



关于安闻科技集团股份有限公司
首次公开发行股票并在主板上市申请文件的
审核问询函的回复

保荐人（主承销商）



二〇二六年八月

深圳证券交易所：

贵所于 2026 年 7 月 2 日出具的《关于安闻科技集团股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市申请文件的审核问询函》（审核函〔2026〕110020 号）（以下简称“审核问询函”或“问询函”）已收悉。安闻科技集团股份有限公司（以下简称“安闻科技”“发行人”或“公司”）与广发证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”或“保荐人”）、北京市金杜律师事务所（以下简称“发行人律师”）、中汇会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）等相关方就审核问询函所提问题逐条进行了认真讨论、核查和落实，现回复如下，请予审核。

如无特别说明，本问询函回复使用的简称与《安闻科技集团股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市招股说明书（申报稿）》中的释义相同。

本问询函回复的字体含义如下：

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

在本问询函回复中，若出现合计数值与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

目 录

1、关于行业与业务.....	3
2、关于业绩稳定性.....	38
3、关于历史沿革及股东.....	63
4、关于股权激励.....	72
5、关于关联交易及同业竞争.....	85
6、关于募投项目及现金分红.....	96
7、关于环保合规.....	114
8、关于营业收入及客户.....	119
9、关于营业成本及供应商.....	160
10、关于毛利率.....	200
11、关于期间费用.....	227
12、关于主要应收款项及存货.....	247
13、关于非流动资产.....	264

1、关于行业与业务

申报材料显示：

发行人主营业务为汽车座舱舒适及安全系统的研发、生产及销售，拥有以热温舒适类、体态舒适类和传感检测类为核心的三大产品系列；下游直接客户主要为汽车座椅及方向盘生产厂商。根据弗若斯特沙利文数据，2024 年发行人汽车座椅舒适领域收入占国内市场规模的比例为 24.11%，占全球市场规模的比例为 8.50%，市场份额位列国内第一、全球第四。

请发行人披露：

（1）国内外汽车座舱市场整体规模、竞争格局、主要细分领域及相关市场规模与竞争状况；发行人所处细分市场，发行人主要产品在其中所处的位置及份额，主要竞争对手及其市场占有率、竞争优势等情况，相关细分市场在报告期内的市场集中度及变化情况；产业链上下游构成情况，发行人与上下游及终端客户开展业务的具体方式，并举例说明相关业务开展方式的具体情况；终端汽车行业市场的发展状况、容量及发展趋势，并结合终端行业产业升级，产品迭代周期、使用周期等终端需求情况，说明对发行人所处行业和市场容量的具体影响。

（2）报告期内发行人及子公司所获荣誉资质的评选单位、权威性和公信力，同行业可比公司获评情况；发行人参与制定的安全带提醒装置、座椅加热装置等标准在国家、行业整体标准的地位,标准制定参与人,发行人主要参与的环节,在国家标准、行业标准制定过程中发挥的作用。

（3）汽车座椅舒适系统市场规模的具体定义及计算口径，市占率及排名的计算方法和依据，相关数据是否权威准确；结合发行人与国内外主要竞争对手在经营业绩、市场占有率、客户群体、技术实力、特定资质、关键业务数据及性能指标等方面的比较情况，进一步说明发行人市场份额位列“国内第一、全球第四”相关表述的准确性与合理性。

请保荐人简要概括核查过程，并发表明确意见。

【回复】

发行人披露：

一、国内外汽车座舱市场整体规模、竞争格局、主要细分领域及相关市场规模与竞争状况；发行人所处细分市场，发行人主要产品在其中所处的位置及份额，主要竞争对手及其市场占有率、竞争优势等情况，相关细分市场在报告期内的市场集中度及变化情况；产业链上下游构成情况，发行人与上下游及终端客户开展业务的具体方式，并举例说明相关业务开展方式的具体情况；终端汽车行业市场的发展状况、容量及发展趋势，并结合终端行业产业升级，产品迭代周期、使用周期等终端需求情况，说明对发行人所处行业和市场容量的具体影响。

（一）国内外汽车座舱市场整体规模、竞争格局、主要细分领域及相关市场规模与竞争状况

近十年以来，以电动汽车为引领的新能源革命引发了汽车行业市场及用户应用形态的巨大变革。随着汽车消费从“代步工具”向“智能移动空间”和“第三生活空间”转变，用户对驾乘体验要求不断提升。汽车座舱的舒适性、安全性与智能化程度对驾乘者而言具有重要意义，已经成为汽车差异化竞争的重要影响因素，也成为汽车智能化发展的重要领域，有效满足驾乘者对科技感、舒适、安全与便利性的综合需求。

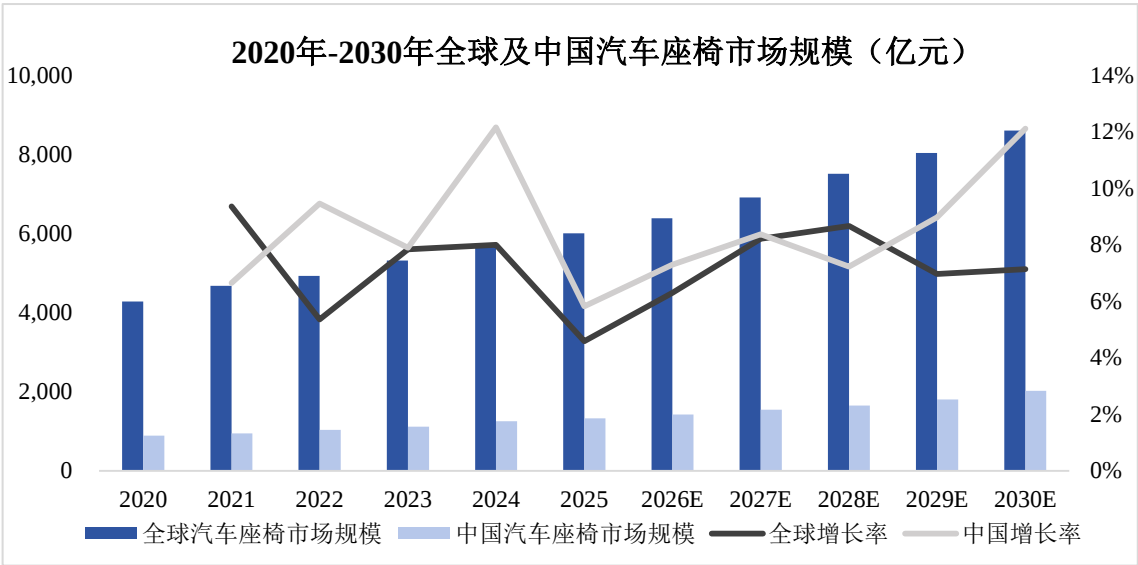
整体而言，汽车座舱包括汽车座椅系统、主动/被动安全系统、汽车空调热管理系统、智能驾驶系统、视频显示系统等等，硬件、软件、具体场景众多，众多市场参与者在单一或多个应用场景中展开竞争，目前尚无关于汽车座舱市场整体规模、竞争格局的权威报告。具体而言，公司产品主要应用场景包括汽车座椅系统（如座椅通风、座椅加热、座椅按摩、座椅腰托等）、被动安全系统（如 SBR、HOD）等。上述主要细分场景的市场规模及竞争格局分析如下：

1、汽车座椅系统市场规模、竞争格局

汽车座椅是汽车内饰核心部件之一，是供驾乘人员乘坐的装置，不仅要为驾乘者提供舒适的乘坐体验，还要在车辆行驶过程中保障驾乘者的安全。受益于汽车市场规模的扩大、配置功能的不断丰富，汽车座椅市场规模保持稳步增长。根据弗若斯特沙利文研究报告，2020 年至 2025 年全球汽车座椅市场规模由约

4,281.5 亿元增长至约 6,009.2 亿元，年复合增长率为 7.0%；中国市场规模由约 887.2 亿元增长至约 1,326.4 亿元，年复合增长率为 8.4%，增速快于全球，反映出伴随国内新能源汽车渗透率的不断提升、更新换代周期的不断加快，中国乘用车市场在汽车座椅配置升级与体验差异化竞争中更为积极，座椅从基础承载部件向舒适与智能化系统演进，带动市场规模快速增长。

整体来看，汽车座椅市场增长明显受到电动调节、加热、通风、按摩、记忆、自适应调节等功能渗透提升的拉动，汽车座椅的舒适属性被进一步放大。根据弗若斯特沙利文研究报告，2025 年至 2030 年全球汽车座椅市场规模预计由约 6,009.2 亿元增长至约 8,609.5 亿元，年复合增长率为 7.5%；中国汽车座椅市场规模预计增长至约 2,020.8 亿元，年复合增长率为 8.8%，仍保持高于全球的增长斜率。全球及中国汽车座椅市场规模情况如下：



资料来源：弗若斯特沙利文

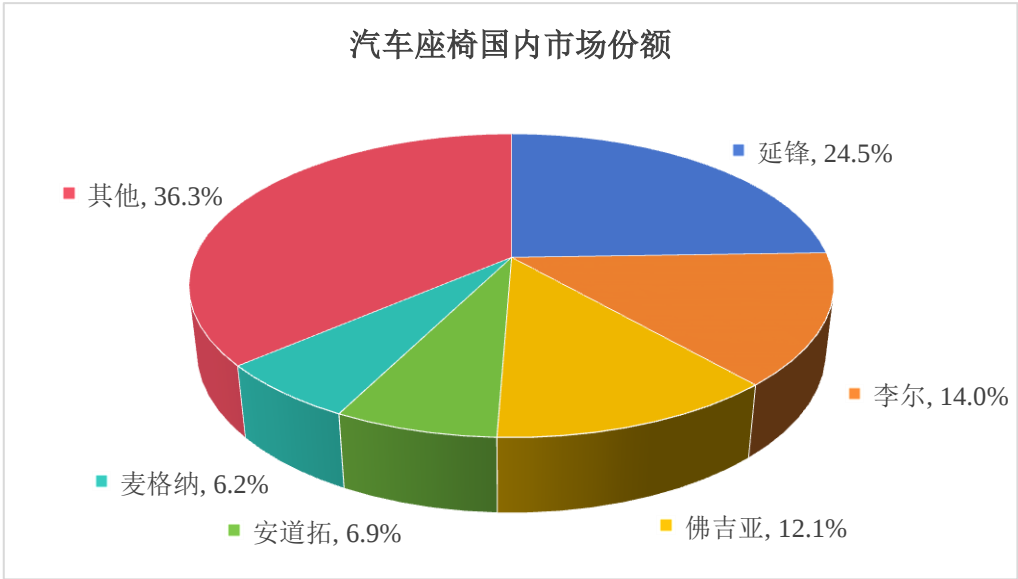
未来汽车座椅市场规模增长的核心支撑将更偏向结构性升级而非单纯依赖销量扩张，一方面，功能配置继续下沉与场景化体验增强、座椅与座舱域控及整车软件系统的联动逐步加深、“硬件+控制”的系统价值更加突出等因素推动单价提升；另一方面，安全与健康相关功能导入将进一步提升系统集成与验证要求，促使行业竞争重心向可靠性、一致性、量产能力与系统协同开发能力等方面集中，推动市场规模上行。

当前，全球汽车座椅市场一级供应商主要为外资企业，该企业通常通过与整车制造商建立合资企业以加强合作黏性。佛吉亚、李尔、麦格纳、安道拓、丰

田纺织为全球前五大汽车座椅厂商，全球市场份额超过 50%。具体至国内市场而言，国内汽车座椅供应商根据企业性质可以分为三大类，包括头部全球化座椅供应商、汽车整车厂下属座椅总成供应商、本土第三方座椅总成供应商，具体情况如下：

序号	企业性质	代表企业	主要情况
1	全球化座椅供应商	佛吉亚、李尔、麦格纳、安道拓、丰田纺织等	外资企业凭借先发优势和庞大体量，打造了完备的产品研发、设计与生产流程。凭借早期布局和规模经济的优势，目前已在座椅总成行业中占据了主要份额，外资及合资供应商优势明显。
2	汽车整车厂下属座椅总成供应商	延锋、诺博、弗迪科技（比亚迪下属公司）	源自整车厂设立下属座椅总成公司，主要目的在于掌控核心竞争力、增强变更的灵活性、降低对外部市场的依赖以及提升供应链的稳定性并致力于逐步走向国际、服务全行业。
3	本土第三方座椅总成供应商	继峰股份、天成自控、俱进汽车	随着新能源汽车和造车新势力品牌的快速崛起，汽车座椅行业正迎来供应链重构的历史性机遇。同时，新势力品牌在座椅设计上追求差异化，强调技术创新、研发效率、供应商响应速度及产能配套的积极性，上述需求为国产厂商提供了打破外资垄断行业格局的契机。随着国产座椅厂商在技术、响应速度等方面的不断提升以及新势力品牌的持续发展，国产座椅厂商有望在汽车座椅市场中占据更大的份额，逐步实现国产替代的目标。

根据弗若斯特沙利文研究报告，2025 年国内汽车座椅前五大厂商的市场份额达 63.7%，延锋、李尔、佛吉亚、安道拓、麦格纳的市场份额分别为 24.5%、14.0%、12.1%、6.9%、6.2%，上述前五大厂商中除延锋外均为外资厂商。



2、汽车被动安全系统市场规模及竞争格局

汽车座舱安全系统指车辆通过主动安全和被动安全两大系统保障行驶安全的技术体系。主动安全通过防抱死制动（ABS）、防碰撞预警（AWS）等技术预防事故发生；被动安全侧重于碰撞后对乘员的保护，主要包括方向盘、安全气囊、安全带等。

