辆）作为 2023 年全年订单收入转换率，即 81.81%，对 2023 年全年汽车零部件可实现订单金额进行谨慎测算，则公司 2023 年汽车零部件预计订单金额约为 7.38 亿元，考虑到模具收入及废料等其他业务收入，2023 年全口径（含模具及废料等）预计订单金额约为 8.36 亿元，较 2022 年营业收入 6.50 亿元及 2021 年营业收入 7.30 亿元分别增长 28.62% 和 14.52%。

若按照 2023 年 1 季度实际汽车零部件收入（1.07 亿元）/预计汽车零部件订单金额（转换前，1.38 亿元）作为 2023 年全年订单收入转换率，即 77.24%，对 2023 年全年汽车零部件可实现订单金额进行谨慎测算，则公司 2023 年汽车零部件预计订单金额约为 6.97 亿元，考虑到模具收入及废料等其他业务收入，2023 年全口径（含模具及废料等）预计订单金额约为 7.9 亿元，较 2022 年营业收入 6.50 亿元及 2021 年营业收入 7.30 亿元分别增长 21.54%和 8.22%。

其中，上述 2023 年 1 季度数量转换率高于收入转换率，主要系大众捷达、红旗 H5、丰田荣放等单车货值相对较低的车型项目转换率相对较高，红旗 HQ9 等单车货值较高的车型项目转换率相对较低。随着汽车市场景气度回暖，公司各类车型项目订单完成率有望进一步提高。

3、结合公司目前的实际经营状况，经初步测算，公司 2023 年全年收入将较 2022 年同比增长

结合公司目前的实际经营状况，经初步测算，公司营业收入预计为 66,000 万元至 69,000 万元，较上年同期变动 1.49%至 6.11%；公司归属于公司普通股股东的净利润预计为 5,800 万元至 6,400 万元，较上年同期变动-8.13%至 1.38%；公司扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润预计为 5,300 万元至 5,900 万元，较上年同期变动 3.07%至 14.13%。

上述目前收入预计数低于 2023 年初收入预计数，主要系在国内整车市场不断变化的背景下，红旗 H9/HQ9/HS3 等车型、蔚来 ES7/EC7/ET5 等车型 2023 年销量低于年初计划量，公司对应的订单收入出现下降。为降低部分车型市场销量波动带来的业绩波动风险，公司积极开拓新车型项目，取得了比亚迪王朝系列、红旗 E001、红旗 E202、蔚来阿尔卑斯、理想 X04、哪吒汽车、大众 ID.5 及特斯拉等在研新车型项目，上述车型项目量产将为公司收入带来新的增长。此外，公司与比亚迪、蔚来汽车、理想汽车、一汽红旗及上汽大众等整车厂形成直接合作，项目开拓能力进一步增强，为公司业绩持续增长提供了有力支撑。

（三）公司配套的主要整车厂期后经营情况

公司主要终端整车厂客户近年经营情况如下：

单位：万辆

主要终端整车厂客户	2023 年 1-6 月销量	2022 年 1-6 月销量	2023 年 1-6 月销量同比变动	2022 年销量	2021 年销量	2020 年销量	2023 年销量目标
一汽红旗	16.19	12.99	24.63%	31.11	29.97	19.44	一汽集团 2022 年销售实现 320 万辆，2023 年销售目标为 400 万辆，其中一汽红旗 2023 年目标销量为 40-50 万辆
一汽大众	47.14	50.25	-6.19%	103.02	97.91	124.87	
一汽丰田	36.83	38.88	-5.27%	85.02	82.87	76.86	
蔚来汽车	5.44	5.08	7.09%	12.25	9.29	4.45	蔚来汽车 2023 年销量销售目标为 20 万辆左右
上汽大众	51.09	54.91	-6.95%	133.05	118.68	136.81	上汽集团 2022 年实现销售 530.26 万辆，2023 年销售目标为 600 万辆
沃尔沃亚太	6.70	6.34	5.68%	14.63	17.25	15.61	未从公开信息获取相关信息

注：销量数据来源于车主之家，一汽大众销量数据不包括一汽大众奥迪、一汽大众捷达；2023 年销量目标来源于中华全国工商业联合会汽车经销商商会。

1、公司主要终端整车厂客户均为知名整车厂，近年销量整体较为稳定

如上表所示，公司主要终端整车厂客户均为知名整车厂，一汽红旗、一汽丰田、蔚来汽车销量均处于逐年增长状态，一汽大众、上汽大众 2021 年受到新能源汽车市场份额提升影响销量出现下降，2022 销量有所回升，整体上看上述终端整车厂近年销量较为稳定，未出现异常波动或明显下降的情形。

2、公司主要终端整车厂客户 2023 年 1-6 月销量亦未出现异常波动情形，2 季度市场已经出现回暖

如上表所示，公司主要终端整车厂客户 2023 年上半年销量出现不同幅度的波动，一汽红旗、蔚来汽车、沃尔沃亚太略有增长，一汽大众、一汽丰田、上汽大众销量出现一定幅度下降，主要系在 2023 年第一季度中国汽车销量整体下降，但上述整车厂 2023 年第 2 季度销量整体出现好转：

单位：万辆

主要终端整车厂客户	2023 年第 2 季度同比增长	2023 年第 2 季度销量	2022 年第 2 季度销量
一汽大众	3.12%	25.97	25.18
一汽丰田	10.83%	21.22	19.14
上汽大众	19.69%	28.04	23.43

注：销量数据来源于车主之家，一汽大众销量数据不包括一汽大众奥迪、一汽大众捷达。

如上所示，公司 2023 年上半年市场销量同比下降的主要整车厂终端客户在 2023 年第 2 季度销量均出现同比上涨，期后市场销量情况有所恢复。

此外，根据公开信息，公司主要终端整车厂客户在 2023 年目标销量均高于 2022 年实际销量的目标，一定程度上表明其对 2023 年销量具有一定信心。

3、经访谈，一汽红旗、上汽大众等整车厂 2023 年销量计划未发生变化

（1）一汽红旗

一汽红旗创建于 1958 年，是中国第一个高级轿车品牌，也是中国目前为数不多的自主高端车型品牌，且近年来呈现增长态势。根据车主之家数据，一汽红旗在国内自主品牌中 2022 年销量排名第七，在国内所有品牌中排名第二十一，排在蔚来、小鹏、理想、哪吒、北京现代、雪佛兰、凯迪拉克、福特、沃尔沃、马自达、林肯、雪铁龙等众多国内外知名品牌之前。此外，一汽红旗 2019 年至 2022 年销量分别为 9.53 万辆、19.44 万辆、29.97 万辆和 31.11 万辆，复合增长率 48.34%，国内市场占有率也从 2019 年的 0.44% 提升至 2022 年的 1.35%，呈稳步增长趋势。一汽红旗在 2023 年 1 月“战略发布会”上表示“红旗品牌计划到 2025 年实现总销量达到 100 万台级，其中新能源汽车销量超过 50 万辆；到 2030 年，销量突破 150 万辆，其中新能源汽车成为销售主体”。

公司及保荐机构通过与整车厂相关管理人员进行访谈，了解到一汽红旗近年经营整体较为稳定，其计划到 2025 年实现总销量达到 100 万台级，其中新能源汽车销量超过 50 万辆的战略未发生调整或变更，目前有多款新车型在开发中；公司为一汽红旗配套的主要车型 2023 年销售计划较年初未发生变更，上述主要车型销售目标完成目前不存在重大不确定性，2023 年其在原有车型销量的基础上，将通过推进新款车型量产上市（公司为其主要新款车型配套座椅骨架）、拓展俄罗斯及中东等海外市场等措施来实现销售计划。

（2）上汽大众

公司及保荐机构通过与上汽大众相关人员进行访谈，了解到上汽大众未来规划销量较 2022 年销量处于增长趋势，目前不存在达不到计划销量的风险；2023 年上汽集团销量目标为 600 万辆（2022 年实际销量为 537 万辆），上汽大众计划销量增长属于该目

标的一部分，销量计划较年初未发生变更，目前来看完成 2023 年销量目标不存在重大不确定性。

三、公司全年订单预计金额具有可实现性，测算相对客观、谨慎，2023 年全年预计收入较 2022 年同比增长

如上关于 2023 年预计订单金额对应车型、量产时间及产品周期情况分析，公司主要车型预计订单金额与量产时间、生产周期匹配，且较 2022 年实际收入变动具有合理性，测算相对客观、谨慎。

如上关于公司主要对应车型销售实现情况分析，经公司主要配套车型 2023 年 1-3 月市场终端销量与 2023 年初预计的客户要货计划、2023 年 1-3 月公司实际配套数量比较，公司 2023 年初预计的客户要货计划相关车型在正常运作中。

结合公司目前的实际经营状况，经初步测算，公司 2023 年全年收入约为 6.6 亿元至 6.9 亿元，较 2022 年收入 6.50 亿元同比增长，低于 2023 年初收入预计数，主要系在国内整车市场不断变化的背景下，红旗 H9/HQ9/HS3 等车型、蔚来 ES7/EC7/ET5 等车型 2023 年销量低于年初计划量，公司对应的订单收入出现下降。

公司通过积极开拓新车型项目，取得了比亚迪王朝系列、红旗 E001、红旗 E202、蔚来阿尔卑斯、理想 X04、哪吒汽车、大众 ID.5 及特斯拉等在研新车型项目，且与比亚迪、蔚来汽车、理想汽车、一汽红旗及上汽大众等整车厂形成直接合作，公司业绩增长得到了有力支撑。

四、发行人持续经营能力不存在重大不确定性

公司在行业内经营多年且客户稳定，通过一级供应商为较多终端整车厂配套多款车型，且主要终端整车厂客户 2023 年上半年经营相对稳定，要货计划未发生明显变更，短期来看不存在因终端销量不及预期导致公司收入下降的情形。

长期来看，截至 2023 年 6 月末，公司已获定点但尚未量产的 21 款主要车型中，有 9 款配套的为座椅骨架总成产品，其中单车货值在 300 元以上的有 8 款，单车货值较高的骨架总成产品收入将不断增长；2022 年以来公司陆续进入一汽红旗、理想汽车、蔚来汽车、上汽大众、比亚迪等整车厂合格供应商名录，并直接向整车厂获得多个座椅骨架定点项目，项目获取模式从向一级供应商获取直接变成从整车厂获取，产业链话语权更强。

综上，公司持续经营能力不存在重大不确定性风险。

(2) 区分冲压件、分总成、骨架总成或低、中、高货值产品，说明发行人的收入结构、对应主机厂；报告期内发行人来自红旗项目收入下滑背景下，发行人是否具备进一步开拓高货值订单的能力。

一、发行人收入结构、对应主机厂构成情况

(一) 按冲压件、分总成、座椅骨架总成对应主机厂构成情况

报告期内，公司冲压件、分总成、骨架总成产品等产品收入以及对应的主机厂如下：

单位：万元

项目	主机厂	2023 年 1-6 月		2022 年	
		收入	占比	收入	占比
冲压件	一汽大众	5,050.31	20.88%	12,345.95	22.78%
	一汽丰田	1,073.44	4.44%	2,861.39	5.28%
	一汽红旗	423.82	1.75%	807.42	1.49%
	上汽大众	437.62	1.81%	788.44	1.45%
	福建奔驰	134.45	0.56%	617.18	1.14%
	其他	1,866.50	7.72%	3,064.73	5.65%
	小计	8,986.14	37.15%	20,485.11	37.79%
座椅骨架总成	一汽红旗	4,528.27	18.72%	6,719.42	12.40%
	蔚来汽车	921.00	3.81%	2,544.63	4.69%
	领克	833.84	3.45%	1,901.60	3.51%
	沃尔沃亚太	540.02	2.23%	1,491.30	2.75%
	一汽丰田	170.34	0.70%	761.24	1.40%
	其他	309.15	1.28%	906.62	1.67%
	小计	7,302.62	30.19%	14,324.80	26.43%
分总成	一汽大众	1,676.07	6.93%	3,949.80	7.29%
	一汽红旗	915.72	3.79%	2,324.56	4.29%
	上汽大众	428.10	1.77%	1,813.97	3.35%
	沃尔沃亚太	890.21	3.68%	1,523.76	2.81%
	蔚来汽车	155.64	0.64%	1,239.12	2.29%
	其他	1,581.21	6.54%	4,282.90	7.90%
	小计	5,646.94	23.34%	15,134.12	27.92%
其他产品		2,256.14	9.33%	4,260.14	7.86%

项目	主机厂	2023 年 1-6 月		2022 年	
		收入	占比	收入	占比
合计		24,191.84	100.00%	54,204.16	100.00%

(续)

项目	主机厂	2021 年		2020 年	
		收入	占比	收入	占比
冲压件	一汽大众	12,420.68	19.63%	13,849.54	29.82%
	一汽丰田	3,414.51	5.40%	2,533.32	5.45%
	一汽红旗	884.03	1.40%	1,039.19	2.24%
	上汽大众	721.80	1.14%	891.55	1.92%
	福建奔驰	455.64	0.72%	495.39	1.07%
	其他	3,045.69	4.81%	2,348.54	5.06%
	小计	20,942.35	33.10%	21,157.52	45.56%
座椅骨架总成	一汽红旗	14,765.80	23.34%	4,128.31	8.89%
	蔚来汽车	1,979.26	3.13%	925.16	1.99%
	领克	2,305.63	3.64%	1,564.50	3.37%
	沃尔沃亚太	2,141.09	3.38%	1,084.62	2.34%
	一汽丰田	196.21	0.31%	1.03	0.00%
	其他	2,637.81	4.17%	1,514.62	3.26%
	小计	24,025.81	37.97%	9,218.23	19.85%
分总成	一汽大众	4,618.07	7.30%	5,990.25	12.90%
	一汽红旗	1,555.22	2.46%	817.41	1.76%
	上汽大众	1,559.43	2.46%	1,898.16	4.09%
	沃尔沃亚太	686.43	1.08%	659.12	1.42%
	蔚来汽车	1,125.86	1.78%	611.06	1.32%
	其他	4,786.80	7.57%	2,731.51	5.88%
	小计	14,331.81	22.65%	12,707.52	27.36%
其他产品		3,972.48	6.28%	3,360.38	7.24%
合计		63,272.45	100.00%	46,443.66	100.00%

报告期内，公司配套座椅骨架总成的收入占主营业务收入（不含模具）的比重分别为 19.85%、37.97%、26.43%和 30.19%，整体呈增长趋势，其中 2022 年受红旗 H9 车型收入下降影响占比出现暂时性下降。目前公司新定点项目已经以座椅骨架总成项目为主，预计未来配套座椅骨架总成的收入及占比将会持续增长。

（二）按产品货值高低对应主机厂构成情况

公司座椅骨架总成产品单车货值普遍高于分总成和冲压件产品，单车货值一般都在300元以上，故将以座椅骨架总成为主的配套车型作为高货值车型统计；而冲压件和分总成产品配套车型，单车货值一般在几十元或者一二百元，将以冲压件和分总成配套为主的车型作为低货值车型统计。

报告期各期，公司主要配套车型按照高低货值分类构成如下：

单位：万元

项目	主机厂	2023 年 1-6 月		2022 年	
		收入	占比	收入	占比
高货值	一汽红旗	4,375.34	18.09%	7,817.63	14.42%
	蔚来汽车	1,077.31	4.45%	3,813.95	7.04%
	沃尔沃亚太	1,505.25	6.22%	3,091.17	5.70%
	领克	915.84	3.79%	2,091.17	3.86%
	吉利汽车	83.42	0.34%	724.30	1.34%
	其他	8.55	0.04%	362.94	0.67%
	小计	7,965.72	32.93%	17,901.17	33.03%
低货值	一汽大众	6,894.28	28.50%	16,567.72	30.57%
	一汽丰田	1,595.49	6.60%	4,711.05	8.69%
	上汽大众	1,000.15	4.13%	3,277.73	6.05%
	一汽红旗	1,540.03	6.37%	2,075.46	3.83%
	福建奔驰	145.73	0.60%	668.70	1.23%
	其他	5,050.44	20.88%	9,002.33	16.61%
	小计	16,226.12	67.07%	36,302.99	66.97%
合计		24,191.84	100.00%	54,204.16	100.00%

（续）

项目	主机厂	2021 年		2020 年	
		收入	占比	收入	占比
高货值	一汽红旗	16,194.88	25.60%	4,521.80	9.74%
	蔚来汽车	3,125.19	4.94%	1,549.76	3.34%
	沃尔沃亚太	2,754.58	4.35%	1,686.94	3.63%
	领克	2,251.15	3.56%	1,184.98	2.55%
	吉利汽车	2,503.40	3.96%	833.55	1.79%
	其他	1,174.70	1.86%	1,207.60	2.60%

项目	主机厂	2021 年		2020 年	
		收入	占比	收入	占比
	小计	28,003.88	44.26%	10,984.63	23.65%
低货值	一汽大众	17,194.65	27.18%	20,052.94	43.18%
	一汽丰田	4,715.23	7.45%	3,445.36	7.42%
	上汽大众	3,123.20	4.94%	3,874.08	8.34%
	一汽红旗	1,121.58	1.77%	1,495.03	3.22%
	福建奔驰	484.73	0.77%	524.14	1.13%
	其他	8,629.17	13.64%	6,067.48	13.06%
	小计	35,268.56	55.74%	35,459.03	76.35%
合计		63,272.45	100.00%	46,443.66	100.00%

注：由于某一车型在以配套座椅骨架总成为主的情况下，可能还存在同时配套部分冲压件、分总成和紧固件等其他产品的情形，故公司高货值车型配套收入会高于当期座椅骨架总成收入。

报告期内，公司配套高货值车型的收入占主营业务收入（不含模具）的比重分别为 23.65%、44.26%、33.03%和 32.93%，尽管 2022 年受红旗 H9 车型收入下降影响占比出现暂时性下降，但不会改变公司高货值配套车型比重提高的趋势。根据 2023 年全年的收入预测情况，高货值车型预计实现收入 3.38 亿元，占预计全年汽车零部件收入的比重为 45.25%，占比将显著提高。

