

关于深圳尼索科连接技术股份有限公司

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：

根据贵所于 2026 年 3 月 27 日下发的《关于深圳尼索科连接技术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》（审核函〔2026〕010035 号）（以下简称“问询函”），中信证券股份有限公司（以下简称“保荐人”、“保荐机构”或“中信证券”）作为深圳尼索科连接技术股份有限公司（以下简称“公司”、“发行人”或“尼索科”）首次公开发行股票并在创业板上市的保荐人，已会同发行人、发行人申报会计师容诚会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）、发行人律师北京市中伦律师事务所（以下简称“发行人律师”）、发行人评估机构中水致远资产评估有限公司（以下简称“评估机构”），本着勤勉尽责、诚实守信的原则，就问询函所提问题逐条进行了认真核查、讨论及回复，具体情况如下文，请予审核。

除另有说明外，本回复报告所用简称或名词释义与《深圳尼索科连接技术股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书（申报稿）》中的释义相同。

本问询函回复中的字体：

问询函所列问题	黑体（加粗）
对问询函所列问题的回复	宋体
对招股说明书的修改、补充	楷体（加粗）

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

目录

问题 1.关于收入变动与客户稳定性	3
问题 2.关于原材料采购及供应商	44
问题 3.关于毛利率下滑风险	49

问题 1.关于收入变动与客户稳定性

申请文件及审核问询回复显示：

（1）发行人以下游需求及产品结构变动来解释报告期内营业收入、产品单价、销量变动原因，但未具体分析需求变动的背景动因及根据各细分产品情况进行量化分析。

（2）2024 年度，公司扭簧类产品收入下降，主要是由于部分终端车型项目技术方案调整，以及部分终端客户的车型当年销量下滑，导致连接器厂商对公司扭簧产品采购需求下降。

（3）从终端厂商划分情况看，报告期发行人对比亚迪销售占比分别为 29.34%、32.23%、47.33%、41.68%，占比呈持续增长趋势。

（4）报告期各期，发行人客户数量分别为 127 个、158 个、177 个、138 个；2023 年至 2025 年 1-6 月新增首次合作客户数量占比分别为 48.73%、37.29%、18.84%，退出客户数量占新增客户数量比重为 63.10%、77.91%、208.33%。

请发行人披露：

（1）区分转簧、触点夹簧、扭簧各主要产品型号，分析各产品单价、销量、成本变动的具体原因，涉及下游需求变动导致的，请具体分析需求因素对各产品单价、销量变动的影响。

（2）结合扭簧类产品终端客户项目需求变动的具体情况、下游应用车型产销量变动情况等，说明报告期内该产品收入下滑原因及合理性，是否存在持续下滑风险，并分析转簧等其他类产品是否面临类似销售下滑风险。

（3）对比亚迪销售集中度较高且报告期内持续增长的原因及合理性，未来集中度是否仍会持续提高；并结合对比亚迪各类产品的供应份额、产品单价及毛利率水平等说明发行人对比亚迪的议价能力、合作稳定性和业务持续性。

（4）分析发行人报告期各期退出客户数量较新增客户数量占比较高且逐年上升的原因及合理性，2022-2024 年发行人客户数量增长、2025 年上半年客户数量减少的原因及合理性，并结合前述问题进一步说明发行人客户合作稳定性。

（5）请发行人结合上述事项回复，逐项完善招股说明书相关风险提示内容。

（6）2025 年全年主要财务信息及经营状况，主要客户、供应商及变化情况，主要财务数据同比变动原因及合理性。

请保荐人、申报会计师、发行人律师详细说明核查依据、过程，并结合对发行人最新报告期客户、供应商、业绩和资金流水的核查情况，说明是否存在异常情形。

发行人披露：

一、区分转簧、触点夹簧、扭簧各主要产品型号，分析各产品单价、销量、成本变动的具体原因，涉及下游需求变动导致的，请具体分析需求因素对各产品单价、销量变动的影响

报告期内，公司主营业务收入按产品类别划分的构成情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
转簧	44,704.98	59.52%	34,694.79	60.86%	24,122.79	51.69%
触点夹簧	7,993.40	10.64%	8,443.55	14.81%	4,487.63	9.62%
扭簧	7,855.36	10.46%	7,787.40	13.66%	12,182.07	26.10%
其他	14,560.39	19.38%	6,077.42	10.66%	5,874.61	12.59%
合计	75,114.13	100.00%	57,003.16	100.00%	46,667.10	100.00%

按照产品类别划分，公司主要产品包括转簧、触点夹簧及扭簧等产品。转簧类产品销售收入占当期主营业务收入的比例最高，收入占比约 50%-60%，报告期内收入保持快速增长；触点夹簧和扭簧报告期内收入有一定波动；其他类产品收入在 2025 年大幅增长主要系卷制、冠簧、劈槽等新产品在 2025 年快速起量。

（一）转簧主要产品型号，单价、销量、成本变动的具体原因，结合下游需求变动分析对单价、销量影响

报告期内，转簧类产品的销售收入、营业成本、销售数量、销售单价、单位成本情况如下表所示：

转簧类产品	2025 年度	2024 年度	2023 年度
销售收入（万元）	44,704.98	34,694.79	24,122.79
营业成本（万元）	34,035.88	22,216.80	14,303.44

转簧类产品	2025 年度	2024 年度	2023 年度
销售数量（万个）	11,511.41	9,077.91	6,053.63
销售单价（元/个）	3.88	3.82	3.98
单位成本（元/个）	2.96	2.45	2.36

转簧类产品的型号主要包括 N030 系列、N060 系列、N120 系列、二代转簧 NSN120 系列，四种型号的收入占比约 70%-80%。转簧类产品型号中的数字含义指转簧类接触件的外径尺寸，数字越大代表转簧类接触件更大的尺寸和电流通流能力，也意味着更高的单价和成本。

单位：万元

转簧类产品 型号	2025 年		2024 年		2023 年	
	销售收入	收入占比	销售收入	收入占比	销售收入	收入占比
一代转簧						
N060 系列	13,776.11	30.82%	10,591.21	30.53%	8,121.92	33.67%
N120 系列	10,418.40	23.30%	8,452.11	24.36%	3,417.69	14.17%
N030 系列	6,998.43	15.65%	7,363.10	21.22%	5,343.22	22.15%
二代转簧						
NSN120 系列	3,598.51	8.05%	489.94	1.41%	-	-
小计	34,791.45	77.82%	26,896.36	77.52%	16,882.84	69.99%

1、销量变动

公司转簧类产品主要型号的销量及变动情况如下表：

单位：万个

转簧类产品 型号	2025 年销售 数量	同比增长	2024 年销售 数量	同比增长	2023 年销售 数量
一代转簧					
N060 系列	*	44.91%	*	38.23%	*
N120 系列	*	24.38%	*	159.14%	*
N030 系列	*	12.06%	*	65.60%	*
二代转簧					
NSN120 系列	*	682.63%	*	-	*
主要型号小计	*	22.05%	*	60.87%	*
转簧类产品合计	11,511.41	26.81%	9,077.91	49.96%	6,053.63

转簧类产品主要应用于新能源汽车，同时储能系统、通信及 AI 数据中心业务进入快速增长阶段。报告期内转簧类产品分领域的销售收入情况如下表：

单位：万元

应用领域	2025 年		2024 年		2023 年	
	销售收入	收入占比	销售收入	收入占比	销售收入	收入占比
新能源汽车	39,251.31	87.80%	31,479.73	90.73%	22,203.25	92.04%
储能	4,321.27	9.67%	2,532.89	7.30%	1,505.55	6.24%
通信及 AI 数据中心	133.82	0.30%	12.43	0.04%	20.34	0.08%
其他	998.58	2.23%	669.74	1.93%	393.65	1.63%
合计	44,704.98	100.00%	34,694.79	100.00%	24,122.79	100.00%

报告期内，转簧类产品销售收入的持续增长主要来源于新能源汽车的持续增长、储能系统市场的爆发，通信及 AI 数据中心业务目前也进入批量出货阶段，此外公司转簧新产品快速放量。新能源汽车、储能系统、通信及 AI 数据中心销售收入快速增长的行业需求原因如下：

（1）国内新能源汽车行业整体销量保持持续快速增长，2026 年油价持续上涨，以及快充技术推动“油电同速”等因素将进一步促进国际、国内新能源汽车市场未来继续增长

应用于新能源汽车的转簧产品 2023-2025 年销售收入的复合增长率为 32.96%，保持高速增长。

1）2025 年国内新能源汽车行业整体销量保持快速增长

应用于新能源汽车的转簧产品 2023-2025 年销售收入的复合增长率为 32.96%，保持快速增长。受益于新能源汽车技术发展进步和新能源汽车的智能化、轻量化、高压化程度提升，国内消费者对机动车的购买习惯改变为新能源汽车为主，国内新能源汽车整体销量持续快速增长。根据中国汽车工业协会统计数据，2025 年国内新能源汽车行业总销量为 1,649 万辆，同比增长 28.2%，新能源汽车销量占汽车总销量比重接近 50%。中国汽车工业协会预计 2026 年新能源汽车销售 1,900 万辆，同比增长 15.2%，将继续保持快速增长。根据高工锂电（GGII）预测，国内新能源汽车销量在 2030 年将达到 2,420 万辆。

公司主要终端整车厂客户在 2025 年的新能源汽车销量整体亦呈现快速增长的态势，具体如下表：

终端整车厂客户	2025 年新能源汽车销量及增长率
比亚迪	2025 年销量约 460 万辆，同比增长 7.7%；其中海外销售 105 万辆，同比大幅增长 142%
吉利	2025 年销量约 168.78 万辆，同比增长 90%
长安	2025 年销量约 110.9 万辆，同比增长 51%
奇瑞	2025 年销量约 82.65 万辆，同比增长 72.5%
五菱	2025 年销量约 100 万辆，同比增长 31.9%
零跑	2025 年销量约 60 万辆，同比增长约 103%
小鹏	2025 年销量约 43 万辆，同比增长约 126%
小米	2025 年销量约 41 万辆，同比增长约 200.9%
广汽	2025 年销量约 43 万辆，同比下降约 4.6%
理想	2025 年销量约 41 万辆，同比下降约 19%
蔚来	2025 年销量约 32.6 万辆，同比增长约 46.9%

2) 2026 年油价持续上涨带动我国新能源汽车出口大幅增加

2026 年，在国际地缘政治新的紧张局势下，国际和国内油价持续上涨，截至 2026 年 5 月 31 日，国际布伦特原油价格指数较年初上涨约 72.67%，同时国内成品油价格自年初开始已上调 8 次。燃油车用油成本大幅提升带动我国新能源汽车的出口大幅增加。根据中国汽车工业协会统计，2026 年 1-5 月我国新能源汽车出口 183.3 万辆，同比增长 1.1 倍，成为拉动汽车出口增长的核心动力。比亚迪、吉利、奇瑞、长安等新能源汽车头部厂商出口增速强劲，比亚迪将 2026 年汽车出口目标从 130 万辆上调至 150 万辆，较 2025 年出口数量增长 43%。

3) 比亚迪“闪充技术”、宁德时代“神行超充”等新技术将新能源汽车带入“油电同速”的闪充时代

比亚迪在 2026 年 3 月发布“二代刀片电池”与“兆瓦闪充”技术，实现 9 分钟充满 97%的超快充以及-30 摄氏度下 12 分钟充满 97%的低温超快充，此外还发布“闪充桩”技术，计划在 2026 年内建设 2 万座闪充站，实现对城市与高速服务区的全面覆盖；宁德时代在 2026 年 4 月发布第三代“神行超充”电池，可实现 10%-35%需 1 分钟，10%-98%仅需 6 分 27 秒。超充技术推动 800V 高压平台、液冷充电桩等配套基础设施加速建设。新能源汽车由此进入“油电同速”的闪充时代，使用体验进一步提高。

4) 新能源汽车行业长期增长趋势明确，核心原因是新能源汽车在国内机动车保有量的渗透率仍较低，同时新能源汽车国内头部厂商已具备全球竞争力

根据中国汽车工业协会统计，目前国内消费者对机动车的购买习惯已从燃油车为主改变为新能源汽车为主，2025 年新能源汽车在国内新车销量的渗透率已达到约 50%，但在国内机动车保有量上的渗透率仍较低。截至 2025 年末，国内机动车保有量为 4.69 亿辆，其中新能源汽车保有量为 4,397 万辆，仅占汽车总量的 12.01%，新能源汽车替代其他机动车仍有很大的市场空间。根据弗若斯特沙利文的统计，2025 年中国新能源汽车产量为 1,662.6 万辆，预计 2029 年将增长至 2,407.7 万辆。

国内新能源汽车头部厂商凭借高性价比、智能化和快速交付能力，在全球市场已具备与海外车厂同台竞技的能力。2026 年受全球油价飙升影响，中国新能源汽车在海外市场迎来快速增长。在 4 月，中国新能源汽车在欧洲市场上的销量占比首次超过 15%，其中，比亚迪和奇瑞生产的纯电动汽车当月在欧洲市场的销量同比增长超过一倍，达到 3.8 万辆。同时，中国新能源汽车厂商正在加速海外市场的本土化布局，在匈牙利、泰国、印尼、巴西等地建立生产基地。

因此，新能源汽车市场的快速增长带动公司转簧产品的持续增长，同时原油价格波动带动燃油车使用成本上升、新能源汽车出口保持强劲增长态势，以及“油电同速”技术的逐步普及，都将进一步促进新能源汽车市场未来继续增长，进而带动公司转簧等产品销量的继续增长。

(2) 国内多政策共振以及海外储能市场爆发驱动新型储能行业进入新的高速发展阶段

应用于储能系统的转簧产品 2023-2025 年销售收入的复合增长率为 69.42%，保持高速增长。

1) 储能行业多项政策共振，推动储能行业从强制配储的政策性驱动转向市场化驱动

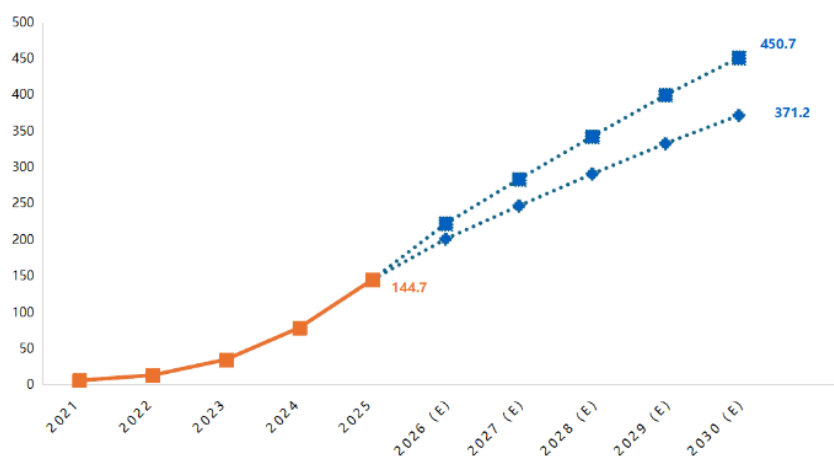
2025 年 2 月，发改委发布“136 号文”后，我国新型储能（电化学储能为主）市场迎来重要结构性变化。该政策打破了储能与新能源项目的刚性绑定，使储能项目投资可以独立于新能源项目进行，从而推动储能行业从强制配储的政策性驱

动转向市场化驱动。新型储能的市场化盈利模式逐步形成，具体包括：①各省建立起电力现货市场，峰谷价差套利构成新型储能项目第一部分盈利；②全国性及内蒙古、甘肃、新疆、宁夏等省份的容量电价政策，构成了新式储能项目的第二部分盈利；③绿电直连项目对储能的需求量显著提高，不仅功率配比通常在稳定用电负荷的 25%及以上，储能时长也在 4 个小时及以上，相比传统集中式新能源项目，储能需求大幅提高。

2025 年 9 月，国家发改委、国家能源局印发《新型储能规模化建设专项行动方案（2025-2027 年）》，提出 2027 年全国新型储能装机功率规模达到 180GW 以上，较 2024 年底在 3 年内将实现翻倍以上增长，带动项目直接投资约 2,500 亿元。

根据 CNESA 统计，中国新型储能新增装机连续四年位居全球首位，2025 年新增投运新型储能项目规模达到 66.4GW，新型储能累计装机规模达到 144.7GW，同比增长 85%。理想场景下，预计 2030 年新型储能累计规模将达到 450.7GW，2026-2030 年复合年均增长率（CAGR）为 25.5%。具体情况如下：

中国新型储能累计装机规模预测（单位：GW）



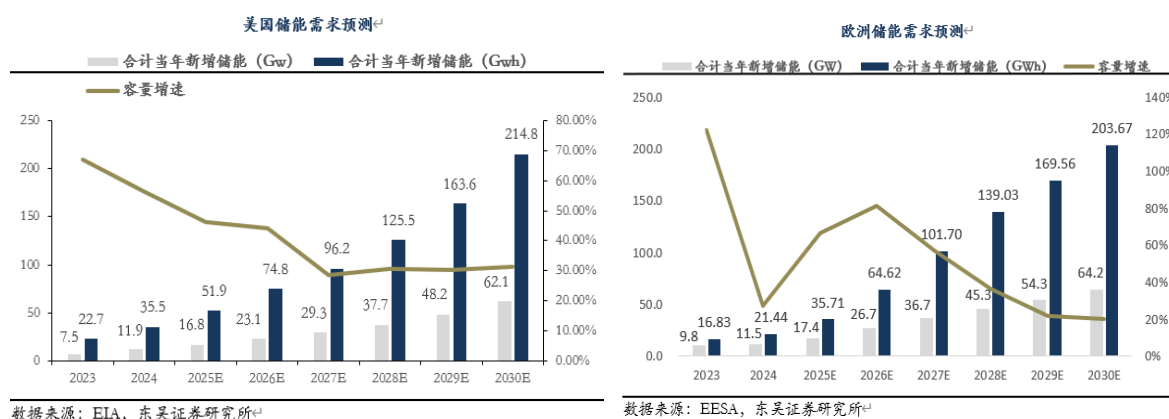
数据来源：CNESA DataLink 全球储能数据库

2) 海外市场储能需求激增，行业市场广阔

在海外市场上，对于美国，基础电网薄弱、电网间调度差且停电频发，同时 2025 年起美国 AI 相关用电量正进入爆发式增长通道，并将在未来几年快速推高美国全国的电力负荷水平，美国 AI 用电量将从 2024 年的 24TWh 激增至 2030 年的 1,279TWh，六年增长超过 50 倍，表前供电+表后稳定的需求拉动储能规模快速扩张，新增储能规模预计将由 2025 年 51.9 GWh 跃升至 2030 年的 214.8