全球汽车被动安全行业的市场规模从 2020 年的 1,200 亿元增至 2024 年的 1,602 亿元。随着安全标准的不断加强和汽车制造商对汽车安全性能的日益重视，市场有望保持稳定增长，预计全球汽车被动安全行业的市场规模 2029 年将增长到 2,136 亿元，自 2025 年起的年复合增长率为 5.4%。中国汽车被动安全行业的市场规模从 2020 年的人民币 267 亿元增至 2024 年的人民币 345 亿元，预计市场规模 2029 年将增长到 497 亿元，自 2025 年起的年复合增长率为 7.8%¹。

2024 年，全球方向盘、安全气囊和安全带的市场规模分别为人民币 277 亿元、810 亿元和 515 亿元，占全球汽车安全市场份额的 17.3%、50.5%及 32.1%。预计于 2029 年，全球方向盘、安全气囊和安全带的市场收入将分别达到人民币 337 亿元、1,130 亿元和 669 亿元，年复合增长率分别为 4.0%、6.9%、5.4%。2024 年中国方向盘、安全气囊和安全带的市场规模分别为人民币 69 亿元、155 亿元和 121 亿元，预计于 2029 年中国方向盘、安全气囊和安全带的市场收入将分别达到人民币 87 亿元、249 亿元和 161 亿元，年复合增长率分别为 4.7%、9.9%、5.9%²。

近几年全球被动安全行业主要企业市场份额保持稳定，奥托立夫 2025 年收入约 770 亿元、全球市占率达 44%，采埃孚、均胜电子市占率分别为约 23%、23%，三大主流企业合计市占率约 90%，为全球被动安全领域的主要供应商。

（二）发行人所处细分市场，发行人主要产品在其中所处的位置及份额，主要竞争对手及其市场占有率、竞争优势等情况，相关细分市场在报告期内的市场集中度及变化情况

1、发行人所处细分市场

就具体应用场景而言，报告期内公司主营业务收入构成情况如下：

¹ 相关市场规模数据来源于均胜电子 H 股招股说明书。

² 相关市场规模数据来源于松原安全募集说明书。

单位：万元

项目	产品	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
舒适类	座椅舒适系统	320,212.78	76.96%	253,999.87	76.50%	169,205.68	73.76%
	方向盘加热	9,732.90	2.34%	10,389.43	3.13%	7,469.29	3.26%
安全类	SBR	50,363.73	12.10%	39,724.91	11.96%	28,645.01	12.49%
	HOD	19,216.61	4.62%	11,731.23	3.53%	8,491.23	3.70%
其他		16,569.44	3.98%	16,178.41	4.87%	15,593.04	6.80%
合计		416,095.47	100.00%	332,023.86	100.00%	229,404.26	100.00%

报告期内，公司汽车座椅舒适系统收入金额分别为 169,205.68 万元、253,999.87 万元和 320,212.78 万元，占当期主营业务收入金额的比例分别为 73.76%、76.50%和 76.96%，占比较高，为公司主要产品。

(1) 汽车座椅舒适系统市场情况

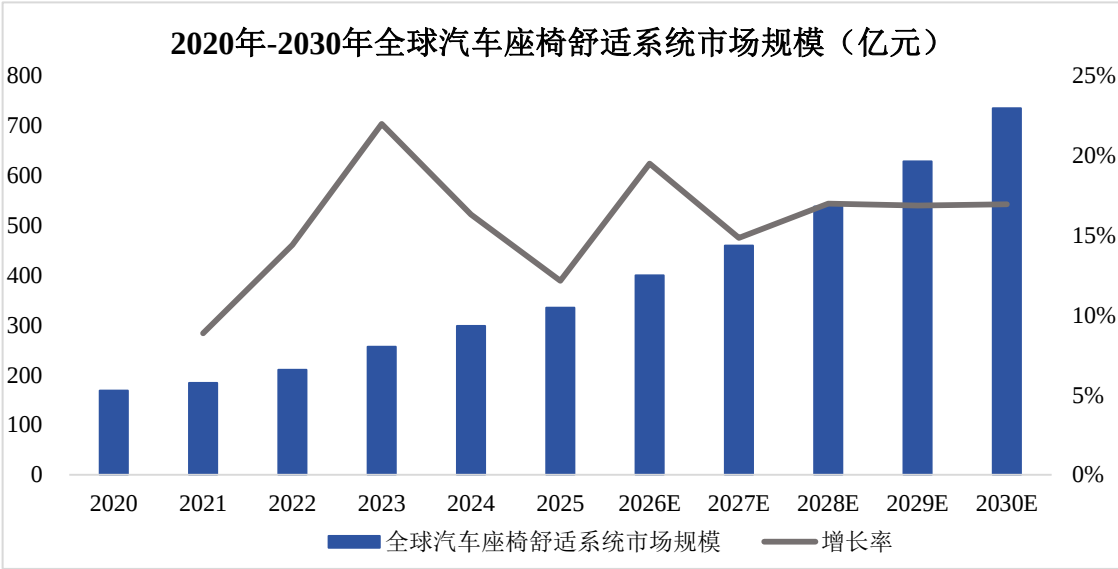
汽车座椅为实现座舱舒适功能的最重要载体，汽车座椅舒适系统按照具体功能分为座椅热温舒适系统（座椅通风、座椅加热）、座椅体态舒适系统（座椅腰托、座椅按摩），其作用发挥依靠汽车座椅的功能模块协同工作完成。

汽车座椅组件分为结构件、机电件、功能模块三部分，三者协同支撑座椅的基础形态、调节功能与舒适体验。结构件是座椅的“骨架与基础”，包含座椅骨架、滑轨/调角器、头枕框架等部件，承担着座椅的支撑、固定功能，决定了座椅的基本形态与安装稳定性，为整个座椅的物理载体。机电件负责实现“电动调节与感知反馈”，由驱动电机、线束与控制器、传感器组成：驱动电机提供座椅调节的动力（如靠背角度、滑轨前后移动），控制器与线束负责信号传输与指令执行，传感器则实时反馈调节状态，保障电动功能的精准、安全运行。功能模块聚焦“舒适性、健康与安全性”，涵盖加热系统、通风系统、腰部支撑系统、按摩系统等，通过温度调节、压力支撑、体感按摩等功能来提升驾乘过程中的舒适体验同时辅助缓解驾驶疲劳，增强乘坐的健康性与安全感。

近年来，伴随“第三空间”理念在汽车座舱中的落地，汽车座椅作为与座舱空间布局高度耦合的核心部件，消费者从追求基本的坐感舒适到渴望具备加热、通风、按摩、智能调节等功能的座椅，驱使整车厂不断升级完善座椅配置。新能源汽车的发展推动整车架构从机械系统主导转向软件与电气系统主导，大幅提升

了座舱空间设计的自由度，整车厂通过座椅定义差异化来创造新需求，汽车座椅的价值边界被重新界定，汽车座椅不仅承担支撑与安全等基础属性，更逐步成为承载舒适性体验与智能交互的重要入口。座椅功能由乘员的驾乘形态，向电动调节、加热、通风、按摩、个性化记忆、智能自适应调节等方向加速集成并通过自研迭代提升功能效果与智能化水平，汽车座舱逐步实现“躺靠、休憩、会客”等空间场景需求，零重力、副驾女王位、后排大角度躺靠、可拓展的腿托与脚托等产品形态加速落地，进一步强化座椅作为整车产品力核心要素之一的战略地位，座椅舒适性的重要性不断提高。

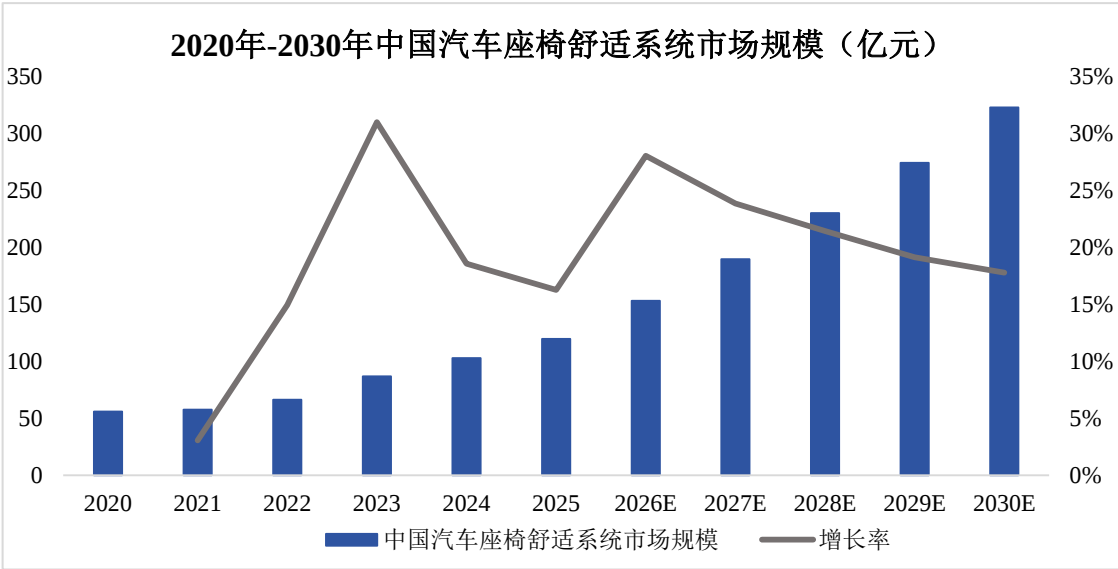
根据弗若斯特沙利文研究报告，2020 年全球汽车座椅舒适系统市场规模为 169.0 亿元并于 2025 年增长至 335.0 亿元，对应 2020 年至 2025 年的年复合增长率为 14.7%。整体市场的稳步扩张主要得益于上述舒适功能模块渗透率的提升、乘坐舒适性需求增强以及中高端车型功能配置量持续提升等因素，使座椅功能模块从“附加配置”逐步演变为“大众化、差异化需求并存”的重要座舱部件。上述细分领域的全球市场规模预计将于 2030 年达到人民币 735.1 亿元，2025 年至 2030 年的年复合增长率预计为 17.0%。全球汽车座椅舒适系统市场规模具体情况如下：



资料来源：弗若斯特沙利文

2020 年中国汽车座椅舒适系统市场规模为人民币 55.9 亿元并于 2025 年增长至人民币 119.5 亿元，对应 2020 年至 2025 年的年复合增长率为 16.4%。未来上述细分领域的中国市场规模预计将在 2030 年达到人民币 322.8 亿元，对应 2025

年至 2030 年的年复合增长率为 22.0%。整体来看，中国座椅舒适系统市场将在舒适性需求提升与智能化座舱加速渗透的带动下，从“基础配置普及”向“高附加值功能升级”加速迈进并推动整体市场保持强劲增长态势。中国汽车座椅舒适系统市场规模具体情况如下：



资料来源：弗若斯特沙利文

公司主要产品聚焦于汽车座椅舒适系统，具体产品包括座椅通风、座椅加热、座椅按摩和座椅腰托产品。报告期内，公司汽车座椅舒适系统营业收入规模分别为 169,205.68 万元、253,999.87 万元和 320,212.78 万元，占主营业务收入金额的比例分别为 73.76%、76.50%和 76.96%，占比较高。

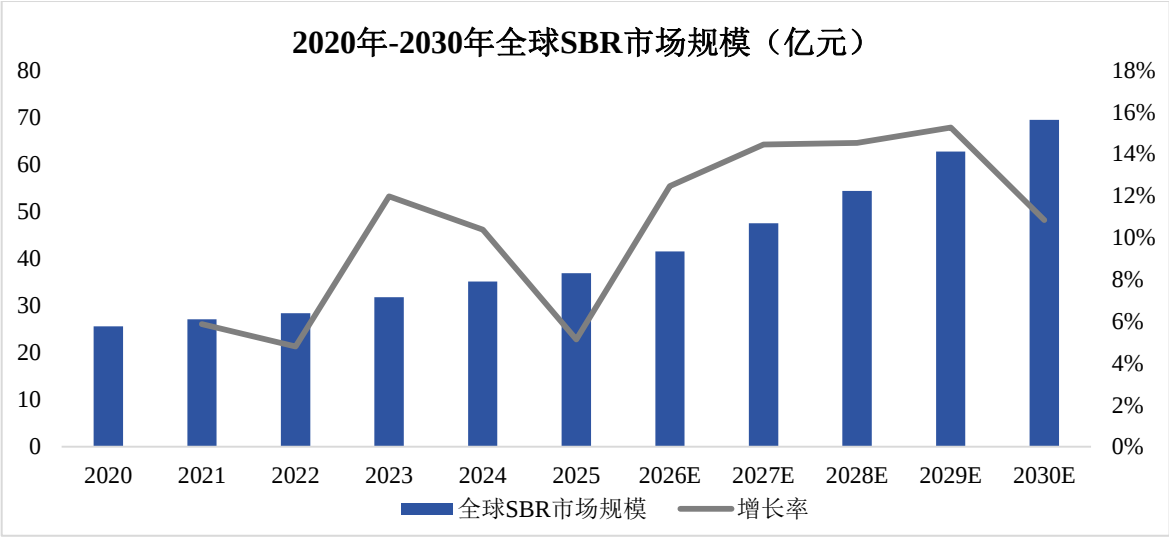
（2）汽车座椅安全系统市场情况

汽车座椅安全系统是指集成在座椅内部或与座椅协同工作的安全装置的组合，通过约束控制、结构吸能、姿态管理和智能监测等手段，在车辆碰撞、急减速或异常工况下保护乘员安全。汽车座椅安全系统通常涵盖约束保护、结构吸能及主动监测三大子系统，包括安全带系统及其预紧与限力装置、座椅骨架与吸能材料、侧气囊与防潜滑结构以及座椅占用传感器和乘员监测系统等模块。