截至 2023 年 6 月末，公司已获定点但尚未量产的主要新项目情况如下：

单位：元/辆

整车厂	车型项目	类型	配套产品	单车货值
蔚来	阿尔卑斯	新能源车	后排靠背骨架总成	300-500
红旗	E001	新能源车	整车座椅骨架总成	2,000 以上
	E202	新能源车	整车座椅骨架总成	2,000 以上
	C801	燃油车	整车座椅骨架总成	2,000 以上
	E702	新能源车	整车座椅骨架总成	1,000-2,000
大众	途观	燃油车	手动调节器挂手（装配总成/冲压件）	300-500
合众	EP32	新能源车	后排骨架总成	300-500
理想	L6	新能源车	主副驾靠背骨架总成	100-200
	W02	新能源车	前排主副座椅靠背骨架总成、中排座椅靠背骨架总成	200-300
比亚迪	王朝系列	新能源车	冲压件	100 以下
奔驰	V 级	燃油车	后排骨架总成	1,000-2,000
特斯拉	-	新能源车	冲压件	100 以下

整车厂	车型项目	类型	配套产品	单车货值
腾势	N7	新能源车	坐盆腿托组件	100 以下
沃尔沃	SPA2	燃油车	冲压件	100 以下

如上表所示，公司截至 2023 年 6 月末已获定点但尚未量产的 14 款主要车型中，有 9 款配套的为座椅骨架总成产品，其中单车货值在 300 元以上的有 8 款，并有 5 款车型单车货值超千元，相关车型均为市场主流价位的车型，根据整车厂的预测将会有相对较好的市场销量。随着相关车型的逐步量产，预计未来高货值车型配套收入将进一步增长。

二、发行人具备进一步开拓高货值订单的能力

（一）公司为红旗配套车型逐步增加，单一车型波动对公司影响降低

报告期各期，公司为红旗相关车型配套汽车零部件产品产生的收入分别为 6,016.83 万元、17,316.45 万元、9,893.10 万元和 5,915.37 万元，占营业收入的比重分别为 11.27%、23.71%、15.21%和 19.98%，出现一定程度的波动，但整体配套收入仍呈增长态势，2022 年配套收入相比于 2020 年增长了 3,876.27 万元，2020 年至 2022 年收入复合增长率为 28.23%。

2021 年，公司为红旗相关车型配套收入相对较高，而 2022 年则出现较大幅度的下降，主要系配套的红旗 H9 车型在 2021 年市场销售情况较好但 2022 年市场销量下降所致。随着公司为红旗配套车型的增加，单一车型波动对公司收入产生的影响已显著降低。报告期各期，公司为红旗相关车型配套汽车零部件产品对应的主要车型项目如下：

单位：万元

主机厂	车型项目	2023 年 1-6 月		2022 年	
		收入	占比	收入	占比
一汽红旗	红旗 H9	2,101.43	35.52%	3,429.90	34.67%
	红旗 HQ9	292.70	4.95%	2,095.24	21.18%
	红旗 E-HS9	410.68	6.94%	1,255.91	12.69%
	红旗 H5	1,083.32	18.31%	1,072.95	10.85%
	红旗 HS5	355.98	6.02%	785.29	7.94%
	其他车型	1,671.26	28.25%	1,253.81	12.67%
	合计	5,915.37	100.00%	9,893.10	100.00%

（续）

主机厂	车型项目	2021 年	2020 年
-----	------	--------	--------

		收入	占比	收入	占比
一汽红旗	红旗 H9	13,382.07	77.28%	4,305.52	71.56%
	红旗 HQ9	-	-	-	-
	红旗 E-HS9	2,559.55	14.78%	213.39	3.55%
	红旗 H5	69.63	0.40%	646.74	10.75%
	红旗 HS5	733.57	4.24%	584.54	9.72%
	其他车型	571.63	3.30%	266.64	4.43%
	合计	17,316.45	100.00%	6,016.83	100.00%

2022 年，尽管 H9 车型因终端市场销量下降导致公司配套收入也大幅减少，但当年度红旗 HQ9、全新改款的红旗 H5 等新项目量产，部分弥补了红旗 H9 车型配套收入的下降，同时单一车型收入占比较为集中的风险也显著降低；2023 年，公司为红旗配套的 HS6、HS3 等多款高货值车型将量产，公司配套一汽红旗的收入将会增长，单一车型收入的占比也将进一步降低，单车收入波动的风险也会持续下降。截至 2023 年 6 月末，公司已获定点但尚未量产的红旗车型如下：

单位：元/辆

整车厂	车型项目	配套产品	单车货值	预计量产时间
红旗	E001	整车座椅骨架总成	2,000 以上	2023 年 12 月
	E202	整车座椅骨架总成	2,000 以上	2024 年 3 月
	C801	整车座椅骨架总成	2,000 以上	2024 年 6 月
	E702	整车座椅骨架总成	1,000-2,000	2024 年 9 月

如上表所示，公司未来为红旗配套的车型众多且单车货值均在一千元以上，对于未来红旗配套收入的增长提供了有利支撑。

（二）公司已获得多个高货值新项目定点，具备高货值订单开拓能力

报告期内，公司主要配套的高货值车型如下：

单位：元/辆、万元

车型	配套产品	单车货值	2023 年 1-6 月		2022 年	
			收入	占比	收入	占比
红旗 H9	整车座椅骨架	2,778.84	2,101.43	26.38%	3,429.90	19.16%
红旗 HQ9	中后排座椅骨架	1,811.55	292.70	3.67%	2,095.24	11.70%
红旗 E-HS9	整车座椅骨架	2,961.08	410.68	5.16%	1,255.91	7.02%
蔚来 ES6、EC6	后排靠背骨架	458.17	34.95	0.44%	2,920.83	16.32%

车型	配套产品	单车 货值	2023 年 1-6 月		2022 年	
			收入	占比	收入	占比
领克 06	前排座椅骨架+后 排靠背骨架	429.70	915.84	11.50%	2,091.17	11.68%
沃尔沃 S90	后排靠背骨架	327.04	634.26	7.96%	1,275.32	7.12%
沃尔沃 S60	后排靠背骨架	322.46	388.83	4.88%	844.34	4.72%
吉利星瑞	前排座椅骨架+后 排坐垫骨架	323.81	83.42	1.05%	724.30	4.05%
威马 EX5	后排靠背骨架	561.25	-	-	330.33	1.85%
其他车型			3,103.61	38.96%	2,933.82	16.39%
合计			7,965.72	100.00%	17,901.17	100.00%

(续)

车型	配套产品	单车 货值	2021 年		2020 年	
			收入	占比	收入	占比
红旗 H9	整车座椅骨架	2,778.84	13,382.07	47.79%	4,305.52	39.20%
红旗 HQ9	中后排座椅骨架	1,811.55	-	-	-	-
红旗 E-HS9	整车座椅骨架	2,961.08	2,559.55	9.14%	213.39	1.94%
蔚来 ES6、EC6	后排靠背骨架	458.17	3,125.19	11.16%	1,549.76	14.11%
领克 06	前排座椅骨架+后 排靠背骨架	429.70	2,251.15	8.04%	1,184.98	10.79%
沃尔沃 S90	后排靠背骨架	327.04	1,262.54	4.51%	586.74	5.34%
沃尔沃 S60	后排靠背骨架	322.46	917.94	3.28%	511.08	4.65%
吉利星瑞	前排座椅骨架+后 排坐垫骨架	323.81	2,503.40	8.94%	833.55	7.59%
威马 EX5	后排靠背骨架	561.25	1,174.70	4.19%	1,207.61	10.99%
其他车型			827.34	2.95%	592.00	5.39%
合计			28,003.88	100.00%	10,984.63	100.00%

报告期内，公司为红旗、蔚来、领克以及沃尔沃等多个主机厂的多款高货值车型进行产品配套。截至 2023 年 6 月末，公司已获得多个新增的高货值项目定点，包括蔚来阿尔卑斯、合众 EP32 以及红旗的多个车型项目等，该等项目将在 2023 年给公司带来新增收入，具体项目情况如下：

单位：元/辆

整车厂	车型项目	配套产品	单车货值
蔚来汽车	阿尔卑斯	后排靠背骨架总成	300-500
合众汽车	EP32	后排靠背骨架总成	300-500
一汽红旗	E001	整车座椅骨架总成	2,000 以上

整车厂	车型项目	配套产品	单车货值
	E202	整车座椅骨架总成	2,000 以上
	C801	整车座椅骨架总成	2,000 以上
	E702	整车座椅骨架总成	1,500-2,000
大众	途观	手动调节器挂手（装配总成/冲压件）	300-500
奔驰	V 级	后排骨架总成	1,000-2,000

综上，公司具备进一步开拓高货值订单的能力。

（3）区分燃油车、新能源汽车主要主机厂，说明发行人未能持续获得主机厂主力车型订单的原因；客户对供应商的遴选标准、发行人项目定点获取方式等，进一步说明发行人与客户合作的稳定性、可持续性。

公司配套的主机厂均为行业知名公司，包括一汽大众、上汽大众、一汽红旗、一汽丰田等传统品牌以及蔚来汽车、理想汽车等新能源新势力品牌，公司为上述主机厂配套多款畅销车型。2020 年至 2022 年期间，上述主要主机厂的多款主力车型量产上市，公司获得了其中多款主力车型配套，同时公司也获得了多款即将上市的新车型项目定点，不存在未能持续获得主机厂主力车型订单的情形。

现阶段，公司配套的主机厂仍然以一汽大众、一汽红旗等传统燃油车品牌为主，但配套蔚来汽车、理想汽车等新能源品牌的收入比重也逐步增加。此外，传统燃油车品牌也逐步推出了新能源车型，公司为上述主机厂配套了多款主力车型，并持续获得了主机厂推出的新车型项目，与主要客户合作具有稳定性和可持续性，具体说明如下：

一、报告期内公司获得了主要配套主机厂新推出的多款新车型定点

报告期内，公司主要配套的主机厂一汽大众、一汽红旗、上海大众以及蔚来汽车等均新推出了多款主力车型，公司取得了其中多款主力车型的定点，具体情况如下：

主机厂类型	主机厂名称	新上市车型	是否主力车型	公司配套情况
传统燃油车品牌	一汽大众	探岳 X	是	是
		ID.4 CROZZ	是	否
		ID.6 CROZZ	是	否
		揽境	是	是
		揽巡	是	是
		探岳 GTE	否	是

主机厂类型	主机厂名称	新上市车型	是否主力车型	公司配套情况
		迈腾 GTE 插电混动	否	是
		探岳 GTE 插电混动	否	是
	一汽红旗	红旗 H9	是	是
		红旗 E-QM5	是	是
		红旗 H5	是	是
		红旗 HQ9	是	是
		红旗 LS7	否	是
		红旗 E-HS9	否	是
		红旗 H6	是	否
	一汽丰田	皇冠陆放	是	否
		凌放 HARRIER	是	是
		亚洲狮	是	否
		卡罗拉锐放	是	否
		一汽丰田 bZ4X	否	否
		RAV4 荣放双擎 E+	否	是
		奕泽 E 进擎	否	否
		格瑞维亚	是	否
		丰田 bZ3	是	否
	沃尔沃亚太	沃尔沃 XC40	是	是
		沃尔沃 XC40 新能源	否	是
		沃尔沃 S90 新能源	否	是
		沃尔沃 C40	否	否
	上汽大众	威然	是	否
		ID.4 X	是	是
		ID.3	是	否
		ID.6 X	是	否
		途观 X	否	否
		途岳新能源	否	否
新能源品牌	蔚来汽车	蔚来 EC6	是	是
		蔚来 ET7	是	否
		蔚来 ET5	是	是
		蔚来 ES7	是	是
		蔚来 ET5T	是	否

主机厂类型	主机厂名称	新上市车型	是否主力车型	公司配套情况
	理想汽车	L9	是	否
		L8	是	否
		L7	是	否

注：将上市后月销量能稳定超越 1,000 辆的定义为主力车型。

（一）公司为市场主流传统燃油车品牌进行配套并在报告期内持续获得多个新主力车型定点

从上表可知，公司配套的主要传统品牌主机厂在 2020 年至 2023 年 1-6 月期间推出了多款主力车型，公司获得了其中较大比例的车辆定点，汇总如下：

单位：款

主机厂名称	新上市主力车型数量	公司配套数量	已定点尚未量产数量
一汽大众	5	3	-
一汽红旗	5	4	6
上汽大众	4	1	1
一汽丰田	6	1	-
沃尔沃亚太	1	1	2
合计	21	10	9

同时，截至 2023 年 6 月末，公司也获得了上述主机厂将在 2023 年及以后年度推出的部分车型定点，详见本题第（2）问之“一、发行人收入结构、对应主机厂构成情况”之“（二）按产品货值高低对应主机厂构成情况”。

特别是一汽红旗品牌，公司获得了其几乎所有新车型配套，公司具有持续获得主机厂主力车型订单的能力。上汽大众和一汽丰田部分主力车型公司未配套，主要系这几款车型的一级供应商非公司长期合作的客户，故公司未能参与定点报价。

综上，公司具备为主流燃油车品牌持续进行主力车型配套的能力。

（二）公司在新能源汽车新势力品牌的主力车型定点上也取得较好进展

1、公司持续取得了蔚来汽车主力车型定点配套

2020 年以前，公司为蔚来汽车的 ES6 车型进行配套，但在 2023 年改款后公司未再配套。在 2020 年至 2022 年期间，公司获得了 ET5 等 4 款主力车型的配套。蔚来汽车目前共有 8 款在售车型，公司共为 4 款车型提供了产品配套，占比达到 50%，且配套的

均为蔚来汽车的核心车型，其中包括 ET5 等畅销车型。截至目前，公司为蔚来汽车的车型配套情况如下：

整车厂	目前在售车型	公司配套情况	配套车型是否为主力车型
蔚来汽车	ET7	否	是
	ET5	是	是
	ES8	否	是
	ES7	是	是
	ES6	否	是
	EC7	是	是
	EC6	是	是
	ET5T	否	是
	阿尔卑斯（待售）	已定点	是

综上，公司具备持续获得蔚来汽车订单的能力。

2、公司已取得理想汽车未来即将上市的主力车型定点

2020 年以前，公司为理想汽车的理想 ONE 车型配套了冲压件，但数量较少，非主力供应商。理想 L 系列 L7、L8、L9 车型与理想 ONE 都是沿用佛吉亚座椅骨架研发平台，因此理想在推出 L7、L8、L9 车型时，仍然沿用了原来的主力供应商，公司未能为其进行产品配套。

但公司已经切入了理想新的座椅骨架研发平台。理想汽车从理想 L6 车型起将开始使用自主座椅骨架研发平台，利用此契机，公司凭借座椅骨架技术优势，成功获得理想 L6 车型、理想 W02 项目定点座椅骨架供应商。由于座椅骨架平台在新项目中往往会沿用，因此在 L6 车型基础上，后续公司有望持续获得理想汽车新车型的订单。

3、公司未来能够持续为理想、蔚来等新能源整车厂配套核心车型

目前新能源车厂大多处在构建供应链阶段，公司也于 2022 年成功进入理想汽车和蔚来汽车的合格供应商目录，并由整车厂直接将公司定点为理想 L6、蔚来阿尔卑斯车型的供应商。

除了蔚来、理想外，公司也在积极开拓其他整车厂的新能源项目，并已获得红旗 E001、E202、E702、合众汽车 EP32、大众 ID.5 等新能源新项目定点，此外公司已成功

切入特斯拉和比亚迪供应体系，为其配套部分冲压件并即将量产，公司具备在新能源领域项目的市场开拓能力。

综上，公司为燃油车、新能源汽车主要主机厂配套了多款主力车型，并在报告期内获得了相关主机厂新推出的多款主力车型订单，公司不存在未能持续获得主机厂主力车型订单的情形。

二、发行人与客户合作的稳定性、可持续性

（一）客户对供应商的遴选标准、发行人项目定点获取方式

1、公司项目定点获取方式

进入一级供应商或者主机厂的合格供应商名录是获得一级供应商或者主机厂项目定点的先决条件。一级供应商或者主机厂在新车型项目研发过程中，会将相应的项目信息推送给所有合适的供应商，了解供应商的参与意愿并由供应商进行报价。一级供应商或者主机厂则根据相关供应商的报价以及供应商的产能布局、配合程度等因素综合选择供应商。例如，一汽红旗在计划新车型项目研发过程中，将座椅骨架作为一个项目进行发包，并将项目信息推送给供应商名录中的所有座椅骨架供应商，由供应商报价后择优确定供应商。

2、客户对供应商的遴选标准和方式

过去在传统合资品牌汽车领域中具有相对固化的合作关系，公司主要客户为外资或合资汽车座椅一级供应商，由一级供应商向公司进行项目定点。而自主品牌和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。在此机遇下，公司也实现了与红旗、蔚来、理想等自主品牌和新能源整车厂的直接定点合作。

一级供应商以及主机厂实行严格的供应商评审体系，根据供应商业务成熟度、生产组织能力、质量控制能力、企业管理能力等多个维度的数据进行考核，通过考核后方可进入合格供应商名录。

（二）公司与主要客户及主机厂的配套合作未发生中断且持续获得新车型订单

1、公司与主要客户合作稳定

主机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，在产品进入批量生

产前，供应商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，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。因此，一旦配套关系确定，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。

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，公司与上述主要客户具有稳定的合作关系，具体情况如下：

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
一汽富维安道拓金属	总成件、冲压件等	2008 年	否	保持合作
一汽富维（600742）	总成件、冲压件等	2001 年	否	保持合作
重庆安道拓/延锋座椅	总成件、冲压件等	2006 年	否	保持合作
英提尔交运	总成件、冲压件等	2007 年	否	保持合作
佛吉亚	总成件、冲压件等	2010 年	否	保持合作
一汽富晟李尔	总成件	2016 年	否	保持合作