GWh。

对于欧洲，欧洲储能需求进入快速且持续的高增长周期，核心动力来自政策强化、电力系统灵活性缺口扩大以及大规模项目集中落地。年度新增储能规模预计将由 2025 年的 35.7GWh 跃升至 2030 年的 203.7GWh，体现出需求在中期持续加速扩张。



因此，新型储能行业在 2025 年的爆发带动储能系统企业的业务实现快速增长，以新型储能系统行业头部企业阳光电源和海博思创为例，2025 年阳光电源储能系统收入同比增长 49.39%，海博思创营业收入同比增长 40.32%。公司转簧产品的最终客户主要为阳光电源、华为等企业，其业务的增长带动公司储能系统的相关产品在 2025 年快速增长，同时推动在未来的持续增长。

(3) AI 算力需求爆发式增长，各大厂商 AI 算力开支高增，拉动行业需求刚性释放

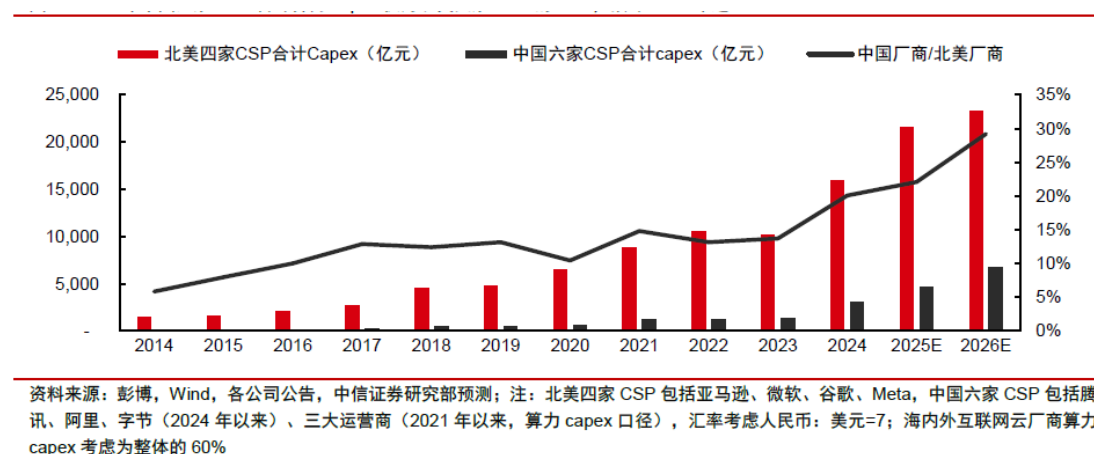
公司应用于通信及 AI 数据中心的转簧产品 2023-2025 年销售收入的复合增长率为 156.50%，保持快速增长。公司在此领域的业务已从之前年度的客户试样、小批量供货阶段进入到目前的逐步放量阶段。公司已与立讯精密、中航光电等头部连接器厂商拓展相关领域合作，业务覆盖百度、华为、中科曙光、浪潮等终端客户。

人工智能大模型技术持续迭代，多模态 AI 应用逐步从互联网领域向全行业渗透，算力需求迎来刚性爆发，AI 数据中心（AIDC）凭借高算力、高密度、低延迟的核心优势，全面替代传统数据中心，成为行业增长的核心驱动力，彻底打破传统 IDC 行业原有增长天花板。当前 AI 算力已成为数字经济时代的核心生产

要素，AI 大模型训练与推理环节对算力基础设施的需求呈指数级攀升，常规数据中心无法适配高功耗、高速互联的 AI 算力运行要求，催生大量高规格 AI 数据中心建设与升级需求。

当前全球云服务商持续加大 AI 数据中心投入，投资需求强劲。美国四大云服务提供商（亚马逊、谷歌、Meta 和微软）2025 年计划投入超 3,000 亿美元；国内方面，阿里、腾讯、字节跳动、中国移动、中国电信、中国联通等主流云服务商同步跟进算力布局，AI 相关负载占比持续提升，如字节跳动的资本开支规模由 2023 年开始快速扩大，并在 2026 年接近 2,400 亿元，其中 AI 相关投资规模突破 1,250 亿元。

图：美国和中国主要云服务商算力资本开支



通信及 AI 数据中心领域的高压大电流连接器市场在政策红利、AI 算力革命的叠加效应下，已进入高速发展的黄金期，AI 数据中心向超高算力发展而产生服务器集群内部高压大电流应用场景，拉动高压大电流连接器接触件需求刚性释放。

（4）公司转簧产品通过技术迭代，满足新能源汽车行业“轻量化”“小型化”的发展趋势，新产品快速放量

一代转簧系公司畅销多年的经典产品，二代转簧产品相比一代转簧性能提升的同时，更具小型化特点和成本价格优势。公司二代转簧产品自 2024 年起量产上市，销售规模迅速增加。2023 年度、2024 年度和 2025 年度，公司二代转簧类产品的收入分别为 0.07 万元、500.46 万元和 4,097.29 万元，二代转簧类产品在 2025 年开始迅速起量。截至 2025 年 12 月 31 日，二代转簧类产品在手订单金额

为 880.22 万元。伴随国内新能源汽车市场的快速发展，以及公司持续的产品技术迭代和优质头部客户的带动，公司转簧类产品主要型号的销量均保持快速增长。

2、单价变动

单位：元/个

转簧类产品型号	2025 年		2024 年		2023 年	
	单价	销量占比	单价	销量占比	单价	销量占比
一代转簧						
N060 系列	*	*	*	*	*	*
N120 系列	*	*	*	*	*	*
N030 系列	*	*	*	*	*	*
二代转簧						
NSN120 系列	*	*	*	*	*	-
转簧类产品平均单价	3.88	-	3.82	-	3.98	-

报告期内，由于新能源汽车近年来的整体降本趋势，公司转簧类产品主要型号的平均单价每年均有不同程度的下降。2025 年转簧类产品整体平均单价较 2024 年有所提升，主要系单价较低的 N030 系列的销量占比减少，单价相对较高的 N060 系列和二代转簧 NSN120 系列销售占比提升所致。

3、单位成本变动

单位：元/个

转簧类产品规格	2025 年		2024 年		2023 年	
	单位成本	销量占比	单位成本	销量占比	单位成本	销量占比
一代转簧						
N060 系列	*	*	*	*	*	*
N120 系列	*	*	*	*	*	*
N030 系列	*	*	*	*	*	*
二代转簧						
NSN120 系列	*	*	*	*	*	-
转簧类产品单位成本	2.96	-	2.45	-	2.36	

报告期内，转簧类产品的整体单位成本呈逐年上升趋势，主要受到原材料价格上涨与高成本产品销售结构占比提升共同作用。2024 年受主要铜材等价格上涨的影响，公司产品单位成本有所上涨。2025 年，成本较低的 N030 系列销量占

比下降，而成本较高的 N060 和 NSN120 系列销量占比上升，叠加铜材、镀银涨价带来的单位成本普遍上涨，导致 2025 年整体单位成本较 2024 年上涨 20.8%。

（二）触点夹簧主要产品型号，单价、销量、成本变动的具体原因，结合下游需求变动分析对单价、销量影响

报告期内，触点夹簧类产品的销售收入、营业成本、销售数量、销售单价、单位成本情况如下表所示：

触点夹簧类产品	2025 年度	2024 年度	2023 年度
销售收入（万元）	7,993.40	8,443.55	4,487.63
营业成本（万元）	4,381.76	3,946.96	2,144.11
销售数量（万个）	1,021.34	1,002.22	635.35
销售单价（元/个）	7.83	8.42	7.06
单位成本（元/个）	4.29	3.94	3.37

触点夹簧类产品主要应用于新能源汽车三电系统，主要包括 NSQ250 系列和 NSQ200 系列两种型号，两种型号的收入超过 80%。触点夹簧类产品型号中的数字含义指触点夹簧类接触件的额定电流大小，数字越大代表接触件更大的尺寸和电流通流能力，也意味着更高的单价和成本。

单位：万元

触点夹簧类产品型号	2025 年		2024 年		2023 年	
	销售收入	收入占比	销售收入	收入占比	销售收入	收入占比
NSQ250 系列	3,538.53	44.27%	4,130.36	48.92%	2,483.65	55.34%
NSQ200 系列	3,174.71	39.72%	3,643.83	43.16%	1,712.50	38.16%
小计	6,713.24	83.99%	7,774.19	92.07%	4,196.15	93.50%

1、销量变动

公司触点夹簧类产品主要型号的销量及变动情况如下表：

单位：万个

触点夹簧类产品型号	2025 年销售数量	同比增长	2024 年销售数量	同比增长	2023 年销售数量
NSQ250 系列	*	-10.88%	*	38.66%	*
NSQ200 系列	*	4.04%	*	77.13%	*
主要型号小计	*	-2.77%	*	57.21%	*
触点夹簧类产品合计	1,021.34	1.91%	1,002.22	57.74%	635.35

触点夹簧类产品是公司近年来新开发的替代海外品牌的产品，主要应用于新能源汽车三电系统。2024 年触点夹簧产品销量同比大幅增长，2025 年整体销量略高于 2024 年主要系由于终端整车厂相关车型的需求趋于稳定。

2、单价变动

单位：元/个

触点夹簧类产品型号	2025 年		2024 年		2023 年	
	单价	销量占比	单价	销量占比	单价	销量占比
NSQ250 系列	*	*	*	*	*	*
NSQ200 系列	*	*	*	*	*	*
触点夹簧类产品整体	7.83		8.42		7.06	

报告期内，触点夹簧类产品销售单价呈现“先升后降”的趋势。2024 年触点夹簧类产品销售均价上升，主要得益于规格较大型号产品比例上升。2025 年均价降低主要系由于受新能源汽车行业竞争加剧、降本趋势影响，以及单价相对较高的 NSQ250 系列产品销量占比有所降低。

3、单位成本变动

单位：元/个

触点夹簧类产品规格	2025 年		2024 年		2023 年	
	单位成本	销量占比	单位成本	销量占比	单位成本	销量占比
NSQ250 系列	*	*	*	*	*	*
NSQ200 系列	*	*	*	*	*	*
触点夹簧类产品整体	4.29		3.94		3.37	

报告期内，触点夹簧类产品单位成本逐年上升主要系铜材、镀银价格上涨。

（三）扭簧主要产品型号，单价、销量、成本变动的具体原因，结合下游需求变动分析对单价、销量影响

报告期内，扭簧类产品的销售收入、营业成本、销售数量、销售单价、单位成本情况如下表所示：

扭簧类产品	2025 年度	2024 年度	2023 年度
销售收入（万元）	7,855.36	7,787.40	12,182.07
营业成本（万元）	6,093.92	4,992.85	6,703.87
销售数量（万个）	566.46	458.97	615.80

扭簧类产品	2025 年度	2024 年度	2023 年度
销售单价（元/个）	13.87	16.97	19.78
单位成本（元/个）	10.76	10.88	10.89

扭簧类产品主要应用于新能源汽车，同时储能系统、数据中心等新领域收入在持续增长，报告期内分领域的收入情况如下表：

单位：万元

应用领域	2025 年		2024 年		2023 年	
	销售收入	收入占比	销售收入	收入占比	销售收入	收入占比
新能源汽车	7,470.48	95.10%	7,525.08	96.63%	12,158.76	99.81%
储能	341.74	4.35%	262.32	3.37%	23.31	0.19%
通信及 AI 数据中心	24.55	0.31%	-	-	-	-
其他	18.59	0.24%	-	-	-	-
合计	7,855.36	100.00%	7,787.40	100.00%	12,182.07	100.00%

扭簧类产品主要包括 R120 系列、R100 系列、R060 系列三种型号，三种型号的收入超过 95%。扭簧类产品型号中的数字含义指扭簧类接触件的外径尺寸，数字越大代表扭簧类接触件更大的尺寸和电流通流能力，也意味着更高的单价和成本。

单位：万元

扭簧类产品型号	2025 年		2024 年		2023 年	
	销售收入	收入占比	销售收入	收入占比	销售收入	收入占比
R120 系列	7,189.44	91.52%	6,100.80	78.34%	8,216.56	67.45%
R100 系列	316.46	4.03%	757.34	9.73%	2,924.34	24.01%
R060 系列	243.29	3.10%	804.86	10.34%	845.11	6.94%
小计	7,749.20	98.65%	7,663.00	98.40%	11,986.01	98.39%

1、销量变动

公司扭簧类产品主要型号的销量及变动情况如下表：

单位：万个

扭簧类产品型号	2025 年销售数量	同比增长	2024 年销售数量	同比增长	2023 年销售数量
R120 系列	*	62.03%	*	-14.52%	*
R100 系列	*	-55.64%	*	-71.72%	*
R060 系列	*	-55.72%	*	10.24%	*

扭簧类产品型号	2025 年销售数量	同比增长	2024 年销售数量	同比增长	2023 年销售数量
主要型号小计	*	26.06%	*	-26.14%	*
扭簧类产品合计	566.46	23.42%	458.97	-25.47%	615.80

R100、R060 系列扭簧产品销量下滑，主要系由于公司更具小型化和成本优势的转簧产品（尤其是二代转簧）对扭簧形成一定替代，另一方面部分车企因自身技术方案调整、自身销量下滑等因素减少对扭簧采购。

R120 系列扭簧产品销量整体大幅增加，主要系由于扭簧产品系经过多年市场广泛验证的成熟结构，载流能力较好，整车厂商设计团队在直流快充等特定的应用场景仍会采用扭簧产品。

2、单价变动

单位：元/个

扭簧类产品型号	2025 年		2024 年		2023 年	
	单价	销量占比	单价	销量占比	单价	销量占比
R120 系列	*	*	*	*	*	*
R100 系列	*	*	*	*	*	*
R060 系列	*	*	*	*	*	*
扭簧类产品整体	13.87	98.69%	16.97	96.63%	19.78	97.50%

报告期内，扭簧类产品整体销售单价有所下滑，主要系受新能源汽车行业竞争加剧、整体降本趋势影响。

3、单位成本变动

单位：元/个

扭簧类产品规格	2025 年		2024 年		2023 年	
	单位成本	销量占比	单位成本	销量占比	单位成本	销量占比
R120 系列	*	*	*	*	*	*
R100 系列	*	*	*	*	*	*
R060 系列	*	*	*	*	*	*
扭簧类产品整体	10.76	98.69%	10.88	96.63%	10.89	97.50%

报告期内，扭簧类产品单位成本呈现稳中略降的趋势，整体波动较小。扭簧产品单位成本降低，主要系由于公司适应行业降本需求，对工艺进行创新，降低电镀成本。

（四）卷制、冠簧、劈槽等新产品快速起量

公司其他类产品收入在 2025 年大幅增长主要系卷制、冠簧、劈槽等新产品在 2025 年快速起量。

卷制接触件产品采用簧片与孔套一体化结构以及一体化成型等创新工艺，从结构、工艺上与传统接触件产品差别明显，主要应用于新能源汽车充电口、三电系统，尤其特别适合平台化、标准化车型。卷制接触件产品自 2024 年量产上市，在 2025 年实现收入 1,962.96 万元，同比增长 772.50%。

冠簧类产品主要应用于新能源汽车充电口，劈槽类产品主要应用于储能系统，二者在 2025 年分别实现收入 2,728.42 万元和 1,043.33 万元，分别同比增长 190.39%和 652.94%。

圆形浮动接触件主要应用于 AI 数据中心，性能对标国际头部厂商同类产品，成本具备明显优势，截至 2026 年 5 月 31 日在手订单 162.25 万元，已进入批量出货阶段，在 AI 数据中心行业爆发的背景下，业务增长潜力较大。

综上，整体来讲，公司主要产品销售单价受新能源汽车降本影响有所降低，单位成本受原材料价格上涨影响，有所上升。报告期内，转簧类产品受益于新能源汽车持续增长和储能系统市场爆发，销量持续快速上升，并且持续增长动能强劲；触点夹簧类和扭簧产品销量整体保持增长，扭簧产品受下游整车厂销量变动及技术方案变更影响，2024 年销量降低，但特定场景仍具有市场空间，增长潜力大；公司卷制、冠簧、劈槽、圆形浮动接触件等新产品处于快速放量或准备放量阶段。在国际国内油价持续大幅上涨的背景下及“兆瓦闪充”等新技术的推动，国内新能源汽车出口数量在 2026 年开始大幅增长，同时伴随新型储能和 AI 数据中心市场的爆发，公司业务呈现继续快速增长的趋势。

二、结合扭簧类产品终端客户项目需求变动的具体情况、下游应用车型产销量变动情况等，说明报告期内该产品收入下滑原因及合理性，是否存在持续下滑风险，并分析转簧等其他类产品是否面临类似销售下滑风险

（一）扭簧产品收入下滑原因及合理性，是否存在持续下滑风险

报告期内，公司扭簧产品的收入及销量变动情况如下表：

扭簧产品	2025 年度	同比变动	2024 年度	同比变动	2023 年度
销售收入（万元）	7,855.36	0.87%	7,787.40	-36.07%	12,182.07
销售数量（万个）	566.46	23.42%	458.97	-25.47%	615.80

2024 年扭簧产品收入和销量分别下降 36.07%和 25.47%，2025 年收入与 2024 年基本持平，但销量同比增长 23.42%。扭簧产品收入及销量变动的主要原因如下：

1、公司更具小型化和成本优势的转簧等产品，对扭簧产品实现一定程度的替代，但扭簧产品在特定应用场景下仍保留一定市场空间

公司 2024 年和 2025 年扭簧产品收入较 2023 年整体有所下降，与公司转簧等产品对扭簧产品实现一定程度的替代有一定关系。公司扭簧产品系公司在海外品牌厂商的传统扭簧产品基础上进行工艺创新的产品，通过自研自动化设备投入生产，大幅降低人力成本，并提升生产效率。随着新能源汽车零部件向“轻量化”“小型化”方向发展，更具小型化和成本优势的转簧等产品，对扭簧产品实现一定程度的替代。扭簧产品与转簧产品的产品特点及应用场景如下表：