安全带系统是乘员约束的核心装置，在座椅安全系统中发挥着基础性和关键性作用。安全带提醒装置（Safety Belt Reminder, SBR）是安全带系统的核心功能模块之一，其基本工作原理为：当座椅压力传感器检测到有乘员存在（即压力达到或超过设定阈值）且安全带锁扣传感器未检测到插扣插入（即“未系”状态）

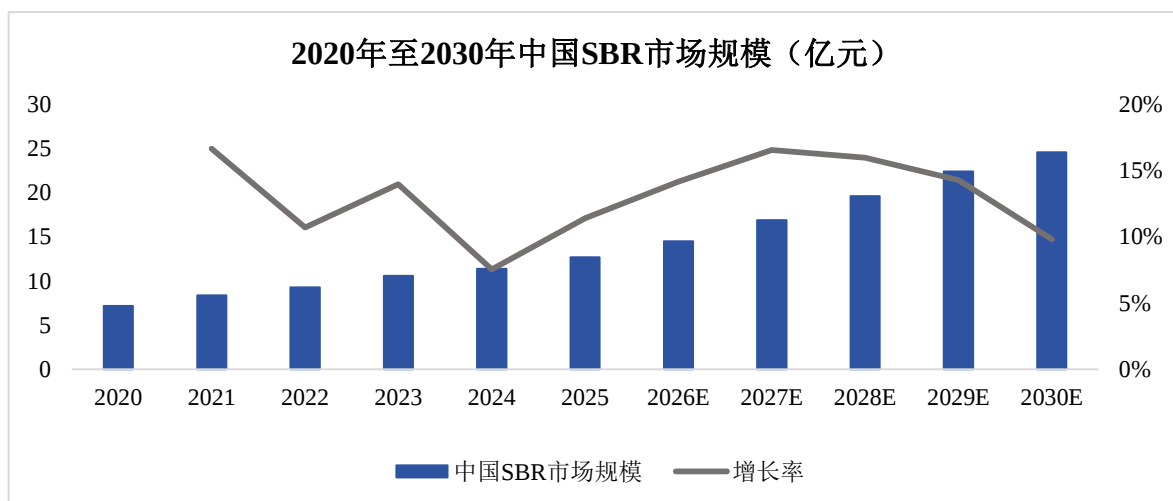
时，系统向电子控制单元发送信号，控制单元根据预设逻辑触发视觉或听觉警告。
SBR 通过与安全带预警装置、气囊系统及乘员监测系统协同工作，在事故预防与乘员保护中发挥着关键作用。

根据弗若斯特沙利文研究报告，2020 年全球 SBR 市场规模为人民币 25.6 亿元并于 2025 年增长至人民币 36.9 亿元，2020 年至 2025 年的年复合增长率为 7.6%。预计到 2030 年全球 SBR 市场规模将达到人民币 69.5 亿元，对应 2025 年至 2030 年的年复合增长率为 13.5%。全球 SBR 市场规模具体情况如下：



资料来源：弗若斯特沙利文

2020 年中国 SBR 市场规模为人民币 7.2 亿元并于 2025 年增长至人民币 12.7 亿元，对应 2020 年至 2025 年的年复合增长率为 12.1%。到 2030 年中国 SBR 市场规模预计将达到人民币 24.6 亿元，对应 2025 年至 2030 年的年复合增长率为 14.2%，增速进一步加快。SBR 在新能源汽车和传统燃油车中的渗透率不断提高带动市场规模持续扩大。中国 SBR 市场规模具体情况如下：



资料来源：弗若斯特沙利文

报告期内，公司 SBR 产品属于汽车座椅安全系统市场，收入金额分别为 28,645.01 万元、39,724.91 万元和 50,363.73 万元，占主营业务收入金额的比例分别为 12.49%、11.96%和 12.10%，收入规模呈增长趋势。

2、发行人主要产品在其中所处的位置及份额

（1）公司在汽车座椅舒适系统市场所处位置及份额

报告期内，公司汽车座椅舒适系统收入金额分别为 169,205.68 万元、253,999.87 万元和 320,212.78 万元，占当期主营业务收入金额的比例分别为 73.76%、76.50%和 76.96%，占比较高，该类产品在全球/中国汽车座椅舒适系统市场中的市场份额情况如下：

单位：亿元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
全球市场规模	335.0	298.7	256.8
中国市场规模	119.5	102.8	86.7
公司该类产品收入对应全球市场份额	9.56%	8.50%	6.59%
公司该类产品收入对应国内市场份额	25.25%	24.11%	19.30%

注：上表中市场规模数据来源于弗若斯特沙利文研究报告，计算国内市场份额时扣除境外销售金额。

由上可知，2023 年、2024 年和 2025 年公司汽车座椅舒适领域收入占国内市场规模的比例分别为 19.30%、24.11%、25.25%，占全球市场规模的比例分别为 6.59%、8.50%、9.56%，占比不断上升。根据弗若斯特沙利文研究报告，2024 年、

2025 年公司汽车座椅舒适系统收入市场份额均位列国内第一、全球第四，市场排名靠前、处于行业领先地位。

(2) 公司在 SBR 市场所处位置及份额

公司在汽车安全系统市场的产品主要为 SBR，报告期内公司 SBR 产品收入金额分别为 28,645.01 万元、39,724.91 万元和 50,363.73 万元，占主营业务收入金额的比例分别为 12.49%、11.96%和 12.10%，公司在 SBR 细分市场的份额情况如下：

单位：亿元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
全球市场规模	36.9	35.1	31.8
中国市场规模	12.7	11.4	10.6
公司该类产品收入对应全球市场份额	13.65%	11.32%	9.01%
公司该类产品收入对应国内市场份额	35.74%	31.15%	25.47%

注：上表中市场规模数据来源于弗若斯特沙利文，计算国内市场份额时扣除境外销售金额。

由上可知，报告期内公司 SBR 收入占国内市场规模的比例分别为 25.47%、31.15%、35.74%，占全球市场规模的比例分别为 9.01%、11.32%、13.65%，占比不断上升。根据弗若斯特沙利文研究报告，2024 年、2025 年公司 SBR 产品收入市场份额均位列国内第一、全球第二，市场排名靠前，处于行业领先地位。

3、主要竞争对手及其市场占有率情况

公司主要竞争对手情况如下：

序号	企业名称	主要情况	主要竞争产品
1	捷温科技 Gentherm Incorporated	捷温科技成立于 1991 年，总部位于美国密歇根州，是一家全球领先的温控技术公司，业务涵盖汽车业务、医疗业务等，于 2014 年在美国纳斯达克交易所上市，2025 年度收入金额为 14.99 亿美元。	座椅加热、通风、腰托、按摩、方向盘加热
2	依博公司 I.G. Bauerhin	依博公司成立于 1932 年，总部位于德国格伦道罗腾伯格，主营业务为汽车座椅加热、通风及其他舒适性技术产品以及座椅传感器、调节装置的研发、生产及销售。2023 年 4 月，李尔完成对 I.G.Bauerhin 的收购。	座椅加热、通风、SBR
3	礼恩派 Leggett & Platt	礼恩派成立于 1883 年，总部位于美国，其汽车领域主要包括汽车座椅电机、座椅舒适系统、汽车锁止电机、机械拉线等，于 1967 年在纽约证券交易所上市，2025 年度收入金额为 40.55 亿美元。	座椅腰托、按摩

序号	企业名称	主要情况	主要竞争产品
4	唐群股份	惠州市唐群座椅科技股份有限公司成立于 2005 年，总部位于广东省惠州市，注册资本为 4,290.3765 万元，专注于汽车座椅舒适系统。	座椅腰托、按摩
5	江苏恩迪	江苏恩迪汽车系统有限公司成立于 2008 年，总部位于江苏省常州市，注册资本为 1,010.101 万元，专注于汽车座椅舒适系统。	座椅通风、腰托、按摩
6	埃意 IEE	埃意公司成立于 1976 年，总部位于卢森堡，其中国子公司总部位于河北廊坊，主要从事汽车电子传感器业务。2015 年中国航天科工集团完成对 IEE 的收购。	SBR、HOD
7	谢德尔集团 Scherdel Group	谢德尔集团成立于 1890 年，总部位于德国马克特雷德维茨，主营业务为汽车发动机部件、安全系统、动力总成系统等相关精密部件制造。	SBR

汽车座椅舒适系统领域主要参与企业的市场占有率比对情况如下：

项目	捷温科技 (Gentherm)	李尔 (含依博公司 I.G. Bauerhin)	礼恩派 (Leggett & Platt)	安闻科技
全球收入市场份额	21.4%	13.7%	13.3%	9.56%
国内收入市场份额	13.9%	7.2%	3.8%	25.25%

注：上表 2025 年市场数据来源于弗若斯特沙利文研究报告，唐群股份、江苏恩迪的数据未予以列示。

SBR 领域主要参与企业的市场占有率比对情况如下：

项目	奥托立夫	博世公司	延锋	埃意 IEE	李尔 (含依博公司 I.G. Bauerhin)	安闻科技
全球收入市场份额	14.1%	12.0%	-	11.2%	10.3%	13.65%
国内收入市场份额	-	-	8.7%	7.7%	7.3%	35.74%

注：上表 2025 年市场数据来源于弗若斯特沙利文研究报告，奥托立夫、博世公司、延锋部分国内或全球份额以及谢德尔集团数据未予以列示。

2025 年公司汽车座椅舒适领域收入占国内和全球市场规模的比例分别为 25.25%、9.56%，市场份额位列国内第一、全球第四。公司在 SBR 市场收入占国内和全球市场规模的比例分别为 35.74%和 13.65%，市场份额位列国内第一、全球第二，公司在国内和全球市场份额均处于领先地位。

4、发行人的竞争优势

公司长期以来始终秉承创新发展的理念，深耕汽车座椅舒适及安全系统的研发、生产及销售，相较于上述竞争对手，公司的竞争优势情况如下：

(1) 技术创新能力强

公司高度重视研发创新，将自主研发和科技创新作为公司发展核心驱动力，致力于通过持续的技术创新和应用创新成为全球行业标杆。公司建立了高素质的技术与产品开发团队并建有多个研发中心。截至 2025 年 12 月 31 日，公司拥有境内外专利 527 项，其中发明专利 69 项。

根据弗若斯特沙利文研究报告，全球市场汽车座舱舒适系统前五大厂商除安闻科技外其他均为外资企业。公司通过长期的技术积累和快速迭代，在舒适功能集成、场景化创新等技术创新方面已实现反超，例如国内企业在零重力座椅、女王副驾座椅等创新功能上率先量产应用，国际巨头在这类面向中国市场的场景化创新上处于追赶状态。总体而言，国内龙头企业在技术路线上已从过去的“跟随者”转变为“并行者”甚至在满足本土消费升级需求的应用技术创新上已形成引领态势。

（2）牵头或参与制定了多项相关国家标准和行业标准，企业品牌行业地位优势明显

公司子公司作为起草单位牵头或参与制定了国家标准《汽车安全带提醒装置》（GB/T 24551-2021）及行业标准《汽车座椅加热垫技术要求和试验方法》（QC/T 950-2019）、《汽车转向盘加热装置》（QC/T 1260-2025）并正在主导或参与多项行业或国标的在编标准。公司实验室获得了中国合格评定国家认可委员会（CNAS）颁发的实验室认可证书。牵头或参与制定国家标准和行业标准，标志着公司跻身行业技术第一梯队，树立起技术引领、品质可靠的品牌标签并与普通配套厂商形成清晰的品牌差异化；另一方面，标准制定者身份也成为面向整车厂商、下游客户的重要品牌背书，有效增强下游客户对公司产品与技术的信任程度，持续扩大公司的品牌影响力。

（3）同步开发能力、配套方案设计能力以及生产制造能力优势

整车厂客户出于对自身产品质量和生产稳定性的要求，对供应商设有较为严格的准入标准，只有产品质量稳定、同步开发能力强、配套方案设计能力突出、供货保障稳定的企业才能进入其供应商体系。凭借优质的产品和服务，公司历年来多次被佛吉亚、安道拓、诺博等全球汽车零部件行业知名企业授予“优秀供应商”称号并获得“创新卓越奖”与“最佳质量表现奖”等奖项，得到了下游知名

客户的广泛认可并与众多整车厂直接建立了合作关系、积极参与其车型的同步研发。公司拥有业内领先的整车同步协同开发体系，在车型研发前期即可深度参与整车平台同步开发，结合整车性能、空间及成本需求提供正向集成化配套解决方案；同时依托平台化与标准化设计、自主模具开发、自动化柔性产线搭建以及良好的质量管理体系，实现多品类产品稳定、高效、精密及批量交付。上述研发、设计及制造环节能够更好满足各大整车厂商产品快速迭代、定制化配套、大批量稳定供货的核心需求，构成了公司核心竞争优势。

（4）制造中心区位布局和快速响应优势

为加强客户服务粘性、满足多样化产品需求，公司在主要客户所在地周边建立了多个生产基地，持续提升客户响应速度和满意度。具体而言，公司在河北廊坊、天津等环渤海区域建立了华北制造中心，在上海、浙江嘉兴等长三角区域建立了华东制造中心，在广东东莞、广东梅州等珠三角区域设立了东南制造中心，在重庆设立了西南制造中心。此外公司在罗马尼亚拥有生产基地且建设了墨西哥、摩洛哥生产基地。上述生产基地的合理布局有效降低了物流运输成本，保障了产品交付及时性和质量稳定性，进一步巩固了公司的快速响应优势。