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。

2、公司逐步获得主机厂定点，与主要主机厂的配套合作关系稳定，增强了与一级供应商及主机厂的合作粘性

如本题第（3）问之“一、报告期内公司获得了主要配套主机厂新推出的多款新车型定点”中所述，公司与一汽大众、一汽红旗、上汽大众、一汽丰田以及蔚来汽车等多个主机厂保持良好合作关系，并配套了报告期内上述主机厂推出的多个主力车型，实现了与上述主机厂的持续、稳定的合作关系。

近年来，公司也成功进入多个主机厂的合格供应商名录，实现主机厂向公司直接进行项目定点。例如，公司通过为红旗 H9 以及红旗 E-HS9 项目配套后于 2022 年进入一汽红旗的合格供应商名录，在 2022 年量产的红旗 HQ9 车型项目上，已经由一汽红旗直

接定点公司成为座椅骨架总成供应商。目前已获得定点的红旗 E001、E202、C801 和 E702 等新车型项目，实现了红旗车型高货值订单的持续获取，与一汽红旗形成了良好且稳定的合作关系。

此外，公司与蔚来阿尔卑斯车型、理想 L6 项目也实现了整车厂的直接定点，整车厂直接与公司进行技术交流、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。

综上，公司与主要客户和主机厂合作具有稳定性和持续性。

(4) 说明发行人配套前五大车型的销售量季度分布较为平均的背景下，发行人收入集中在下半年的原因及合理性，收入季节性分布变化的原因及合理性。

报告期内，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%

报告期内，公司配套的前五大车型市场销量情况如下：

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%

注：报告期各期前五大车型为红旗 H9、丰田 RAV4 荣放、大众宝来、蔚来 ES6/EC6 以及奥迪 A3/大众高尔夫，其中奥迪 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。

2020 年度至 2022 年度，公司配套的前五大车型销售分布与公司收入分布的对比情

况如下：

项目	2022 年		2021 年		2020 年	
	上半年	下半年	上半年	下半年	上半年	下半年
狭义乘用车零售量比例	45.08%	54.92%	49.53%	50.47%	39.99%	60.01%
公司前五大配套车型销量比例	49.30%	50.70%	55.17%	44.84%	42.00%	58.00%
公司主营业务收入分布比例	40.80%	59.20%	44.74%	55.26%	31.85%	68.15%
同行业公司收入分布比例 (平均值)	42.37%	57.60%	43.69%	56.31%	40.74%	59.26%
其中：上海沿浦	40.82%	59.08%	46.47%	53.53%	38.95%	61.05%
博俊科技	33.63%	66.37%	36.13%	63.87%	37.83%	62.17%
天成自控	52.65%	47.35%	48.47%	51.53%	45.45%	54.55%

注：狭义乘用车零售数据来源于汽车乘联会；同行业公司收入比例来源于各年度年报。

由上表可见，从整车市场零售情况来看，国内狭义乘用车总体呈现下半年销量高于上半年的特征，从公司的主营业务收入分布以及同行业公司的收入分布情况来看，下半年收入占比均高于上半年，且下半年收入占比普遍高于乘用车零售量的占比。公司下半年收入占比较高，与同行业公司相近，符合行业特征，具有合理性。

一、公司收入下半年占比较高，存在一定季节性分布的原因及合理性

报告期各期，公司下半年度收入占比普遍高于上半年度，与同行业公司相一致，主要是受汽车行业消费及生产特征、新车型量产以及个别年份供应链受阻、缺芯等因素影响，具体原因如下：

（一）汽车行业销售旺季主要在下半年且四季度存在备货需求

汽车行业的销售旺季主要一般在 10 月至次年春节前，近几年市场乘用车销售数据也普遍表现为下半年度销量高于上半年度。2020 年至 2022 年，国内狭义乘用车零售数量情况如下：

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	491.70	23.93%	516.70	25.65%	301.60	15.64%
第二季度	434.60	21.15%	481.00	23.88%	469.60	24.35%
第三季度	561.50	27.33%	453.40	22.51%	521.60	27.04%
第四季度	566.60	27.58%	563.50	27.97%	636.10	32.98%

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比
合计	2,054.40	100.00%	2,014.60	100.00%	1,928.90	100.00%

注：数据来源于汽车乘联会。

由于汽车销售存在季节性特征，因此公司作为汽车零部件企业也有一定的季节性特征，收入主要集中在下半年度。特别是 1 月和 2 月受春节影响，主机厂和汽车零部件供应商均会放假停产，因此主机厂一般会在年底前进行生产备货，对供应商产品的需求在年末也会相对较大，也导致公司 4 季度收入相对更高。

（二）当年度新车型项目量产存在爬坡期，下半年收入往往高于上半年

报告期各年，公司均存在当年度新量产的车型项目，由于当年新量产车型存在一定的爬坡周期，故新量产车型项目收入在下半年度往往高于上半年度，各期具体情况如下：

单位：万元

期间	项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
上半年度	非当年量产项目	24,146.84	40.20%	28,517.81	42.28%	15,469.45	31.28%
	当年新量产项目	358.66	0.60%	1,657.52	2.46%	280.18	0.57%
	小计	24,505.50	40.80%	30,175.33	44.74%	15,749.63	31.85%
下半年度	非当年量产项目	30,916.14	51.47%	34,784.12	51.57%	26,257.63	53.10%
	当年新量产项目	4,645.42	7.73%	2,486.16	3.69%	7,441.87	15.05%
	小计	35,561.56	59.20%	37,270.28	55.26%	33,699.50	68.15%
合计		60,067.06	100.00%	67,445.60	100.00%	49,449.13	100.00%

如上表所示，2020 年至 2022 年当年新量产项目在下半年度产生的收入占全年主营业务收入比重分别为 15.05%、3.69%和 7.73%，均远高于上半年收入占比，是下半年度收入较高的原因之一。

（三）供应链受阻以及缺芯等其他因素导致的特殊情况

2020 年四季度收入占比高于其他年度，主要系当年度一季度汽车的生产与销售由于供应链受限等原因受到较大影响和抑制，随着负面因素消除，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。前述国内狭义乘用车零售数量也呈现该特征，四季度销量远高于一季度。此外，2020 年红旗 H9 等新项目量产，当年新量产车型配套

收入 7,722.05 万元高于其他年份，由于新车型存在一定爬坡期，配套收入主要集中在四季度。

2021 年三季度收入占比较低，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、一汽丰田等在三季度存在停产等情况，公司产品销售也相应受到了影响。从前述国内狭义乘用车零售数量来看，2021 年三季度销量是当年最少的一个季度，也是近 3 年销量最少的一个季度。

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、长春等地客户出现生产停滞，对公司产品需求减少所致；随着长春、上海等地恢复生产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。

综上，公司下半年度收入占比普遍高于上半年度，主要是汽车行业消费及生产特征、新车型量产以及个别年份供应链受阻、缺芯等因素所致，与同行业公司收入分布特征相符，具有合理性。

二、公司收入集中在下半年但 2021 年和 2022 年公司配套的前五大车型销量分布较为平均的原因

2021 年和 2022 年前五大车型上半年销量高于下半年，与公司收入分布具有一定的差异，该等差异产生的原因系前五大车型中个别车型受市场竞争加剧等因素影响，下半年销量低于上半年所致，由于个别车型的配套收入占公司整体收入的比重较小，故不会改变公司主营业务收入下半年占比较高的特征。

公司主要配套车型销量分布与公司主营业务收入分布存在一定差异的具体原因如下：

（一）公司作为汽车零部件二级供应商，产品配套与整车的市场销量并不同步

公司作为汽车零部件二级供应商，在将产品销售给一级供应商便确认收入，而一级供应商则需要将公司产品生产成整椅销售给主机厂，主机厂生产出整车后再通过 4S 店等经销渠道才能实现整车的终端零售，从公司实现收入到整车实现终端零售需要一定时间周期。同时，由于主机厂、4S 店等经销渠道均会有一定的整车库存，主机厂的产量（对公司产品的需求量）除受市场零售量影响外，还受各渠道的库存量变动影响。

例如，1月和2月受春节假期放假停产影响，主机厂普遍会在上一年4季度提前备货，因此即便某一款车型在上下半年的市场销量平均分布，公司的配套收入也会存在下半年高于上半年的情形。而在新车型上市时，由于市场铺货等需求，公司前期的配套量也往往会大于市场销量。

（二）公司销售收入与终端销车型销售数量存在单车货值与数量不可比的情形

公司对于某一车型的配套收入等于配套单车货值乘以配套整车数量，由于各个车型单车配套货值和市场终端销量差异较大，且各车型配套收入占合计收入的比重也存在差异，即便在假设公司配套数量即为车型终端销售数量的情况下，公司前五大车型的合计市场销量和合计配套收入也存在不可比性。例如，主要配套车型中，某车型市场销量大但单车配套货值低，其销量的大幅波动会导致主要配套车型合计销量出现较大变化，但合计配套收入受影响的程度将明显小于销量。

（三）2021年和2022年前五大车型销量与公司收入上下半年分布具有一定的差异具体原因

1、2021年主营业务收入下半年占比较高但配套前五大车型销量较为平均的原因

从前五大车型市场销量的角度，2021年由于大众宝来当期市场销量受市场竞争加剧等因素影响，出现上半年销量远高于下半年的情形，该车型市场销量较高，全年销量占前五大车型合计销量的比重达38.43%，由此导致当年前五大车型合计销量出现上半年高于下半年的情形。剔除大众宝来的影响，其余前四大配套车型合计销量上下半年分别为19.65万辆和19.86万辆，下半年分布略大约上半年。

从配套收入的角度，前五大车型中除大众宝来、红旗H9外，其余三款车型销量分布较为平均，但配套收入呈现下半年高于上半年的特征，与主营业务收入分布特征一致。而大众宝来、红旗H9合计配套收入为17,446.22万元，占主营业务收入的比重仅为25.87%，部分车型配套收入分布的差异化情形不会影响主营业务收入整体的分布特征。

报告期内，前五大车型市场销量和公司配套收入在上下半年的分布情况：

单位：万辆、万元

车型	项目	2021年度			
		市场销售数量	数量占比	配套收入	占比
红旗H9	上半年	1.66	40.19%	7,324.47	54.73%

车型	项目	2021 年度			
		市场销售数量	数量占比	配套收入	占比
	下半年	2.47	59.81%	6,057.60	45.27%
	合计	4.13	100.00%	13,382.07	100.00%
大众宝来	上半年	15.74	63.86%	2,290.78	56.37%
	下半年	8.91	36.14%	1,773.37	43.63%
	合计	24.66	100.00%	4,064.15	100.00%
其余 3 款车型	上半年	17.99	50.86%	4,646.85	45.07%
	下半年	17.39	49.14%	5,662.72	54.93%
	合计	35.38	100.00%	10,309.58	100.00%
前 5 大车型合计	上半年	35.40	55.17%	14,262.10	51.38%
	下半年	28.77	44.83%	13,493.69	48.62%
	合计	64.17	100.00%	27,755.79	100.00%

红旗 H9 车型于 2020 年下半年量产，2021 年上半年仍有一定的铺货及备货需求，因此尽管该车型下半年市场销量高于上半年，但由于下半年备货及铺货需求的减少，公司的配套收入低于上半年度。

大众宝来车型当期配套收入上半年高于下半年，主要系由于该车型市场竞争较为激烈，该车型销量在 2021 年年中开始月度销量出现一定程度的下降，2021 年该车型上半年销量远高于下半年，故对公司的配套需求也以上半年度为主。

其余三款车型市场销量分布较为平均，但配套收入下半年相对更高，主要系主机厂四季度存在为后一年春节假期提前备货的需求，因此在销量相近时，下半年的产量往往更高，对公司产品需求也更大。

2、2022 年主营业务收入下半年占比较高但配套前五大车型销量较为平均的原因

2022 年，公司配套的前五大车型市场销量在上下半年的分布较为平均，但配套收入下半年略高于上半年度，与主营业务收入的分布特征一致。当年度前五大车型中除蔚来 ES6/EC6 外，其余车型均在长春和上海进行生产，由于 2022 年上半年两地主机厂均有一段时间的生产停滞，对公司的产品需求也相应减少，而经销渠道普遍有一定库存，在全国的销售所受影响小于生产端。随着下半年生产端完全恢复，主机厂也会调整各个

渠道的库存水平，因此下半年对公司的产品需求有所增加，下半年的配套收入也高于上半年度。此外，主机厂四季度存在为后一年春节假期提前备货的需求，下半年的产量往往更高，对公司产品需求也更大。

前五大配套车型在 2022 年各季度收入及销量变化如下：

单位：万辆、万元

车型	项目	2022 年度			
		市场销售数量	数量占比	配套收入	占比
蔚来 ES6/EC6	上半年	3.59	60.43%	1,610.23	55.13%
	下半年	2.35	39.57%	1,310.61	44.87%
	合计	5.94	100.00%	2,920.83	100.00%
其余 4 款车型	上半年	26.86	48.12%	6,016.61	44.58%
	下半年	28.96	51.88%	7,478.58	55.42%
	合计	55.83	100.00%	13,495.19	100.00%
前 5 大车型合计	上半年	30.45	49.30%	7,626.84	46.46%
	下半年	31.31	50.70%	8,789.19	53.54%
	合计	61.77	100.00%	16,416.03	100.00%

蔚来 ES6/EC6 则由于市场竞争等因素，下半年市场销量出现下降，低于上半年度，公司配套收入也出现相应变化，上半年占比更高，但该车型收入占主营业务收入的比重仅为 4.56%，该车型配套收入的特殊情形不会影响主营业务收入分布的整体特征。

综上，公司收入集中在下半年但 2021 年和 2022 年公司配套的前五大车型销量分布较为平均，具有合理性。

（5）请保荐人发表明确意见，请保荐人质控、内核部门对发行人持续经营能力是否存在重大不确定性、未来经营业绩是否存在大幅下滑风险发表明确意见。

一、核查程序

针对上述事项，保荐机构主要执行了以下核查程序：

1、获取发行人客户通过邮件等方式发送给发行人的订单计划数据及邮件截图等资料，对客户预计订单进行分类分析；根据市场公开信息查询公司主要车型 2022 年及 2023 年 1-3 月市场销量数据，并与客户预计订单进行对比分析；获取公司第一季度财务数据，

了解公司第一季度整体收入情况；通过访谈及公开信息了解公司主要整车厂客户日常经营情况；

2、按冲压件、分总成、骨架总成以及高低货值对收入进行分类，了解收入结构变化情况和变化原因；分析来自一汽红旗各车型项目收入构成情况及变化趋势；获取截至2022年末已定点尚未量产的项目信息；

3、获取区分燃油车、新能源汽车的收入构成明细，通过车主之家等汽车媒体检索报告期内主要配套主机厂的新车型量产情况并了解发行人的配套情况；向发行人销售责任人了解客户对供应商的遴选标准、发行人项目定点获取方式等；

4、统计发行人配套前五大车型的销售量季度分布情况以及对应的配套收入季节性分布情况，向公司管理层了解公司季节性分布的原因及合理性。

二、核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、发行人主要车型预计订单金额与量产时间、生产周期匹配，且较2022年实际收入变动具有合理性，测算相对客观、谨慎；发行人主要配套车型2023年1-3月市场终端销量与2023年初预计的客户要货计划、2023年1-3月发行人实际配套数量比较不存在异常情形，公司2023年初预计的客户要货计划相关车型在正常运作中，不存在重大不利因素影响；发行人持续经营能力不存在重大不确定性。

2、报告期内，发行人配套座椅骨架总成和高货值项目的收入占主营业务收入（不含模具）的比重整体呈增长趋势，其中2022年受红旗H9车型收入下降影响占比出现暂时性下降。目前发行人新定点项目已经以座椅骨架总成项目等高货值项目为主，预计未来配套座椅骨架总成等高货值项目的收入及占比将会持续增长；发行人具备进一步开拓高货值订单的能力。

3、发行人为燃油车、新能源汽车主要主机厂配套了多款主力车型，并在报告期内获得了相关主机厂新推出的多款主力车型订单，发行人不存在未能持续获得主机厂主力车型订单的情形；发行人与主要客户和主机厂合作具有稳定性和持续性。

4、报告期各期，发行人下半年度收入占比普遍高于上半年度，存在季节性特征，主要是由于汽车行业下半年销量普遍较高、新车型量产存在爬坡期下半年配套收入较高

以及个别年份缺芯等因素所致，具有合理性；2021 年和 2022 年收入下半年占比较高，但配套前五大车型销量分布较为平均，主要系大众宝来、蔚来 ES6/EC6 等个别车型受市场竞争影响，上半年销量更高所致，具有合理性。

三、保荐机构质控、内核部门的核查意见

保荐机构质控、内核部门与项目团队进行了充分的沟通及问询，对发行人 2023 年 1 季度业绩情况、主要配套主机厂和配套车型 2023 年初预计订单情况以及 2023 年 1 季度的市场销售情况、近年来市场需求及竞争态势变化等予以重点关注；并查阅了项目组相关访谈纪要、2023 年 1 季度财务报告、公司 2023 年度订单预测情况等底稿资料。经对项目团队所执行的相关核查程序、所获取的证据及发表的结论进行复核，保荐机构质控、内核部门认为：发行人持续经营能力不存在重大不确定性、未来经营业绩不存在大幅下滑风险。

2.关于核心竞争力及相关信息披露

申请文件及问询回复显示：

(1) 发行人所处行业竞争激烈，外资品牌占据主要市场份额，发行人客户主要为知名汽车零部件企业。发行人核心竞争力主要体现在不断对生产技术及工艺进行自动化、智能化改造，保证供货质量及提升生产效率，实现高强钢等轻量化材料的应用。