产品类型	产品特点	具体应用场景
扭簧	经过多年市场验证的成熟结构，载流能力较好，但体积大、结构相对复杂，成本也较高	新能源汽车主要应用于直流快充充电口，多用于纯电、长续航、超冲、工程车等有一定性能要求的车型
一代转簧	1、多年畅销产品，成熟稳定 2、载流、温升性能略低于扭簧，但尺寸和成本优于扭簧产品	新能源汽车主要应用于充电口、三电系统，早期应用于纯电车型，目前多用于混动车型，以及各类车型的三电系统
二代转簧	1、2024 年量产新产品 2、载流、温升能力与扭簧相当，同时兼顾小型化、轻量化，成本更优于一代转簧产品，故为较典型的降本增效产品	新能源汽车主要应用于充电口和三电系统，部分对成本敏感度高的车型，有实现对扭簧进行替换的趋势，在储能、AI 数据中心也在进行逐步推广

公司转簧产品特别是 2024 年量产上市的二代转簧产品在与扭簧产品性能相当的情况下，成本较一代转簧进一步降低，更多车型开始采用转簧产品。但由于扭簧产品系经过多年市场广泛验证的成熟结构，载流能力较好，整车厂设计团队基于直流快充等特定的应用场景和设计理念，仍会采用扭簧产品。

2、部分终端整车厂由于选择迭代产品、技术方案变更、自身销量下滑等因素，对扭簧产品的使用量下降，同时 A 整车厂等终端整车厂采购量持续增加

报告期内，扭簧类产品主要终端整车厂客户情况如下：

2025 年			
序号	终端整车厂客户	收入（万元）	收入占比
1	A 整车厂	5,383.34	68.53%
2	B 整车厂	538.52	6.86%
3	C 整车厂	380.13	4.84%
4	D 整车厂	219.23	2.79%
5	E 整车厂	112.14	1.43%
	合计	6,633.36	84.45%
2024 年			
序号	终端整车厂客户	收入（万元）	收入占比
1	A 整车厂	4,348.81	55.84%
2	C 整车厂	962.02	12.35%
3	D 整车厂	821.52	10.55%
4	B 整车厂	460.74	5.92%
5	F 整车厂	161.43	2.07%
	合计	6,754.52	86.73%
2023 年			
序号	终端整车厂客户	收入（万元）	收入占比
1	D 整车厂	4,049.79	33.24%
2	B 整车厂	3,133.16	25.72%
3	A 整车厂	2,451.81	20.13%
4	C 整车厂	1,098.37	9.02%
5	G 整车厂	211.69	1.74%
	合计	10,944.82	89.85%

注：以上终端客户信息系公司根据自身了解项目情况估计，且部分产品无法划分终端客户，未进行分类。

终端 A 整车厂使用扭簧产品主要应用于其直流快充充电口，近年来由于对公司扭簧产品稳定性的长期认可，对公司扭簧产品采购持续增长，报告期内公司扭簧产品对其销售收入分别为 2,451.81 万元、4,348.81 万元和 5,383.34 万元，复合增长率达到 48.18%。

D 整车厂、C 整车厂和 B 整车厂对扭簧采购量呈现下滑，主要原因如下：

（1）D 整车厂

公司扭簧产品对终端 D 整车厂的收入持续下降，一方面是由于 D 整车厂在

相关车型的后续改款或新平台设计中，对充电口连接器技术方案进行了变更，导致配套需求减少。另一方面，2025 年 D 整车厂销量同比下降约 19%，进一步减少了对扭簧产品的采购。

（2）C 整车厂

公司扭簧产品对终端 C 整车厂的收入持续下降，主要系 C 整车厂对成本敏感度更高，更多采用转簧等更具成本优势的产品。

（3）B 整车厂

2024 年，扭簧产品对 B 整车厂的销售收入下降较多，主要系 B 整车厂更多采用转簧等更具成本优势的产品，同时 B 整车厂某车型的销量在 2024 年下降约 21%，二者综合使得公司对其扭簧产品的收入下降。2025 年扭簧产品对 B 整车厂的销售收入有所提高，主要系由于 B 整车厂的快充车型对扭簧产品的采购增加。

3、扭簧产品收入持续下滑的风险较小

扭簧产品系经过多年市场验证的成熟结构，载流能力较好，整车厂商不同车型的设计团队基于特定的设计理念和应用场景，仍会采用扭簧产品。公司 2025 年扭簧产品收入为 7,855.36 万元，较 2024 年同比增长 0.87%，公司扭簧产品收入持续下滑的风险较小。

（二）转簧等其他类产品是否面临类似销售下滑风险

1、转簧产品收入及销量将保持持续快速增长

报告期内，公司转簧产品销售收入和销售数量变动情况如下：

转簧产品	2025 年度	同比变动	2024 年度	同比变动	2023 年度
销售收入（万元）	44,704.98	28.85%	34,694.79	43.83%	24,122.79
销售数量（万个）	11,511.41	26.81%	9,077.91	49.96%	6,053.63

报告期内，转簧类产品销售收入分别为 24,122.79 万元、34,694.79 万元和 44,704.98 万元，占主营业务收入比例始终保持在 50%以上，是公司收入的核心支撑，报告期内收入保持快速增长，2023-2025 年转簧类产品收入的复合增长率达到 36.13%。

转簧系列产品是公司在行业内首创产品，凭借独特结构设计和创新工艺流程，显著提升机械性能和电气性能，精简零件数量和缩小产品尺寸，有效简化生产工序、大幅提高生产效率、降低制造成本。一代转簧产品替代国外厂商产品，自 2015 年开始批量供应大客户中航光电，在新能源汽车、储能、通信及 AI 数据中心领域的连接器厂商和终端客户获得广泛应用和认可，公司在二代转簧的基础上持续开发二代转簧产品，二代转簧产品更加短小、材料耗用更少，更契合新能源汽车、储能和通信及 AI 数据中心领域轻量化、小型化的发展趋势，公司二代转簧产品自 2024 年起量产上市，销售规模迅速增加。2023 年度、2024 年度和 2025 年度，公司二代转簧类产品的收入分别为 0.07 万元、500.46 万元和 4,097.29 万元，二代转簧类产品在 2025 年开始迅速起量。截至 2025 年 12 月 31 日，二代转簧类产品在手订单金额为 880.22 万元。

随着下游新能源汽车、储能、通信及 AI 数据中心等市场对高压大电流应用需求的增长，各领域市场前景分析详见“一、（一）转簧主要产品型号，单价、销量、成本变动的具体原因，结合下游需求变动分析对单价、销量影响”之“1、销量变动”，公司凭借对转簧类产品的持续研发和工艺创新优势，以及对二代转簧的推广应用，转簧类产品收入将继续保持增长态势。

2、触点夹簧销量整体保持增长，2025 年收入有所降低，主要系单价降低所致，触点夹簧类及相关迭代产品业务预计未来保持基本稳定

报告期内，公司触点夹簧产品销售收入和销售数量变动情况如下：

触点夹簧	2025 年度	同比变动	2024 年度	同比变动	2023 年度
销售收入（万元）	7,993.40	-5.33%	8,443.55	88.15%	4,487.63
销售数量（万个）	1,021.34	1.91%	1,002.22	57.74%	635.35

触点夹簧类产品是公司近年来新开发替代海外品牌的产品，主要应用于新能源汽车三电系统。报告期内，随着新能源汽车市场的高速发展以及公司在新能源汽车三电领域产品渗透率的提升，公司触点夹簧类产品的销售数量整体保持增长。2024 年触点夹簧产品销量同比大幅增长，2025 年整体销量略高于 2024 年，收入较 2024 年略有下降，主要系由于终端整车厂相关车型的需求趋于稳定，同时单价有所降低。触点夹簧类及相关迭代产品业务预计未来保持基本稳定。

3、新产品陆续起量，其中卷制、冠簧、劈槽类产品迅速起量，圆形浮动接触件和 CGDS（冷喷铜）相关产品等新产品开始逐步放量

公司卷制接触件产品自 2024 年起批量供货。2023 年度、2024 年度和 2025 年度，公司卷制接触件的收入分别为 5.76 万元、224.98 万元和 1,962.96 万元，卷制接触件在 2025 年开始迅速起量。2026 年 1-5 月，卷制产品收入已达到 2,367.77 万元。

冠簧类产品主要应用于新能源汽车充电口，劈槽类产品主要应用于储能系统，二者在 2025 年分别实现收入 2,728.42 万元和 1,043.33 万元，分别同比增长 190.39%和 652.94%，均进入快速放量阶段。

圆形浮动接触件主要应用于 AI 数据中心，2026 年 5 月 31 日在手订单 162.25 万元，目前处于起量阶段；CGDS（冷喷铜）相关产品主要应用于新型储能系统、热管理，目前已签署相关意向销售合同金额约 1,500 万元，目前进展符合整体预期。

综上，扭簧产品收入变动具备合理性，扭簧产品因快充等场景需求收入持续下滑的风险较小。公司转簧产品收入持续快速增加，触点夹簧 2025 年销量增长，但单价下降导致收入有所下降；公司不同新产品处于快速起量或陆续起量的状态。公司不同产品收入虽有结构上的变动，但整体上仍保持持续增长的趋势。

同时针对不同产品收入波动的风险，公司在招股书“经营业绩波动的风险”中已披露“……公司存在不同产品收入结构性波动、对下游不同连接器厂商及终端整车厂的结构性收入波动、以及整体经营业绩波动的风险。”

三、对比亚迪销售集中度较高且报告期内持续增长的原因及合理性，未来集中度是否仍会持续提高；并结合对比亚迪各类产品的供应份额、产品单价及毛利率水平等说明发行人对比亚迪的议价能力、合作稳定性和业务持续性

（一）公司对比亚迪销售集中度较高且报告期内持续增长的原因及合理性，未来集中度是否仍会持续提高

1、公司对终端比亚迪销售集中度较高与比亚迪在终端市场份额相匹配，2025 年销售集中度有所降低

报告期内，公司对主要终端整车厂客户销售收入及占比情况如下：

单位：万元

终端客户	2025 年		2024 年		2023 年	
	收入	收入占比	收入	收入占比	收入	收入占比
比亚迪	29,260.11	36.62%	28,277.36	47.33%	15,554.08	32.23%
广汽	6,345.65	7.94%	5,030.12	8.42%	8,029.03	16.64%
吉利	7,388.40	9.25%	1,705.06	2.85%	465.49	0.96%
长安	3,194.67	4.00%	2,694.54	4.51%	1,931.74	4.00%
奇瑞	2,279.81	2.85%	1,778.31	2.98%	196.35	0.41%
五菱	2,416.74	3.02%	2,091.50	3.50%	2,016.36	4.18%
理想	1,179.96	1.48%	1,764.67	2.95%	4,741.63	9.83%
合计	52,065.34	65.16%	43,341.56	72.54%	32,934.68	68.25%

注 1：以上终端客户信息系公司根据自身了解项目情况估计，且部分产品无法划分终端客户，未进行分类。

注 2：公司对上述终端整车厂收入，除比亚迪包含直接销售和通过连接器厂商间接销售外，其余厂商均通过连接器厂商间接销售。

从终端厂商来看，公司产品终端应用已覆盖不同新能源汽车整车厂，其中对比亚迪终端应用占比最高，主要系比亚迪为下游新能源汽车领域的主要参与者，比亚迪在全球新能源汽车行业市场占据领先地位。

2023-2025 年，我国主要新能源汽车厂商零售销量及份额情况如下：

2025 年			2024 年			2023 年		
排名	新能源乘用车厂商	份额	排名	新能源乘用车厂商	份额	排名	新能源乘用车厂商	份额
1	比亚迪	27.2%	1	比亚迪	34.1%	1	比亚迪	35.0%
2	吉利	12.2%	2	吉利	7.9%	2	特斯拉中国	7.8%
3	长安	6.2%	3	特斯拉中国	6.0%	3	广汽埃安	6.3%
4	上汽通用五菱	6.0%	4	上汽通用五菱	5.9%	4	吉利	6.1%
5	特斯拉中国	4.9%	5	长安	5.7%	5	上汽通用五菱	5.9%
6	鸿蒙智行	4.6%	6	理想	4.6%	6	长安	5.0%
7	奇瑞	4.1%	7	奇瑞	4.0%	7	理想	4.9%
8	零跑	4.1%	8	赛力斯	3.5%	8	长城	3.1%
9	赛力斯	3.3%	9	广汽埃安	3.4%	9	蔚来	2.1%
10	小米	3.2%	10	长城	2.7%	10	零跑	1.9%

2025 年			2024 年			2023 年		
排名	新能源乘用车厂商	份额	排名	新能源乘用车厂商	份额	排名	新能源乘用车厂商	份额
合计		75.8%	合计		77.8%	合计		78.1%

数据来源：乘联会，新能源汽车厂商零售数量口径

近年来新能源汽车厂商之间竞争激烈，比亚迪常年保持市场第一，但其市场份额每年存在一定波动，2025 年比亚迪新能源汽车销量约 460 万辆，同比增长 7.7%，增速有所放缓，市场份额降低至 27.2%，同时吉利等车企销量实现快速增长，吉利在 2025 年新能源汽车销量约 168.78 万辆，同比增长 90%，市场份额持续提高，2025 年达到 12.2%。

与此相对应的，公司对终端比亚迪的销售占比从 2024 年的 47.33%降低至 2025 年的 36.62%，对吉利的销售占比从 2024 年的 2.85%提高至 9.25%。因此公司对终端比亚迪的销售占比降低，以及对吉利的销售占比提高与终端市场份额的变化趋势一致。

2、对终端比亚迪销售集中度的变化预计与未来终端市场份额的变化相匹配

比亚迪常年保持全球新能源汽车市场销量第一，在产品、技术上具有很强的竞争力。比亚迪在 2026 年 3 月发布“二代刀片电池”与“兆瓦闪充”技术，实现 9 分钟充满 97%的超快充以及-30 摄氏度下 12 分钟充满 97%的低温超快充，带动全球新能源汽车行业进入“油电同速”的闪充时代。同时，在 2026 年油价持续攀升的背景下，2026 年 1-3 月比亚迪出口增速强劲，同时将 2026 年汽车出口目标从 130 万辆上调至 150 万辆，较 2025 年出口数量增长 43%。比亚迪在未来预计仍将保持持续增长的态势，进而带动公司对其终端销售的继续增长。

由于新能源汽车厂商之间竞争激烈，厂商之间的市场份额在每年均发生一定的变动，公司对终端比亚迪销售集中度的变化预计将与未来终端市场份额的变化保持一致。

公司的新能源汽车终端客户覆盖国内外主流企业，特别是行业头部整车厂商。报告期内，公司对国内主流整车厂商比亚迪、广汽、吉利、长安、奇瑞、五菱、理想的合计收入分别为 32,934.68 万元、43,341.56 万元、52,065.34 万元，保持快速增长的趋势。因此公司终端各整车厂客户的业务波动，不影响主流整车厂商整体对公司的需求增长。

（二）结合对比亚迪各类产品的供应份额、产品单价及毛利率水平等说明发行人对比亚迪的议价能力、合作稳定性和业务持续性

1、发行人对比亚迪的议价能力分析

报告期内，对比亚迪各类产品的供应份额、产品单价及毛利率水平与各类产品整体情况比较如下：

单位：万元、元/个

2025 年					
产品分类	终端客户	收入	产品单价	毛利率	单价、毛利率差异
转簧	比亚迪	13,466.01	*	*	*
	整体	44,737.81	*	*	
触点夹簧	比亚迪	7,462.83	*	*	*
	整体	7,994.81	*	*	
扭簧	比亚迪	5,383.34	*	*	*
	整体	7,861.12	*	*	
2024 年					
产品分类	终端客户	收入	产品单价	毛利率	单价、毛利率差异
转簧	比亚迪	14,458.28	*	*	*
	整体	34,701.18	*	*	
触点夹簧	比亚迪	8,152.81	*	*	*
	整体	8,443.68	*	*	
扭簧	比亚迪	4,348.81	*	*	*
	整体	7,787.71	*	*	
2023 年					
产品分类	终端客户	收入	产品单价	毛利率	单价、毛利率差异
转簧	比亚迪	9,227.77	*	*	*
	整体	24,125.00	*	*	
触点夹簧	比亚迪	3,847.19	*	*	*
	整体	4,487.72	*	*	
扭簧	比亚迪	2,451.81	*	*	*
	整体	12,187.13	*	*	

报告期内，按终端厂商公司主要终端客户的收入占比及毛利率如下：

客户名称	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
比亚迪	36.62%	*	47.33%	*	32.23%	*
广汽	7.94%	*	8.42%	*	16.64%	*
吉利	9.25%	*	2.85%	*	0.96%	*
长安	4.00%	*	4.51%	*	4.00%	*
奇瑞	2.85%	*	2.98%	*	0.71%	*
五菱	3.02%	*	3.50%	*	4.18%	*
理想	1.48%	*	2.95%	*	9.83%	*
平均毛利率	-	*	-	*	-	*

注：以上终端客户信息系公司根据自身了解项目情况估计，且部分产品无法划分终端客户，未进行分类。

结合上述表格，从产品维度看，公司对终端比亚迪的各类产品在定价及毛利率上与各类产品的整体水平接近，少数单价及毛利率差异系产品型号结构、销售规模不同所致，不存在异常情况。

（三）对比亚迪的合作稳定性及业务持续性分析

1、汽车零部件行业存在较高的认证壁垒，客户一般不会轻易更换一二级供应商，客户粘性较高

新能源汽车整车厂是公司产品的主要终端客户。公司通常将接触件产品销售给连接器厂商，由其进一步加工组装后供应给整车厂。在进入部分整车厂供应链时，公司亦需接受整车厂的现场审核及产品验证。汽车零部件行业存在较高的客户认证壁垒，一二级供应商一旦通过认证并实现批量供货，基于产品稳定性、安全性和一致性的要求，客户一般不会轻易更换供应商。公司凭借产品性能与成本的综合优势，以及稳定可靠的交付能力，与连接器厂商及整车厂保持了长期稳定的合作关系，客户粘性较高。

2、公司对终端比亚迪的销售收入持续保持增长，增长速度与比亚迪新能源汽车的销量增长情况相匹配

报告期内，公司对比亚迪的直接收入和终端收入情况如下：

单位：万元

项目	2025 年	同比增长	2024 年	同比增长	2023 年
直接收入	7,861.00	-41.70%	13,484.61	281.07%	3,538.59
终端收入	29,260.11	3.48%	28,277.36	81.80%	15,554.08