（5）垂直整合产品布局以及产品质量优势

公司通过了 IATF16949:2016 等国际质量管理体系的认证，建立了一套完善的质量管理体系，在原材料采购、产品设计、产品制造、全检包装、出货等各个环节实施严格的质量控制并对制程的每个工序进行管控，有效提高产品的良率以便最大程度地确保产品质量的合格与稳定。公司实验室拥有先进的质量检测设备并已获得中国合格评定国家认可委员会（CNAS）颁发的实验室认可证书，为公司产品质量提供了有力保障。

公司在业内较早实现了汽车座舱热温舒适类、体态舒适类和传感检测类三大系列产品线布局并逐步实现了风扇、气泵、控制模块、线束等核心部件的自主研发、设计、生产，有效提高了产品垂直整合能力，有助于控制产品质量、确保交付周期同时帮助客户实现一站式采购、进一步增强客户黏性。

（6）智能制造及精细化管理优势，成本管控优势领先

公司零部件产品具有种类多、批量大、生产管理难度较高等特点，公司着力

建立了智能化、自动化的各类产品线，不断建设完善数字化系统、持续升级改进制造工艺，不断提升智能制造以及精益化生产能力。公司实施精细化管理模式将管理责任具体化、明确化，不断精进生产管理系统和改善管理流程，提高生产人员的工作效率、产品合格率，有效地控制生产成本并为公司长期持续发展奠定了坚实的基础。

同时，在关键生产环节，公司具备自动化生产线、检验检测设备的研发、生产制造及调试能力，通过向上游产业链延伸，有效保障了公司的成本优势和生产稳定性，形成了显著的制造能力优势。此外，得益于核心设备和零部件自研自产、产量增长带来的规模效应和成本管控优势以及公司产品矩阵持续丰富、海外市场渗透率稳步提升等多重因素，公司有望在行业中持续保持较强的综合竞争优势。

5、相关细分市场在报告期内的市场集中度及变化情况

根据弗若斯特沙利文研究报告，汽车座椅舒适系统方面：全球市场主要企业包括捷温科技、李尔、礼恩派、安闻科技、佛吉亚，2024 年、2025 年上述企业市场份额合计分别为 60.2%、60.4%，市场集中度较高并整体保持稳定；国内主要企业包括安闻科技、捷温科技、李尔，2024 年、2025 年上述企业市场份额合计分别为 47.1%、46.4%，市场集中度较高并整体保持稳定。

SBR 市场方面，全球市场主要企业主要包括奥托立夫、安闻科技、博世公司，2024 年、2025 年上述企业市场份额合计分别为 36.2%、39.8%，市场集中度相对较高并有所提升；国内市场主要企业包括安闻科技、均胜电子、延锋，2024 年、2025 年上述主要企业市场份额合计分别为 50.3%、53.8%，市场集中度较高并有所提升。

（三）产业链上下游构成情况，发行人与上下游及终端客户开展业务的具体方式，并举例说明相关业务开展方式的具体情况

1、产业链上下游构成情况

公司产业链上游主要包括电子元器件、橡塑件、胶膜、织物、线材等原材料供应商，上述原材料市场竞争充分、供应充足。

公司产业链下游客户主要为生产汽车座椅的一级汽车零部件供应商，公司直接客户主要为佛吉亚、东实李尔、李尔、麦格纳、安道拓、延锋、诺博等全球知

名汽车座椅厂商，前述汽车座椅厂商将公司产品以及调角器、滑轨、骨架、海绵等其他座椅零部件整合在一起形成座椅总成后供货给整车厂。

2、发行人与上下游及终端客户开展业务的具体方式，并举例说明相关业务开展方式的具体情况

公司业务开展通过采购产业链上游原材料、生产、销售至下游客户的方式实施。其中就采购原材料、生产加工、销售的具体情况举例说明如下：

（1）采购原材料

公司采取“以产定采”的采购模式采购生产所需的电子元器件、橡塑件、胶膜、织物、线材等原材料。

公司已建立了完善的供应商筛选与管理体系并设立集团采购管理中心开展供应商遴选及价格谈判。公司各生产基地采购部门根据生产计划、现有库存等测算物料需求并对供应商下达主料采购订单，集团采购管理中心根据各生产基地需求对供应商下达辅料采购订单。

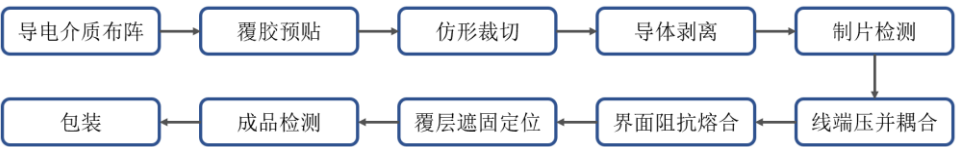
（2）组织生产

公司采取“以销定产、合理库存”的生产模式实施生产。

公司销售部门获取客户订单或需求后传递至生产部门，生产部门综合考虑客户需求、交付时间、公司产能及产品库存等因素进行评审并制定生产计划，各车间据此进行领料、生产、检测、入库，完成生产活动。为保障供货及时性，公司会结合客户采购计划及历史采购数据维持一定的库存。

公司生产过程以自主生产为主，已实现汽车座舱热温舒适类、体态舒适类及传感检测类产品的系列化布局，具备控制模块、风扇、气泵、线束等核心部件的自主生产能力。与此同时，公司会将部分非核心生产环节或工序交由符合条件的外协厂商完成。

具体生产工艺流程层面，以热温舒适类座椅加热产品为例，示意如下：



（3）获得客户及产品销售

公司采取直接销售模式。

公司下游直接客户主要为全球知名汽车座椅厂商。为保证生产连续性、产品质量稳定，整车厂商或一级零部件供应商一般会对上游供应商设置较高的准入门槛，需要对零部件供应商的资金实力、生产规模、产品质量、研发能力和管理体系等进行综合评审，只有通过评审的企业才能进入其合格供应商名录。公司凭借自身上述领域的竞争优势，获得参与项目开发及供货的资格并获得项目定点。项目定点后，客户将需求计划下发至配套供应商并滚动更新，公司获取客户订单或需求后传递至生产及仓储部门，根据库存情况完成生产备货后安排物流发货。

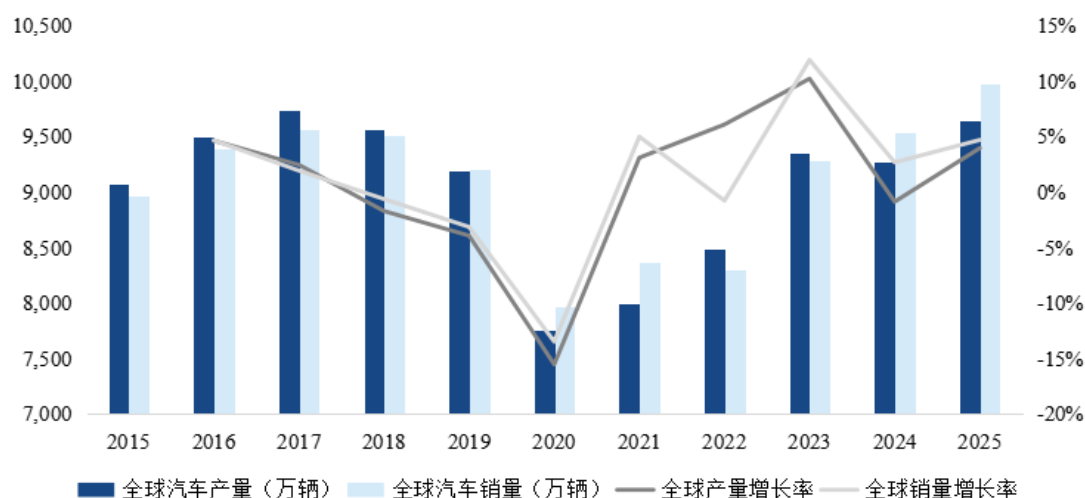
（四）终端汽车行业市场的发展状况、容量及发展趋势，并结合终端行业产业升级，产品迭代周期、使用周期等终端需求情况，说明对发行人所处行业和市场容量的具体影响

1、终端汽车行业市场的发展状况、容量及发展趋势

（1）全球汽车行业市场的发展状况、容量及发展趋势

根据国际汽车制造商协会（OICA）的数据，在 2018 年至 2020 年全球宏观经济周期性波动等负面因素影响下，全球汽车市场增长乏力，总体呈现下滑态势。2021 年至 2025 年，随着全球主要市场的恢复、各地政府拉动消费政策出台以及新能源汽车渗透率提升，汽车行业需求提升，全球汽车产量由 8,002.02 万辆增加至 9,638.37 万辆，复合增长率为 4.76%；销量由 8,363.84 万辆增加至 9,979.84 万辆，复合增长率为 4.52%。

2015年-2025年全球汽车产销量

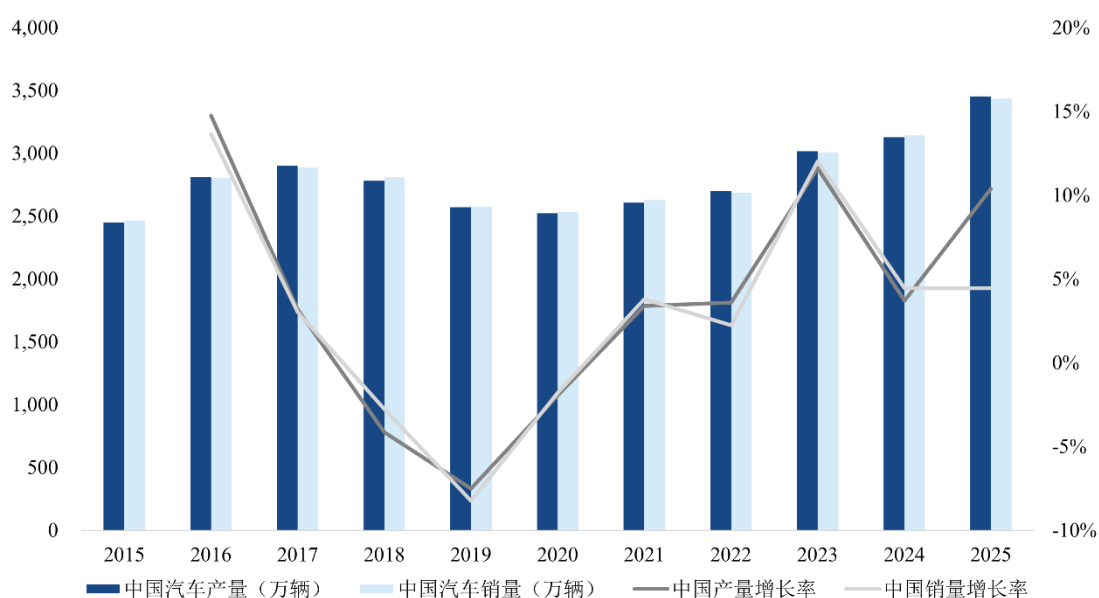


资料来源：国际汽车制造商协会（OICA）

（2）我国汽车行业市场的发展状况、容量及发展趋势

自 2009 年起，中国汽车产销量已连续多年位居世界首位。根据中国汽车工业协会公布的数据，2025 年我国汽车产销量分别为 3,453.1 万辆和 3,440.0 万辆，同比分别增长 10.4%和 9.4%，保持增长趋势。乘用车市场延续良好增长态势，产销量分别达到 3,027.0 万辆和 3,010.3 万辆，同比分别增长 10.2%和 9.2%。

2015 年-2025 年中国汽车产销量



资料来源：中国汽车工业协会

2、结合终端行业产业升级，产品迭代周期、使用周期等终端需求情况，说

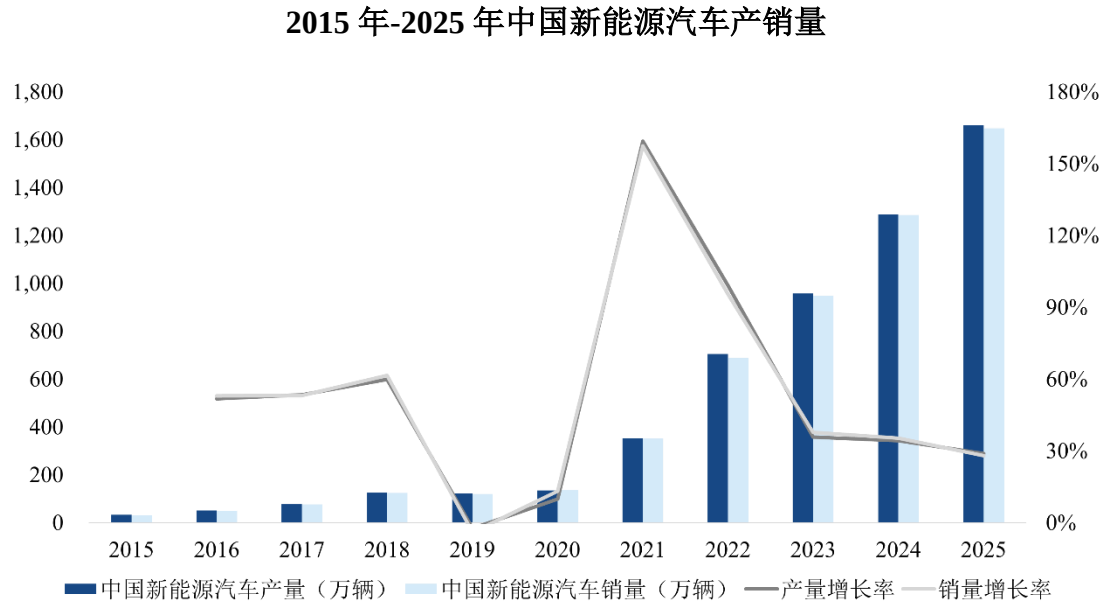
明对发行人所处行业和市场容量的具体影响

(1) 我国汽车行业产业升级情况

近年来，得益于国家政策的大力支持、新能源电池技术的不断进步以及新能源汽车产业链的不断完善，我国新能源汽车快速发展。

根据中国汽车工业协会公布的数据，2025 年度我国新能源汽车产销量分别为 1,662.6 万辆和 1,649.0 万辆，同比分别增长 29.0%和 28.2%。与此同时，新能源汽车渗透率不断提升，2025 年国内新能源汽车渗透率达到 47.9%，较 2024 年进一步提升。