(2) 报告期各期，发行人新能源汽车业务相关收入分别为 3,328.02 万元、8,419.39 万元和 7,706.26 万元。随着新能源车型项目陆续量产，新能源车型项目收入增长系发行人收入增长的主要动力之一。

(3) 发行人 2022 年收入和扣非后归母净利润均有所下滑，且存在一汽大众等新车型订单减少、对一汽红旗收入规模大幅下滑、新能源汽车业务收入先增后减等情况。发行人对采取的应对措施说明不够充分，缺少足够量化分析。

请发行人：

(1) 说明相对外资或合资汽车座椅生产商，发行人“不断提升生产效率从而具备明显成本优势”的具体依据；结合市场竞争格局及国内外主流技术路线和发展趋势，说明发行人与外资或合资竞争对手相比在核心技术及其先进性、产品特点及其创新性、应用领域、产品构成、主要参数等方面的优劣势、主要差距和核心竞争力的具体体现，并充分揭示核心竞争力相关不利因素和风险。

(2) 在新能源车型项目收入增长系发行人收入增长的主要动力之一的背景下，说明报告期各期新能源汽车收入对应的终端应用领域(一级零部件供应商或整车厂)、车型、主要客户、产品周期和量产情况，发行人新能源汽车业务收入变动原因、主要影响因素及未来发展趋势、应对措施，发行人应对新能源汽车发展趋势是否存在不及预期的风险，相关信息披露是否准确、完整。

(3) 结合汽车消费整体成长空间有限，发行人拓展新客户的空间也较为有限，2023 年一季度业绩变动情况，报告期内一汽大众等新车型订单减少、一汽红旗收入规模大幅下滑等导致业绩波动的不利情形是否完全消除等情况，分析说明发行人的应对措施是否充分，业绩下滑风险相关信息披露是否准确、完整。

请保荐人发表明确意见。

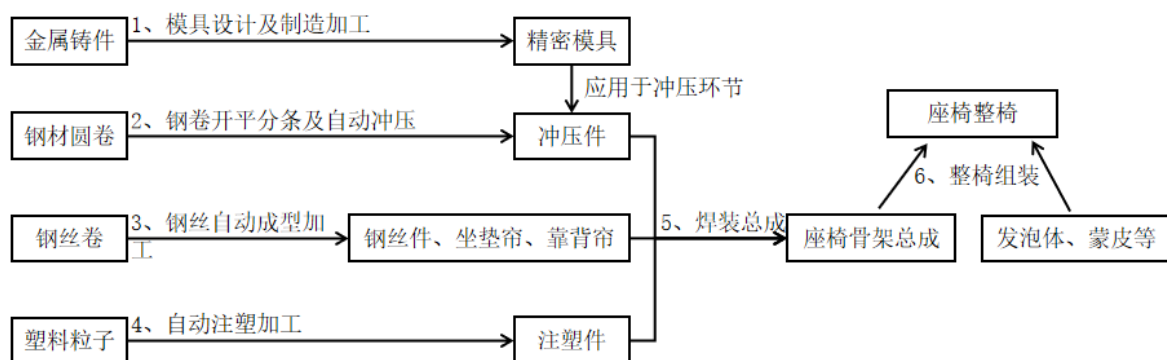
回复：

(1) 说明相对外资或合资汽车座椅生产商，发行人“不断提升生产效率从而具备明显成本优势”的具体依据；结合市场竞争格局及国内外主流技术路线和发展趋势，说明发行人与外资或合资竞争对手相比在核心技术及其先进性、产品特点及其创新性、应用领域、产品构成、主要参数等方面的优劣势、主要差距和核心竞争力的具体体现，并充分揭示核心竞争力相关不利因素和风险。

一、相对外资或合资汽车座椅生产商，公司“不断提升生产效率从而具备明显成本优势”的具体依据

(一) 公司已经形成座椅骨架自动化智能化全产业链，使得座椅骨架产品生产效率提升、具有成本优势

汽车座椅骨架主要生产工序如下：



公司具备上图 1 至 5 环节全生产链自动化生产优势，且在各环节不断进行自动化、智能化改进创新，降低了用工人数量并不断提升生产效率，人工及生产成本具有竞争力：在环节 1 拥有模具工件逆向工程技术和模具制造数控加工技术保障了模具设计能力及加工精度；在环节 2 拥有高强度钢冷冲压技术，实现轻量化材料冲压且原材料落料到成型工序上料全过程自动化；在环节 3 研发了钢丝自动成型机，可以替代 2-3 台普通成型机及 1 台热定型机；在环节 5 实现了机器人高效自动焊接。

合资及外资生产商一般不涉冲压件模具开发制造、板材冲压、弯管、注塑等生产环节，而是通过外购冲压件、管件和注塑件等生产配件满足座椅骨架生产需求，一般仅具有上图 5 和 6 环节，竞争优势在于整椅设计及组装。

考虑到外购骨架配件价格一般高于自动化生产成本价格，公司相对合资及外资生产商在骨架骨架生产成本方面具有一定优势。

（二）公司毛利率及净利率等财务指标明显优于合资及外资厂商

公司与主要外资或合资汽车座椅生产商财务数据对比如下：

公司	2022 年收入 (人民币)	2022 年		2021 年		2020 年	
		毛利率	净利率	毛利率	净利率	毛利率	净利率
安道拓	1,003 亿元	5.71%	-0.28%	6.04%	8.70%	4.67%	-3.84%
佛吉亚	1,128 亿元	-	-	12.06%	0.10%	10.06%	-2.98%
李尔	1,455 亿元	6.75%	1.96%	7.23%	2.40%	6.51%	1.37%
麦格纳	2,635 亿元	12.29%	1.69%	14.20%	4.29%	13.60%	2.07%
丰田纺织	739 亿元	10.60%	3.23%	10.49%	2.96%	9.77%	2.30%
平均数	1,392 亿元	8.84%	1.65%	10.00%	3.69%	8.92%	-0.22%
发行人	6.5 亿元	21.17%	9.71%	20.56%	8.16%	24.87%	9.76%

注：数据来源于 wind，引自于上市公司公开数据。其中佛吉亚 2022 年收入暂未公告、披露为 2021 年度数据，安道拓年度报告期为上年 10 月 1 日至本年 9 月 30 日，丰田纺织年度报告期为上年 4 月 1 日至本年 3 月 31 日。

上表外资生产商及其与国内企业合作的合资厂商产品以座椅整椅及骨架、发泡及座椅套等整椅配件为主，业务遍布全球，规模普遍较大。公司毛利率及净利率指标明显优于上表外资及合资生产商，且根据公司与保荐机构对一汽红旗、上汽大众的访谈，公司报价相对合资及外资厂商座椅具有一定优势，即公司在报价相对较低的情况下仍能保持相对较高的毛利率及净利率，一定程度上表明公司生产成本具有相对优势。

二、结合市场竞争格局及国内外主流技术路线和发展趋势，说明发行人与外资或合资竞争对手相比在核心技术及其先进性、产品特点及其创新性、应用领域、产品构成、主要参数等方面的优劣势、主要差距和核心竞争力的具体体现

（一）汽车座椅市场竞争格局及国内外主流技术路线和发展趋势

1、汽车座椅市场竞争格局情况

外资、合资及整车厂控股的汽车座椅厂商在品牌声誉、配套经验方面与民营企业相比具有相对优势，且收入规模较大，占据主要市场份额；国内民营企业在价格及服务响应速度方面具有相对优势，目前规模仍较小，各类企业对比情况如下：

企业类型	主要企业	主要产品	收入规模	配套的终端整车厂
外资及合资企业	安道拓、佛吉亚、李尔、麦格纳等外资企业；北京北汽佛吉亚汽车系统有限公司、武汉东风李尔云鹤汽车座椅有限公司等合资企业	座椅整椅及骨架、发泡及座椅套等整椅配件	外资厂商年收入均为千亿元人民币级别	配套的整车厂范围广，涵盖国内主要合资整车厂及自主品牌整车厂，占据国内汽车座椅骨架主要市场份额
整车厂体系内企业	如上汽集团体系内的延锋国际座椅系统有限公司、吉利汽车体系内的舒茨曼座椅（宁波）有限公司、中国重汽集团下属的重汽集团济南商务车公司等企业	座椅整椅及骨架、发泡及座椅套等整椅配件	延锋汽车饰件系统有限公司2021 年收入为 889 亿元（含座椅产品及内外饰件）	主要为同一体系的整车厂配套
独立的民营企业	如浙江雅虎、上海沿浦、重庆市全盛汽车部件有限公司、广西双英集团股份有限公司、廊坊中德汽车座椅制造有限公司、常州华阳汽车附件有限公司、上海申驰实业股份有限公司等企业	座椅骨架及骨架配件	上海沿浦、浙江雅虎年收入为 6-12 亿元	配套的整车厂主要为自主品牌整车厂及部分合资整车厂，主要配套于中低端车型

注：上表系根据盖世汽车配套采供平台信息整理。

目前国内汽车座椅市场主要被安道拓、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占据，前五大汽车整椅企业占据国内汽车座椅市场份额约为 70%。相对民营企业而言，上述供应商在汽车座椅领域具有较强声誉，且与整车厂合作配套经验较为丰富，在同等价格及产品服务质量条件下，整车厂一般倾向于选择市场品牌强、配套经验丰富的供应商。

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。过去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。

2、国内外主流技术路线和发展趋势

在汽车座椅领域，国内外主流发展趋势主要体现在轻量化、舒适性方面。

在轻量化方面，轻量化材料的应用及加工汽车座椅实现轻量化的重要内容，目前汽车用金属轻量化材料包括高强度钢、铝合金、镁合金等，其中高强钢是目前应用于座椅骨架的主流轻量化材料。

在舒适性方面，汽车消费偏好将逐步升级，汽车生产商需不断提高座椅品质和增设各种提高舒适度的附加功能件（腰托、腿托、按摩系统等）。

公司顺应座椅产品轻量化、舒适性等发展趋势，具备较强的技术积累，能够满足红旗等高端车型及蔚来、理想等新能源车型对座椅轻量化、舒适性的需求，与合资及外资厂商相比，不存在因不满足下游客户及终端整车厂客户的轻量化或舒适性相关技术需求而无法获取项目的情形。

（二）公司与外资及合资竞争对手各方面比较情况

1、产品构成、特点及创新性和产品参数比较

公司与外资及合资生产商产品构成对比情况如下：

公司	主要产品构成	座椅相关产品特点及创新性
安道拓系	座椅整椅及座椅骨架、发泡、面套等整椅配件	整椅：座椅安全、时尚和舒适、选择性多； 骨架：产品基于标准化设计，有助于为客户降低成本，并且兼容大多数车辆；使用创新的钢材和混合材料制造产品，强度高、重量轻，节省车辆空间并且更省油
佛吉亚系	座椅整椅及座椅骨架、仪表板及门板等内饰件、汽车电子产品	整椅：高级多功能结构（AVS）技术，将安全气囊或安全带等安全功能直接集成到座椅中；将智能驱动技术完全集成到驾驶舱系统中，提供舒适性、互联服务和安全功能；面料使用可持续材料，包括天然和低 CO2 材料以及可回收和可回收材料
李尔系	座椅整椅及配件、汽车电子系统	整椅：能够进行编程以识别某些关键乘员输入并自动调整适当的座椅参数，为消费者提供更好的、高度个性化的车载体验； 座椅配件：豪华、耐用和经过性能测试的皮革；含有回收、可再生或可回收纱线的面料；躺椅、滑轨、锁止结构和其他产品，更小、重量轻、噪音低的材料提供高性能、安全性和功能性
麦格纳系	座椅整椅及座椅骨架、发泡、面套等整椅配件，车身结构件，汽车电子产品	整椅：可重构座椅系统，通过电动长滑轨、坐垫翻折和嵌入仪表盘，车厢可以轻松地改变“模式”； 骨架及结构件：调角器、调节器、骨架等轻量化、高强度设计
丰田纺织系	座椅整椅及座椅骨架、汽车内外饰件、过滤器产品等单元组件	整椅：开发过程建立在人为因素和人体工程学的基础上，使座椅的形状和结构旨在支持舒适的驾驶姿势，适应用户身体的变化，并防止疲劳和不适； 骨架：通过使用高强度钢板减轻重量并提高强度，通过结构修改提供安全性能，从而减少撞击时的冲击力
博泽	座椅骨架及配件、车门、汽车电机	骨架：采用新型高强度钢材和塑料的材料组合，减轻重量； 座椅部件：电动腰托具有多种功能，提升舒适性；调角器标准化设计，适配各种型号接口；高质量电动倾角调节器，大幅减重
发行人	汽车座椅骨架及冲压件、紧固件、注塑件等骨架配件	骨架：基于高强度钢冷冲压技术、超薄钢板焊接技术等技术，将超高强钢应用于汽车座椅骨架及零部件，实现了汽车座椅骨架轻量化的要求； 座椅配件：座椅腰托（电机、驱动器、机械体系全系自研，具备超轻、智能特点）、座椅用电机（座椅电机全覆盖、静音、轻量化）、腿托类（超静音设计、智能互动特点）

注：外资及合资厂商产品构成、特点及创新性信息来源于外资公司官网。

1) 产品构成方面比较优劣

公司优势产品在于汽车座椅骨架及冲压件，劣势在于未能参与座椅整椅生产设计。外资及合资生产商产品主要为座椅整椅，也生产座椅骨架、发泡、面料、面套等整椅配件，考虑到冲压件、注塑件及钢丝件等座椅骨架具体零部件的生产需投资一定规模厂房、设备等，其并不一定参与到具体骨架零部件的生产；公司主要产品为座椅骨架总成件及冲压件，具有生产座椅骨架全产业链优势，劣势在于未能参与座椅整椅生产设计。

2) 产品特点及创新方面比较优劣

座椅整椅对安全性、舒适性、轻量化、智能化要求逐步越高，外资及合资生产商一般通过整椅系统产品的创新满足发展趋势；公司通过冲压材料加工工艺及适用性进行创新满足轻量化和安全性特点，通过腿托、腰托、按摩系统等舒适性产品的技术创新以满足行业发展趋势，公司劣势在于无法从整椅层面进行产品创新从而满足座椅发展趋势。

3) 产品参数方面比较优劣

外资及合资厂商官网并未披露其主要产品参数，公司无法与其直接比较分析。但根据行业惯例，座椅骨架作为汽车重要安全部件，整车厂会对产品性能指标进行检验，在满足整车厂相关要求后才能为整车厂配套，且高端车型对座椅骨架产品性能指标要求往往较高、新能源车型往往对座椅骨架轻量化要求较高。公司能够为一汽红旗、沃尔沃等高端车型配套骨架，且能够进入蔚来汽车、理想汽车合格供应商名录并为其车型配套座椅骨架，表明在满足整车厂要求层面，公司与合资及外资生产商座椅骨架产品不存在明显差距。

2、核心技术及其先进性方面比较优劣

相对合资及外资生产商，公司优势在座椅骨架及配件环节具备模具设计、冲压、焊接全产业链技术优势，劣势在于不具备整椅设计及生产能力，无法参与整车厂整椅的配套设计。

合资及外资生产商主要负责座椅整椅的安装，核心竞争力在于座椅的整体设计，也生产座椅骨架、发泡、面料、面套等整椅配件，考虑到冲压件、注塑件及钢丝件等座椅骨架具体零部件的生产需投资一定规模厂房、设备等，其并不一定参与到具体骨架零部件的生产；公司主要参与座椅骨架总成及配件的生产制造，核心技术主要体现在模具开发设计、板材冲压、配件焊装、弯管等冲压件及骨架总成的生产工艺环节，具备从产品设计、模具开发、板材冲压到总成焊装等全流程的智能化生产工艺体系。

3、产品应用领域（市场对接层次）方面比较优劣

公司与主要外资及合资企业配套车型情况如下：

公司	主要配套的车型
安道拓系	全球：宝马、奔驰、福特、通用、现代、丰田、大众和沃尔沃等 国内：一汽集团、广汽集团、北汽集团、蔚来、小鹏、长安福特、长安汽车等
佛吉亚系	全球：大众集团、福特汽车、雷诺-日产联盟以及通用汽车等 国内：大众、通用、华晨宝马、东风日产、五菱、长安福特、长城、理想、蔚来、比亚迪等
李尔系	全球：通用汽车、奔驰、大众和福特（座椅）等 国内：北京奔驰、北京现代、北汽自主、一汽大众、一汽自主、江铃汽车、东风本田、东风日产、长安汽车、长安福特、上通五菱和华晨宝马等
麦格纳系	全球：通用汽车、宝马、Stellantis、戴姆勒、福特和大众 国内：大众、奥迪、福特、丰田、通用、宝马、长城、上汽集团、长安集团、沃尔沃等
丰田纺织系	丰田集团是丰田纺织最大的客户，丰田纺织绝大部分收入来自于丰田集团
博泽	北京奔驰、华晨宝马、比亚迪、神龙汽车、东风汽车、福特、广汽本田、东风本田、吉利、沃尔沃、长城汽车、上汽通用、上汽通用五菱、日产、丰田汽车、一汽大众、上汽大众等
发行人	一汽大众、上汽大众、一汽丰田、一汽红旗、沃尔沃、蔚来、理想等

注：外资及合资厂商主要配套车型来自公开研究报告、外资企业年报。

在配套车型方面，公司与合资及外资厂商不存在较大差距，外资及合资厂商基本覆盖合资品牌、外资品牌及自主品牌主流中高端车型，公司亦能配套一汽红旗、沃尔沃、蔚来汽车、一汽丰田等自主及合资中高端车型。

在与整车厂合作方面，外资及合资厂商以整车厂为直接客户，与整车厂合作多年，直接参与整车厂整椅设计，具有与多数整车厂能够直接对接的优势；而公司近年才与部分整车厂形成直接合作，陆续参与到整椅厂座椅骨架设计，与整车厂的合作紧密度与合资及外资厂商仍有一定差距。