2025 年度，比亚迪对公司采购额同比下降，主要系由于比亚迪调整采购模式，降低连接器自制比例，进而减少了对公司的直接采购，但 2025 年公司对终端比亚迪的销售收入仍保持增长。

同时，公司在招股说明书“经营业绩波动的风险”中已披露相关风险“……下游客户的生产及采购模式发生重大不利变化，都将导致公司不能持续获得增量订单或公司不能有效拓展市场，公司存在经营业绩波动的风险。”

2025 年，公司对终端比亚迪收入同比仍保持增长 3.48%，销量同比增长 7.36%。2025 年比亚迪新能源汽车销量约 460 万辆，同比增长 7.7%，增速有所放缓，2025 年公司对终端比亚迪的销量增长幅度与比亚迪销量增长幅度基本一致。

公司作为行业领先的专业高压大电流接触件厂商，基于专业化分工、规模化、交付效率等优势与各连接器厂商分工协作，持续满足比亚迪等新能源汽车厂商的各类需求。比亚迪在未来预计仍将保持持续增长的态势，进而带动公司对其终端销售的继续增长，因此具备良好的业务持续性。

综上，公司对终端比亚迪销售集中度较高与比亚迪在终端市场份额相匹配，2025 年销售集中度有所降低；对终端比亚迪的销售集中度变化与未来终端市场份额的变化相匹配；公司对终端比亚迪的议价能力处于主要终端客户中的较高水平；公司与比亚迪的业务稳定增长，并且具备良好的业务持续性。

四、分析发行人报告期各期退出客户数量较新增客户数量占比较高且逐年上升的原因及合理性，2022-2024 年发行人客户数量增长、2025 年上半年客户数量减少的原因及合理性，并结合前述问题进一步说明发行人客户合作稳定性

（一）报告期内各层级新增和退出客户的数量、收入、毛利金额及占比，新增和退出客户的情况

单位：万元、家

分层区间	2025 年度									
	销售收入	占比	毛利金额	占比	客户数量	占比	层级新增数	其中：首次合作	层级退出数	其中：本年未继续合作
8,000 万元以上	16,838.86	22.42%	*	*	1	0.42%	0	0	1	0
5,000-8,000 万元	27,704.63	36.88%	*	*	4	1.67%	3	0	0	0
2,000-5,000 万元	15,499.85	20.64%	*	*	5	2.08%	1	0	0	0
800-2,000 万元	8,733.47	11.63%	*	*	7	2.92%	5	0	3	0
800 万元及以下	6,337.32	8.44%	*	*	223	92.92%	122	60	62	57
合计	75,114.13	100.00%	*	*	240	100.00%	131	60	66	57
分层区间	2024 年度									
	销售收入	占比	毛利金额	占比	客户数量	占比	层级新增数	其中：首次合作	层级退出数	其中：本年未继续合作
8,000 万元以上	26,478.34	46.45%	*	*	2	1.14%	1	0	0	0
5,000-8,000 万元	6,496.31	11.40%	*	*	1	0.57%	0	0	0	0
2,000-5,000 万元	10,196.13	17.89%	*	*	4	2.29%	3	0	2	0
800-2,000 万元	6,402.64	11.23%	*	*	5	2.86%	4	1	6	0
800 万元及以下	7,429.74	13.03%	*	*	163	93.14%	75	64	55	49
合计	57,003.16	100.00%	*	*	175	100.00%	83	65	63	49
分层区间	2023 年度									
	销售收入	占比	毛利金额	占比	客户数量	占比	层级新增数	其中：首次合作	退出数	其中：本年未继续合作
8,000 万元以上	12,996.17	27.85%	*	*	1	0.65%	1	0	0	0
5,000-8,000 万元	6,698.88	14.35%	*	*	1	0.65%	0	0	1	0
2,000-5,000 万元	9,732.55	20.86%	*	*	3	1.94%	2	1	4	0
800-2,000 万元	8,896.33	19.06%	*	*	7	4.52%	4	1	3	0
800 万元及以下	8,343.17	17.88%	*	*	143	92.26%	74	72	44	39
合计	46,667.10	100.00%	*	*	155	100.00%	81	74	52	39

分层区间	2022 年度									
	销售收入	占比	毛利金额	占比	客户数量	占比	层级新增数	其中：首次合作	退出数	其中：本年未继续合作
8,000 万元以上	-	-	*	*	-	-	-	-	-	-
5,000-8,000 万元	13,432.10	32.58%	*	*	2	1.59%	-	-	-	-
2,000-5,000 万元	13,131.12	31.85%	*	*	5	3.97%	-	-	-	-
800-2,000 万元	7,269.21	17.63%	*	*	6	4.76%	-	-	-	-
800 万元及以下	7,389.97	17.93%	*	*	113	89.68%	-	-	-	-
合计	41,222.40	100.00%	*	*	126	100.00%	-	-	-	-

注：

- 1、销售收入：指公司在对应会计期间内与客户发生的主营业务销售收入；
- 2、毛利金额：以销售收入扣除对应主营业务成本后计算得出，反映各层级客户的盈利贡献能力；
- 3、客户数量：指报告期内与公司发生实际销售业务的客户家数，按上述分层标准归类统计；
- 4、新增数：指当期从其他层级进入该分层区间或首次合作即纳入该层级的客户家数；
- 5、退出数：指上期处于该分层区间，当期因销售收入变动不再符合该层级标准而转出至其他层级的客户家数；
- 6、本年各层级客户数量=上年该层级客户数量+层级新增数-层级退出数；
- 7、2025 年度新增合并子公司键合科技的客户数量 800 万元及以下 55 家。

（二）退出客户上升及客户数量减少分析

公司报告期内退出客户数量占新增客户比例逐年上升、2022-2024 年客户数量持续增长、2025 年上半年客户数量阶段性减少，均系业务结构、拓客模式与客户分层变动所致，具备商业合理性；800 万元以上核心大客户合作高度稳定，整体客户结构持续优化，合作稳定性有坚实支撑。

1、各期退出客户数量较新增客户数量占比较高且逐年上升的原因及合理性

报告期各期，退出客户数量较新增客户数量占比分别为 64.20%、75.90%和 86.84%，呈逐年上涨趋势。退出客户中未继续合作的全部为 800 万元以下层级，800 万元以上客户无当期终止合作情形，退出仅为收入规模变动导致的层级调整，并非业务终止。

公司通过行业展会、线上推广获取的中小客户多为一次性或阶段性采购，未形成长期框架合作，当期合作结束后自然退出，符合行业正常拓客规律，不代表业务流失或合作纠纷，未来仍存在重新合作可能。

报告期内部分小客户经持续培育实现层级跃升，如天海电器升至 5,000-8,000

万元层级、宁波高松升至 2,000-5,000 万元层级，体现公司中小客户孵化能力。

综上，退出占比上升是小额零散客户正常流动、拓客模式与客户结构优化共同作用的结果，具有合理性。

2、2022-2024 年发行人客户数量增长、2025 年上半年客户数量减少的原因及合理性

2025 年上半年客户数量同比减少，系新能源汽车行业下半年旺季属性及展会档期集中分布于下半年，导致上半年新增客户相对较少；同时，部分前期合作的 800 万元以下小额客户于上半年到期退出，新增客户未能完全覆盖退出数量，共同致使客户数量呈现阶段性下降。2025 年全年新增客户 76 家，与历史期规模匹配，上半年减少仅为季节性短期波动，不代表趋势性下滑。

（三）发行人客户合作稳定性分析

结合客户退出结构、层级变动与核心客户合作情况，公司核心客户高度稳定，整体合作稳定性持续增强。

1、核心客户无实质性流失，合作关系稳固

公司各年度 800 万元以上层级的客户退出均为收入变动引发的层级升降，无当期终止合作情形。退出客户多为层级跃升，表明采购规模扩大、合作粘性增强。

2、大客户层级变动为业务模式调整，不影响最终销量

其中，2025 年 8,000 万元以上层级退出客户比亚迪进入 5,000-8,000 万元层级。2025 年度，比亚迪对公司采购额同比下降，主要由于比亚迪调整采购模式，降低连接器自制比例，进而减少了对公司的直接采购，但 2025 年公司对终端比亚迪的销售收入仍保持增长。

3、部分客户向高层级跃升，合作稳定性加固

2025 年，800-2,000 万元层级中 3 家退出客户均向上层级跃升，分别迁入 2,000-5,000 万元层级和 5,000-8,000 万元层级，合作进一步深化，不存在未继续合作的情况。

综上，公司报告期退出客户占新增客户比例逐年上升，系 800 万元以下小额客户正常轮换所致，具有合理性；2022-2024 年客户数量增长系市场拓展成效，

2025 年上半年减少为行业季节性因素、展会档期错配等形成的阶段性波动；公司 800 万元以上核心客户无实质性流失，合作稳定，整体客户结构持续优化，客户合作稳定性具备坚实基础。

五、请发行人结合上述事项回复，逐项完善招股说明书相关风险提示内容

（一）关于招股说明书“经营业绩波动的风险”，公司补充、修改如下：

“受益于新能源汽车等行业的快速发展以及公司在技术、材料、工艺等方面保持持续创新，公司通过接触件专业化分工与优质连接器厂商保持深度合作，满足下游新能源汽车终端厂商的技术升级、产品迭代、批量和及时供货、成本控制等需求，业务规模保持快速增长的趋势。报告期内，公司营业收入分别为 48,256.06 万元、59,745.05 万元及 **79,899.02** 万元，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别为 13,303.03 万元、13,575.11 万元及 **11,085.81** 万元。但若未来下游行业的发展不及预期，产业政策发生重大不利变化，或者公司未能持续保持对行业前沿技术的敏感度及核心技术的先进性从而失去领先优势，未能有效在研发创新、人才储备等方面突破跨领域发展的壁垒，未能保持与行业知名连接器客户以及终端客户的紧密合作，或下游客户的生产及采购模式发生重大不利变化，都将导致公司不能持续获得增量订单或公司不能有效拓展市场，公司存在经营业绩波动的风险。”

（二）关于招股说明书“客户集中度较高的风险”，公司补充、修改如下：

“报告期内，公司销售收入增长较快，前五大客户的销售收入占营业收入的比例分别为 60.99%、64.97%及 **55.79%**，客户集中度较高。公司主要客户除比亚迪为新能源汽车整车厂外，其余多为头部连接器制造厂商，对应终端客户主要为新能源汽车厂商。公司业务不仅直接覆盖了国内外头部连接器制造厂商，同时终端应用也覆盖了国内外主流新能源汽车整车厂。若未来公司与下游市场主要客户合作出现不利变化、新客户拓展计划不如预期，或公司主要客户因行业竞争加剧、宏观经济波动、终端需求变化等减少对公司的采购，以及主要客户不同层级供应商之间因竞争加剧导致公司份额、商业条件等发生不利变化，则会给公司经营带来不利影响。

比亚迪是公司第一大终端整车厂客户，报告期内收入占比约 30%-40%。公司

对终端比亚迪的销售主要集中于转簧、触点夹簧及扭簧等核心产品，上述产品已深度配套比亚迪主要系列车型。若未来比亚迪因自身销量波动、技术方案变更、供应链策略调整等原因减少使用公司的产品，或公司因产品性能、持续创新能力、交付能力、成本控制等因素未能持续满足终端比亚迪及相关连接器厂商的需求，将导致公司对终端比亚迪的销售收入发生不利变化。”

六、2025 年全年主要财务信息及经营状况，主要客户、供应商及变化情况，主要财务数据同比变动原因及合理性

（一）2025 年公司主要经营状况

在下游行业快速发展的背景下，公司 2025 年实现营业收入 79,899.02 万元，同比增长 33.73%，继续保持快速增长。公司主营业务收入按不同应用领域的变动情况如下表：

单位：万元

应用领域	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
新能源汽车	66,974.26	89.16%	52,261.72	91.68%	41,990.88	89.98%
储能	6,425.48	8.55%	3,729.47	6.54%	2,380.87	5.10%
通信及 AI 数据中心	206.12	0.27%	13.01	0.02%	20.34	0.04%
其他	1,508.28	2.01%	998.97	1.75%	2,275.01	4.87%
合计	75,114.13	100.00%	57,003.16	100.00%	46,667.10	100.00%

2025 年国内新能源汽车销量再创新高，特别是出口强劲，国内整体销量同比增长 28.2%。公司 2025 年在新能源汽车领域的收入为 66,974.26 万元，占主营业务收入比重为 89.16%，系公司主要收入来源。2025 年公司在新能源汽车领域收入同比增长 28.15%。

公司 2025 年在储能领域收入为 6,425.48 万元，占主营业务收入比重为 8.55%。2025 年公司在储能领域收入同比增长 72.29%。储能行业受益于国内多政策共振及海外需求强劲，新型储能市场进入新的高速发展阶段。

公司 2025 年在通信及 AI 数据中心领域的收入为 206.12 万元，收入同比增长 1,484.32%。公司在此领域的业务已从之前年度的客户试样供货阶段进入到目前逐步放量阶段。公司已与立讯精密、中航光电等头部连接器厂商拓展相关领域

合作，业务覆盖百度、华为、中科曙光、浪潮等终端客户。通信及 AI 数据中心受益于 AI 算力需求爆发和各大厂商算力资本开支大幅增加，行业进入爆发阶段。

新能源汽车、储能、通信及 AI 数据中心行业增长的具体原因详见本题“一”之“（一）区分转簧、触点夹簧、扭簧各主要产品型号，分析各产品单价、销量、成本变动的具体原因，涉及下游需求变动导致的，请具体分析需求因素对各产品单价、销量变动的影响”。

公司 2025 年主营业务毛利率为 26.69%，较上年下降 11.99 个百分点，下降主要原因系原材料铜材、镀银价格在 2025 年大幅上涨，同时叠加新能源汽车行业竞争加剧以及降本压力。公司毛利率下降趋势与行业可比公司一致。公司与主要客户均已达成原材料价格联动机制，并且采取 CGDS 材料创新、工艺创新、产品创新等方式降低产品成本，积极接纳行业降本需求，同时向储能和通信及 AI 数据中心等领域快速扩展，促进毛利率的稳步回升。毛利率具体分析详见“问题 3 关于毛利率下滑风险”。

公司各项费用控制良好，研发投入稳步提高；各项财务指标健康、良好，资产负债率、流动比率和速动比率等偿债能力指标稳步提高，应收账款周转率和存货周转率等经营效率指标进一步优化；客户信用良好，回款质量进一步提高。

（二）2025 年主要财务数据同比变动原因及合理性

2025 年公司主要财务数据、财务指标及同比变动原因情况如下表：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	同比变动	主要变动原因
营业收入	79,899.02	59,745.05	33.73%	新能源汽车、储能、通信及 AI 数据中心业务均保持持续增长；主要客户整体销售收入增加
营业成本	59,253.46	37,589.38	57.63%	原材料铜材、镀银价格上涨以及新能源汽车行业降本趋势，使得毛利率有所下降
毛利	20,645.56	22,155.67	-6.82%	
主营业务毛利率	26.69%	38.68%	-11.99%	
销售费用	850.83	773.98	9.93%	随业务规模增长，销售费用有所增加，销售费用率基本持平
销售费用率	1.06%	1.30%	-0.24%	
管理费用	3,054.72	1,909.74	59.95%	随业务规模增长，公司管理人员数量提高、上市中介费用、股权激励费用等增加，使得管理费用增长较多，管理费用率有所提高
管理费用率	3.82%	3.20%	0.62%	

项目	2025 年度	2024 年度	同比变动	主要变动原因
研发费用	3,383.17	2,751.26	22.97%	随公司新产品、新工艺、新技术的开发增多，公司研发费用有所增加，研发费用率基本持平
研发费用率	4.23%	4.61%	-0.38%	
归母净利润	11,233.47	13,671.71	-17.83%	主要受毛利率降低影响
扣除非经常性损益后归母净利润	11,085.81	13,575.11	-18.34%	
经营活动产生的现金流量净额（万元）	6,099.61	5,772.62	5.66%	客户信用良好，回款质量进一步提高
资产负债率（合并）	21.83%	23.28%	-1.45%	盈余积累增加，资产负债率降低
流动比率（倍）	3.99	3.84	3.91%	资产流动性进一步提高
速动比率（倍）	3.04	2.96	2.70%	
应收账款周转率（次/年）	2.64	2.24	17.86%	客户信用良好，同时公司进一步加强回款管理，回款质量进一步提高
存货周转率（次/年）	3.55	2.85	24.56%	业务规模扩大，存货管理能力进一步增强

（三）主要客户、供应商及变化情况

1、公司主要客户稳定，收入整体保持快速增长

2025 年公司对前十大客户的收入为 60,079.25 万元，同比增长 26.39%，继续保持快速增长。公司前十大客户收入同比变动情况及变动原因具体如下表：

单位：万元

序号	主要客户	2025 年度	2024 年度	同比变动	主要变动原因
1	中航光电	16,838.86	13,005.73	29.47%	新能源汽车主流车型配套率持续攀升，高压大电流连接器行业头部地位继续增强
2	比亚迪	7,861.00	13,484.61	-41.70%	比亚迪对连接器的外采模式发生变化，对公司的直接采购额降低
3	班狄电子	7,061.15	6,497.07	8.68%	班狄电子下游连接器客户业务稳定增长
4	天海电器	6,854.83	999.00	586.17%	天海电器相关整车厂客户在 2025 年新能源汽车销量大幅增长
5	东莞展豪	5,960.80	1,447.78	311.72%	东莞展豪 2025 年新能源汽车等连接器业务大幅增长
6	宁波高松	4,118.69	2,200.41	87.18%	宁波高松在 2025 年储能系统等连接器业务大幅增长
7	沃尔新能源	3,417.28	1,901.16	79.75%	沃尔新能源相关整车厂客户在 2025 年的新能源汽车销量大幅增长

序号	主要客户	2025 年度	2024 年度	同比变动	主要变动原因
8	立讯精密	2,866.36	2,962.10	-3.23%	立讯精密相关整车厂客户在 2025 年的新能源汽车销量同比有所下降
9	瑞可达	2,846.46	2,168.03	31.29%	瑞可达相关整车厂客户在 2025 年的新能源汽车销量大幅增长
10	永贵电器	2,253.82	2,869.52	-21.46%	永贵电器相关整车厂项目订单流失，导致对公司采购额相应减少
合计	-	60,079.25	47,535.42	26.39%	