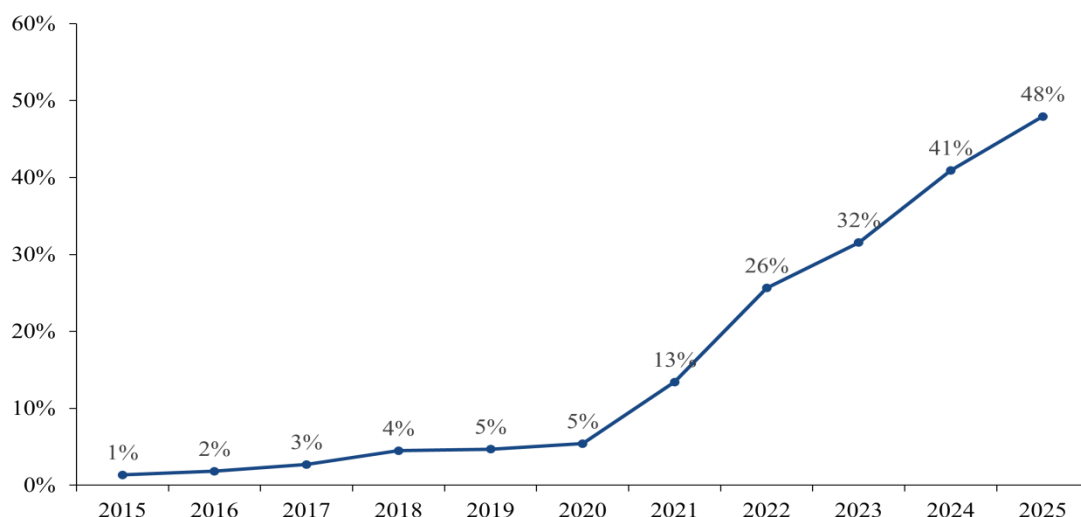
2015 年以来中国新能源汽车产销量数据情况如下：



资料来源：中国汽车工业协会

与此同时，新能源汽车在国内汽车销量中的渗透率也不断提升，具体情况如下：

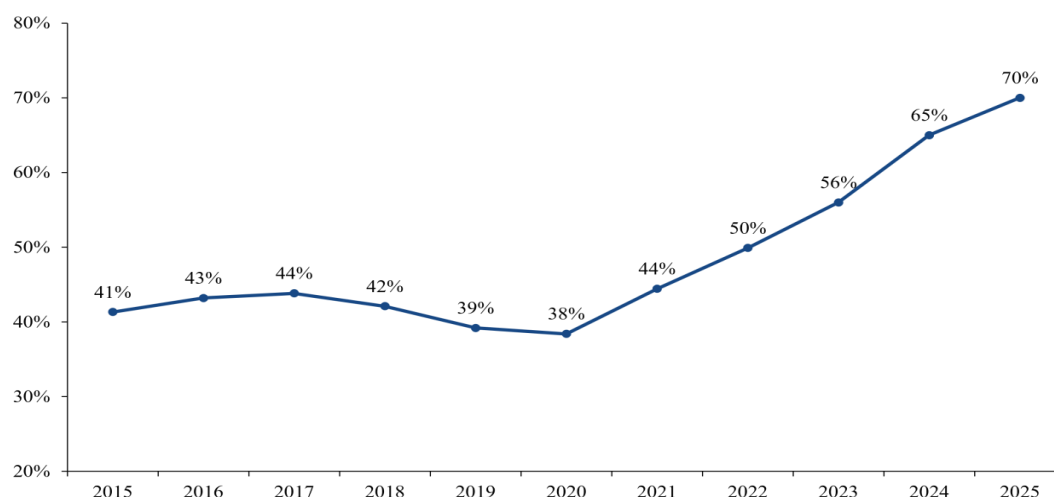
2015 年-2025 年中国新能源汽车销量渗透率



资料来源：中国汽车工业协会

自 2021 年以来，中国自主品牌乘用车进入历史性崛起期。根据中国汽车工业协会数据，自主品牌乘用车市场份额从 2021 年的 44.4% 持续攀升至 2025 年的 69.5%，在中国这一全球最大单一汽车市场上，竞争主导权已历史性地转移至中国车企手中。这一跨越主要得益于自主品牌在电动化、智能化领域的技术创新，凭借新能源赛道的先发优势及本土化供应链的完整性，自主品牌已成为市场增长的绝对主引擎。与此同时，自主品牌高端化进程加速，从单一品牌试水走向全行业集体向上，逐步打破外资品牌长期主导的高端市场壁垒。

2015 年-2025 年中国自主品牌乘用车市场份额变化趋势



资料来源：中国汽车工业协会

(2) 我国汽车行业产品迭代周期、使用周期等终端需求情况

随着全新车型和改款车型推出频率加快，整车厂对新车产品开发周期的要求越来越高。根据瑞鹄模具招股说明书披露，全新车型开发周期已由原来的 4 年左右缩短为 1-3 年。随着全球市场需求的不断变化，汽车生产厂商为保持原有品牌的影响力也会选择升级换代来吸引消费者，改款车型由原来的 6-24 个月缩短至 4-15 个月。新车型更新迭代速度更快、新车型不断推出，对汽车零部件市场发展产生积极影响。

（3）对发行人所处行业和市场容量的具体影响

汽车零部件行业作为汽车产业链中的重要一环，行业周期性与下游汽车行业的周期性呈正相关。近年来，得益于国家政策的大力支持、新能源电池技术的不断进步以及新能源汽车产业链的不断完善，我国新能源汽车快速发展。

根据中国汽车工业协会公布的数据，2025 年度我国新能源汽车产销量分别为 1,662.6 万辆和 1,649.0 万辆，同比分别增长 29.0%和 28.2%。与此同时，新能源汽车渗透率不断提升，2025 年国内新能源汽车渗透率达到 47.9%，较 2024 年进一步提升。根据 2026 年上半年最新的市场销售数据，国内新能源汽车的销售占比已经稳定突破了 50%，成为汽车消费市场的主力。我国已逐渐形成了完整且先进的新能源汽车产业链并且积累了丰富的造车经验。随着技术的不断进步和配套设施逐渐完善，新能源汽车作为我国汽车行业未来发展的重点将迎来更大的市场空间。

与此同时，新车型更新换代速度的日益加快以及社会消费者换购新车时间的缩短，推动我国乘用车市场依然将保持较大的市场规模并有良好的发展前景，给上游汽车零部件厂商带来更好的市场空间和发展契机。

得益于下游汽车行业的稳定发展以及新能源汽车、国产自主品牌汽车的爆发式增长，近年来下游整车厂及消费者对于汽车座舱舒适性及安全性的重视程度显著提升，公司所处行业仍处于成长期，未来发展空间广阔。

二、报告期内发行人及子公司所获荣誉资质的评选单位、权威性和公信力，同行业可比公司获评情况；发行人参与制定的安全带提醒装置、座椅加热装置等标准在国家、行业整体标准的地位，标准制定参与人，发行人主要参与的环节，在国家标准、行业标准制定过程中发挥的作用

（一）报告期内公司及其子公司所获荣誉资质的评选单位、权威性和公信力

报告期内，公司凭借长期扎实的创新研发能力与较强的市场竞争力，屡次获得省级以上行政单位颁授的资质或荣誉、行业协会及知名机构颁发的行业荣誉并取得多项标准体系认证。同时，公司实验室获得了一批知名汽车厂商的资质认证，相关体系认证、资质及荣誉具有权威性、知名度、公信力，具体如下：

序号	获评主体	类型	荣誉或资质	最新颁授时间	授予单位	权威性及公信力
1	河北安闻	体系证书	IATF 16949	2024-10	莱茵检测（认证机构）	由国际汽车工作组（IATF）联合国际标准化组织（ISO）制定，覆盖从产品设计到交付的全流程，是全球汽车供应链通用的质量标准。
	天津安闻			2026-6		
	广东安闻			2025-12		
	浙江安闻			2024-9		
	上海安闻			2024-12		
	东莞安海思			2024-9		
	廊坊安海斯			2023-12		
	罗马尼亚安闻			2023-11		
2	安闻科技	省部级以上荣誉资质	高新技术企业	2025-12	各省、直辖市工信主管部门、科技主管部门、财政主管部门及税务主管部门	高新技术企业由国家科技部、财政部、税务总局联合认定，为国家级权威资质，认定标准严格聚焦研发投入、自主知识产权与技术创新能力，是市场、客户及资本市场评判企业核心技术实力的官方权威依据。
	河北安闻			2025-12		
	天津安闻			2023-12		
	天津暖曦			2025-12		
3	河北安闻	省部级以上荣誉资质	省级绿色工厂	2024-9	各省、直辖市工信主管部门	由省级工信部门评审认定，官方权威制造类资质，从节能、低碳、清洁生产、工艺智造等多维度考核，是政府及下游客户认可企业绿色生产工艺、智能制造水平的核心依据。
	天津安闻			2024-7		
4	天津安闻	省部级以上荣誉资质	省级科技领军企业	2023-10	天津市科学技术局	由省级科技主管部门官方评审认定，重点考核企业核心自主知识产权、研发创新投入，是省级层面评判企业科技创新龙头实力的权威资质。
5	天津安闻	省部级以上荣誉资质	博士后创新实践基地	2024-4	天津市人力资源和社会保障局	由省级人力资源和社会保障局认定，面向具备高水平研发平台与创新能力的企业设立，是官方认可企业高端科研平台、产学研创新实力的权威资质。
6	河北安闻	省部级以上荣誉资质	省级工业企业研发机构	2025-1	河北省工业和信息化厅	由省级工信部门评审认定，设置标准严格，重点核查企业研发场地、设备、研发团队及持续创新能力，是官方认可企业自主研发硬件与技术创新体系的权威凭证。

序号	获评主体	类型	荣誉或资质	最新颁授时间	授予单位	权威性及公信力
7	河北安闻	省部级以上荣誉资质	省级制造业单项冠军	2025-9	河北省工业和信息化厅	由省级工信部门评审认定,从专业发展、市场竞争、创新能力、经营管理等方面进行筛选,是省级层面认可企业细分赛道龙头地位、核心制造竞争力的权威资质。
	天津安闻			2025-10	天津市工业和信息化局	
8	天津安闻	行业荣誉	2025 年天津市制造业 100 强	2025-9	天津市企业家联合会	由天津市企业联合会官方发布榜单,参照国内百强企业统一规则,以营业收入为核心排序依据,榜单长期连续发布,是衡量本地制造企业经营规模、产业综合实力的权威行业评价。
9	安闻科技	行业荣誉	金辑奖	2024-10	盖世汽车	由国内头部汽车产业平台盖世汽车主办,业内公认汽车供应链标杆奖项,其依托全球汽车产业大数据系统,覆盖全球 39 个国家和地区,从技术创新、产业化落地、市场认可度多维度评审,是整车厂、产业链对企业技术与配套实力的权威行业认可。
10	安闻科技	行业荣誉	铃轩奖	2024-11	汽车商业评论	由《汽车商业评论》发起创立,又名“中国汽车零部件产业年度贡献奖”,由中国主流车企采购负责人和汽车业内资深专家共同评选中国年度优秀汽车零部件技术和产品。是国内汽车零部件领域认可度较高的行业奖项,为主机厂筛选优质供应商的重要参考。
11	安闻科技	行业荣誉	汽车电子科学技术奖	2025-6	深圳市汽车电子行业协会	本奖项由国内头部汽车电子区域产业社团深圳市汽车电子行业协会主办,被誉为汽车电子细分领域行业标杆奖项,长期为国内汽车电子行业科技成果专业认定、技术成果市场转化与孵化落地、产业技术创新激励提供重要支撑。
12	安闻科技	实验室资质	CNAS (中国合格评定国家认可委员会实验室认可证书)	2024-9	中国合格评定国家认可委员会	公司产品需经实验室检测验证,实验室取得相应资质及整车厂认可后,出具的检测报告方可获得客户采信,是公司完成核心客户供应商准入评审、证明自身工艺与技术实力的重要依据。
13	安闻科技	实验室资质	Certificate of Accreditation ISO/IEC 17025:2017	2025-4	佩里 约翰逊实验室认证公司	
14	安闻科技	实验室资质	整车厂实验室认可	自 2023 年陆续获得	大众汽车、上汽大众、比亚迪、蔚来、理想汽车等多家知名车企	