三、公司核心竞争力相关不利因素和风险

如上分析，公司在座椅骨架生产方面，具有从产品设计、模具开发、板材冲压到总成焊装等全流程的智能化生产工艺体系优势，但未能直接在整椅研发设计生产层面与整车厂对接并提供整椅配套供货。外资及合资厂商侧重直接参与整车厂整椅设计，可以和整车厂直接对接、提供整椅配套供货，但其劣势为没有座椅骨架生产的全产业优势。公司和这些外资合资厂商属于各有优劣势的产业链配套关系。虽然公司 2022 年始与部分整车厂开始直接定点座椅骨架合作，获得红旗 E001/E202/C801/E702、理想 L6、蔚来阿尔卑斯、大众途观、**比亚迪王朝系列**等车型项目座椅骨架的直接定点，但近期仍无法直

接参与到整椅设计生产，如公司想把产业链拓展到汽车整椅，目前尚存在较大的产业链拓展困难。

(2) 在新能源车型项目收入增长系发行人收入增长的主要动力之一的背景下，说明报告期各期新能源汽车收入对应的终端应用领域(一级零部件供应商或整车厂)、车型、主要客户、产品周期和量产情况，发行人新能源汽车业务收入变动原因、主要影响因素及未来发展趋势、应对措施，发行人应对新能源汽车发展趋势是否存在不及预期的风险，相关信息披露是否准确、完整。

一、报告期各期公司新能源汽车收入分布情况

报告期各期，公司新能源汽车收入分布情况如下：

单位：万元

整车厂	车型	主要客户	量产时间	项目周期	收入金额			
					2023年 1-6月	2022年	2021年	2020年
蔚来汽车	蔚来 ES6/EC6	重庆安道拓	2019年	2019年-2025年	34.95	2,920.83	3,125.19	1,549.76
	蔚来 ES7/EC7	重庆安道拓	2022年	2022年-2025年	245.31	535.10	-	-
	蔚来 ET5	重庆安道拓	2022年	2022年-2026年	797.06	358.02	-	-
	小计				1,077.32	3,813.95	3,125.19	1,549.76
一汽红旗	红旗 E-HS9	一汽富维	2021年	2021年-2025年	410.68	1,255.91	2,559.55	213.39
	红旗 E-QM5	一汽富维	2021年	2021年-2026年	589.20	753.92	224.78	2.88
	红旗 E001	一汽富维	2023年	2023年-2029年	229.21	-	-	-
	红旗 E202	一汽富维	2023年	2023年-2028年	90.49	-	-	-
	小计				1,319.58	2,009.82	2,784.33	216.27
威马汽车	威马 EX5	重庆安道拓、威马	2018年	2018年-2024年	-	330.33	1,174.70	1,207.61
	威马 EX6	重庆安道拓、威马	2019年	2019年-2024年	-	14.41	36.45	85.34
	威马 W6	重庆安道拓、威马	2021年	2021年-2024年	-	318.62	473.11	18.90
	小计				-	663.35	1,684.27	1,311.85
理想汽	理想 ONE	佛吉亚	2019年	2019年	87.48	686.97	635.35	250.13

车				-2025 年				
上汽大众	大众 ID.4	一汽富维安道拓金属	2021 年	2021 年-2028 年	73.46	469.69	190.25	-
广汽埃安	埃安 V	一汽富维安道拓金属	2022 年	2022 年-2024 年	8.55	32.61	-	-
其他					24.96	29.87	-	-
合计					2,591.34	7,706.26	8,419.39	3,328.02

注：红旗 E-HS9、红旗 E-QM5、威马 W6 在量产前年份收入主要系销售样件产生的收入。

如上所示，随着公司配套的新能源车型近年来陆续量产，2021 年、2022 年公司新能源汽车收入较 2020 年出现明显上升；但总体而言，公司配套新能源汽车方面尚处于初始的较快发展阶段，新能源车型配套收入占比仍然不高，具有较大的增长空间。

二、新能源车业务收入变动原因、主要影响因素及未来发展趋势、应对措施

（一）新能源车业务收入变动原因、主要影响因素及未来发展趋势

公司从 2018 年开始配套新能源车型项目，截至 2023 年 6 月末共配套 14 款新能源车型，其中 2021 年量产 4 款、2022 年量产 3 款、2023 年上半年 2 款，随着公司配套的新能源车型近年来陆续量产，2021 年、2022 年公司新能源汽车收入均超过 7,000 万元较 2020 年的 3,000 余万元出现明显上升；其中 2022 年公司新能源汽车收入略有下降，主要系威马汽车整体销量出现下降，公司配套于威马汽车的各车型项目收入出现下降，此外由于红旗 E-HS9 车型当年有消化库存情形，公司来自该车型项目收入亦出现下降。

影响新能源车型业务收入主要因素为新增配套的新能源车型项目数量，截至 2023 年 6 月末，公司新能源车型项目预计 2023 年下半年新增量产 6 个、2024 年新增量产 7 个，较 2021 年及 2022 年出现增长。总体而言，公司配套新能源汽车方面尚处于初始的较快发展阶段，新能源车型配套收入占比仍然不高，具有较大的增长空间。

（二）公司的应对措施

1、报告期公司新能源车业务发展较快，2020 至 2022 年新能源车收入复合增长率为 52.17%

公司从蔚来汽车、理想汽车等行业地位较为突出造车新势力切入新能源汽车座椅市场，在加深稳固与上述整车厂合作的基础上，不断将终端客户群体逐步覆盖至广汽埃安、合众汽车、特斯拉、比亚迪等多家新能源整车厂。报告期内已经实现为蔚来、红旗、理

想、上汽大众、广汽埃安、威马等多款新能源车型的配套，2020年至2022年公司新能源配套收入的复核增长率为52.17%。

公司2023年将新增红旗E202/E001、蔚来EC7、合众EP32、大众ID.5、理想L6、**比亚迪王朝系列**等新能源车型项目，根据客户2023年初提供的采购及生产计划，预计2023年全年可实现销售的新能源订单金额约为1.17亿元，主要配套新能源车型及收入情况如下：

单位：万元

新能源整车厂	主要车型	预计2023年全年订单金额
蔚来汽车	蔚来ET5/EC7/ES7等	6,023.18
一汽红旗	红旗E-HS9/E001/E-QM5/E202	3,231.83
大众	大众ID.4/ID.5	1,088.54
其他	理想L6/合众EP32/广汽埃安等	1,340.61
合计		11,684.16

2、公司已经获得较多的新能源车型的配套计划，未来新能源车配套收入将持续获得增长

基于公司在新能源市场的积极开拓，公司配套的新能源车型项目情况如下：

项目类型	项目具体情况	量产年份
2023年6月末已量产车型项目	蔚来ES6/EC6/ES7/ET5/ EC7 、红旗E-HS9/E-QM5、理想ONE、大众ID.4/ ID.5 、埃安V、威马EX5/EX6/W6等6个品牌 14 款车型	2018年量产1款、2019年量产4款、2020年量产0款、2021年量产4款、2022年量产3款、 2023年上半年量产2款
2023年6月末已定点未量产车型	蔚来阿尔卑斯/ 蔚来FORCE 、红旗E202/E001/EH7、理想L6、合众EP32、特斯拉、 比亚迪王朝系列 、 腾势N7 、理想W02、华为问界M7、大众Aero B等9个品牌 13 款车型，陆续在2023年、2024年量产	预计2023年下半年量产6款、2024年量产7款

如上所示，公司2023年及2024年预计量产的新能源车型项目数量多于报告期各期数量，公司新能源市场开拓取得了一定效果，未来新能源车配套收入将持续获得增长。

3、公司持续加强新能源车型配套优势

相对传统燃油车，新能源汽车在轻量化、智能化及舒适化方面需求高，且成本控制要求高、车型迭代周期快。为顺应新能源汽车份额不断提升趋势，公司成立座椅骨架功能件研发团队，对汽车座椅骨架舒适性及电动化产品进行研发，形成了系列智能化座椅骨架配件产品，具体如下：

骨架配件	进展	技术特点
骨架冲压件	量产	轻量化、高强度钢材冷成型工艺
靠背帘	量产	全自动生产工艺
座椅腰托	量产	电机、驱动器、机械体系全系自研，具备超轻、智能特点
座椅用电机	量产	座椅电机全覆盖、静音、轻量化
座椅电动滑轨	样品验证	高强度薄板冷冲压，低噪音，高强度，非对称设计
腿托类	量产	超静音设计，智能互动，新能源适配

基于上表智能化座椅领域的全套产品技术，公司能够为新能源车型车型骨架产品迭代提供一站式服务。此外，公司利用自身成本控制能力、服务响应速度方面优势，与新能源相关整车厂进一步加深合作：

终端整车厂	进一步加深合作情况
理想汽车	2022 年 3 月进入理想汽车合格供应商体系，在座椅骨架方面与其直接进行研发及技术交流，向其获得理想 L6 车型项目定点，成为其自研座椅平台的座椅骨架重要供应商。
蔚来汽车	2022 年 11 月进入蔚来汽车合格供应商体系，其直接将公司定点为蔚来阿尔卑斯车型项目的座椅骨架供应商，此外公司在安徽建立子公司及生产基地提高对蔚来汽车的配套服务能力。
一汽红旗	2022 年 2 月进入一汽红旗合格供应商体系，一汽红旗直接将公司定点为红旗 E101、E202、E702 等多个新能源车型的座椅骨架供应商。
比亚迪	2023 年 5 月进入比亚迪合格供应商体系，比亚迪直接将公司定点为王朝系列、腾势 N7 多个新能源车型的座椅骨架零部件供应商。

如上所示，2022 年之前，公司主要从座椅一级供应商处获得项目定点，2022 年以来，公司进入了蔚来汽车、理想汽车、一汽红旗、**比亚迪**等整车厂的合格供应商体系，与上述整车厂形成直接合作，并直接向整车厂获得相关新能源车型项目的定点。

三、发行人应对新能源汽车发展趋势不足的相关风险及相关信息披露情况

关于新能源汽车业务风险，招股说明书在“第二节 概览”之“一、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”及“第三节 风险因素”之“一、与发行人相关的风险”之“（一）经营风险”中补充披露如下：

“4、新能源汽车业务风险

报告期各期，公司来自新能源车型收入金额分别为 3,328.02 万元、8,419.39 万元、7,706.26 万元和 2,591.34 万元，占主营业务收入的比例分别为 6.73%、12.48%、12.83%和 9.36%，同期中国新能源汽车销量占比分别为 6.57%、16.34%、29.24%和 33.25%（根

据中国汽车工业协会数据测算），公司 2021 年以来新能源汽车收入占比低于新能源汽车整体渗透率。

目前新能源汽车市场规模虽逐年增长，但新能源汽车企业竞争激烈，尚未形成稳定的竞争格局。公司已为蔚来汽车、理想汽车、一汽红旗、广汽埃安、上汽大众等整车厂相关新能源汽车车型项目配套座椅骨架及零部件产品，并取得了合众汽车、特斯拉、比亚迪等整车厂新能源车型项目定点，但报告期内尚未有来自比亚迪、特斯拉等新能源汽车销量较大的整车厂相关车型配套产品收入。若未来公司不能及时跟上新能源汽车主流市场供应链发展，则公司新能源业务收入将不达预期进而影响公司整体业绩。”

(3) 结合汽车消费整体成长空间有限，发行人拓展新客户的空间也较为有限，2023 年一季度业绩变动情况，报告期内一汽大众等新车型订单减少、一汽红旗收入规模大幅下滑等导致业绩波动的不利情形是否完全消除等情况，分析说明发行人的应对措施是否充分，业绩下滑风险相关信息披露是否准确、完整。

一、汽车消费整体成长空间情况、公司拓展新客户的空间情况及公司相应的应对措施

(一) 汽车消费成长空间情况

2020 年至 2023 年 1-6 月我国汽车销量分别为 2,531.10 万辆、2,627.50 万辆、2,686.40 万辆和 1,323.90 万辆，虽然中国汽车消费整体成长空间有限，但汽车座椅市场空间呈现市场空间大、本土企业存在结构性发展机会等特点。

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，市场空间大；新能源汽车及自主品牌汽车整车厂市场份额不断提升，其更愿意通过市场竞争选择成本低及响应效率高的座椅供应商，而本土座椅企业在产品成本及服务响应速度方面具有一定优势，具有较大的发展机会。

(二) 公司拓展新客户的空间情况

2022 年之前，一级供应商从整车厂处获得整椅项目定点后，公司主要从汽车座椅一级供应商处获取新车型项目。公司已进入富维安道拓系企业、重庆安道拓（由延锋安座椅分拆）、上海英提尔、佛吉亚等客户核心供应商名单，上述客户占据中国汽车座椅整椅市场主要份额，公司通过上述一级供应商获取新车型项目具有较大空间。

2022 年之后，公司陆续与一汽红旗、蔚来汽车、理想汽车、上汽大众、**比亚迪**形成直接合作，上述整车厂直接将公司定点为座椅骨架零部件供应商，公司可直接从整车厂处获得新车型项目，产业地位及新车型项目拓展空间进一步加大。

（三）公司在开拓市场及客户方面的具体应对措施

1、抓住市场变革机构变化机会，重点开拓新能源及自主品牌车型项目

公司顺应市场趋势不断进行产品升级和车型项目升级。**截至 2023 年 6 月末**，公司共有已定点未量产车型项目 **21 个**，其中对应市场车型 **21 个**，主要情况如下：

整车厂	已定点未量产车型数量（个）	其中：预计 2023 年下半年数量（个）	其中：预计 2024 年数量（个）	车型类别
一汽红旗	6	3	3	自主品牌及部分新能源车型
比亚迪	2	2	0	自主品牌及新能源车型
蔚来汽车	2	0	2	自主品牌及新能源车型
沃尔沃	2	1	1	外资品牌（自主品牌收购）
理想汽车	2	1	1	自主品牌及新能源车型
上汽大众	1	0	1	部分新能源车型
特斯拉	1	1	0	新能源车型
哪吒汽车	1	1	0	新能源车型
别克	1	1	0	外资品牌
奔腾	1	1	0	自主品牌
福建奔驰	1	1	0	合资品牌
江铃汽车	1	0	1	自主品牌
合计	21	12	9	-

如上所示，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**，上述车型相对合资及传统燃油车型具有相对较强的增长潜力。

2、开发座椅骨架全系列智能产品，抓住整车厂需求与多家整车厂形成直接合作，拓宽新项目车型来源

公司近年来持续对汽车座椅骨架智能化及舒适化配件产品进行研发，形成了系列智能化座椅骨架配件产品，具体如下：

骨架配件	报告期研发进展情况	技术特点
骨架冲压件	大规模量产	轻量化、高强度钢材冷成型工艺

骨架配件	报告期研发进展情况	技术特点
靠背帘	大规模量产	全自动生产工艺
座椅腰托	10 款产品已量产，12 款产品处于研发阶段，报告期形成收入 656.14 万元	电机、驱动器、机械体系全系自研，具备超轻、智能特点
座椅腿托类		超静音设计，智能互动，新能源适配
座椅用电机	1 款产品已量产，7 款产品处于研发阶段，报告期形成收入 605.38 万元	座椅电机全覆盖、静音、轻量化
座椅电动滑轨	样品验证	高强度薄板冷冲压，低噪音，高强度，非对称设计

基于上述配件的技术开发，公司具备生产可智能调节变速的智能化座椅骨架总成能力，以及配套的完整的腰托、腿托、通风加热等舒适系统。凭借丰富的产品配套经验及全套骨架产品配套优势，公司进入多家整车厂合格供应商体系，获得多个车型项目的定点，具体情况如下：

整车厂客户	进入合格供应商时间	整车厂直接定点项目	项目开拓模式
一汽红旗	2022 年 2 月	红旗 E001、E202、C801 和 E702 等	相对于原从一级座椅供应商获取定点项目的模式，现公司直接向整车厂获取座椅骨架总成项目，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	2022 年 3 月	理想 X04	
蔚来汽车	2022 年 11 月	蔚来阿尔卑斯	
上汽大众	2022 年 12 月	大众途观	
比亚迪	2023 年 5 月	比亚迪王朝系列、腾势 N7	

公司积极抓住市场变革机会，进行产品开发，并与整车厂形成直接合作，直接从整车厂获得新车型项目，产业链地位得到提升，项目渠道来源亦进一步拓宽。

3、在开拓项目的同时，不断进行产品升级，提升单车货值

报告期内，公司积极推动主导产品由座椅骨架冲压件向座椅骨架总成的转型升级，从而实现单车货值的提升。报告期内，公司配套高货值（单车货值 300 元以上）车型的收入占主营业务收入（不含模具）的比重分别为 23.65%、44.26%、33.03%和 **32.96%**，整体呈增长趋势，尽管 2022 年受红旗 H9 车型收入下降影响占比出现暂时性下降，但不会改变公司高货值配套车型比重提高的趋势。根据 2023 年全年的收入预测情况，高货值车型预计实现收入 3.38 亿元，占预计全年汽车零部件收入的比重为 45.25%，占比将显著提高。

公司积极开拓配套座椅骨架产品高货值车型项目，截至 2023 年 6 月末，公司已获定点但尚未量产的 21 款主要车型中，有 9 款配套的为座椅骨架总成产品，其中单车货

值在 300 元以上的有 8 款，并有 5 款车型单车货值超千元，相关车型均为市场主流价位的车型。随着相关车型的逐步量产，预计未来高货值车型配套收入将进一步增长。

二、2023 年一季度业绩变动情况及应对措施

公司 2023 年 1-3 月业绩情况具体如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-3 月	2022 年 1-3 月	变动幅度
营业收入	13,377.97	13,457.49	-0.59%
归属于公司普通股股东的净利润	876.96	475.86	84.29%
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	547.24	428.07	27.84%