由上表，2025 年公司主要客户整体收入继续保持快速增长，个别客户由于采购模式、自身业务及下游客户业务变化，销售额有所降低，不会影响公司对主流终端整车厂商的销售额。2025 年公司对主要终端整车厂客户的收入及同比变动情况如下表：

单位：万元

终端整车厂	2025 年度	2024 年度	同比变动
比亚迪	29,260.11	28,277.36	3.48%
吉利	7,388.40	1,705.06	333.32%
广汽	6,345.65	5,030.12	26.15%
长安	3,194.67	2,694.54	18.56%
奇瑞	2,279.81	1,778.31	28.20%
五菱	2,416.74	2,091.50	15.55%
理想	1,179.96	1,764.67	-33.13%
合计	52,065.34	43,341.56	20.13%

注：以上终端客户信息系公司根据自身了解项目情况估计，且部分产品无法划分终端客户，未进行分类。

近年来新能源汽车厂商之间竞争激烈，每年整车厂商的份额和排名会发生一定变动，再加上连接器厂商之间的相互竞争影响，各连接器厂商对不同整车厂的销售额存在一定波动，进而影响对公司的采购额。但公司通过不同连接器厂商覆盖主流新能源汽车整车厂，特别是行业头部整车厂商，因此，不同连接器厂商对公司采购通常呈现“此消彼长”的特点，不同连接器厂商对公司采购额的结构变化不会影响终端整车厂商对公司整体需求的增长，公司业务的抗风险能力较强。报告期内，公司对国内主流整车厂商比亚迪、吉利、广汽、长安、奇瑞、五菱、理想的合计收入分别为 32,934.68 万元、43,341.56 万元、52,065.34 万元，保持快速增长的趋势。因此各整车厂客户的业务波动，不影响主流整车厂商整体对公司的需求增长。

2、公司主要供应商稳定，采购额随业务发展稳定增长

2025 年，公司原材料采购总额分别为 38,470.79 万元，较 2024 年同比增长 43.38%；外协采购总额为 20,642.01 万元，较 2024 年同比增长 55.39%，原材料和外协采购额均随着业务放量而大幅增长。

2025 年，公司向前五大原材料供应商的采购金额及其变动情况如下：

单位：万元

序号	供应商	采购内容	2025 年原材料采购额	2024 年原材料采购额	同比变动	主要变动原因
1	广东金田铜业有限公司 ^{注 1}	铜材	17,094.74	10,305.74	65.88%	公司业务放量提高了对于铜材的采购需求，且铜材 2025 年价格呈现上涨趋势
2	深圳市赢一达五金制品有限公司 ^{注 2}	定制加工件	2,801.19	964.56	190.41%	公司业务放量提高了对于定制加工件的采购需求，且铜材 2025 年价格呈现上涨趋势相关定制加工件价格随之上涨
3	安徽楚江科技新材料股份有限公司	铜材	2,423.64	2,163.57	12.02%	公司业务放量提高了对于铜材的采购需求，且铜材 2025 年价格呈现上涨趋势
4	宁夏中色新材料有限公司	铜材	1,572.60	943.54	66.67%	公司业务放量提高了对于铜材的采购需求，且铜材 2025 年价格呈现上涨趋势
5	东莞市亿谦五金塑胶制品有限公司	定制加工件	1,248.68	643.09	94.17%	公司业务放量提高了对于定制加工件的采购需求，且铜材 2025 年价格呈现上涨趋势相关定制加工件价格随之上涨
合计			25,140.85	15,020.49	67.38%	-

注 1：上表中，广东金田铜业有限公司、宁波金田铜业（集团）股份有限公司合并列示为广东金田铜业有限公司；

注 2：上表中，深圳市赢一达五金制品有限公司、深圳市恒瑞鑫五金制品有限公司合并列示为深圳市赢一达五金制品有限公司。

2025 年，公司向前五大外协供应商的采购金额及其变动情况如下：

单位：万元

序号	供应商	采购内容	2025 年外协采购额	2024 年外协采购额	同比变动	主要变动原因
1	深圳市华科表面处理有限公司	电镀	3,608.00	1,876.51	92.27%	公司业务放量提高了对于电镀的采购需求，且电镀镀层白银等贵金属 2025 年价格上涨较高
2	深圳市杰昌精工科技有限公司 ^{注 1}	电镀	2,706.55	968.72	179.40%	1、公司业务放量提高了对于电镀的采购需求，且电镀镀层白银等贵金属 2025 年

序号	供应商	采购内容	2025 年外协采购额	2024 年外协采购额	同比变动	主要变动原因
						价格上涨较高； 2、2025 年深圳市杰昌精工科技有限公司新增产线产能有所提高，且 2025 年开始公司和该供应商合作产品类型有所增加，新增了转簧中的簧片电镀，业务合作范围变大
3	东莞市上达五金制品有限公司	冷镦、机加	2,190.86	1,690.47	29.60%	公司业务放量提高了对于机加、冷镦的采购需求
4	惠州市慧丰电子材料有限公司 ^{注 2}	电镀	1,912.59	665.76	187.28%	1、公司业务放量提高了对于电镀的采购需求，且电镀镀层白银等贵金属 2025 年价格上涨较高； 2、2024 年公司与惠州市慧丰电子材料有限公司合作主要集中在 2024 年 9 月之后
5	深圳腾邦德科技有限公司	电镀	1,294.51	753.58	71.78%	公司业务放量提高了对于电镀的采购需求，且电镀镀层白银等贵金属 2025 年价格上涨较高
合计			11,712.51	5,923.35	97.73%	-

注 1：深圳市杰昌精工科技有限公司、深圳市杰昌实业有限公司合并列示为深圳市杰昌精工科技有限公司；

注 2：惠州市慧丰电子材料有限公司、惠州市慧盈精密技术有限公司合并列示为惠州市慧丰电子材料有限公司。

如上表，公司向主要供应商的采购在 2025 年因业务放量等因素保持着持续增长，与主要供应商之间的合作稳定。

综上，在新能源汽车、储能、通信及 AI 数据中心继续保持快速发展的背景下，公司 2025 年整体经营情况和财务指标健康、良好，业务继续保持快速发展，主要财务数据及指标同比变动合理。毛利率受原材料上涨和行业降本需求影响短期承压，但公司已采取多项措施提高毛利率水平。公司主要客户和供应商稳定，随业务发展相关交易额保持快速增长。

七、请保荐人、申报会计师、发行人律师详细说明核查依据、过程，并结合对发行人最新报告期客户、供应商、业绩和资金流水的核查情况，说明是否存在异常情形

（一）核查依据与过程

1、客户核查

（1）取得报告期内发行人的主要客户清单，通过公开信息查询主要客户的基本情况 & 经营规模，了解发行人对于主要客户的获取方式、合作模式及报告期内合作情况，分析交易情况是否与客户经营相匹配；

（2）抽取报告期内发行人与主要客户间的销售单据并执行穿行测试，包括检查销售框架协议、销售订单、送货单、销售发票、物流单据、客户签收单、客户领用清单、对账单、出口报关单以及回款单据等资料，核实发行人销售业务的真实性、准确性及完整性；

（3）对报告期内发行人主要客户进行函证、实地走访，其中函证比例均在 90% 以上，走访比例均在 75% 以上；

（4）将发行人客户清单与供应商清单进行比对，检查是否存在客户供应商重叠情况及原因，相关交易是否真实、会计核算是否恰当；

（5）将发行人及其关联方与客户关键人员信息进比对，检查发行人与客户是否存在关联关系；

（6）结合报告期内发行人资金流水核查情况，确认发行人与客户不存在异常资金往来。

2、供应商核查

（1）取得报告期内发行人的主要供应商清单，通过公开信息查询主要供应商的基本情况 & 经营规模，了解发行人与主要供应商的合作模式及报告期内合作情况，分析交易情况是否与供应商经营相匹配，供应商是否具有相关从业资质；

（2）抽取报告期内发行人与主要供应商间的采购单据并执行穿行测试，包括检查采购框架协议、采购订单、供应商送货单、发票、对账单以及回款单据等资料，核实发行人采购业务的真实性、准确性及完整性；

(3) 对报告期内发行人主要供应商进行函证、实地走访，相关核查比例均在 80%以上；

(4) 将发行人及其关联方与供应商关键人员信息进行比对，检查发行人与供应商是否存在关联关系；

(5) 结合对报告期内发行人资金流水核查情况，确认发行人与供应商不存在异常资金往来。

3、业绩核查

(1) 对报告期内发行人主要客户、供应商实施函证、走访程序，确认报告期内发行人与客户、供应商间的销售、采购金额、往来余额、收付款金额的准确性与完整性；

(2) 针对报告期内发行人销售额 1,000 万元以上的客户及其关联公司，选取所有客户作为销售样本，针对 1,000 万元以下客户，各区间选取一家客户作为销售样本，并对所选样本客户的当期对账单进行检查，核对对账单金额与发行人账面收入确认金额的一致性及其是否存在跨期情况；

(3) 结合报告期内发行人员工情况，分析员工人员变动合理性、平均薪酬变动合理性；抽取报告期内发行人大额费用合同，结合合同条款与合同实际执行情况检查发行人成本费用入账的准确性与完整性及其是否存在跨期情况。

4、资金流水核查

(1) 对发行人资金管理相关内部控制进行测试，核查发行人资金管理相关的内部控制是否有效；

(2) 陪同发行人经办人员前往开户银行现场打印报告期内银行账户开户清单、银行对账单及企业信用报告，并与账面记录情况进行核对，核查是否存在异常资金往来的情形；

(3) 获取发行人实控人及其直系亲属银行流水、发行人及其子公司银行流水、发行人董事（外部董事和独立董事除外）及高管本人及其直系亲属银行流水、关键岗位人员及其直系亲属银行流水并进行全面资金流水核查，核查发行人及其上述核查流水的关联方、员工及其直系亲属与发行人主要客户、贸易商、供应商

及其股东、关联方、员工之间是否存在购销业务以外的业务或资金往来，是否存在商业贿赂、通过补偿利益方式与客户、贸易商、供应商调整销售采购价格、体外资金循环虚构收入或代垫承担成本费用的情况；

(4) 核查对发行人采购额占比较高的 5 家供应商的开户清单及全部银行流水。

(二) 核查结论

经核查，保荐人及申报会计师认为：

1、报告期内发行人与客户、供应商的交易真实、准确，与客户、供应商的销售金额、采购金额及其变动均为正常商业结果；

2、发行人业绩变动主要受终端市场需求、销售价格、原材料采购价格影响，具有合理性；

3、发行人及其关联方、董事、高管、关键岗位员工及其直系亲属等与发行人主要客户、贸易商、供应商及其股东、关联方、员工之间不存在购销业务以外的业务或资金往来，不存在商业贿赂、通过补偿利益方式与客户、贸易商、供应商调整销售采购价格、体外资金循环虚构收入或代垫承担成本费用的情况；

4、对报告期内发行人客户、供应商、业绩和资金流水的核查过程中，不存在异常情形。

中介机构核查程序及核查意见：

一、核查程序

针对发行人披露事项（1）、（2）、（3）、（4）、（5）、（6），保荐人及申报会计师进行了如下核查：

（1）获取报告期内发行人转簧、触点夹簧、扭簧各主要产品型号及对应的单价、销量、成本明细；

（2）访谈发行人销售业务负责人、财务负责人，查阅相关行业资料，了解各产品单价、销量、成本变动的具体原因，下游需求因素对各主要产品单价、销量变动的影响；

(3) 访谈发行人销售业务负责人，查阅相关行业资料，了解扭簧类产品终端客户项目需求变动的具体情况，分析报告期内该产品收入下滑原因及合理性，在招股说明书补充完善主要产品收入波动风险；

(4) 获取比亚迪各类产品的供应份额、产品单价及毛利率水平明细；

(5) 访谈发行人销售业务负责人，查阅相关行业资料，分析对比亚迪销售集中度较高且报告期内持续增长的原因及合理性，对比亚迪的议价能力、合作稳定性和业务持续性，在招股说明书完善比亚迪销售集中度较高的风险；

(6) 结合发行人销售明细表，对报告期内发行人客户进行合理分层；结合发行人报告期各期退出客户数量、新增客户数量情况，访谈销售负责人及业务人员，核实客户新增来源、客户退出原因，并具体了解发行人退出客户数量较新增客户数量占比较高且逐年上升的原因及合理性、2022-2024 年发行人客户数量增长、2025 年上半年客户数量减少了解其具体原因及合理性，发行人是否存在纠纷、质量问题等导致客户流失情况；

(7) 针对 800 万元以上核心客户，检查其框架合同及交易数据情况，确认发行人与核心客户的合作情况，层级变动的具体原因，是否影响发行人客户合作稳定性；

(8) 获取发行人 2025 年全年主要财务信息及经营状况数据，访谈发行人财务负责人，了解主要客户、供应商及变化情况，分析主要财务数据同比变动原因及合理性。

针对发行人上述披露事项，发行人律师履行了以下主要核查程序：

(1) 取得发行人主要客户清单，核查新增、注销、成立时限、工商信息及与发行人关联特征，比对客户与供应商重叠情况；

(2) 对发行人主要客户、供应商进行走访；核实合作情况、交易真实性与关联关系；

(3) 核查发行人关联方，比对关联方与客户关键人员信息，排查潜在关联关系；

(4) 查阅发行人与主要客户及供应商签署的重大合同；

(5) 访谈发行人销售业务负责人，了解客户需求变动情况及发行人与比亚迪的议价能力、合作稳定性和业务持续性；

(6) 抽查发行人部分资金流水，核查是否存在异常资金往来；

(7) 通过中国裁判文书网、中国执行信息公开网及其他政府部门网站、其他互联网公开途径进行检索，确认发行人与其主要客户及供应商不存在重大诉讼或仲裁纠纷；

(8) 查阅发行人内控制度，评估设计与执行有效性；

(9) 查阅《招股说明书》，审阅招股说明书相关风险提示内容；

(10) 查阅《审计报告》，了解发行人 2025 年全年主要财务信息及经营状况；

(11) 访谈发行人财务负责人，了解主要客户、供应商及变化情况。

二、核查意见

经核查，保荐人及申报会计师认为：

1、公司主要产品销售单价受新能源汽车降本影响有所降低，单位成本受原材料价格上涨影响，有所上升。报告期内，转簧类产品受益于新能源汽车持续增长和储能系统市场爆发，销量持续快速上升，并且持续增长动能强劲；触点夹簧类和扭簧产品销量整体保持增长，扭簧产品受下游整车厂销量变动及技术方案变更影响，2024 年销量降低，但特定场景仍具有市场空间，比亚迪最新兆瓦闪充技术即采用扭簧产品，增长潜力大；公司卷制、冠簧、劈槽、圆形浮动接触件等新产品处于快速放量或准备放量阶段。在国际国内油价持续大幅上涨的背景下及“兆瓦闪充”等新技术的推动，国内新能源汽车出口数量在 2026 年开始大幅增长，同时伴随新型储能和 AI 数据中心市场的爆发，公司业务呈现继续快速增长的趋势；

2、扭簧产品收入变动具备合理性，扭簧产品收入持续下滑的风险较小。公司转簧产品收入持续快速增加，触点夹簧 2025 年销量增长，但单价下降导致收入有所下降；公司不同新产品处于陆续起量的状态。公司不同产品收入虽有结构上的变动，但整体上仍保持持续增长的趋势；

3、公司对终端比亚迪销售集中度较高与比亚迪在终端市场份额相匹配，2025年销售集中度有所降低；对终端比亚迪销售集中度的变化预计与未来终端市场份额的变化相匹配；公司对终端比亚迪的议价能力处于主要终端客户中的较高水平；公司与比亚迪的业务稳定增长，并且具备良好的业务持续性；

4、发行人报告期各期退出客户占新增客户比例较高且逐年上升，2022-2024年客户数量增长、2025年上半年客户数量阶段性减少，仅为季节性短期波动，具有合理商业逻辑；发行人800万元以上核心客户合作稳定，无实质性流失，整体客户结构持续优化，客户合作稳定性良好；

5、在新能源汽车、储能、通信及AI数据中心继续保持快速发展的背景下，发行人2025年整体经营情况和财务指标健康、良好，业务继续保持快速发展，主要财务数据及指标同比变动合理。毛利率受铜材、镀银价格上涨和行业竞争加剧、降本需求影响短期承压，但发行人已采取多项措施提高毛利率水平。发行人主要客户和供应商稳定，随业务发展相关交易额保持快速增长。

经核查，发行人律师认为：

1、报告期内发行人与客户、供应商的交易真实、准确，与客户、供应商的销售金额、采购金额及其变动均为正常商业结果；新增主要客户与供应商均基于正常商业合作，具备合理性与真实性，相关主体与发行人及关联方无潜在关联关系及异常情况；发行人与其主要客户及供应商不存在重大诉讼或仲裁纠纷。

2、发行人报告期内主要财务数据及经营状况变动真实反映了行业发展趋势及公司实际经营情况，对报告期内发行人客户、供应商、业绩和资金流水的核查过程中，不存在异常情形。

问题 2.关于原材料采购及供应商

申请文件及审核问询回复显示：

(1) 发行人自 2024 年起自主完成部分冲压和机加工序，但报告期各期机加环节委外加工采购金额分别为 2,504.37 万元、2,662.45 万元、3,426.27 万元、2,006.83 万元，占比分别为 23.91%、25.63%、25.79%、26.70%，2024 年以来机加采购金额及占比均有增加。

(2) 发行人通过铜材锁价采购等方式减少铜材价格上涨对成本上升的影响。报告期内用锁定价格采购铜材数量占铜材采购总量比例分别为 13.45%、25.48%、33.87%、82.72%，锁价比例逐年提升。

(3) 报告期各期，发行人委外加工费占采购总额比重分别为 34.23%、35.64%、33.04%、33.42%，向前五大外协加工供应商采购集中度分别为 54.38%、64.31%、59.65%、53.13%。

(4) 发行人采购的直接材料和定制加工件主要原材料均为铜材。发行人按假设营业成本原材料比例 80%均为铜材进行敏感性分析，分析区间为 $\pm 5\%$ 、 $\pm 10\%$ 、 $\pm 20\%$ 。