注：上表所列荣誉资质为公司报告期内代表性资质荣誉，并非公司及子公司取得的全部荣誉与资质。

（二）上述奖项同行业可比公司与竞争对手的获评情况

通过公开信息检索，上述奖项的同行业可比公司、主要竞争对手获评情况如下：

序号	资质荣誉名称	获得该资质荣誉的同行业可比公司	获得该资质荣誉的主要竞争对手
1	IATF 16949	华懋科技、浙江华远、松原安全	捷温科技、礼恩派、江苏恩迪、唐群股份、埃意 IEE、谢德尔集团、依博公司
2	高新技术企业	华懋科技、浙江华远、松原安全	捷温科技、礼恩派、江苏恩迪、唐群股份、埃意 IEE、谢德尔集团
3	省级绿色工厂	华懋科技（国家级绿色工厂）	捷温科技、谢德尔集团
4	省级科技领军企业	未查询到相关公开信息	捷温科技
5	博士后创新实践基地	未查询到相关公开信息	未查询到相关公开信息
6	省级工业企业研发机构	华懋科技、浙江华远、松原安全	捷温科技、唐群股份、谢德尔集团
7	省级制造业单项冠军	未查询到相关公开信息	捷温科技
8	省级制造业 100 强	未查询到相关公开信息	未查询到相关公开信息
9	金辑奖	华懋科技	捷温科技、李尔公司（依博公司母公司）
10	铃轩奖	浙江华远	江苏恩迪
11	汽车电子科学技术奖	未查询到相关公开信息	未查询到相关公开信息
12	CNAS（中国合格评定国家认可委员会实验室认可证书）	浙江华远、松原安全	礼恩派
13	Certificate of Accreditation ISO/IEC 17025:2017	未查询到相关公开信息	捷温科技、李尔公司（依博公司母公司）、礼恩派
14	大众汽车、上汽大众、一汽大众、比亚迪、上汽通用五菱、江淮汽车、长城汽车、上海通用汽车、蔚来、理想所出具的实验室认可资质	同业不强制公示该类认可资质，公开检索渠道无法核验同行业可比公司及竞争对手持有情况的完整性。	

注 1：上述信息来源于相关公司官网、年报，或政府公告等公开渠道获取的信息。

注 2：各省省级工业企业研发机构由地方工业和信息化厅等部门分别评审认定，该类奖项各省名称及评定方法及相关评审单位略有差异，均为同级同类荣誉。

注 3：上述表格所列数据口径为可比公司或竞争对手及其相关子公司相应获取情况。

报告期内，公司及其子公司所持有的上述相关资质、奖项为汽车零部件行业主要企业普遍持有的核心资质、奖项，具有权威性和公信力。公司与主要竞争对手在所获资质、奖项等方面不存在差距。

（三）发行人参与制定的相关标准在国家、行业整体标准的地位，标准制

定参与人，发行人主要参与的环节，在国家标准、行业标准制定过程中发挥的作用

报告期内公司及其子公司主导或参与制定多项国家、行业标准，既是行业规范化生产、技术管控的重要依据也是下游客户开展供应商准入遴选、资质审核的参考规范。公司具体参与制定的国家、行业标准主要如下：

序号	标准名称及编号	标准类型	主要内容及标准地位	标准制定主导/参与情况
1	汽车座椅加热垫技术要求和试验方法（QC/T 950-2019）	行业标准	作为国内座椅加热垫专项行业标准，统一规范座椅加热产品舒适性能与安全管控要求，量化产品体感与防护能力，建立统一的产品性能评判依据，平衡驾乘加热舒适性与低温烫伤风险防控，规范行业产品设计与实验判定逻辑。	第一起草单位
2	汽车转向盘加热装置（QC/T 1260-2025）	行业标准	国内方向盘加热领域首部专项行业标准，统一行业温控、绝缘等技术要求，终结各厂商技术指标不统一、验收标准差异化的行业乱象，搭建完整统一的产品性能与安全评价体系，降低使用烫伤故障与投诉风险。	第一起草单位
3	汽车安全带提醒装置（GB/T 24551-2021）	国家标准	国内安全带提醒装置推荐性国标，搭建完整的安全带提醒总成技术框架，明确声光提醒、分级触发、乘员识别联动等整套产品管控规则，长期作为行业产品开发、实验验证及安全测评的核心参考基准，是车辆被动安全配套产品关键评价依据。	参与起草单位
4	汽车安全带提醒用乘员探测装置（GB/T 35369）	国家标准（目前尚处于制定阶段）	国内汽车安全带提醒用乘员探测装置的国家级标准，该标准虽为推荐性国标，但与 C-NCAP（中国新车评价规程）新车安全评级深度绑定，已成为国内乘用车市场准入的刚需性技术要求，是车载乘员探测细分领域的行业通用基准。	参与起草单位

上述标准的标准制定参与人、公司主要参与的环节以及在制定过程中发挥的作用情况如下：

序号	标准名称及编号	标准参与人	公司主要参与的环节与发挥的作用
1	汽车座椅加热垫技术要求和试验方法（QC/T 950-2019）	参编单位涵盖汽车零部件企业、整车集团、专用车科研机构，主要为： 河北安闻汽车零部件有限公司 镇江东方电热科技股份有限公司 浙江吉利控股集团有限公司 汉阳专用汽车研究所 诺博汽车系统有限公司	公司作为本标准第一起草单位，全程主导座椅加热器标准立项、编制、实验、研讨、审查、报批全流程工作，主导核心技术条款制定。
2	汽车转向盘加热装置（QC/T 1260-2025）	参编单位包含专业汽车零部件企业、国家级汽车检测机构、整车制造企业，参与人为： 安闻汽车技术（天津）有限公司	公司作为本标准第一起草单位，主导立项、草案编制、实验验证、研讨审查至报批全流程，负责方向盘加热器核心技术条款编制，承办标准研讨会，对标准编制作出核心贡

序号	标准名称及编号	标准参与人	公司主要参与的环节与发挥的作用
		中汽研汽车检验中心（武汉）有限公司 武汉路特斯汽车有限公司 浙江飞碟汽车制造有限公司	献。
3	汽车安全带提醒装置 (GB/T 24551-2021)	参编单位包含中汽研等国家级汽车检测机构、国内主流自主及合资整车企业、汽车安全零部件头部供应商、高校与权威认证检测机构，标准前五名起草参与人为： 中国汽车技术研究中心有限公司 安徽江淮汽车集团股份有限公司 中国第一汽车股份有限公司 上海安闻汽车电子有限公司 中汽研汽车零部件检验中心（宁波）有限公司	安全提醒装置与乘员探测装置都属于安全带提醒系统的重要组成部分，二者配套协同、不可分割。作为标准工作组核心单位，上海安闻承办标准草案专题研讨会，针对草案内乘员探测相关技术条款提出重要修订意见，并全程参与标准审查等各阶段工作，为本标准编制完善发挥重要支撑作用。
4	汽车安全带提醒用乘员探测装置 (GB/T 35369)	参与起草单位涵盖国家级汽车检测认证机构、行业主流整车厂、头部汽车零部件企业、高校及专业汽车技术研发单位，标准前五名起草参与人为： 中国汽车技术研究中心有限公司 安闻科技集团股份有限公司 北京理想汽车有限公司 吉利汽车研究院（宁波）有限公司 中汽研汽车检验中心（天津）有限公司	公司为本标准核心起草单位，依托座椅乘员探测装置成熟研发与产业化经验，主导压力、电容式乘员探测相关核心条款及实验方法编制并完成验证；负责与主机厂、座椅企业进行标准研讨、持续优化等工作。公司全程参与标准预研、立项、草案修订、研讨、征求意见稿及编制说明编写，后续将持续参与意见处理、文稿完善、标准评审等工作，对标准制定起到关键支撑作用。

公司依托长期技术积累及对行业的深刻理解，在上述标准编制工作中发挥了重要作用。公司深度参与或牵头细分领域标准体系搭建，推动热温舒适类、传感检测类产品技术要求、测试流程规范化统一，体现了公司在相关领域的技术实力与行业影响力。

三、汽车座椅舒适系统市场规模的具体定义及计算口径，市占率及排名的计算方法和依据，相关数据是否权威准确；结合发行人与国内外主要竞争对手在经营业绩、市场占有率、客户群体、技术实力、特定资质、关键业务数据及性能指标等方面的比较情况，进一步说明发行人市场份额位列“国内第一、全球第四”相关表述的准确性与合理性。

（一）汽车座椅舒适系统市场规模的具体定义及计算口径，市占率及排名的计算方法和依据，相关数据是否权威准确

1、汽车座椅舒适系统市场规模的具体定义及计算口径

汽车座椅为实现座舱乘员舒适功能的最重要载体。汽车座椅舒适系统按照具体功能包括座椅热温舒适系统（座椅通风、座椅加热）以及座椅体态舒适系统（座椅腰托、座椅按摩），因此汽车座椅舒适系统市场规模的具体定义及计算口径为上述具体应用场景下的市场规模之和，即具体产品涵盖座椅通风、座椅加热、座椅腰托、座椅按摩。

2、市占率及排名的计算方法和依据，相关数据是否权威准确

市占率具体计算方法依据弗若斯特沙利文出具的市场研究报告，中国汽车座椅舒适系统市场规模数据之和及全球汽车座椅舒适系统市场规模数据之和分别作为分母，主要厂商收入作为分子，分别计算出中国及全球汽车座椅舒适系统的市场占有率数据。

市场排名具体计算方法为依据前述市占率计算结果予以排序。

前述计算方法依据主要为弗若斯特沙利文出具的市场研究报告相关数据以及通过公开信息数据和公司销售数据予以验证。全球范围内来看，汽车座椅市场主要由佛吉亚、李尔、麦格纳、安道拓、丰田纺织等外资企业垄断，市场份额占比较高，汽车座舱舒适系统的供应商也多以捷温科技、礼恩派、李尔等外资企业为主。

捷温科技（Gentherm）成立于 1991 年，总部位于美国密歇根州，为全球领先的温控技术公司，业务涵盖汽车业务、医疗业务等，业务及生产基地遍及全球 13 个国家和地区并在全球拥有雇员超过 14,000 人，在先进热管理、气动舒适技术以及流体系统领域拥有数十年的专业经验。捷温科技（Gentherm）于 2014 年在美国纳斯达克交易所上市，为验证弗若斯特沙利文研究报告中关于市场份额的准确性，捷温科技全球市场份额核验过程如下：

单位：亿元

项目	2025 年度	2024 年度
全球市场规模	335.0	298.7
捷温科技全球座椅舒适系统收入（亿美元）	10.1	9.5
捷温科技全球座椅舒适系统收入（亿人民币）	71.8	67.6
捷温科技该产品收入对应全球市场份额	21.4%	22.6%
弗若斯特沙利文研究报告披露的捷温科技全球市场份额	21.4%	22.6%

注 1：全球市场规模数据来自弗若斯特沙利文研究报告；

注 2：捷温科技全球舒适系统收入来自捷温科技 2025 年公开披露的年报，为年报中的温控座椅、腰托与按摩两项业务之和；

注 3：美元兑换人民币折算汇率采用 2024 年和 2025 年中国外汇交易中心公布的人民币年度平均汇率中间价，分别为 7.1217 和 7.1429。

由上可知，弗若斯特沙利文研究报告披露的捷温科技全球市场份额与根据公开数据计算的数据无差异，相关数据引用准确、可信度高。

弗若斯特沙利文是一家具有领先市场地位的行业研究机构，具有较高的行业知名度和市场认可度，其报告及数据被多家（拟）上市公司所引用；弗若斯特沙利文与公司不存在关联关系。因此公司招股说明书引用数据来源于具有领先市场地位的行业研究机构的行业通用报告非定制报告，数据引用前公司通过对相关信息数据予以复核验证，相关数据引用具备行业市场认可度，相关数据具备权威准确性。

（二）结合发行人与国内外主要竞争对手在经营业绩、市场占有率、客户群体、技术实力、特定资质、关键业务数据及性能指标等方面的比较情况，进一步说明发行人市场份额位列“国内第一、全球第四”相关表述的准确性与合理性

公司与行业主要竞争对手在经营业绩、全球市场占有率、客户群体、技术实力、特定资质、关键业务数据及性能指标等方面的比对情况如下：

序号	企业名称	主要情况及经营业绩	全球市场占有率	主要竞争产品	客户群体	技术实力	特定资质	关键业务数据
1	捷温科技 Gentherm Incorporated	捷温科技成立于1991年，总部位于美国密歇根州，是一家全球领先的温控技术公司，业务涵盖汽车业务、医疗业务等，于2014年在美国纳斯达克交易所上市，2025年度收入金额为14.99亿美元。	座椅舒适领域21.4%	座椅加热、通风、腰托、按摩、方向盘加热	全球配套宝马、奔驰、大众、路虎、尼桑、福特、特斯拉等整车厂；一级供货李尔、安道拓等头部座椅厂商；全球13国布局。	依托电子与软件技术，提供一系列创新的汽车舒适性解决方案，包括5个方面，首先是温控座椅，集成了座椅加热、通风、主动冷却及颈部调节功能；其次是温控内饰，包括方向盘加热、内饰加热和脚部空间温控；在腰托与按摩解决方案中，提供气动腰托、按摩以及创新的Puls.A™脉冲式按摩功能；此外，其阀系统负责流体管理和空气控制；最后，其他产品还包括电池性能解决方案和线缆技术。捷温全球发明专利375项+。	通过IATF16949体系认证；中国区子公司为国家级高新技术企业、河北省专精特新中小企业、省级绿色工厂、省级制造业单项冠军、省级企业技术中心、省级工业企业研发机构。	2025年度收入金额为14.99亿美元，其产品广泛应用于超过1,500种车型和平台，其业务高度集中于汽车板块，该板块贡献营收14.49亿美元，占总收入的96.68%；医疗板块则仅占3.32%。捷温科技在全球雇佣人数超过14,000人。
2	依博公司 (I.G.Bauerhin)	依博公司成立于1932年，总部位于德国格伦道罗腾伯格，主营业务为汽车座椅加热、通风及其他舒适性技术产品以及座椅传感器、调节装置的研发、生产及销售。2023年4月，李尔完成对I.G.Bauerhin的收	座椅舒适领域（李尔）13.7%，SBR市场10.3%	座椅加热、通风、SBR	2023年4月，李尔完成对I.G.Bauerhin的收购，全球豪华车高端热舒适核心供应商，直接配套宝马、奔驰、奥迪、保时捷、大众等；供货李尔、佛吉亚、麦格纳、安道拓等座椅厂商；7国9家工厂贴近豪华车产区。	ComfortMax 是李尔完全集成的热舒适解决方案，ComfortMax 结合了所有高级功能（加热，冷却、通风按摩等），重量可减轻20%，达到最佳舒适度速度加快40%，组装速度快40%，降低零件复杂性高达50%，依博公司在全球范围内具有30多项座椅技术专利，研发新的座椅加热技术Dura ThermCu®和Carbo Therm®	通过IATF16949体系认证。	2023年李尔公司收购依博公司时，依博公司年销售额约2.90亿美元，员工人数超4,600名；2025年李尔公司全球销售额232.59亿美元。