注：2023 年 1-3 月数据经审阅，2022 年 1-3 月数据未经审计或审阅。

2023 年一季度，由于新能源补贴、车辆购置税等政策退出，汽车销量短期透支，且整车企业普遍降价促销，消费者有降价预期，持观望状态，导致中国汽车销量整体下降，公司收入亦略有下降。目前国家和各地方政府均已、或将出台诸多汽车消费保护政策，各车企上市诸多新车型，国内汽车整体销量逐步回暖。

此外，2022 年下半年以来公司原材料钢材价格处于相对低位，原材料成本下降有助于毛利率提升，在同等收入规模情况下公司 2023 年净利润水平预计同比较高。

针对上述业绩波动情况，除本回复“2.关于核心竞争力及相关信息披露”之“（3）”之“一”之“（三）公司在开拓市场及客户方面的具体应对措施”所述具体措施外，公司将积极跟踪客户订单需求变化提前做好生产安排。

三、报告期内一汽大众等新车型订单减少、一汽红旗收入规模大幅下滑等导致业绩波动的不利情形是否完全消除等情况及公司的应对措施

（一）一汽大众新车型订单减少情况及影响

公司来自一汽大众的收入及一汽大众整体销量情况如下：

单位：万元、万辆

年份	公司来自一汽大众的收入	一汽大众销量
2020 年	20,052.94	124.87
2021 年	17,194.65	97.91
2022 年	16,567.72	103.02
2023 年 1-6 月	6,894.28	47.14

注：汽车销量数据来源于车主之家。

报告期内，公司通过一级供应商为一汽大众配套的车型项目基本覆盖了大众宝来、大众速腾、大众捷达等其在售的主要车型，公司配套一汽大众的销售收入出现下降，主要系一汽大众整体销量出现下降。

考虑到公司来自一汽大众的订单收入与一汽大众车型销量息息相关，且一汽大众在中国市场具有深厚的品牌基础及在售车型较多（2022 年为 15 个），预计其整车厂销量出现快速下降的风险较小，公司来自其收入出现快速下降的风险亦较小。此外，公司近年来通过开拓**比亚迪**、蔚来汽车、沃尔沃、领克、吉利汽车、长安福特、理想汽车、北京奔驰、小鹏汽车等其他整车厂车型项目来实现公司收入多元化，降低了单个整车厂销量变动对公司业绩的影响。

（二）一汽红旗收入大幅下降情况及影响

报告期各期，公司来自一汽红旗的业务收入基本情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
公司来自一汽红旗收入	5,915.37	9,893.10	17,316.45	6,016.83
其中：红旗 H9	2,101.43	3,429.90	13,382.07	4,305.52

注：红旗 H9 车型及红旗 E-HS9 车型项目有部分通用零部件，上表中将该部分通用零部件收入均划入红旗 H9 车型项目。

如上所示，公司来自一汽红旗收入在 2022 年出现下降，主要系红旗 H9 车型项目收入出现下降，2022 年，公司配套车型红旗 H9 处于库存消化期（公司配套 1.13 万辆，市场终端销量 2.13 万辆，消化约 1 万辆库存），来自红旗 H9 项目配套收入为 3,429.90 万元，较 2021 年减少 9,952.17 万元。**2023 年 1-6 月，公司来自一汽红旗收入及红旗 H9 项目配套收入均同比上升。**

2023 年，随着库存消化及外部极端宏观环境不利影响减弱，预计来自红旗 H9 项目配套收入约为 6,000 万元，**其中 2023 年 1-6 月已实现收入 2,101.43 万元**。同时公司为红旗配套的多个车型将带来收入，降低了单一配套车型的风险。2022 年量产的红旗 H5、HQ9 其 2023 年收入预计约 5,300 万元，比 2022 年增加约 2,200 万元；2023 年新增量产的红旗 HS3、HS6 其 2023 年收入预计约 7,500 万元，比 2022 年增加约 7,500 万元。2023 年红旗系列配套产品收入预计为 2.41 亿元，红旗系列配套产品收入将超过 2021 年 1.73 亿远的水平。

此外,其他 2022 年量产及 2023 年新增量产的配套车型将为 2023 年带来收入增量:公司目前车型结构较为多元化,除红旗外,2022 年量产的蔚来 ES7、蔚来 ET5、沃尔沃 S90 等其他车型预计 2023 年实现收入超过 7,000 万元,预计较 2022 年增加 5,000 多万元;2023 年将新增量产的蔚来 Lyra、大众 ID.5、合众汽车 EP32、福特锐界等其他车型预计收入超过 3,000 万元。

综上,一汽红旗收入规模大幅下滑等导致公司业绩波动的不利风险已基本消除。

(三) 公司的主要应对措施

近年来,为应对一汽大众及一汽红旗订单收入下降的风险,除本回复“2.关于核心竞争力及相关信息披露”之“(3)”之“一”之“(三)公司在开拓市场及客户方面的具体应对措施”所述具体措施外,公司积极开拓不同整车厂车型项目以实现整车厂收入多元化。

公司近年来通过开拓**比亚迪**、蔚来汽车、沃尔沃、领克、吉利汽车、长安福特、理想汽车、北京奔驰、小鹏汽车等其他整车厂车型项目以减少单个整车厂经营变动对公司收入的影响。报告期各期,公司配套于第一大终端整车厂客户产品的收入占当期营业收入的比例分别为 37.57%、23.71%、25.48%和 **23.28%**,配套于前五大终端整车厂产品的收入占当期营业收入的比例分别为 66.46%、62.26%、59.11%和 **57.85%**,整体呈下降趋势。此外,**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**,涉及 **12 个**整车厂。

综上,公司通过开拓多元化整车厂车型项目,以减少对一汽大众及一汽红旗的收入依赖,降低其经营变动对公司造成的影响。

四、发行人的应对措施充分性及业绩下滑风险相关信息披露情况

如上分析,公司主要开拓新能源及自主品牌车型项目、与多家整车厂形成直接合作、开发座椅骨架全系列智能产品、开拓不同整车厂车型项目等措施应对各类不利影响因素,相关应对措施具有充分性。

关于汽车行业景气度相关风险,招股说明书在“第二节 概览”之“一、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”及“第三节 风险因素”之“二、与行业相关的风险”之“(一)汽车行业景气度风险”中披露如下:

“（一）汽车行业景气度风险

公司产品主要应用于汽车制造行业，公司业绩受宏观经济影响较大。近年来，我国汽车销量整体稳定，2020年至2023年1-6月我国汽车销量分别为2,531.10万辆、2,627.50万辆、2,686.40万辆和1,323.90万辆。我国汽车市场亦存在结构性变化，新能源汽车及自主品牌汽车市场份额不断提升，挤占了传统合资品牌车型的市场份额，一汽大众、上汽大众等合资整车厂汽车销量出现下滑情况。

报告期内，公司业务规模与同行业上市公司及国际知名外资、合资同行业公司相比较小，且应用于红旗车型的产品收入波动较大。此外，公司近年来根据市场趋势不断开发新能源及自主品牌车型项目，仍有较大部分产品配套于传统合资品牌车型。如果未来中国汽车产销量停止增长或出现下滑，或者在汽车市场结构性变化中，公司主要终端整车厂客户，如一汽红旗及部分传统合资整车厂，因竞争力不足汽车销量出现持续下降，则公司业绩将受到不利影响。

2023年1季度，由于新能源补贴、车辆购置税补贴等政策退出，汽车销量短期透支，且整车企业普遍降价促销，消费者有降价预期，持观望状态，导致中国汽车销量整体下降，公司收入同比亦略有下降。”

关于业绩波动相关风险，招股说明书在“第二节 概览”之“一、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”及“第三节 风险因素”之“一、与发行人相关的风险”之“（一）经营风险”中披露如下：

“1、业绩波动风险

报告期各期，公司扣非归母净利润分别为4,893.76万元、5,230.09万元、5,142.31万元和1,800.96万元，原材料价格波动、汽车市场冷暖、主要整车厂客户及配套车型销量等因素均会对公司业绩造成影响。

根据公司毛利率对原材料价格的敏感性测试，在2020年至2023年1-6月其他因素不变的情况下，钢卷及线材原材料价格每上涨/下降5%，对应的毛利率约下降/上涨1.30%-1.53%。其他因素不变情况下，公司因2021年钢卷及线材价格上涨导致毛利率下降约4.75%-6.04%。若原材料价格持续上涨或处于高位，则也会导致公司业绩短期内业绩波动。

此外，若出现汽车消费整体下降、公司对新客户及车型开拓失败、公司为一汽红旗

及一汽大众等主要整车厂配套的主要车型项目收入出现下降的情形，公司业绩亦会出现下降。如在 2023 年整车市场、主要客户发生重大不利变化等情况下，公司 2023 年全年预计订单实现存在不达预期的风险。”

(4) 请保荐人发表明确意见。

一、核查程序

针对上述事项，保荐人履行了如下核查程序：

1、通过访谈了解发行人与外资或合资汽车座椅生产商产品生产工艺差异情况，了解发行人相对合资及外资厂商具备成本优势的具体原因；通过公开信息查询主要外资或合资座椅生产商核心技术、产品特点及应用领域等方面信息，与发行人基本情况进行对比分析；

2、取得了发行人报告期内新能源车型收入分布数据，并对其收入变动进行分析；访谈了解新能源业务发展趋势及公司的应对措施；

3、通过查询公开数据及信息了解汽车销量及汽车座椅市场空间及变革情况；获得发行人 2023 年一季度数据情况并进行分析；通过访谈了解发行人市场成长空间情况、新客户拓展情况和来自一汽大众、一汽红旗收入变动的原因，及应对市场及客户变化发行人具体的应对措施。

二、核查意见

经核查，保荐人认为：

1、发行人自主生产冲压件、管件、注塑件等配件生产，而外资及合资厂商一般外购上述配件，发行人相对而言具备全生产链自动化生产优势，因此在座椅骨架生产领域具有成本优势；合资及外资厂商主要负责座椅整椅的安装，核心竞争力在于座椅的整体设计，并不一定参与到具体骨架零部件的生产，而发行人具备从配件产品设计、模具开发、板材冲压到总成焊装等全流程的智能化生产工艺体系，该体系保证了座椅骨架产品成本优势，是发行人的核心竞争力；

2、2022 年发行人新能源汽车收入出现下降，主要系公司配套于威马汽车的各车型项目及红旗 E-HS9 车型项目出现下降；公司配套新能源汽车方面尚处于初始的较快发展阶段，新能源车型配套收入占比仍然不高，具有较大的增长空间；发行人通过与主要

新能源整车厂合作、开拓新项目及加强新能源产品研发的方式应对新能源发展；发行人已在招股书补充披露针对应对新能源汽车发展趋势不足的相关风险；

3、发行人主要开拓新能源及自主品牌车型项目、与多家整车厂形成直接合作、开发座椅骨架全系列智能产品、开拓不同整车厂车型项目等措施应对各类不利影响因素，相关应对措施具有充分性。

3.关于存货

申请文件及问询回复显示：

(1) 发行人存货中库存商品余额分别为 3,835.77 万元、5,134.36 万元、6,179.63 万元。主要为临近 EOP 零件或产量明显下降的产品，会生产一定的备货量以提高生产管理效率，以应对客户的临时、小批量需求。

(2) 2022 年末存货中 1 年以上库龄库存商品、在产品增长，主要系客户生产计划调整、订单推迟所致。报告期各期，发行人存货跌价准备计提比例分别为 2.12%、1.69%、1.70%，低于同行业可比公司。

请发行人：

(1) 说明库龄 1 年以上存货形成原因，客户生产计划调整、订单推迟原因，报告期各期末库存商品、在产品的对应车型、期后销售或结转情况，跌价准备计提充分性。

(2) 是否存在项目未临近下线、但终端产销量存在重大不确定性产品，说明该等产品存货跌价准备计提方法、跌价准备计提是否充分。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

(1) 说明库龄 1 年以上存货形成原因，客户生产计划调整、订单推迟原因，报告期各期末库存商品、在产品的对应车型、期后销售或结转情况，跌价准备计提充分性。

一、库龄 1 年以上存货形成原因，客户生产计划调整、订单推迟原因

报告期各期末，公司库龄 1 年以上存货类别、占比情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 6 月 30 日			2022 年 12 月 31 日		
	账面余额	1 年以上	1 年以上占比	账面余额	1 年以上	1 年以上占比
原材料	12,336.66	1,013.26	8.21%	9,557.54	985.28	10.31%
在产品	5,545.84	467.11	8.42%	6,332.05	669.65	10.58%
库存商品	5,774.78	638.46	11.06%	6,179.63	673.43	10.90%
在制模具	2,444.72	-	-	2,813.15	-	-
委托加工物资	812.90	89.83	11.05%	681.52	94.03	13.80%
发出商品	1,009.21	68.34	6.77%	1,273.76	85.15	6.68%

项目	2023 年 6 月 30 日			2022 年 12 月 31 日		
	账面余额	1 年以上	1 年以上占比	账面余额	1 年以上	1 年以上占比
周转材料	107.71	29.52	27.40%	84.42	23.04	27.29%
合计	28,031.82	2,306.52	8.23%	26,922.08	2,530.59	9.40%

(续)

项目	2021 年 12 月 31 日			2020 年 12 月 31 日		
	账面余额	1 年以上	1 年以上占比	账面余额	1 年以上	1 年以上占比
原材料	4,889.85	622.41	12.73%	4,297.47	765.86	17.82%
在产品	4,901.05	111.57	2.28%	2,638.11	48.82	1.85%
库存商品	5,134.36	299.78	5.84%	3,835.77	240.80	6.28%
在制模具	1,469.31	-	-	2,725.42	-	-
委托加工物资	717.11	109.81	15.31%	922.10	98.30	10.66%
发出商品	1,259.52	21.41	1.70%	659.49	26.75	4.06%
周转材料	60.15	6.06	10.07%	51.96	7.79	14.99%
合计	18,431.36	1,171.05	6.35%	15,130.31	1,188.31	7.85%

2022 年及 2023 年 6 月末，公司原材料账面余额相较 2021 年末大幅增长，主要系 2022 年下半年至 2023 年上半年国内钢价回落，且年内蔚来 ET5、ES7 以及红旗 HQ9、HS3 等新项目量产，公司在钢材价格相对低点战略性增加钢材备货所致。此外，由于 2022 年 12 月供应链受阻，当期生产的产品无法及时发运，导致 2022 年末库存商品余额也有所增加。

报告期各期末，公司 1 年以上存货余额分别为 1,188.31 万元、1,171.05 万元、2,530.59 万元和 2,306.52 万元，占比分别为 7.85%、6.35%、9.40%和 8.23%，占比较小。公司按照订单计划以及一定的安全库存进行生产备货，存货库龄结构整体良好，库龄较长的存货占比较小，公司不存在大量存货积压的情形。公司库龄 1 年以上的存货主要为原材料、委托加工物资、库存商品及在产品，具体情况如下：

(一) 原材料及委托加工物资

报告期各期末，库龄在 1 年以上的原材料及委托加工物资余额构成如下：

单位：万元

形成原因	2023 年 6 月末	2022 年末	2021 年末	2020 年末
库龄 1 年以上的原材料及委托加工物资	1,103.09	1,079.31	732.22	864.16
其中：车用钢材	596.59	676.62	377.13	529.84

形成原因	2023 年 6 月末	2022 年末	2021 年末	2020 年末
工装配件	315.09	294.88	287.62	235.39
五金工具	98.00	80.67	44.54	49.29
其他	93.41	27.14	22.93	49.64

如上表所示，报告期各期末库龄 1 年以上原材料及委托加工物资余额分别为 864.16 万元、732.22 万元、1,079.31 万元和 **1,103.09 万元**，占比分别为 16.56%、13.06%、10.54% 和 **8.39%**，主要系车用钢材、工装配件、五金工具等。

报告期各期末库龄 1 年以上的车用钢材余额分别为 529.84 万元、377.13 万元、676.62 万元和 **596.59 万元**，形成原因主要为：（1）公司对各项目不同规格、型号的钢材进行备货，个别项目材料领用进度晚于预期，形成一定金额库龄 1 年以上的车用钢材；（2）公司采购车用钢材时，会根据订单计划适当增加采购量，以满足生产可能产生的临时需求，部分项目下线后存在钢材结余的情况。针对该等钢材，公司根据规格、型号等情况在新项目中使用。

2022 年末及 **2023 年 6 月末**长库龄车用钢材余额较 2021 年末有较大的幅度增长，主要原因系国内钢价于 2021 年持续走高，且 2022 年上半年仍处高位，2021 年底公司采购入库的车用钢材单价偏高；同时随着公司量产项目总数增加，需备货的钢材规格、型号相应增加，部分车用钢材库龄有所增长。

报告期各期末库龄 1 年以上的工装配件及五金工具余额分别为 284.68 万元、332.17 万元、375.55 万元和 **413.09 万元**。工装配件及五金工具种类繁多，单位价值较低，使用寿命长，主要用于工装修理及维护，且均为公司生产经营需要持续耗用的存货。

综上，公司 1 年以上原材料及委托加工物资主要系车用钢材与工装配件，均不易毁损变质。报告期内国内钢价波动较大，公司结合钢价趋势战略性备货系常用采购策略，且钢材除锈处理工艺简单，可长期存放。

（二）库存商品及在产品

报告期各期末，库龄 1 年以上库存商品及在产品余额分别为 289.62 万元、411.35 万元、1,343.08 万元和 **1,105.57 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及在产品余额	1,105.57	1,343.08	411.35	289.62
其中：项目下线	250.84	303.79	149.52	105.24
项目备货	854.73	1,039.29	261.83	184.38

项目备货主要系公司按照客户下发的未来3-6个月的要货需求予以适量备货；同时，对于临近 EOP 的零件或产量明显下降的产品，也会生产一定的备货量，以应对客户的临时、小批量需求。