请发行人披露：

(1) 在 2024 年发行人机加环节部分实现自产后相应委外采购金额及占比反而增加的原因及合理性。

请发行人说明：

(1) 签订锁价协议的主要供应商，锁价协议具体约定及实际执行是否存在偏差，覆盖的原材料范围，协议约定价格与同期市场价格差异情况，并结合产品铜材单位耗用量、原材料入库情况等量化分析锁价协议对控制原材料采购成本的有效性，与供应商相关合作机制的稳定性。

(2) 按外协加工涉及的各环节分别列示前五大供应商采购情况，分析对主要供应商的依赖程度，相关供应商合作是否稳定，发行人股东、主要管理人员等与相关供应商股东是否存在关联关系或其他利益安排。

请保荐人、申报会计师详细说明核查依据、过程，并发表明确意见，并说

明：

（1）结合报告期内各产品及定制加工件产品实际单位耗铜量说明发行人进行敏感性分析时假设 80%原材料为铜材的合理性，相关敏感性分析结果是否准确，同时结合铜价历史最大波动幅度说明是否需扩大敏感性分析区间并补充相应分析结果。

（2）对发行人外协加工供应商采购真实性的针对性核查程序、核查比例、核查依据及核查结论，并说明核查范围和样本量是否足够支撑核查意见。

发行人披露：

一、在 2024 年发行人机加环节部分实现自产后相应委外采购金额及占比反而增加的原因及合理性

报告期各期，公司外协加工环节主要包括电镀、冷镦、机加、冲压等，其中机加服务的采购额分别为 2,662.45 万元、3,426.27 万元和 5,504.48 万元，占各期外协服务总采购额的比例分别为 25.63%、25.79%和 26.67%。

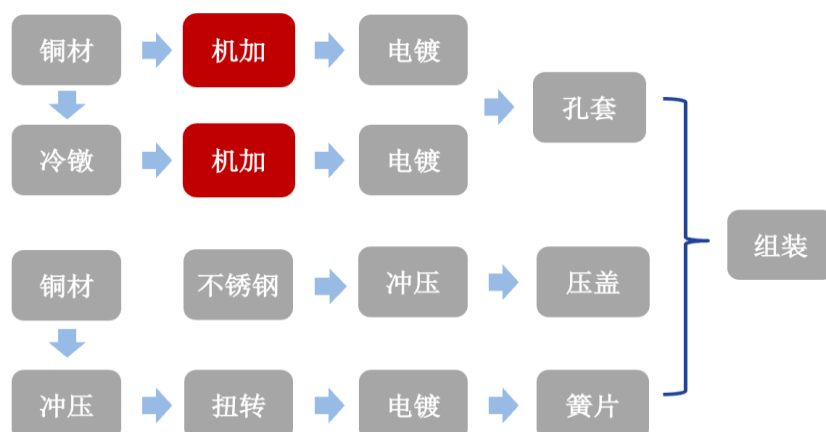
（一）2024 年公司机加服务采购额较 2023 年上升的主要原因及合理性

1、公司业务放量导致生产各环节业务量增加，提高了对于机加服务的需求

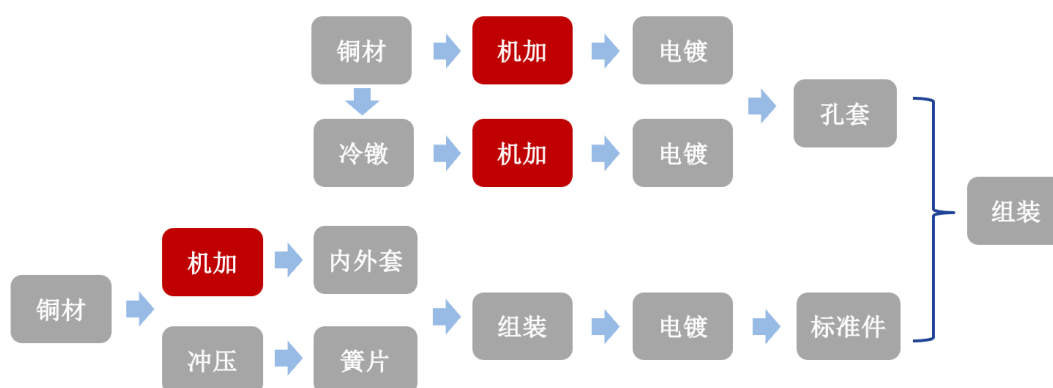
2024 年，公司整体产量较 2023 年提高 37.91%，原材料及外协采购总额较 2023 年提高 41.81%。由于机加为公司主力产品转簧、扭簧所需的必要工序，因此业务量的提高亦增加了公司对于机加工服务的需求。

转簧、扭簧涉及的机加环节如下：

图：转簧接触件生产工艺流程



图：扭簧接触件生产工艺流程



2、公司于 2024 年 5 月成立机加部主要满足急料和积累机加经验等需求，大部分机加工序仍通过委外完成

随着公司不断发展壮大，公司于 2024 年 5 月设立机加部，成立主要目的和安排如下：

（1）解决部分急料的生产需求。为了更好地服务下游客户，应对部分客户对于实效性、响应要求较高的订单需求，公司成立机加部能够有效提高生产的运转效率，缩短外协机加因运输、排单等造成的工期增加，高效应对客户高优先度的服务需求，增加客户粘性；

（2）积累自身在机加工工序的经验。公司专注于扭转、组装等核心工序自产，对于机加工等非核心工序，2024 年前全部通过委外完成。公司机加部的成立可以更好拓展公司在更多生产链条的技术经验，提高生产全链条的把控和品控

能力。

基于以上，公司机加部成立以来大部分的机加工作仍委外完成，该等安排系基于成本效益原则，专注于扭转、组装等核心工序的同时，更好满足急料加工和拓展产业全链条经验的需求。2024 年、2025 年，公司机加车间完工入库半成品的数量占当期机加入库量的比重约 15%。且公司自主进行机加的产品中，主要由外径较小的产品构成，外径较大产品等高加工费产品主要仍通过委外完成，该部分费用较高，使得公司外协机加费用随业务发展继续增加。

（二）2024 年公司机加服务采购占比较 2023 年上升的主要原因及合理性

报告期各期，公司外协采购构成如下表：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
电镀	13,042.24	63.18%	8,310.06	62.56%	6,057.56	58.31%
机加	5,504.48	26.67%	3,426.27	25.79%	2,662.45	25.63%
冷镦	1,376.06	6.67%	995.41	7.49%	879.36	8.46%
冲压	86.45	0.42%	110.65	0.83%	555.30	5.35%
铜材置换加工	301.24	1.46%	236.05	1.78%	131.75	1.27%
其他	331.55	1.61%	205.24	1.55%	102.13	0.98%
合计	20,642.01	100.00%	13,283.69	100.00%	10,388.55	100.00%

2024 年，公司机加服务采购占比由 25.63%上升至 25.79%，主要原因有：

1、机加服务的采购金额随业务增长而提高

公司业务放量，且公司大部分机加工作仍通过委外完成，导致外协机加服务的采购金额提高，请见本题“一、在 2024 年发行人机加环节部分实现自产后相应委外采购金额及占比反而增加的原因及合理性”之“（一）2024 年公司机加服务采购额较 2023 年上升的主要原因及合理性”分析。

2、冲压大部分转为自产，冲压服务采购额及占比降低

2024 年 1 月，公司成立冲压部，将原委外完成的冲压大部分转为自产，公司外协冲压服务的采购金额由 2023 年的 555.30 万元降至 2024 年的 110.65 万元，对应采购占比由 2023 年的 5.35%降至 2024 年的 0.83%，进而使得机加服务采购

占比有所提高。

因此，2024 年公司机加服务采购占比提升主要系由于业务放量，同时大部分机加工作仍通过委外完成，以及冲压采购占比降低，具备合理性。

综上，由于报告期内公司业务持续放量提高了对于机加工的服务需求，且基于公司的机加部战略定位，2024 年公司机加的自产产能相对有限，大部分工作仍委外进行，同时公司 2024 年随着冲压部的成立，相关冲压外协服务采购占比大幅降低，2024 年公司机加服务采购金额及占外协的比重较 2023 年均有所上升。

中介机构核查程序及核查意见：

一、核查程序

针对发行人披露事项，保荐人及申报会计师进行了如下核查：

获取发行人采购明细表，访谈发行人制造总监，了解发行人成立机加部的目的和机加部的核心角色，了解发行人外协机加服务的金额、占比及相关数据的变动趋势及变动原因；

二、核查意见

针对发行人披露事项，保荐人及申报会计师认为：

在 2024 年发行人机加环节部分实现自产后相应委外采购金额及占比反而增加主要系机加环节部分实现自产主要为更好满足急料加工和拓展产业全链条经验的需求，发行人因业务放量、基于业务安排将大部分机加工序仍委外完成所致，具备一定的商业合理性。

问题 3.关于毛利率下滑风险

申请文件及审核问询回复显示：

（1）报告期内发行人毛利率逐年下滑，发行人称各类产品毛利率波动主要受产品销售结构变化、原材料价格上涨及产品价格调整的影响。

（2）报告期各期末，发行人原材料存货账面余额分别为 2,384.97 万元、3,469.49 万元、3,788.53 万元、3,700.88 万元，相应存货跌价准备计提金额分别为 89.96 万元、186.91 万元、388.82 万元、308.13 万元。

（3）2025 年底开始，发行人与主要客户沟通确定产品调价机制，以涨跌额在 3000 元/吨或 5000 元/吨（根据与不同客户的商业谈判情况确定）以上为原则进行销售价格调整。目前发行人已与主要客户中航光电、永贵电器、立讯精密、宁波高松、沃尔新能源、瑞可达等确定产品价格调整方案，相关客户报告期各期收入占公司营业收入比例超过 50%，比亚迪、天海电器等客户仍在持续沟通中。

请发行人披露：

（1）结合发行人 2025 年全年及 2026 年一季度毛利率情况、2025 年以来主要原材料市场价格走势及所处周期位置、发行人对下游客户的议价能力、市场竞争情况、募投项目投产后对市场供需结构的影响等因素，进一步分析发行人主要产品价格及毛利率未来变动趋势，是否存在毛利率和业绩大幅下滑的风险，并完善相关风险提示。

（2）结合报告期各期铜价波动情况、原材料入库成本及可变现净值等情况，说明发行人原材料存货跌价准备计提的充分性。

请发行人说明：

（1）结合发行人与主要客户确定的调价机制约定期限、不同客户约定的具体调价触发条件及对应采购量、订单覆盖比例、铜材价格近期变动幅度等情况说明相关调价机制有效性。

请保荐人、申报会计师详细说明核查依据、过程，并发表明确意见。

发行人披露：

一、结合发行人 2025 年全年及 2026 年一季度毛利率情况、2025 年以来主要原材料市场价格走势及所处周期位置、发行人对下游客户的议价能力、市场竞争情况、募投项目投产后对市场供需结构的影响等因素，进一步分析发行人主要产品价格及毛利率未来变动趋势，是否存在毛利率和业绩大幅下滑的风险，并完善相关风险提示

（一）公司 2025 年及 2026 年一季度毛利率情况

1、2025 年毛利率变动情况及合理性

2023 年至 2025 年，公司主营业务毛利率为 42.82%、38.68%和 26.69%，2024 年及 2025 年，受下游新能源汽车竞争加剧、降本趋势及公司主要原材料铜材、电镀材料白银价格上涨等因素的影响，公司产品单价呈现下降趋势，同时产品成本有所上升，综合导致毛利率逐年下降。从同行业可比公司毛利率变动情况来看，同行业可比公司 2025 年毛利率亦均较 2024 年有所下降，与公司变动趋势相符。2025 年，同行业可比公司可比业务板块毛利率与公司毛利率变动情况如下：

公司名称	2025年	2024年	同比变动
中航光电	31.72%	39.37%	-7.65%
电连技术	35.39%	39.35%	-3.96%
瑞可达	22.02%	22.49%	-0.47%
永贵电器	11.48%	19.25%	-7.77%
维峰电子	40.68%	44.67%	-3.99%
平均	28.26%	33.03%	-4.77%

由上表可见，2024-2025 年度，公司毛利率变动趋势与同行业可比公司及主要新能源汽车整车厂基本一致，均受到行业竞争加剧、原材料价格上涨等因素的共同影响，毛利率普遍承压。公司毛利率下降幅度相对更大，主要系由于一方面公司产品与同行业可比公司应用领域存在一定差异，目前公司产品应用领域主要集中在新能源汽车领域，受新能源汽车行业降本影响较大；另一方面公司产品与同行业可比公司存在一定差异，同行业可比公司为连接器厂商，连接器主要部件除接触件外，还包括塑胶壳体、绝缘体等，而公司专注于高压大电流连接器接触件，产品主要原材料为铜材、产品电镀环节主要原材料为白银，公司产品成本受

铜材和白银价格变动影响相对更大。

2、2026 年一季度毛利率情况

2026 年第一季度，公司主营业务毛利率为 19.56%，较 2025 年进一步下降，主要系：（1）在产品价格端，公司虽然自 2025 年第四季度开始陆续与主要客户沟通产品调价，确定产品与原材料价格联动的调价机制，但相关调价谈判需一定的时间，且调价成果体现在公司新签订单及收入确认上存在一定的滞后性；（2）在产品成本端，基于铜材和白银市场价格分别在 2026 年 2 月和 2026 年 1 月底达到近三十年的历史最高价，公司采购价格变化及成本结转存在一定的滞后性，因此公司产品成本在 2026 年 3 月达到高峰。以上因素综合导致 2026 年第一季度，公司毛利率较 2025 年仍有所下滑。

3、2026 年第二季度及全年毛利率情况预计

虽然 2025 年及 2026 年第一季度公司毛利率持续下滑，但公司已采取一系列应对措施进行应对，结合铜材及银的市场价格变动情况、公司与客户沟通的调价机制落地、以及公司新产品、新应用领域的扩展，公司 2026 年 4 月起毛利率已企稳回升。2026 年 4 月，公司主营业务毛利率达 21.42%，5 月主营业务毛利率达 23.11%，且预计 6 月毛利率将继续修复。2026 年第二季度及 2026 年全年毛利率较 2026 年第一季度持续下滑的风险较小。关于公司未来毛利率变动的具体分析如下：

（1）在产品价格端，公司已积极与主要客户沟通铜/银价格联动的调价机制，相关调价机制的陆续落地带来了新签订单价格的上涨，并将进一步带来收入确认端价格的上涨。截至 2026 年 5 月末，公司主要客户均已实现了调价。截至 2026 年 5 月底，调价订单占当月新签订单的覆盖比例已达 88.11%，涨价订单的高比例覆盖为公司产品销售价格提升、毛利率稳定带来了有力保证。

（2）在原材料采购价格及产品成本端，铜、白银价格自 2025 年起大幅上涨，但铜材价格在 2026 年 2 月初达到价格最高峰后，目前整体维持在高位震荡；银价格在 2026 年 1 月底达到价格最高峰后价格已大幅回落。铜材作为公司产品主要原材料、白银作为公司产品委外电镀工序主要材料，相关价格的变动对公司产品成本影响较大。在经历 2025 年及 2026 年初铜、白银价格大幅上涨后，目前铜

材价格整体处于高位震荡，未出现进一步大幅波动，银价格较 2026 年 1 月末 3.04 万元/千克已大幅回落约 40%。基于白银价格自 2026 年 2 月开始大幅回落，公司电镀银采购价格将有所下降，相应将为公司 2026 年第二季度毛利率带来一定的提升。铜、白银价格的企稳、回落为公司后续成本的稳定提供了有力支撑，在公司已与主要客户确定调价机制的情况下，公司成本端压力有所减少，为毛利率稳定提供了支撑。

（3）在新产品方面，公司持续研发创新并推出新产品。以迅速起量的卷制接触件产品为例，公司自 2024 年起向中航光电、瑞可达等客户批量供货。2025 年卷制产品开始迅速起量，收入分别为 1,962.96 万元，占主营业务收入的比例为 2.61%，毛利率为*。2026 年第一季度，卷制产品收入为 1,120.74 万元，占主营业务收入的比例为 7.49%，毛利率为*。公司预计 2026 年第二季度卷制产品收入占比将进一步提升至 9%，较第一季度提升 1.5 个百分点。假设卷制产品 2026 年第二季度毛利率与 2026 年第一季度一致，且其他产品毛利率与 2026 年第一季度保持一致，则仅卷制产品的收入占比提升将为公司 2026 年第二季度毛利率相较第一季度带来 0.6 个百分点的提升，并随着未来其进一步放量，将进一步带来公司毛利率的提升。

整体来看，2026 年第二季度铜材价格呈现震荡，白银价格已大幅回调，公司成本端压力减少；公司已与主要客户确定产品价格与铜、银价格的联动调价机制，产品价格已开始上涨；公司卷制等毛利率较高的新产品亦已快速起量。以上因素已带动公司 2026 年 4 月、5 月毛利率企稳回升，预计 2026 年第二季度及 2026 年全年毛利率较 2026 年第一季度下降的风险较小。

（二）2025 年以来主要原材料及电镀材料市场价格走势及所处周期位置

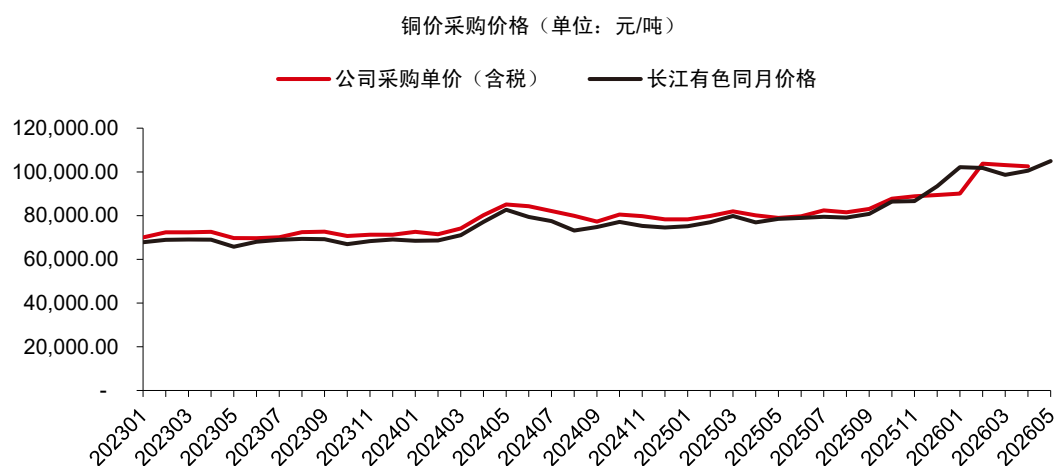
公司产品主要原材料为铜，同时委外电镀环节主要使用白银，因此，铜材、白银的价格变动直接影响公司直接材料及委外加工成本。从铜材、白银成本占主营业务成本的比例来看，其成本占比均较大，其中铜材占比高于白银占比，铜材、白银价格的变动均会对主营业务成本、毛利率造成影响，但整体来看，若铜材、白银价格同比例上涨，铜材价格上涨对主营业务成本、毛利率的影响比例将高于白银价格上涨带来的影响。2025 年以来，铜材、白银价格持续上涨，铜材价格