序号	企业名称	主要情况及经营业绩	全球市场占有率	主要竞争产品	客户群体	技术实力	特定资质	关键业务数据
		购,收购时依博公司年收入2.9亿美元。李尔 2025 年收入金额为 233 亿美元。				使依博成为全球行业先锋。		
3	礼恩派 (Leggett & Platt)	礼恩派成立于 1883 年,总部位于美国,其汽车领域主要包括汽车座椅电机、座椅舒适系统、汽车锁止电机、机械拉线等,于 1967 年在纽约证券交易所上市,2025 年度收入金额为 40.55 亿美元。	座椅舒适领域 13.3%	座椅腰托、按摩	专注座椅结构与舒适部件,终端客户含大众、福特、本田、吉利等;配套李尔、安道拓、佛吉亚等头部座椅厂商。	擅长针对客户的专属应用场景开发定制化方案。旗下座椅产品覆盖从入门级到豪华级各类车型,致力于提升驾乘舒适体验;配套电机与执行器则能够打造差异化的便捷配置与安全功能。依托全球化布局,具备在全球范围内完成产品研发、生产制造与交付供货的能力。	通过 IATF16949 体系认证;中国区子公司无锡礼恩派为国家级高新技术企业、省级专精特新中小企业。	2025 年度收入金额为 40.55 亿美元,其中汽车板块业务收入 7.94 亿元,占比 19.58%。截至 2025 年年末,全球员工总数约 15,900 人。
4	唐群股份	惠州市唐群座椅科技股份有限公司成立于 2005 年,总部位于广东省惠州市,注册资本为 4,290.3765 万元,专注于汽车座椅舒适系统。	-	座椅腰托、按摩	国内气动舒适系统领先,国内终端配套理想、宝马、小鹏、长城汽车、吉利等,配套安道拓、延锋、佛吉亚等座椅厂商;2023 年墨西哥工厂投产,具备自营出口能力。	汽车座椅舒适系统方面,透过专有的技术及多年来累积的设计、生产及安装经验,于汽车座椅内嵌入电子器件、电子电器系统并应用传感技术,最有效的提供个性化的舒适度、创造绝佳用户体验;拥有专利超过 180 项,建有广东省多功能座椅工程技术研究中心。	通过 IATF16949 体系认证;国家级高新技术企业、惠州市绿色工厂、省级工业企业研发机构。	曾挂牌新三板,披露的 2017 年年报营业收入为 1.08 亿元,官网披露研发人员超 230 人,累计配套项目 230+。

序号	企业名称	主要情况及经营业绩	全球市场占有率	主要竞争产品	客户群体	技术实力	特定资质	关键业务数据
5	江苏恩迪	江苏恩迪汽车系统有限公司成立于 2008 年，总部位于江苏省常州市，注册资本为 1,010.101 万元，专注于汽车座椅舒适系统。	-	座椅通风、腰托、按摩	主要终端客户包括大众、通用、奔驰、宝马、蔚来、理想、长城、东风等大型车企，并且与李尔、安道拓、佛吉亚等公司建立了稳定的供货关系。	拥有座椅按摩/支撑/通风/加热等产品生产技术，企查查显示累计 149 项专利信息。	通过 IATF16949 体系认证，国家级高新技术企业、江苏省专精特新中小企业、常州市绿色工厂	未披露
6	埃意 IEE	埃意公司成立于 1976 年，总部位于卢森堡，其中国子公司总部位于河北廊坊，主要从事汽车电子传感器业务。2015 年中国航天科工集团完成对 IEE 的收购。	SBR 市场 11.2%	SBR、HOD	埃意公司在中国、韩国、日本、新加坡、美国、德国及斯洛伐克均有分支机构。埃意中国成立于 2006 年，客户包括大众、宝马、福特、通用、丰田等世界知名汽车制造商。	箔片式压力传感技术，用于安全带提醒系统安全带提醒传感器垫具备多种布局款式，能可靠检测成年乘员；设计灵活性高，便于集成至前排/后排座椅的 A 面或 B 面；无论温度、湿度如何变化，传感器性能稳定可靠；助力满足安全带提醒相关法规以及全球新车评价规程激励要求。	通过 IATF16949 体系认证；中国区埃意（廊坊）电子有限公司为国家级高新技术企业、河北省科技型中小企业。	航天科技官网披露 IEE 公司 2025 年营业收入 37.02 亿元。IEE 官网显示，IEE 在全球拥有 2700 名员工，超过 10%的员工从事研发工作。
7	谢德尔集团 Scherdel Group	谢德尔集团成立于 1890 年，总部位于德国马克特雷德维茨，主营业务为汽车发动机部件、安全系统、动力总成系统等相关精密部件制造。	-	SBR	成立于 1890 年，服务全球各大汽车制造商，集团业务客户包含大众、宝马、奔驰等德系整车厂。	SBR 传感器采用模块化设计，因此可以集成到目前市场上所有系统中。提供适用于金属座椅结构、座椅减震器、线框以及直接在座垫中的集成解决方案。	通过 IATF16949 体系认证；国内湖州和安庆子公司为国家级高新技术企业、科技型中小企业、专精特新中小企业和绿色制造企业。	目前业务不仅覆盖欧洲，还布局在南美、东欧和亚洲等未来快速增长的市场。在 12 个国家设有生产基地，官网显示年销售额 8.5 亿欧元，全球雇员 6,800 人。中国基地（湖州、安庆基

序号	企业名称	主要情况及经营业绩	全球市场占有率	主要竞争产品	客户群体	技术实力	特定资质	关键业务数据
								地) 公开资料重点介绍业务为弹簧、冲压件等。
8	安闻科技	安闻科技成立于1999年，总部位于河北省廊坊市，专注于汽车座舱舒适及安全系统的研发、生产及销售。2025年度收入金额为41.77亿元。	座椅舒适领域 9.56%，SBR 市场 13.65%	座椅加热、通风、腰托、按摩、方向盘加热、SBR、HOD	终端配套比亚迪、小米汽车、蔚来、理想、吉利、宝马、丰田、大众等；直接客户为佛吉亚、李尔、麦格纳、安道拓、延锋、诺博等座椅厂商。	三大产品线：热温舒适、体态舒适、传感检测；自研低噪气泵、离心风机、ECU 控制器、OCS 乘员识别、HOD 离手检测；截至 2025 年 12 月 31 日，公司拥有境内外专利 527 项，其中发明专利 69 项；是多项国家/行业标准起草单位。	通过 IATF16949 体系认证；公司及多家子公司取得国家级高新技术企业，多家子公司取得省级绿色工厂、省级科技领军企业、省级工业企业研发机构、省级制造业单项冠军等称号。	2025 年营业收入 41.77 亿元，2025 年末在职员工为 7,312 人，其中研发人员 1,065 人。

注 1：全球市场占有率信息来自弗若斯特沙利文研究报告，唐群股份、江苏恩迪、谢德尔集团未披露相关全球市场占有率信息；

注 2：资料来源于各公司年报、官网、研究报告及相关公开信息；

注 3：由于各竞争对手适配车型不同，公司在性能指标方面与同行业不存在竞争劣势。

公司主营业务为汽车座舱舒适及安全系统的研发、生产及销售，经过多年发展，公司拥有较强的技术创新能力、同步开发能力、配套方案设计能力以及生产制造能力，已成为全球汽车座舱舒适及安全领域的领先供应商之一，公司与主要竞争对手不存在差距、公司产品具备市场竞争力。

综上所述，2024 年、2025 年公司汽车座椅舒适领域收入占国内市场规模的比例分别为 24.11%、25.25%，占全球市场规模的比例分别为 8.50%、9.56%。根据弗若斯特沙利文研究报告，2024 年、2025 年公司汽车座椅舒适系统收入市场份额均位列国内第一、全球第四，市场排名靠前、处于行业领先地位。招股书相关表述准确，具备合理性。

四、中介机构核查情况

（一）核查程序

保荐人主要执行了以下核查程序：

1、查阅相关研究报告、行业网站、同行业公司官方网站及年度报告等公开披露信息，了解国内外汽车座舱市场情况和相关细分市场规模、竞争情况；

2、查阅弗若斯特沙利文研究报告、同行业公司官方网站及年度报告等公开披露信息，了解发行人所处细分市场、发行人主要产品在其中所处的位置及份额、主要竞争对手及其市场占有率、相关细分市场在报告期内的市场集中度及变化情况；与发行人管理层进行访谈，对相关数据进行统计分析，了解发行人的竞争优势；复核发行人招股说明书经营模式相关底稿并与发行人进一步沟通核实，了解发行人所处产业链上下游构成情况以及发行人与上下游及终端客户开展业务的具体方式；

3、查阅相关研究报告、国际汽车制造商协会（OICA）的数据、中国汽车工业协会公布的数据、汽车行业已上市公司官方网站、年度报告等公开披露信息，了解终端汽车行业市场的发展状况、容量及发展趋势、终端行业产业升级，产品迭代周期、使用周期等终端需求情况，了解和分析对发行人所处行业和市场容量的具体影响；

4、获取发行人及子公司所获主要荣誉、资质的证明文件及参与制订国家、

行业标准的相关记录，通过公开信息检索等方式对比同行业可比公司获评情况，访谈高级管理层及主要研发、技术人员，结合相关证明文件及相关认定标准，了解、评估所获主要荣誉、资质的行业地位、公信力、权威性及参与制订相关标准的具体情况、所发挥的作用等情况；

5、查阅弗若斯特沙利文研究报告，了解其汽车座椅舒适系统市场规模的具体定义及计算口径，市占率及排名的计算方法和依据并复核验证其计算结果；

6、查阅弗若斯特沙利文研究报告、同行业公司官方网站及年度报告等公开披露信息，与发行人管理层进行沟通，对发行人主要客户进行访谈核查，了解同行业公司经营业绩、市场占有率、客户群体、技术实力、特定资质、关键业务数据及性能指标等方面的情况并与发行人进行比较分析，复核发行人市场份额位列“国内第一、全球第四”相关表述的准确性与合理性。

（二）核查结论

经核查，保荐人认为：

1、近年来，得益于国家政策的大力支持以及下游汽车行业的稳定发展以及新能源汽车、国产自主品牌汽车的大幅增长，发行人所处市场容量较大，主要竞争对手为外资厂商，发行人具有竞争优势，发行人所处细分市场集中度较高；上游原材料供应充足，下游客户主要集中在全球头部汽车座椅厂商，发行人在产业链中拥有竞争优势；终端汽车行业市场保持增长态势、市场空间大、自主品牌已成为市场增长的主力军，我国汽车行业产品迭代周期、使用周期缩短均有利于上游汽车零部件市场的发展，发行人所处行业总体处于成长期，未来发展空间广阔；

2、报告期内，发行人及其子公司所持有的主要资质、荣誉具有权威性和公信力，与主要竞争对手不存在差距；发行人参与制订的相关标准在国家、行业整体标准中具有重要地位，且发行人在参与制订过程中发挥了重要作用，体现了在相关领域的技术实力与行业影响力；

3、根据弗若斯特沙利文研究报告，汽车座椅舒适系统市场的计算口径、市占率及排名的计算方法和依据合理，相关数据权威准确；结合发行人与国内外主要竞争对手在经营业绩、市场占有率、客户群体、技术实力、特定资质、关键业务数据及性能指标等方面的比较情况，2024 年、2025 年发行人汽车座椅舒适系

统收入市场份额位列国内第一、全球第四，市场排名靠前，处于行业领先地位，招股书相关表述准确，具备合理性。

2、关于业绩稳定性

申报材料显示：

发行人报告期内业绩存在波动，毛利率呈下降趋势。

请发行人披露：

报告期内业绩波动的具体原因；结合报告期内发行人收入、净利润规模及变动趋势、主营业务毛利率变动趋势、同行业公司情况，充分论证经营业绩的稳定性，并完善相关风险提示；结合所处行业状况、同行业可比公司经营规模等情况，说明认定发行人规模较大的合理性。

请保荐人、申报会计师简要概括核查过程，并发表明确意见。

【回复】

发行人披露：

一、报告期内业绩波动的具体原因；结合报告期内发行人收入、净利润规模及变动趋势、主营业务毛利率变动趋势、同行业公司情况，充分论证经营业绩的稳定性，并完善相关风险提示；结合所处行业状况、同行业可比公司经营规模等情况，说明认定发行人规模较大的合理性。