2022 年末及 2023 年 6 月末，库龄 1 年以上库存商品及在产品期末余额大幅度增加，进一步对库龄 1 年以上库存商品和在产品分车型分析如下：

单位：万元

品牌	车型	2023 年 6 月末			2022 年末			库龄 1 年以上的原因
		1 年以上的 库存商品余 额	1 年以上的 在产品余 额	1 年以上在产 品及库存商品 合计	1 年以上的库 存商品余额	1 年以上的 在产品余额	1 年以上在产品 及库存商品合计	
在产车型								
一汽红旗	E-HS9	79.19	133.54	212.73	144.19	262.54	406.73	公司 2021 年底备货，因整车厂芯 片等材料短缺导致订单推迟；2022 年、2023 年上半年终端市场需求 变化导致库存消耗慢于预期，但 1 年以上的存货规模在下降
	H9	101.76	121.95	223.71	84.28	174.35	258.63	
	E-QM5	20.22	9.37	29.59	19.90	9.60	29.50	
上汽大众	途安	22.50	-	22.50	23.40	-	23.40	客户要货量不稳定，公司考虑生产 效率，集中采购、规模生产，导致 部分料件库龄变长
	朗逸	5.29	-	5.29	6.67	-	6.67	
一汽奔腾	T99	14.81	31.99	46.80	6.01	25.85	31.86	
吉利	缤瑞	14.04	0.75	14.79	10.26	0.75	11.01	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，公司产品销售进度慢于预期
	星瑞	0.25	17.00	17.25	0.25	26.84	27.09	
东风小康	F517	19.78	7.93	27.71	25.67	11.26	36.93	车型临近下线，公司提前生产，以 备下线前客户零星需求
一汽轿车	R020	10.49	0.96	11.45	8.40	-	8.40	
其他		157.98	84.93	242.91	124.82	74.25	199.07	
小计		446.31	408.42	854.73	453.85	585.44	1,039.29	
下线车型								
威马	EX5	4.28	17.48	21.76	35.08	24.91	59.99	车型停产
	EX6	2.68	3.59	6.27	23.61	33.60	57.21	
	W6	16.67	5.92	22.59	14.39	5.53	19.92	

品牌	车型	2023 年 6 月末			2022 年末			库龄 1 年以上的原因
		1 年以上的 库存商品余 额	1 年以上的 在产品余 额	1 年以上在产 品及库存商品 合计	1 年以上的库 存商品余额	1 年以上的 在产品余额	1 年以上在产品 及库存商品合计	
Jeep	自由光	45.67	-	45.67	47.50	-	47.50	车型临近停产仍需少量备货,以应 对客户已出售车辆售后服务需求
一汽大众	速腾	19.56	-	19.56	19.95	0.06	20.01	
一汽丰田	RAV4 荣放	26.37	-	26.37	24.74	0.05	24.79	
其他		76.92	31.70	108.62	54.31	20.06	74.37	
小计		192.15	58.69	250.84	219.58	84.21	303.79	
合计		638.46	467.11	1,105.57	673.43	669.65	1,343.08	

2022 年末及 2023 年 6 月末，库龄 1 年以上库存商品及在产品余额较高，主要系以下几种情况：

1、一汽红旗 1 年以上库存商品及在产品占整个 1 年以上库存商品及在产品比例较高，主要系客户已经提出采购需求、公司按需进行生产，但 2022 年受宏观经济增速放缓的影响，整车厂出现一段时间的生产停滞，同时红旗 H9、红旗 E-HS9 等高端车型受芯片短缺和市场消费疲软影响，销量出现下降，对公司产品需求相应减少，因此客户调整生产计划，并推迟了对公司的采购订单。2023 年，公司将合理缩减该等车型的材料采购计划及生产计划，优先消化库存，截至 2023 年 6 月末，该等车型 1 年以上的库存商品及在产品余额已显著下降，考虑到 2023 年该等车型仍有可观订单，预计该等长库龄存货在 2023 年底前可以得到消化。

2、上汽大众、一汽奔腾、吉利等库龄 1 年以上库存商品及在产品形成原因主要系：

1) 一汽奔腾 T99 车型供货地点长春，上汽大众途安、朗逸车型供货地点上海，受 2022 年宏观经济增速放缓的影响，客户近期要货量不稳定，公司考虑生产效率，集中采购、规模生产，导致部分料件库龄变长；2) 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，因此采购量减少，导致部分料件库龄变长。

3、2022 年末及 2023 年 6 月末，下线车型 1 年以上在产品及库存商品合计金额 303.79 万元、250.84 万元，主要系应客户要求，进行适量备货，以应对产品质量问题以及客户售后需求。随着公司积极处置部分下线车型存货，1 年以上的下线车型在产品和库存商品余额有所下降。

综上所述，报告期各期末库龄 1 年以上存货形成具有合理性，客户生产计划调整、订单推迟原因主要系 2022 年宏观经济影响整车厂生产停滞、部分高端车型缺芯及市场消费疲软导致销量下滑。

二、报告期各期末库存商品、在产品的对应车型、期后销售或结转情况，跌价准备计提充分性

截至 2023 年 9 月，公司 2020 年末存货期后结转率为 96.29%，其中库存商品和在产品期后结转率为 96.91%；2021 年末存货期后结转率为 92.83%，其中库存商品和在产品期后结转率为 94.07%；2022 年末存货期后结转率为 84.36%，其中库存商品和在产品期后结转率为 86.49%；2023 年 6 月末存货期后结转率为 63.04%，其中库存商品和在产

品期后结转率为 74.28%。整体而言，存货的期后结转及时，其中不同车型的库存商品和在产品期后结转情况及跌价准备如下：

单位：万元

车型	库存商品及在产品余额	截至2023年9月末期后销售或结转金额	期后销售或结转比例	跌价准备测试
2023 年 6 月末				
红旗 H9	977.64	977.64	100.00%	根据客户年初发布的滚动要货计划，要货数量大于该等车型的存货结存数量，对售价低于成本的存货计提存货跌价准备金额 47.64 万元
红旗 HQ9	1,916.26	469.45	24.50%	
红旗 E-HS9	1,109.85	613.54	55.28%	
红旗 HS6	302.27	295.86	97.88%	
丰田 RAV4 荣放	337.66	306.94	90.90%	按照成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备金额 15.86 万元
奥迪 A3、大众高尔夫	317.02	283.11	89.30%	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。按照成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备金额 6.01 万元
蔚来汽车 ET5	185.71	121.40	65.37%	订单量充足，产品售价高于成本，不存在跌价
奥迪 Q2、探歌、高尔夫、奥迪 A3、大众宝来等	411.35	406.38	98.79%	
其他	5,762.86	4,934.84	85.63%	按照成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备金额 197.04 万元
合计	11,320.62	8,409.16	74.28%	
2022 年末				
红旗 H9	1,826.19	1,669.88	91.44%	根据客户年初发布的滚动要货计划，要货数量大于该等车型的存货结存数量，对售价低于成本的存货计提存货跌价准备金额 16.91 万元
红旗 HQ9	2,035.77	1,545.79	75.93%	
红旗 E-HS9	806.64	706.00	87.52%	
丰田 RAV4 荣放	426.99	401.25	93.97%	按照成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备金额 8.73 万元
高尔夫、奥迪 A3	354.07	342.11	96.62%	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。按照成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备金额 0.35 万元
蔚来汽车 ES6	298.68	108.97	36.48%	订单量充足，产品售价高于成本，不存在跌价
蔚来汽车 ET5	436.81	436.66	99.97%	
领克 06	297.67	297.67	100.00%	
奥迪 Q2、探歌、高尔夫、奥迪 A3、大众宝来等	761.25	759.35	99.75%	
其他	5,267.61	4,553.13	86.44%	按照成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备金额 173.35 万元

车型	库存商品及在产品余额	截至2023年9月末期后销售或结转金额	期后销售或结转比例	跌价准备测试
合计	12,511.68	10,820.80	86.49%	
2021 年末				
红旗 H9	2,627.87	2,627.87	100.00%	预计要货量充足，产品售价高于成本，不存在跌价
红旗 E-HS9	1,057.01	928.98	87.89%	
蔚来汽车 ES6	350.03	349.75	99.92%	
丰田 RAV4 荣放	469.52	444.85	94.75%	车型更新换代，该车型对应的老项目下线，更换为新项目。老项目的零部件可沿用于该车型的新项目，考虑沿用件及作为废铁的处置价格后，计提存货跌价准备 19.48 万元
奥迪 A3、大众高尔夫	382.60	373.56	97.64%	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。按照成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备金额 6.70 万元
威马 EX5	267.90	238.07	88.86%	2021 年，订单量充足，产品售价高于成本，不存在跌价
吉利星瑞	287.73	276.89	96.23%	订单量充足，产品售价高于成本，不存在跌价
奔腾 T99	200.78	190.78	95.02%	
奥迪 Q2、探歌、高尔夫、奥迪 A3、大众宝来等	510.31	509.53	99.85%	
其他	3,881.66	3,500.37	90.18%	按照成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备金额 119.94 万元
合计	10,035.41	9,440.66	94.07%	
2020 年末				
红旗 H9	1,093.72	1,093.72	100.00%	订单量充足，产品售价高于成本，不存在跌价
红旗 E-HS9	188.40	188.29	99.94%	
丰田 RAV4 荣放	496.74	475.72	95.77%	车型更新换代，该车型对应的老项目下线，更换为新项目。老项目的零部件可沿用于该车型的新项目，考虑沿用件及作为废铁的处置价格后，计提存货跌价准备 61.64 万元
奥迪 A3、大众高尔夫	425.59	416.40	97.84%	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。按照成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备金额 9.92 万元
大众捷达	245.02	242.99	99.17%	车型更新换代，该车型对应的老项目下线，更换为新项目。2020 年末，老项目的零部件库存商品及在产品余额合计 16.21 万元，考虑废铁处置价格后，计提存货跌价准备 12.00 万元；新项目订单量充足，产品售价高于成本，不存在跌价
威马 EX5	246.61	237.01	96.11%	订单量充足，产品售价高于成本，不存在跌价
领克 06	220.28	220.28	100.00%	

车型	库存商品及在产品余额	截至2023年9月末期后销售或结转金额	期后销售或结转比例	跌价准备测试
蔚来汽车 ES6	257.34	257.09	99.90%	
奥迪 Q2、探歌、高尔夫、奥迪 A3、大众宝来等	535.03	534.25	99.85%	
其他	2,765.17	2,607.90	94.31%	按照成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备金额 96.04 万元
合计	6,473.88	6,273.64	96.91%	

报告期各期末，不同车型的库存商品和在产品期后结转情况及跌价准备测试情况如上，公司按照成本与可变现净值差额计提存货跌价准备。截至 **2023 年 9 月末**，除红旗 HQ9、红旗 E-HS9、蔚来汽车 ES6 与威马 EX5 车型的库存商品及在产品期后结转比例较低，其余车型期后结转比例基本在 90%以上，结转情况良好。上述车型结转比例较低的主要原因如下：

1、2022 年受宏观经济增速放缓的影响，一汽红旗出现一段时间的生产停滞，同时红旗 E-HS9、红旗 HQ9 等车型受芯片短缺和市场消费疲软影响，销量出现下降，对公司产品需求相应减少，因此客户调整生产计划，并推迟了对公司的采购订单；

2、受 2022 年末新能源汽车购置补贴终止、蔚来汽车第二代技术平台车型切换第一代平台车型影响，2023 年一季度蔚来汽车 ES6 车型市场需求暂时下降。随着整车厂逐步放出优惠清理库存，该车型销量将有所回升，相关库存商品及在产品将于 2023 年得到消化；

3、2022 年因威马自身经营及融资问题，威马 EX5 车型暂时停产。公司结合存货作为废铁的处置价格、存货转为其他项目沿用件等因素，于 2022 年末及 **2023 年 6 月末**计提该车型的库存商品及在产品合计 79.75 万元、**73.99 万元**存货跌价准备。

公司对于未临近下线的库存商品，结合期后要货情况、6 个月的订单支持率、产品剩余生命周期判断公司产品未来实现销售的比率。因公司项目订单支持率充足，且相关车型项目剩余生命周期较长，因此预计 1 年以上库龄未下线项目存货均能陆续销售。针对少量售价略低于成本的存货，报告期各期末，公司相应计提了未下线项目的库存商品和在产品跌价准备合计为 7.52 万元、20.99 万元、42.28 万元、**78.25 万元**。

公司对于下线的库存商品及在产品，结合期后销售金额、客户预计赔偿金额、存货作为废铁的处置价格、存货转为其他项目沿用件等因素计提跌价准备。报告期各期末，

公司相应计提了下线项目的库存商品和在产品跌价准备合计为 172.08 万元、125.14 万元、157.06 万元、**188.30 万元**。

综上，报告期各期末库存商品、在产品的对应车型、期后销售或结转情况及时，公司存货整体周转情况良好，跌价准备计提充分。

(2) 是否存在项目未临近下线、但终端产销量存在重大不确定性产品，说明该等产品存货跌价准备计提方法、跌价准备计提是否充分。

一、公司正常备货的存货，不存在未来销售存在重大不确定性情况

公司根据客户发送的未来 3-6 个月滚动需求计划，按要求进行适量备货，并根据客户实际订单情况，对要货计划进行更新和分析。当客户实际订单数量大幅度背离于前期提供的滚动需求计划时，公司会跟客户采购负责人沟通确认未来要货情况，确定整车生产计划将推迟、放缓后，公司相应通过减产等措施来降低库存，以达到供需平衡。此外，如果车型将下线，客户一般提前一年通知公司减产，因客户原因导致公司产生备货损失，双方将进行协商索赔。报告期内，公司未发生项目临近下线，仍有大量存货无订单对应而造成较大损失的情况。

二、是否存在项目未临近下线、但终端产销量存在重大不确定性产品

公司结合客户近半年的实际销售情况，对未临近下线的存货是否属于终端产销量存在重大不确定性的情况进行分析。如期末库存商品及在产品预计 6 个月累计订单支持率不足 50%，则判断终端产销量可能存在重大不确定性。对 **2023 年 6 月末**库存商品和在产品分析如下：

单位：年、万元、万辆

车型	产品生命周期	预计剩余寿命期数	库存商品余额	在产品余额	小计	期末结存存货对应可配套整车数量 A	近 6 个月销售产品可配套整车数量 B	订单支持率 (C=B/A)	终端销量是否存在重大不确定性
红旗 H9	2020-2026	4	192.38	785.26	977.64	0.35	0.58	166.03%	否
红旗 HQ9	2022-2028	7	516.79	1,399.47	1,916.26	1.06	0.11	10.35%	否
红旗 E-HS9	2021-2025	4	586.14	523.71	1,109.85	0.38	0.18	47.03%	否
丰田 RAV4 荣放	2019-2024	2	326.29	11.37	337.66	1.70	10.05	589.53%	否
领克 06	2020-2024	2	55.26	58.89	114.15	0.27	1.99	741.10%	否
蔚来 ET5	2022-2027	5	5.17	180.54	185.71	0.78	1.87	238.26%	否

车型	产品生命周期	预计 剩余 寿命 期数	库存商品 余额	在产品余 额	小计	期末结存 存货对应 可配套整 车数量 A	近 6 个月 销售产品 可配套整 车数量 B	订单支持率 (C=B/A)	终端销量 是否存在 重大不确 定性
奥迪 Q2、探歌、高尔夫、奥迪 A3、大众宝来等	2018-2026	4	409.41	1.94	411.35	/			/
高尔夫、奥迪 A3	2020-2028	6	300.50	16.52	317.02				/
其他			3,382.84	2,568.13	5,950.97				/
合计			5,774.78	5,545.84	11,320.62				

注：近 6 个月销量取 2023 年 3 月至 2023 年 8 月公司实际供货对应配套的整车数量

奥迪 Q2、高尔夫两个项目系平台型项目，产品具有通用性，可以用于多个车型，因此无法直接换算成辆份。该等项目 2023 年 1-6 月销售额为 1,391.24 万元，远超其 1 年以上库存商品和在产品结存金额，因此该等项目存货不存在跌价。除上述两个平台型项目外，公司 2023 年 6 月末库存商品和在产品主要系：

1、红旗 H9、HQ9 和 E-HS9 等车型的存货，前期基于客户下发的要货计划进行了生产，部分车型受终端市场需求变化影响，客户下单量下降，导致库存消耗慢于预期。

红旗相关车型产品作为平台化新产品在报告期逐年量产，预计产品剩余生命周期还有 4 年以上，随着经济的复苏和汽车消费保护政策的推出、车辆改款工作的推进，预计红旗车型终端产销量将得以好转，且作为平台化项目，其零部件可以沿用至红旗其他车型项目。

2、丰田 RAV4 荣放、领克 06 和蔚来 ET5 等车型的存货订单支持率为 2-7 倍，且客户 2023 年实际要货量未显著低于预计数，故该等产品的终端产销量不存在重大不确定性。

综上，公司对于未临近下线的库存商品，结合期后要货情况、6 个月的订单支持率、产品剩余生命周期判断公司产品未来实现销售的比率。因公司项目订单支持率充足，且相关车型项目剩余生命周期较长，存货预计均能陆续销售。2023 年 6 月末，针对少量售价略低于成本的存货，公司相应计提了未下线项目的库存商品和在产品跌价准备 78.25 万元。

(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主要执行了以下核查程序：

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、查阅公司报告期各期末的存货库存明细、库龄明细，核查库龄 1 年以上存货的主要情况及存货跌价计提情况，分析部分存货库龄较长的原因和提前备货的合理性；