在 2026 年 2 月初达到最高峰后整体处于高位震荡，白银价格在 2026 年 1 月底达到最高峰后价格已有所回落，截至 5 月底白银价格已回落约 40%。

1、铜材价格变动情况分析

（1）铜材价格走势、所处周期位置

2025 年以来，公司铜材采购价格与市场价格的变动趋势如下：



数据来源：wind

2025 年以来，铜材价格呈现持续上涨的趋势，但在 2026 年 2 月 4 日铜材价格达到历史最高峰 105,060 元/吨后，价格整体维持在高位震荡，未出现进一步大幅上涨。

2025 年以来铜材价格整体持续上涨，但在 2026 年 2 月 4 日价格达到历史最高点后整体维持在高位震荡。铜材为大宗商品，其价格受到全球宏观经济、美元指数、地缘政治及供需关系等多重因素影响。2025 年，铜材供应商端受到智利等地的铜矿减产、停产带来的供应减少影响，需求端受新能源、AI 数据中心等新兴领域快速发展带来的需求上涨，同时叠加美联储降息及美元指数走弱、美国关税政策引发全球铜库存向美国集中，铜材呈现结构性库存短缺等因素的影响，导致铜材价格持续攀升。2026 年初，库存层面全球铜库存处于高位，且中东局势升级引发油价飙升和通胀担忧，市场对降息预期降温，避险情绪导致资金撤离，以上因素综合导致铜材价格 2026 年 2 月起有所回落。2026 年 4 月起，随着中东局势有所缓和，且铜材供应商呈现减产情况、需求端受新能源、AI 数据中心等新兴领域带动仍保持强劲，带动铜材价格有所回升。整体来看，受供需影响，铜

材价格呈现高位震荡走势。

（2）公司铜材采购价格变动情况

公司铜材采购价格主要按“标准铜价+加工费+运输费”的定价模式，其中标准铜材参考当日长江有色金属网现货铜价格确定。同时，基于铜材价格波动，公司亦采取锁价采购的方式进行一定的应对。基于铜材采购模式，公司铜材采购价格变动与市场参考价格的变动趋势基本一致，但价格变动存在一定的滞后性，铜材市场价格在 2026 年 2 月初达到历史最高峰，但公司铜材采购价格在 3 月才达到最高峰。从铜材市场价格变化来看，2026 年 2 月起价格维持在高位震荡，未出现进一步大幅上涨；基于铜材采购价格变动的滞后性，公司铜材采购价格从 4 月起价格会同步维持高位震荡。

铜材价格的波动直接影响到公司产品成本，公司一方面通过锁铜采购的方式应对铜材价格短期剧烈上涨带来的影响，另一方面也通过和客户确定铜/银价格联动的销售价格调价机制将原材料价格波动带来的影响有效传导至下游。随着公司与客户调价机制的陆续落地，公司预计未来毛利率将逐渐企稳。

2、白银价格变动情况分析

（1）白银价格走势、所处周期位置

2025 年以来，白银市场价格变动情况如下：



数据来源：wind

由上表可见，2025 年全年白银的价格持续上涨，第四季度呈现大幅上涨，但白银价格在 2026 年 1 月底到价格巅峰 3.04 万元/千克后，亦呈现大幅回调，截

至 2026 年 5 月末价格已回落约 40%。

2025 年，受宏观经济美联储降息、需求端光伏、电子需求爆发等因素影响，白银价格大幅上涨；但白银价格在 2026 年 1 月达到历史巅峰后，呈现回调趋势。整体来看，白银价格短期内将保持一定的震荡修复。

（2）公司电镀银采购价格变动情况

公司产品规格型号众多，不同产品对电镀银的面积、厚度等要求均存在差异，整体来看，公司产品电镀厚度分为 AG0.5~AG8 几个等级，分别对应不同的微米级电镀厚度。其中 AG1、AG3 及 AG5 产品占比较高。2025 年以来，以上三类电镀等级产品的电镀采购单价不断走高，随后于 2026 年 2 月-3 月达到最高峰后有所回落。

由上表可见，公司电镀银采购价格与白银市场价格变动基本一致，2025 年以来持续上涨，但基于采购入库价格随市场价格变动存在一定的滞后性，公司电镀银采购价格于 2026 年 2 月-3 月达到高峰，随后有所下降。未来随着白银价格持续回落或企稳，公司电镀采购价格将随之变动。随着销售价格调价机制将铜、银价格波动带来的影响有效传导至下游，公司预计未来毛利率将逐渐企稳。

（三）公司对下游客户的议价能力、市场竞争情况

1、公司产品市场竞争情况及公司的行业地位

公司是行业内领先的高压大电流连接系统接触件解决方案提供商，专注于高压大电流连接系统接触件的研发、生产与销售，构建了涵盖新能源汽车、储能、通信及 AI 数据中心等领域的产品矩阵。目前，市场上高压大电流连接系统接触件的生产厂商以连接器厂商为主，连接器厂商自主生产接触件并用于自身连接器产品的生产。公司是市场上较早，也是少数专门从事高压大电流连接系统接触件研发、生产和销售的企业，已成为高压大电流连接系统接触件技术的行业引领者。

根据弗若斯特沙利文统计，公司在 2025 年国内新能源汽车领域高压大电流连接器接触件行业中市场份额约为 8%，在专业接触件生产厂商中，公司排名市场第一。公司以充电口为切入口，率先建立领先的市场地位。同时，公司将在充电口领域积累的优势延伸至新能源汽车三电系统、储能、通信及 AI 数据中心领域。公司在专业接触件生产厂商中领先的市场地位离不开公司长期以来对接触件

产品的专注、持续研发创新带来的产品优势及与行业优质客户形成了良好的合作互动，公司将持续力争在市场维持领先优势，且相关优势亦为公司的议价能力提供了良好的支持。

2、公司的议价能力

公司专注于高压大电流连接系统接触件的研发、生产与销售，经过多年发展，已在该市场具有领先的市场地位。作为专业的高压大电流连接系统接触件提供商，公司市场占有率不断提升，已与头部连接器厂商保持了稳定的合作，并深度参与其新产品开发与技术迭代，为其提供定制化产品。因此，公司已在行业形成了相对稳定的地位，亦形成了一定的议价能力。

2024 年起，受铜材价格不断上涨的影响，公司成本端承压，下游新能源汽车的降本影响也导致公司价格有所下降，但公司整体保持了良好的毛利率水平。在 2025 年铜材、白银价格涨幅较大的情况下，公司于 2025 年第四季度开始积极与主要客户沟通产品调价。截至本回复出具日，公司已与主要客户确定了产品价格调整方案，相关客户 2025 年度收入占公司营业收入比例超过 70%。相关客户调价方案的落地体现了客户对公司产品及行业地位的认可，系公司议价能力的体现。同时，随着调价方案在 2026 年的陆续落地，公司能有效减少铜材、白银价格大幅上涨带来的产品成本端压力，为公司毛利率的稳定提供有力支撑。

客户同意涨价的主要考虑因素如下：

(1) 铜、银占公司成本比重高，且价格突破历史高位，已大幅增加公司的成本

铜材与白银分别作为公司核心原材料和电镀材料，占主营业务成本的比例较高，其价格波动直接且显著影响产品成本。2025 年以来，铜材价格持续上涨并于 2026 年 2 月达到历史最高峰 105,060 元/吨，白银价格亦于 2026 年 1 月底达到历史巅峰 3.04 万元/千克，上述原材料价格涨幅突破历史极值，超出公司在正常经营条件下通过内部管理措施可对冲的价格波动区间。铜银价格上涨受全球宏观环境、地缘政治及供需关系等不可控因素影响，系行业需要共同面对的外部市场冲击。这一客观事实构成公司与客户沟通价格调整方案的重要基础。

(2) 公司的系统性优势确立了公司作为行业核心供应商不可替代的商业价值

公司的核心竞争力根植于“产品创新、工艺创新、领域创新”三位一体的技术创新体系。凭借该体系，公司能够面向整个高压大电流连接系统行业，更快地批量供应更具创新性的高性价比接触件产品。这一系统性优势，确立了公司作为行业核心供应商不可替代的核心商业价值。

(3) 替换供应商面临交付、质量及使用可靠性方面的多维度风险

其他供应商替换主力供应商面临诸多测试认证与验证，涉及变更和终端认可，会面临交付、质量及使用可靠性方面的多维度风险。

因此，基于成本客观上涨、公司不可替代性及替换风险的综合权衡，因此公司与主要客户均成功实现价格的上涨。

3、下游新能源汽车市场竞争情况

报告期内，公司主要应用领域新能源汽车市场整体竞争较为激烈，下游整车厂竞争加剧导致价格持续下降，并将降价相关压力传导到上游供应商。但经历几年的市场竞争，当前新能源汽车市场已从“增量竞争”转向“存量博弈”，头部集中、新势力分化、技术跨界融合成为核心特征。

针对新能源汽车行业“内卷式”竞争，2026年2月12日，国家市场监督管理总局发布《汽车行业价格行为合规指南》，以贯彻落实国务院关于整治“内卷式”竞争决策部署，进一步规范汽车行业价格行为，促进汽车市场健康有序发展。2026年3月30日，国家市场监督管理总局发布关于进一步贯彻实施《中华人民共和国反不正当竞争法》的通知。通知提出，综合运用各类反不正当竞争措施，着力防治新能源汽车等重点行业和领域“内卷式”竞争。

在上述产业及政策背景下，未来新能源汽车行业竞争焦点预计将从“价格”转向“技术、品牌、服务”，新能源车企通过“价值升级”而非“价格降级”抢占市场，消费者也将从“唯价格论”转向“性价比+体验”综合考量。

综合以上因素，从长期来看，预计未来新能源汽车价格持续大幅下降的可能性较低。这一趋势为上游零部件供应商提供了更稳定的价格预期与合作空间。预

计新能源汽车上游受到产品持续降价的压力将减少，公司有望在技术协同、定制化交付与长期合作中获得更合理的议价能力，从而支撑毛利率企稳回升。

4、公司产品价格变动趋势

从以上分析可见，公司凭借多年专注于对高压大电流连接器市场，已形成领先的市场地位及拥有稳定的客户资源，同时产品主要下游应用新能源汽车市场竞争预计将转向“价值升级”，以上均为公司产品价格企稳提供了良好的支撑。此外，公司亦已从 2025 年第四季度开始陆续与主要客户沟通确定调价方案，相关价格在公司与客户的新签订单及收入确认中陆续体现。2025 年 10 月至 2026 年 5 月，随着公司与客户沟通价格调整机制的陆续落地，公司新签订单中涨价物料订单占比逐渐提升，由于调价订单签订晚于铜、银价变动时间，以及新签订单的生产及交付结算有一定周期，铜、银价联动的调价机制对毛利率的影响存在约 1~2 个月的滞后，随着上述调价订单的逐步实现销售，公司 2026 年 4 月主营业务毛利率已达到 21.42%，2026 年 5 月主营业务毛利率已达到 23.11%，较 2026 年第一季度的 19.56%增长了 3.55 个百分点，预计 2026 年 6 月将继续修复。因此，公司 2026 年第二季度毛利率将较 2026 年第一季度有所上涨。

（四）募投项目投产后对市场供需结构的影响

1、扩产募投项目建设必要性

2023 年至 2025 年，公司产能利用率为 94.18%、93.10%及 95.78%。公司近年来产能利用率较高，主要系下游新能源汽车、储能、AI 数据中心等市场景气度较高，公司产品性能优良，持续为下游客户提供优质产品与服务，订单需求大幅增长，公司基本保持满产状态。基于公司现有的产能瓶颈及下游市场的快速发展，公司亟需项目建设扩产，以突破现有产能瓶颈，满足持续增长的下市场需求。在此背景下，公司合理设计了募投项目，其中涉及产能扩大的募投项目为尼索科总部基地项目及尼索科冲压接触件及铜铝排产品生产建设项目。

2、扩产募投项目达产后新增产能情况

总部基地建设项目计划新建连接器接触件产品及相关零部件产能，其中产品主要有转簧、触点夹簧、扭簧、插针、冠簧、接触件模组、卷制以及铜铝排等其他接触件产品。该项目总投资 6.75 亿元，建设期 3 年，预计达产后将新增总产

能 11,750 万个/年，新增年收入 6.74 亿元。

冲压接触件及铜铝排产品生产建设项目在产品方面主要为冲压卷制接触件、CGDS 技术工艺产品及铜铝排产品，配备专业 CGDS 技术自动化设备，建设规模化铜铝排生产线，形成批量生产能力。该项目总投资 1.18 亿元，建设期 2 年，预计达产后将新增总产能 3,300 万个/年，新增年收入 1.18 亿元。

综上，公司募投项目建设完成并达产后将增加连接器接触件年产能 15,050 万个，以突破公司目前的产能瓶颈并满足快速发展的下游市场需求。

3、扩产募投项目达产后对市场供需结构的影响

(1) 公司产品应用领域市场规模发展情况

公司专注于高压大电流连接器的研发、生产及销售，产品应用于新能源汽车、储能、通信及 AI 数据中心等领域。相关领域高压大电流连接器市场规模发展情况如下：

在新能源汽车领域，随着新能源汽车技术发展进步和新能源汽车的智能化、轻量化、高压化程度提升，消费者对新能源汽车接受度快速提升，新能源汽车渗透率持续提高。根据弗若斯特沙利文的统计，中国新能源汽车产量从 2020 年的 136.6 万辆上涨至 2025 年的 1,662.6 万辆，预计 2029 年中国新能源汽车产量将增长至 2,407.7 万辆。“双碳”目标和技术创新推动下，新能源汽车的渗透率还将进一步提升，新能源汽车产销量增长将直接拉动新能源汽车高压大电流连接器接触件的市场需求增长。

据弗若斯特沙利文的统计，2025 年中国新能源汽车高压大电流连接器接触件市场规模为 80.2 亿元，预计 2029 年中国新能源汽车高压大电流连接器接触件市场规模为 110.5 亿元，2026 年至 2029 年复合增长率达到 7.6%。

在储能、通信及 AI 数据中心市场，根据弗若斯特沙利文统计，2025 年中国储能领域连接器接触件市场规模为 15.3 亿元，预计 2029 年该市场规模达 79.7 亿元，2026 年至 2029 年复合增长率达到 59.1%；2025 年中国通信及 AI 数据中心高压大电流连接器接触件市场规模达 8.1 亿元，预计 2029 年该市场规模达 33.2 亿元，2026 年至 2029 年复合增长率达到 31.3%。

市场规模的快速增长将推动接触件专业化分工趋势更加明显，连接器厂商将更倾向于向专业接触件厂商直接采购接触件。公司凭借本次募投项目投产将进一步形成规模优势，并满足快速增长的市场需求。

（2）募投项目投产后对市场供需的影响

新能源汽车市场预计将持续发展，并带动新能源汽车高压大电流连接器接触件市场规模持续增长，同时储能、AI 数据中心市场的快速发展将进一步带动高压大电流连接器接触件市场规模。

公司募投项目预计达产后新增年产能为 15,050 万个，较 2025 年产量 17,698 万个增长率为 85%，若公司未来无其他扩产计划，则 2025 年至 2029 年年复合增长率为 16.64%，以上增长率低于储能、AI 数据中心的市场规模增长率。考虑到公司将通过研发、专业化、精细化生产进一步提高在新能源汽车、储能、通信及 AI 数据中心市场的市场占有率，募投项目建设完成且达产后，公司达产后将新增收入 7.92 亿元，占 2029 年中国相关市场高压大电流连接器接触件市场规模的比例仅为 2.93%。由此可见，募投项目达产后虽然公司市场占有率将有所提升，但预计不会对市场供需情况产生较大影响，且将提高公司的产能以满足快速发展的下游市场需求。

（3）募投项目投产后对公司毛利率影响

由以上分析可见，公司募投项目为公司有效匹配下游高增长需求，提升产品交付能力，不会对市场供需产生冲击影响，预计不会对公司产品价格及毛利率产生负面影响。且募投项目的投产伴随着新能源汽车、储能、通信及 AI 数据中心等领域需求持续放量，募投项目的投产将为公司收入规模增长及业绩增长提供坚实支撑。

（五）公司主要产品价格及毛利率未来变动趋势，是否存在毛利率和业绩大幅下滑的风险，并完善相关风险提示

结合上述分析，报告期内，公司产品受下游主要应用市场新能源汽车降本的影响，价格有所下降；同时，受铜材、白银价格上涨等因素的影响，公司产品成本有所上升，综合导致公司产品毛利率报告期内有所下降。且受销售价格随调价制定落地变动、成本随铜材、白银等市场价格变动存在一定的滞后性影响，公司

2026 年第一季度毛利率较 2025 年仍存在一定的下降。

但从公司对毛利率下滑的应对措施、公司市场竞争及行业地位、下游市场竞争及发展情况、铜银价格变动及周期情况、募投项目未来投产情况等因素综合分析，公司 2026 年 4 月及 5 月毛利率已企稳上涨，预计 2026 年第二季度及全年毛利率亦将企稳，未来产品价格进一步下降、毛利率及业绩进一步大幅下滑的风险整体较小。公司产品价格及毛利率未来变动趋势分析参见本题回复之“发行人披露”之“一、（一）、3、2026 年第二季度及全年毛利率情况预计”部分的说明。