3、分析报告期各期末库存商品、在产品的对应车型，期后销售或结转情况；

4、取得公司出具的在手订单统计明细表，公司报告期内存货进销存明细账，查阅各类产品的销售出库情况及其他出库情况；

5、对红旗采购负责人进行了访谈，了解红旗相关车型 2023 年的生产计划、销售预测、拟推出的销售刺激政策，判断公司期末存货销售是否存在重大不确定性。

二、核查意见

经核查，保荐人及申报会计师认为：

1、报告期各期末库龄 1 年以上存货主要为原材料、委托加工物资、库存商品及在产品，形成具有合理性。其中，库龄 1 年以上的原材料及委托加工物资主要为车用钢材与工装配件，系 2021 年底公司为应对持续走高的钢价而备货形成，结合钢价趋势战略性备货系公司常用的采购策略，该等存货不易变质，可长期存放；库龄 1 年以上的库存商品及在产品主要为红旗 H9、E-HS9 等车型产品，系 2021 年底公司根据客户下发的未来 3-6 个月要货需求而备货形成，受 2022 年宏观经济影响整车厂生产停滞、部分高端车型缺芯及市场消费疲软影响导致客户生产计划调整、订单推迟，预计该等车型长库龄存货在 2023 年可得到消化；

2、报告期各期末，不同车型的库存商品和在产品期后销售或结转情况良好，存货跌价准备计提充分。截至 **2023 年 9 月末**，除红旗 HQ9、红旗 E-HS9、蔚来汽车 ES6 与威马 EX5 车型外，其余车型的库存商品及在产品期后结转比例基本在 90%以上；

3、**2023 年 6 月末**，库龄 1 年以上库存商品和在产品主要是红旗 H9、HQ9 和 E-HS9 等车型的存货，该等存货订单支持率在安全范围内，公司存货销售不存在重大不确定性。

公司对于未临近下线的库存商品，结合价格协议、产品定点协议约定的销售价格作为可变现净值，计算应计提的存货跌价准备，存货跌价准备计提充分。

4.关于模具

申请文件及问询回复显示：

(1) 报告期各期，发行人长期待摊费用中模具费分别为 6,341.05 万元、6,392.80 万元、5,177.36 万元，主营业务收入中模具收入分别为 3,005.48 万元、4,173.15 万元、5,862.90 万元，变动趋势不相一致。

(2) 发行人将开发的模具成本根据预计使用寿命进行摊销，具体摊销方式为合同约定的摊销数量或者 5 年。

请发行人：

(1) 区分销售模具与摊销模具，说明发行人关于权利与义务的约定；2022 年度主营业务收入减少和长期待摊费用中模具费用减少背景下，模具收入逐年增长的原因及合理性；收入确认、成本归集是否准确。

(2) 说明销售模具、摊销模具的会计处理（包括但不限于摊销方式、摊销期限的确定方式），是否符合《企业会计准则》规定、是否符合行业惯例。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

(1) 区分销售模具与摊销模具，说明发行人关于权利与义务的约定；2022 年度主营业务收入减少和长期待摊费用中模具费用减少背景下，模具收入逐年增长的原因及合理性；收入确认、成本归集是否准确。

一、销售和摊销模具的权利与义务

销售模具和摊销模具业务中，公司关于权利与义务的约定如下：

模式	公司的权利	公司的义务
销售模具	在模具经客户验收后，公司享有无条件收款权	根据客户对模具规格、型号、技术参数等方面的定制开发要求设计并生产相应的模具，交付符合客户验收标准和能够批量生产合格零部件的模具
摊销模具	客户授权公司在公司的生产场地内仅为生产客户的产品而使用相关模具；公司在使用客户模具为客户生产零部件并经客户签收或结算后，拥有零部件货款和模具摊销货款的无条件收款权	模具的所有权归客户所有，客户有权随时收回模具，公司应予以配合；公司需将客户的模具予以明确标识，以区分其他模具，不得擅自使用或处置，承担毁损、灭失的风险

公司模具销售和摊销业务中，权利与业务约定清晰，具有合理性。

二、模具收入逐年增长的原因及合理性

（一）模具的结算模式

公司模具的结算分为一次性收费模式和摊销模式。

1、一次性收费模式

公司按照客户要求完成模具开发，模具开发完成并经客户验收后，客户按照双方约定的模具费付款，此模式下，模具费单独确认为“主营业务收入-模具收入”。

2、摊销模式

公司按照客户要求完成模具开发，客户将模具费分摊在产品的数量中，随着产品的销售而收回模具费。此模式下，公司不单独确认模具费，而将分摊入产品的模具费计入产品价格，确认为产品收入。

3、各结算模式下模具费的变化及原因

报告期内，分结算模式的模具费情况如下：

单位：万元				
项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
一次性收费的模具收入金额（A）	3,482.66	5,862.90	4,173.15	3,005.48
摊销模式的模具费金额（B）	791.89	522.46	1,152.82	2,508.76
当年度客户验收的模具费总金额（C=A+B）	4,274.55	6,385.36	5,325.97	5,514.23
一次性确认的模具收入金额占当年度验收金额的比例（D=A/C）	81.47%	91.82%	78.35%	54.50%

如上所示，报告期内公司一次性收费的模具收入分别为 3,005.48 万元、4,173.15 万元、5,862.90 万元和 **3,482.66 万元**，一次性收费的模具收入逐年增长；分摊模式的模具费分别为 2,508.76 万元、1,152.82 万元、522.46 万元和 **791.89 万元**，分摊模式的模具费逐年降低。形成上述情况的主要原因系：

（1）子公司虎印模具独立承接外部的模具订单增加。随着虎印模具生产工艺技术提升，在温州瑞安当地汽配厂中好评度提升，因此虎印模具也开始独立承接外部客户的模具订单。2022 年及 **2023 年 1-6 月**，虎印模具为浙江宇航车辆配件有限公司、**瑞安市荣邦汽车零部件有限公司**等客户提供模具设计和生产，**各期合计**实现模具收入 605.14 万元及 **836.53 万元**，该等模具收入均以一次性支付方式结算。

（2）项目承接时谈判确定的结算方式变化。模具的结算方式系公司承接项目时谈判

确定，一次性收费模式下的模具收入在相关模具的风险和报酬转移后即可确认；摊销模式下的模具费在后续订单产品中体现，相关模具资产的价值风险仍由公司承担。由于近年来整车市场竞争愈发激烈，车型上市后不确定性因素增加，公司为把控模具费用回收风险，在承接项目谈判时更倾向于选择一次性收费模式结算，尽可能减少摊销模式结算。以配套的红旗项目为例，2020 年，E115 合同约定分摊支付，C229 合同约定 50%分摊支付、50%一次性支付；自 2021 年起，公司承接的红旗项目模具费基本以一次性支付方式结算。截至 2023 年 6 月末，公司已定点未量产车型项目的模具费也基本以一次性支付或者一次性支付分摊相结合的方式为主。

（二）主营业务收入下降、长期待摊费用中模具费用减少而模具收入增长的合理性

报告期内，公司各年度主营业务收入、长期待摊费用中的模具费和模具收入如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
主营业务收入	27,674.50	60,067.06	67,445.60	49,449.13
长期待摊费用中的模具费	6,341.08	5,177.36	6,392.80	6,341.05
模具收入	3,482.66	5,862.90	4,173.15	3,005.48

1、以摊销方式收取模具费的项目减少是 2022 年长期待摊费用中模具费减少的原因

2022 年，公司主营业务收入下降，主要系宏观经济形势和部分车型的终端市场销量下降等影响，原有车型项目下的汽车零部件产品销量下降所致。而模具费主要是为补偿公司前期模具开发的成本，通常在项目定点时确定金额。模具费的高低与模具开发复杂度有关，与项目量产后的终端销量无关，而“主营业务收入-零部件销售收入”则受终端市场销售影响而呈现波动。

2022 年，公司长期待摊费用中的模具费下降，主要系当年新增摊销模式的模具减少。长期待摊费用中的模具费，核算的是摊销模式下的模具开发成本，并在后续用产出法按照履约进度进行摊销或根据预计使用寿命进行摊销。随着近年来整车市场竞争愈发激烈，车型上市后不确定性因素增加，公司为把控模具费用回收风险，在承接项目谈判时尽可能减少摊销模式结算，如前述，2020 年公司承接的红旗项目已经有部分项目采用一次性支付和分摊相结合的方式收取模具费，自 2021 年起，公司承接的红旗项目模具费基本以一次性支付方式结算。因此 2022 年摊销模式下的模具开发成本减少。

2023 年 6 月末，长期待摊费用中的模具费余额增加，主要系本期验收的分摊模式下模具金额较高，增加长期待摊费用模具费 1,074.31 万元。

2、高货值模具项目增加及新增独立对外承接模具业务是 2022 年模具收入增长的原因

报告期内，公司模具收入逐年增加，主要原因系高货值的骨架总成项目模具收入增加且虎印模具外部客户订单增加：

(1) 报告期内，公司在配合客户车型迭代的同时也不断向高货值座椅骨架总成项目拓展转型，配套的模具带来的单位货值也随之提高。自 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，骨架总成项目涉及的零部件数量多，模具通常更复杂，因此高货值骨架总成项目的模具收入金额通常大于低货值冲压件等项目的模具收入。随着验收的高货值骨架总成项目增加，公司确认的模具收入增加，具体如下：

单位：万元、套

项目	2023 年 1-6 月			2022 年		
	收入	数量	平均收入	收入	数量	平均收入
高货值项目模具	1,292.55	2	646.28	2,309.72	4	577.43
低货值项目模具	2,190.11	12	182.51	3,553.18	14	253.80
合计	3,482.66	14	248.76	5,862.90	18	325.72

(续)

项目	2021 年			2020 年		
	收入	数量	平均收入	收入	数量	平均收入
高货值项目模具	1,024.13	2	512.06	985.00	1	985.00
低货值项目模具	3,149.02	17	185.24	2,020.48	13	155.42
合计	4,173.15	19	219.64	3,005.48	14	214.68

(2) 除了配套整车厂及一级供应商外，子公司虎印模具开始独立承接外部客户的模具订单。2022 年及 2023 年 1-6 月，虎印模具为浙江宇航车辆配件有限公司、瑞安市荣邦汽车零部件有限公司等客户提供模具设计和生产，各期合计实现模具收入 605.14 万元及 836.53 万元，因此 2022 年公司确认的模具收入较 2021 年有较大的提升。

综上，2022 年及 2023 年 1-6 月主营业务收入减少和长期待摊费用中模具费减少的背景下，模具收入仍然逐年增长具备合理性。

三、收入确认和成本归集的准确性

公司模具收入确认和成本归集的口径如下：

项目		收入确认时点/成本归集口径	收入确认和成本归集单据
收入		项目确认 SOP 后，取得客户出具的零件提交保证单，一次性确认收入或将模具收入分摊计入未来产品价格	销售合同、发票、零件提交保证单等
成本	外购模具	外部供应商为公司提供模具设计生产服务，以采购验收入库时间点为准，计入对应项目的模具成本	采购合同、发票、工装模具验收评审表
	直接材料	子公司虎印模具公司为公司提供模具设计生产制造，材料以外购为主，材料采购入库后，由虎印模具公司生产人员负责领用进行设计生产，生产人员的人员薪酬计入模具成本。此外，模具制造过程中的水电、检测和试模等费用也计入模具成本	材料采购入库单、发票、领料单、员工工资表、费用发票、合同等
	直接人工		
	制造费用		

综上，公司收入确认和成本归集的单据完整，收入确认和成本归集准确。

（2）说明销售模具、摊销模具的会计处理（包括但不限于摊销方式、摊销期限的确定方式），是否符合《企业会计准则》规定、是否符合行业惯例。

一、销售模具、摊销模具的会计处理

公司关于模具收入和摊销的会计处理如下：

模式	业务模式	收入确认	确认/摊销方法
销售模具	模具完工后申请客户验收，客户验收通过后向公司出具零件提交保证单，并按照客户要求开具发票并收款	客户出具零件提交保证单后，一次性确认收入	收入确认时一次性结转成本
摊销模具	模具完工后申请客户验收，客户验收通过后向公司出具零件提交保证单。模具费用包含在产品价格中，随产品销售同步回款	公司用产出法确定履约进度，在履约义务期间按照履约进度逐步确认模具收入，确认为零部件产品收入	如合同没有约定的，根据历史经验，以预计使用期限为依据。量产的期限一般在五年左右，以此作为摊销年限对模具按照直线法进行摊销；合同明确约定补偿数量的，按照合同约定补偿数量在销售确认的当期将模具成本按照约定的数量范围内进行摊销

二、《企业会计准则》相关规定

根据新收入准则，履约义务是指合同中企业向客户转让可明确区分商品的承诺。企业向客户承诺的商品同时满足下列条件的，应当作为可明确区分商品：（1）客户能够从该商品本身或从该商品与其他易于获得资源一起使用中受益；（2）企业向客户转让该商品的承诺与合同中其他承诺可单独区分。

公司从事模具业务的受托开发，是完全根据委托方需求进行的定向开发，开发成功后的产品模具其法律上的所有权归属于委托方，且产品具有高度的专用性，只能供委托方使用；因此即使开发产品存放于本公司，但公司并没有使用模具的主导权，其主导权

在委托方中，公司只能根据委托方所下的订单为其生产指定品种、数量的特定产品，不能将其用于其他用途。模具与零部件产品虽然存在业务上的连续性，但由于模具的法律所有权及使用主导权属于客户，理论情况下客户可要求公司交付模具、客户自行组织或委托第三方生产零部件，因此受托开发模具与供应零部件系两项可明确区分的转让商品的承诺，属于两项履约义务。

根据新收入准则，合同开始日，企业应当对合同进行评估，识别该合同所包含的各单项履约义务，并确定各单项履约义务是在某一时段内履行，还是在某一时点履行，然后，在履行了各单项履约义务时分别确认收入。

1、销售模具模式下，客户在公司履约的同时不能取得并消耗公司履约所带来的经济利益，亦不能控制公司履约过程中在建的商品（在制模具），公司履约过程中所产出的在制模具虽然具有不可替代用途，但公司按照合同约定的进度条款收款，并非是在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项，因此该种模式下不属于在某一时段内履行履约义务，系属于在某一时点履行履约义务。因此公司在客户验收通过后向公司出具零件提交保证单时，即认为客户已取得相关模具控制权，一次性确认收入并结转成本，符合《企业会计准则》的相关规定。

2、摊销模具模式中，公司对于模具未单独一次性收取对价，模具的对价通过后续的零部件产品量产销售实现，实际是在履行供应零部件的单项履约义务，客户在公司生产交付合同约定的全部零部件产品数量的期间，即取得并消耗公司履约所带来的经济利益，属于在某一时段内履行履约义务，故公司用产出法确定履约进度，在履约义务期间按照履约进度逐步确认模具收入，确认为零部件产品收入，符合《企业会计准则》的相关规定。

参考固定资产相关的企业会计准则规定，企业应当根据与固定资产有关的经济利益的预期实现方式，合理选择固定资产折旧方法，同理，公司模具的经济利益预期实现方式为生产零部件，故公司模具摊销的方式与零部件的生产数量相关。若合同有明确约定零部件补偿数量的，公司在合同约定的补偿数量范围内摊销模具成本，若合同未约定，公司参考固定资产的折旧方式，使用合理年限进行直线法摊销，根据历史经验，量产的期限一般在五年左右，以此作为摊销年限对模具按照直线法进行摊销，符合《企业会计准则》的相关规定。

综上所述，公司销售和摊销模具的会计处理符合《企业会计准则》的相关规定。

三、同行业可比公司会计处理

同行业可比公司模具收入和摊销方法如下：

同行业公司	收款方式	收入确认方法	确认/摊销方法
上海沿浦	采用分摊方式在产品销售收入中逐步收回	价格包含在产品中，随产品销售确认收入	如合同没有约定的，根据历史经验，以预计使用期限为依据。量产的期限一般在五年左右，以此作为摊销年限对模具按照直线法进行摊销；合同明确约定补偿数量的，按照合同约定补偿数量在销售确认的当期将模具成本按照约定的数量范围内进行摊销
	一次性收取	协商确定价格并取得客户签字认可的终验手续后确认收入	收入确认时一次性结转成本
博俊科技	全额摊销	在整个履约义务期间按照履约进度逐步确认模具收入	按实际销售所生产零部件的数量占合同约定可分摊数量的比例，结转至营业成本
	全部销售模式	模具经验收合格或达到批量生产条件时确认收入	收入确认时一次性结转成本

综上，公司销售和摊销模具的方法与同行业公司一致，符合行业惯例。

(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主要执行了以下核查程序：

- 1、了解公司对于模具相关的内部控制和管理制度，查阅公司模具开发合同的具体条款，分析公司模具收入确认和摊销方法的合理性；
- 2、获取报告期公司模具销售明细和经客户签字盖章确认的零件提交保证单等资料，复核模具控制权转移时点的准确性；
- 3、通过检查发票和回款情况，对客户执行函证、访谈等程序，验证客户对公司的模具收入是否认可；
- 4、结合《企业会计准则》，分析判断公司模具收入确认和模具摊销方式的依据及其合理性；
- 5、查询同行业公司模具收入确认的会计处理方法并与公司会计处理进行比较。

二、核查意见

经核查，保荐人及申报会计师认为：

1、随着以推销方式收取模具费的项目减少、高货值模具项目增加以及虎印独立对外承接模具业务增加，虽然 2022 年度主营业务收入减少和长期待摊费用中模具费用减少，模具收入逐年增长具有合理性；

2、公司模具收入和成本归集准确、完整；

3、公司销售和推销模具的会计处理符合《企业会计准则》的相关规定，与同行业公司一致，符合行业惯例。

（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三轮审核问询函>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三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

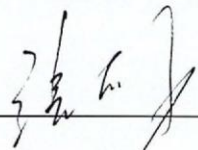


2023年12月25日

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：

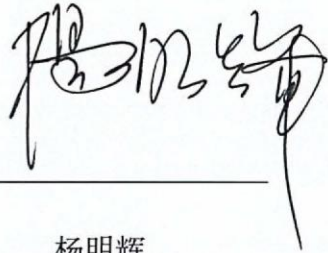

张佑君



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



(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三轮审核问询函>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

中信证券股份有限公司

2023年12月25日