公司在招股书“第三节风险因素”之“一、与公司相关的风险”之“（四）财务风险”之“1、毛利率下滑的风险”对毛利率下滑的风险进行了补充披露，具体如下：

“1、毛利率下滑的风险

公司通过持续的技术创新、工艺创新，不仅显著提升了自身的研发实力和生产工艺水平，降低了生产成本，而且通过结构设计等方面的突破性创新，为下游连接器厂商优化生产工艺提供了技术支持，公司的持续创新**为公司保持良好的毛利率水平提供了有力支持**。报告期内，公司主营业务毛利率分别为 42.82%、38.68%和 **26.69%**，**呈现下滑趋势，主要系受下游新能源汽车行业竞争加剧、降本趋势及铜银价格上涨等因素影响所致**。若未来出现市场竞争进一步加剧、下游新能源汽车行业需求增长放缓、公司新产品开发和迭代速度放缓、产品价格及原材料采购价格发生重大不利变化、上下游行业供需情况发生重大不利变化、与客户价格条款发生重大不利变化等负面情形，则公司毛利率存在**进一步下降**的风险，将对公司的经营业绩造成不利影响。”

二、结合报告期各期铜价波动情况、原材料入库成本及可变现净值等情况，说明发行人原材料存货跌价准备计提的充分性

（一）报告期各期铜价波动情况、原材料入库成本及可变现净值等情况

报告期内，公司采购原材料情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比

项目		2025 年度		2024 年度		2023 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
铜材	紫铜	19,866.47	51.64%	12,729.89	47.44%	8,396.67	46.90%
	铜合金	4,460.29	11.59%	3,331.49	12.42%	2,341.39	13.08%
铜材小计		24,326.76	63.23%	16,061.37	59.86%	10,738.06	59.98%
定制加工件	孔套类	8,050.81	20.93%	6,932.33	25.84%	5,124.96	28.63%
	簧片类	537.25	1.40%	-	-	274.90	1.54%
	铜排、线耳类	1,256.46	3.27%	744.95	2.78%	88.53	0.49%
	压盖类	391.71	1.02%	377.57	1.41%	283.58	1.58%
	插针、插孔类	806.14	2.10%	308.10	1.15%	304.34	1.70%
定制加工件小计		11,042.37	28.70%	8,362.96	31.17%	6,076.31	33.94%
其他		3,101.66	8.06%	2,407.92	8.97%	1,087.62	6.08%
合计		38,470.79	100.00%	26,832.25	100.00%	17,901.99	100.00%

1、报告期各期铜价波动情况、铜材原材料入库成本情况

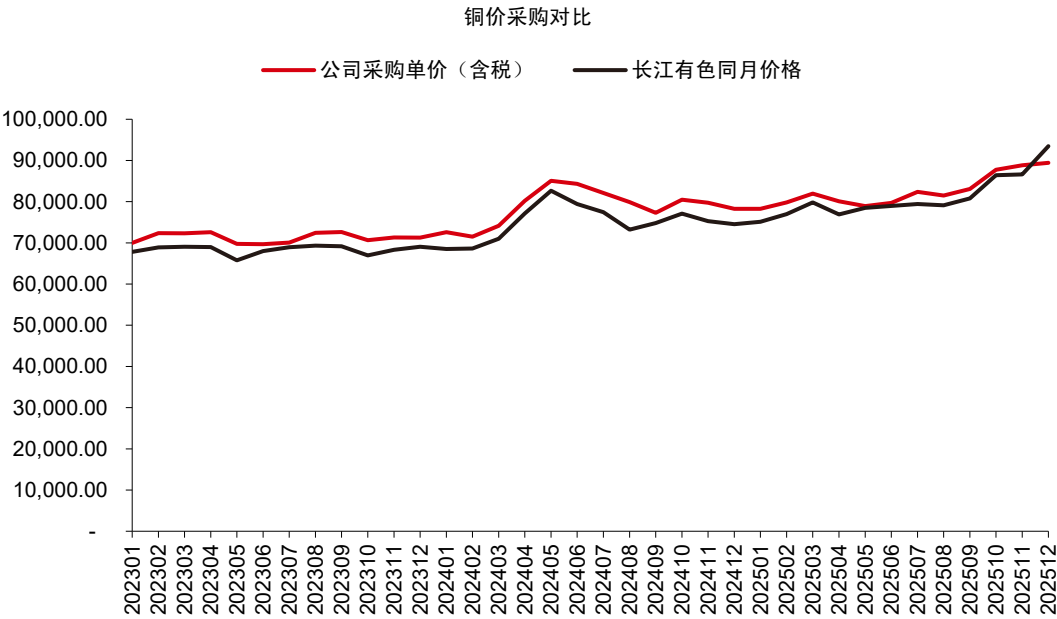
报告期内，公司铜材的采购以紫铜为主，单价变动情况如下：

单位：元/千克

材料类型	2025 年度		2024 年度		2023 年度
	单价	变动率	单价	变动率	单价
紫铜	73.28	4.52%	70.11	11.43%	62.92

公司铜材采购价格主要按“标准铜价+加工费+运输费”的定价模式，其中标准铜材参考当日长江有色金属网现货铜价格确定。铜材作为大宗商品，市场成熟，价格透明，公司平均采购价格变动与市场参考价格的变动趋势基本一致，价差亦基本保持稳定。报告期内，公司采购紫铜价格与市场价格对比情况具体如下：

紫铜采购价格与市场价格比对图（单位：元/吨）



数据来源：wind

如上表所示，紫铜市场价格持续上涨，公司采购的铜材价格也不断上涨。

2、定制加工件原材料入库成本情况

公司采购的定制加工件的产品具有定制化的特点，产品的种类、规格及产品工艺需求不同，采购价格主要按“材料成本+加工费用”的定价模式。报告期内，定制加工件的采购以孔套类采购为主，具体单价变化情况如下：

单位：元/个

材料类型	2025 年度		2024 年度		2023 年度
	单价	变动率	单价	变动率	单价
孔套类	1.06	6.79%	0.99	-0.88%	1.00

2024 年，公司采购孔套类产品的价格相比 2023 年总体保持稳定。2025 年由于铜价持续上涨，公司采购孔套类定制加工件的平均单价有所提升。

3、原材料可变现净值情况

公司对原材料可变现净值确认如下：

存货类别	细分类别	可变现净值的确认依据和计算过程
原材料	未经加工的铜材、五金件、辅料包材配件等	不计提存货跌价准备。①未经加工的铜材由于具备长期使用、长期存放的特点，长期存放不影响其产品的质量，且铜材流通性好，报告期内其市场价格呈上升趋势，其亦可对外销售，因此不存在减值迹象。②

存货类别	细分类别	可变现净值的确认依据和计算过程
		五金件、辅料包材价格较为稳定且可长时间存放和使用，公司保留一定的五金件、辅料包材等便于生产过程中随时进行设备维修等使用，不存在减值迹象。
	经过加工的定制件半成品	①库龄 6 个月以内的：对经过加工的定制件半成品以在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值，按照成本与可变现净值孰低原则进行比较计提跌价准备；②对库龄在 6 个月-1 年的存货，公司基于产品的滞销风险，结合产品市场情况及历史经验，存货跌价准备计提比例为 10%；③对库龄在 1-2 年的存货，公司基于对应汽车型号已步入中后期，产品滞销风险显著增加，存货跌价准备计提比例为 50%；④对库龄在 2 年以上的存货，产品滞销风险大幅增加，公司根据历史废品回收价格情况，存货跌价准备计提比例为 70%

（二）原材料存货跌价准备计提的充分性

1、按不同类别原材料存货跌价准备计提情况

公司原材料主要分为未经加工的铜材、辅料包材配件等及定制加工件，报告期内各期末产品类别的存货余额及存货跌价准备计提情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 12 月 31 日			
	存货余额	存货占比	存货跌价准备	存货跌价准备比例
未经加工的铜材	1,268.92	27.93%	-	-
定制加工件	3,160.57	69.57%	302.67	9.58%
辅料包材配件等	113.43	2.50%	-	-
合计	4,542.92	100.00%	302.67	6.66%

（续上表）

项目	2024 年 12 月 31 日			
	存货余额	存货占比	存货跌价准备	存货跌价准备比例
未经加工的铜材	809.11	21.36%	-	-
定制加工件	2,866.55	75.66%	388.82	13.56%
辅料包材配件等	112.87	2.98%	-	-
合计	3,788.53	100.00%	388.82	10.26%

（续上表）

项目	2023 年 12 月 31 日			
	存货余额	存货占比	存货跌价准备	存货跌价准备比例
未经加工的铜材	668.57	19.27%	-	-
定制加工件	2,769.79	79.83%	186.91	6.75%
辅料包材配件等	31.13	0.90%	-	-
合计	3,469.49	100.00%	186.91	5.39%

如上表所示，存货中主要为未经加工的铜材及定制加工件，各期的原材料存货结构较为稳定。

2、未经加工的铜材未计提存货跌价的合理性

对于未经加工的铜材，公司未计提存货跌价准备，主要系：（1）对于未经加工的铜材，公司可用于生产多种不同类别的产品，且报告期内公司产品存在一定的毛利率，因此该部分存货不存在减值迹象；（2）铜材具有通用性较强，且可长期使用、长期存放、不易变质等特点，长库龄的铜材并不影响公司的产品质量，因此不存在减值迹象；（3）铜材市场价格持续上涨，公司期末持有的铜材成本与近期市场价格比较不存在减值情形。

上市公司中，亦存在其他铜材未计提存货跌价准备的案例：

公司名称	存货跌价计提政策
江南新材（603124）	库龄 1 年以上的原材料主要系五金备件、紫铜板和辅料包材。整体而言五金备件、辅料包材价格较为稳定且可长时间存放和使用，公司保留一定的五金备件、辅料包材等便于生产过程中随时进行设备维修等使用。紫铜板具备可长期使用、长期存放的特点，结存 1 年以上并不影响公司产品的质量，不存在减值迹象。
摩恩电气（002451）	公司对于铜材料的采购价格一般以点价方式结算，即以长江期货交易所铜现货价格+加工费计算。期末存货余额主要以铜材料成本构成，报告期铜材料行情一直呈上升趋势，根据公司期末持有的铜材料成本与近期市场价格比较不存在减值情形。另外，根据公司已取得的意向性销售订单，以及报告期公司电缆产品仍有一定的毛利率，经过测算期末存货不存在减值，未计提存货跌价。
鸿日达（301285）	各期末公司结存的原材料主要为金盐等电镀材料、塑胶材料及铜材、不锈钢等金属材料，公司原材料通用性较强，且可长期使用，存货跌价风险不高，各期末公司原材料不存在减值迹象，无需计提存货跌价准备。

3、定制加工件计提存货跌价准备充分性

对于定制加工件，公司按可变现净值及库龄方法相结合计提存货跌价准备，

具体情况如下：

单位：万元

截止日期	库龄	存货余额	存货跌价准备	存货跌价准备比例
2025 年 12 月 31 日	6 个月以内	2,359.60	3.56	0.15%
	6 个月-1 年	346.31	34.63	10.00%
	1-2 年	268.92	134.46	50.00%
	2 年以上	185.75	130.02	70.00%
	合计	3,160.57	302.67	9.58%
2024 年 12 月 31 日	6 个月以内	2,027.66	0.69	0.03%
	6 个月-1 年	150.67	15.07	10.00%
	1-2 年	543.47	271.74	50.00%
	2 年以上	144.75	101.32	70.00%
	合计	2,866.55	388.82	13.56%
2023 年 12 月 31 日	6 个月以内	2,091.77	-	0.00%
	6 个月-1 年	409.54	40.95	10.00%
	1-2 年	220.39	112.29	50.95%
	2 年以上	48.09	33.67	70.00%
	合计	2,769.79	186.91	6.75%

如上表所示，公司对一年以内定制加工件计提存货跌价准备计提比例较低，对一年以上的存货跌价准备计提比例较高，根据不同库龄的定制加工件存货跌价准备计提充分性情况如下：

（1）一年以内的定制加工件存货跌价计提充分性

公司根据市场需求情况进行备货，而一年以内的定制加工件对应的终端汽车型号基本是市场上仍在销售的车型，存在滞销的可能性较小，公司结合产品市场情况及历史经验，将 6 个月至 1 年的定制加工件按 10%计提存货跌价准备；另外，公司的产品仍保有一定的毛利率，经过测算半年以内的定制加工件存在减值情况较少，因此整体存货跌价准备计提比例较低。

（2）一年以上的定制加工件存货跌价计提充分性

由于新能源汽车行业更新迭代较快，公司一年以上的存货滞销风险显著增加，公司基于市场情况及历史经验，对 1-2 年的定制加工件按 50%计提存货跌价

准备；对 2 年以上的定制加工件按 70%计提存货跌价准备。同时，由于公司的产品为铜制品，铜价处于较高水平，即使报废清理亦存在较高的回收价值，因此公司未对长库龄的存货全额计提存货跌价准备具有合理性。

3、同行业中，对原材料计提存货跌价准备情况

公司	原材料存货跌价比例		
	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日
中航光电	9.15%	9.15%	11.53%
维峰电子	5.83%	1.56%	0.31%
瑞可达	12.01%	7.93%	9.11%
电连技术	6.94%	3.47%	12.34%
永贵电器	6.26%	8.40%	8.12%
平均	8.04%	6.10%	8.28%
尼索科	6.66%	10.26%	5.39%

公司存货跌价准备与同行业相比，（1）2023 年存货跌价准备比例低于同行业水平，主要系公司自 2022 年起业务规模扩张，存货总量较前期显著增长，且增量主要集中于近两年形成，导致整体存货库龄结构呈现“短龄化”特征，1 年以内的原材料占比为 90.31%。在此库龄结构下，公司按既定政策计提的存货跌价准备率较低。（2）2024 年存货跌价准备比例高于同行业水平，主要系公司前期基于市场增长预期采取的积极备货策略所致。前期为应对预计的需求扩张，公司主动加大生产及采购规模，期末存货总量大幅增长。然而，前期为满足市场客户对产品交付时效性的需求，公司进行了提前备料，导致整体库龄有所变长，因此 2024 年公司整体存货跌价率有所提高。（3）2025 年公司整体存货跌价率略低于同行业水平，主要系由于公司优化备货策略，加强存货管理，长库龄存货占比逐步降低；同时长库龄存货也逐步通过销售或清理消化，因此整体存货库龄较短，存货跌价率较低。

中介机构核查程序及核查意见：

一、核查程序

针对发行人披露事项，保荐人及申报会计师进行了如下核查：

1、获取发行人 2025 年全年及 2026 年一季度的收入成本明细表，分析其毛

利率变动情况；

2、查询长江有色金属网、Wind 等公开数据，获取 2025 年以来铜材、白银等市场价格走势图及历史数据，分析其波动周期及当前所处位置；

3、获取并对发行人所处行业研究报告进行分析，获取发行人与主要客户调价进展，进一步了解发行人的市场地位及议价能力；

4、审阅发行人募投项目的可行性研究报告，了解新增产能、产品规划及市场定位；结合发行人现有客户结构及市场增长预测等因素，分析募投项目投产后对市场供需的影响；

5、了解发行人为应对毛利率下滑已采取或计划采取的措施，包括与客户的价格联动机制、工艺创新、拓展储能及数据中心等新应用领域等；

6、获取报告期各期长江有色网铜价数据与发行人铜材采购明细，对比分析市场铜价波动与发行人原材料入库成本的匹配性；

7、了解发行人原材料存货跌价准备的计提方法，获取并复核发行人存货跌价计提测试明细，分析其跌价计提的合理性及充分性；

8、查询同行业可比公司的公开信息，对比其存货跌价计提政策及计提比例，分析差异原因。

二、核查意见

针对发行人披露事项，保荐人及申报会计师认为：

1、报告期内，发行人产品受下游主要应用市场新能源汽车降本的影响，价格有所下降；同时，受铜材、白银价格上涨等因素的影响，公司产品成本有所上升，综合导致发行人产品毛利率在报告期内有所下降。且受销售价格随调价制定落地变动、成本随铜材、白银等市场价格变动存在一定的滞后性影响，发行人 2026 年第一季度毛利率较 2025 年仍存在一定的下降。但从发行人对毛利率下滑的应对措施、发行人市场竞争及行业地位、下游市场竞争及发展情况、铜银价格变动及周期情况、募投项目未来投产情况等因素综合分析，发行人 2026 年 4 月、5 月毛利率已企稳上涨，未来产品价格进一步下降、毛利率及业绩进一步大幅下滑的风险整体较小；

2、发行人原材料主要由铜材制成，其通用性强、易于变现，且报告期内铜材市场价格持续上涨，针对未经加工的铜材的期末成本均低于可变现净值，故发行人对此类原材料不计提跌价符合实际情况及行业惯例；

3、针对原材料定制加工件，发行人结合库龄及产品特性（车型生命周期、铜材回收价值）确定可变现净值，方法审慎；报告期各期末跌价准备比例与存货库龄结构及产品毛利率变动相匹配，对长库龄存货已充分考虑滞销风险，并按1-2年计提50%，2年以上计提70%的计提比例计提跌价。故发行人已对原材料存货进行充分减值测试，存货跌价准备计提充分、合理。

(本页无正文, 为《关于深圳尼索科连接技术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》之签章页)



2016年 6月 29日

发行人董事长声明

本人已认真阅读《关于深圳尼索科连接技术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，确认本回复报告内容不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

董事长：


倪 泉



2016 年 6 月 29 日

(此页无正文, 为《关于深圳尼索科连接技术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》之签章页)

保荐代表人:

曹阳

曹 阳

胡海洋

胡海洋



保荐机构董事长声明

本人已认真阅读《关于深圳尼索科连接技术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，了解本回复报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序。本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



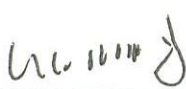
本所及经办律师已阅读《关于深圳尼索科连接技术股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函之回复报告》(下称“回复”),确认回复与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在回复中引用的法律意见书的内容无异议,确认回复不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

北京市中伦律师事务所(盖章)

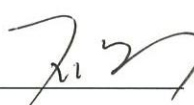
负责人: 

张学兵



经办律师: 

郭晓丹

经办律师: 

石 璁

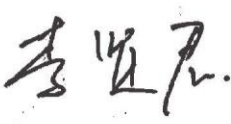
2026 年 6 月 29 日

（此页无正文，为深圳尼索科连接技术股份有限公司容诚专字[2026]518Z0753号报告之签字盖章页。）



中国·北京

中国注册会计师：  
钟俊

中国注册会计师：  
李贤君

中国注册会计师：  
廖娟

2026年6月29日