（一）报告期内业绩波动的具体原因

1、报告期内公司业绩波动主要是营业收入、毛利率、期间费用等共同影响所致

报告期内，公司合并利润表的主要科目情况如下：

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
营业收入	417,715.04	100.00%	332,959.44	100.00%	230,717.19	100.00%
营业成本	302,346.52	72.38%	213,137.50	64.01%	137,277.62	59.50%
营业毛利	115,368.52	27.62%	119,821.94	35.99%	93,439.57	40.50%
税金及附加	3,129.48	0.75%	2,680.56	0.81%	2,057.32	0.89%
销售费用	4,418.95	1.06%	2,801.38	0.84%	2,729.93	1.18%
管理费用	22,694.63	5.43%	13,936.17	4.19%	24,635.16	10.68%

研发费用	24,260.27	5.81%	17,372.49	5.22%	13,277.85	5.76%
其他收益	2,571.00	0.62%	5,973.59	1.79%	943.41	0.41%
信用减值损失	-1,978.15	-0.47%	-3,159.08	-0.95%	-3,453.12	-1.50%
资产减值损失	-3,683.09	-0.88%	-3,501.60	-1.05%	-2,244.71	-0.97%
营业利润	58,216.71	13.94%	80,772.06	24.26%	45,512.40	19.73%
扣非后归母净利润	53,863.78	12.89%	70,097.26	21.05%	53,780.57	23.31%

注：上表中占比为科目金额占营业收入的比例。

（1）收入规模方面

报告期内，公司营业收入金额分别为 230,717.19 万元、332,959.44 万元、417,715.04 万元，复合增长率为 34.56%、增长迅速，2024 年、2025 年分别同比增长 44.31%、25.46%。报告期内，公司营业收入增长的主要影响因素包括：1）国内汽车市场整体持续发展，新能源汽车以及国产自主品牌汽车销量规模持续增长，带动上游零部件配套需求不断扩大，为公司收入增长提供了广阔的市场空间；2）汽车座舱舒适及安全系统的渗透率和配置率持续提升，推动细分市场规模不断扩大；3）公司在研发创新、制造中心区位布局和快速响应、垂直整合以及多系列产品布局、智能制造及精细化管理等方面具有一系列竞争优势，凭借突出的竞争优势已经与国内外知名汽车座椅及方向盘厂商建立长期、稳定的合作关系，逐步成为汽车座椅舒适领域的国内第一大、全球第四大供应商，拥有了领先的行业地位。

（2）经营业绩方面

报告期内，公司扣非后归母净利润分别为 53,780.57 万元、70,097.26 万元和 53,863.78 万元，占当期营业收入的比例分别为 23.31%、21.05%、12.89%。2024 年、2025 年，公司扣非后归母净利润金额分别同比变动 30.34%、-23.16%，具体变动原因及影响因素情况如下：

2024 年公司扣非后归母净利润金额同比上升幅度较大，主要是受营业收入规模增长较大、毛利率有所下降综合影响。2024 年公司营业收入同比增长 44.31%、毛利率同比下降 4.51 个百分点，上述因素综合影响下，公司毛利金额同比增长 26,382.37 万元，为当年扣非后归母净利润金额上升 16,316.69 万元的主要影响因素。

2025 年公司扣非后归母净利润同比下降 23.16%，主要是由于公司营业收入规模增长较大的同时毛利率有所下降以及期间费用（销售费用、管理费用及研发费用）增加综合影响。2025 年公司营业收入同比增长 25.46%、增长幅度较大，毛利率同比下降 8.37 个百分点，综合影响下毛利金额同比下降 4,453.42 万元，与此同时受子公司数量增加、人员数量增多及薪酬上升、研发费用投入增加等因素影响，期间费用金额合计同比上升 17,263.81 万元，合计对利润总额的影响金额为-21,717.23 万元，为 2025 年扣非后归母净利润金额下降 16,233.48 万元的主要因素。

报告期内，公司营业收入不断增长、毛利率水平有所下降的原因情况如下：

2、报告期内公司营业收入不断增长的主要因素

报告期内，公司主营业务收入金额持续增长的主要因素如下：

（1）国内汽车市场整体持续发展，新能源汽车以及国产自主品牌汽车销量规模持续增长，带动上游零部件配套需求不断扩大，为公司收入增长提供了广阔的市场空间

汽车行业是国民经济的支柱产业之一。根据中国汽车工业协会数据，报告期内，我国汽车销量持续增长，2023 年至 2025 年我国汽车销量分别为 3,009.4 万辆、3,143.6 万辆和 3,440.0 万辆，2024 年、2025 年分别同比增长 4.5%和 9.4%，汽车市场整体增长情况良好。

近年来，受新能源汽车技术进步以及国家产业政策扶持等多重积极因素影响，我国新能源汽车渗透率快速提升，新能源新车销量占汽车新车总销量的比例已由 2020 年的 5.4%上升到 2025 年的 47.9%，2024 年、2025 年我国新能源汽车销量分别较上年增长 35.5%、28.2%。与此同时，随着中国自主品牌车企的技术进步以及乘用车品质、性价比和用户体验感的不断提升，中国自主品牌乘用车市场份额也呈较快增长态势。根据中国汽车工业协会数据，中国自主品牌乘用车市场份额已由 2021 年的 44.4%上升到 2025 年的 69.5%，国产自主品牌份额不断提升已经成为国内汽车市场发展的主流趋势。

汽车产销量的迅速增长使得上游汽车零部件行业市场规模不断扩大，为公司收入增长提供了广阔市场空间。

(2) 汽车座舱舒适及安全系统的渗透率和配置率持续提升，推动相关市场规模不断扩大

为进一步提升产品竞争力、吸引消费者并赢得更大的市场份额，以新能源造车新势力、国产自主品牌为代表的车企不断推出新车型，推动产品向高端化、智能化方向升级，汽车座舱舒适系统及安全系统已经成为汽车的重要卖点之一。一方面，整车厂加速推动座椅加热、座椅通风、座椅腰托、座椅按摩、方向盘加热及离手检测等配置向大众价格区间下沉，渗透率持续提升、覆盖车型范围不断扩大；另一方面，座椅舒适产品的装配率亦持续提升，逐步由前排向中、后排座椅延伸，带动单车价值量持续提升。上述因素共同影响下，汽车座舱舒适及安全系统的市场规模不断扩大。

根据弗若斯特沙利文数据，2025 年中国汽车座椅舒适系统市场规模达 119.5 亿元，预计到 2030 年中国汽车座椅舒适系统市场规模将增长至 322.8 亿元，年均复合增长率为 22.0%，市场规模较大且增长迅速，下游市场需求旺盛给公司带来良好的发展契机。

(3) 公司凭借突出的竞争优势，与国内外知名汽车座椅厂商建立长期、稳定的合作关系，逐步成为汽车座椅舒适领域的国内第一大、全球第四大供应商

经过多年发展，公司拥有了较强的技术创新能力、同步开发能力、配套方案设计能力以及生产制造能力，得到了下游知名客户的广泛认可。公司客户包括佛吉亚、东实李尔、李尔、麦格纳、安道拓、延锋、诺博等全球知名汽车座椅厂商，逐步成为汽车座椅舒适领域的国内第一大、全球第四大供应商。与此同时，公司产品广泛应用于各大知名车企的整车产品中，应用公司产品的整车厂主要包括比亚迪、吉利汽车、长安汽车、长城汽车、东风汽车、广汽集团、上汽集团、奇瑞汽车、一汽集团、北汽集团等国产自主品牌，蔚来、理想、赛力斯、岚图、小鹏、零跑、小米汽车、T 公司等国内外新能源品牌，以及宝马、奥迪、奔驰、大众、丰田、现代、通用、斯特兰蒂斯等国外品牌。

公司产品对应直接客户佛吉亚、李尔、麦格纳、安道拓均为全球前五大汽车座椅厂商之一，应用公司产品的整车厂也包括国内前十大汽车生产集团、国内前五大新能源汽车品牌，公司已经建立了优质、稳定、均衡的客户资源。

上述因素共同影响下，报告期内公司主营业务收入持续增长。

3、报告期内公司毛利率有所变动的主要影响因素

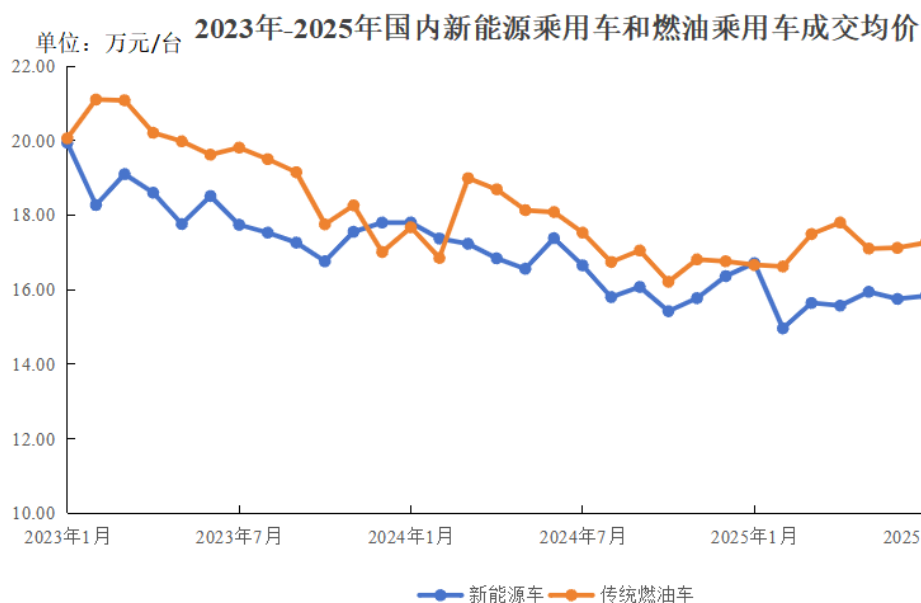
报告期内，公司综合毛利率分别为 40.50%、35.99%、27.62%，2024 年、2025 年分别同比下降 4.51 个百分点、8.37 个百分点，主要是受以下因素综合影响所致：

（1）随着国内新能源汽车市场竞争加剧，整车厂向上游零部件供应商传导价格压力以及部分企业通过低价拓展业务，使得公司产品价格下降。

近年来，国内汽车市场竞争日益加剧。一方面，国产自主品牌不断崛起，抢占合资品牌及外资品牌的市场空间，自 2021 年以来中国自主品牌乘用车进入历史性崛起期，根据中国汽车工业协会数据，自主品牌乘用车在国内汽车市场的市场份额从 2021 年的 44.4%持续攀升至 2025 年的 69.5%，占比不断上升，较多合资品牌、外资品牌纷纷降价应对市场竞争。另一方面，国产自主品牌内部，新势力品牌不断崛起，传统汽车集团也纷纷向新能源汽车转型，新能源车型升级换代速度加快、新车型推出层出不穷，根据易车车型数据库统计，2025 年上市新车（含全新车系、车系换代、中期改款、小改款、新增车款）数量超过 1,000 款，创历史新高。

当前宏观经济形势下市场竞争加剧，给整车厂企业带来较大的经营压力。根据国家统计局发布 2025 年全国规模以上工业企业经营数据显示，2025 年中国汽车行业呈现出规模增长与效益下滑并存的复杂局面，全行业收入增长 7.1%同时行业利润率（利润总额/营业收入）进一步下降至 4.1%，2023 年-2025 年持续下降且为 2015 年以来的最低值。

整车厂面对市场竞争和经营压力，较多采取升级配置增加差异点、降低车价、降低零部件采购价格等方式来应对，国内竞争日趋加剧。升级配置方面：重点聚焦提升智能化、舒适性水平，例如更多配置和完善辅助驾驶、语音交互、屏幕功能，更多配置女王座驾、零重力座椅、多点按摩、多点座椅调节，舒适功能从一排扩展到二三排等等；降低车价方面：进一步降低产品市场价格以获得消费者青睐、抢占市场份额，国内新能源乘用车和燃油乘用车的成交均价具体变动情况如下：



数据来源：汽车之家、中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会。

降低零部件采购价格方面：对部分单车价值量较大、毛利率较高的汽车零部件进行降价来传导价格压力。整体而言，在汽车销售价格下行、乘用车整车市场竞争日趋加剧的情况下，整车厂为保障自身盈利能力向上游零部件供应商传导价格压力，使得公司产品价格下降。

(2)汽车座椅舒适及安全系统配置日益下沉、较低价车型配置率不断提升，较低价车型的零部件产品价格相对较低、高毛利率产品收入占比下降，对公司主营业务毛利率产生不利影响。

相较于入门级车型，中高端车型更多安装座椅通风、座椅加热、座椅按摩以及方向盘离手检测等舒适及安全性装置，中高端车型价格和毛利率水平相对较高，相关汽车零部件企业也可获得良好的毛利率水平。近年来，伴随国内自主品牌以及新能源汽车市场的发展、市场竞争日趋激烈，国内整车厂为了获得更多市场份额，纷纷采取加配置等方式塑造差异点，入门级车型的舒适功能配置率不断上升。

以 10 万元以下入门级车型为例，该类车型一排座椅通风功能的渗透率由 2021 年的 9.44% 上升至 2025 年的 20.82%，一排座椅加热的渗透率从 2021 年的 22.44% 上升至 2025 年的 36.96%。以 10-20 万级别车型为例，该类车型一排座椅通风功能的渗透率从 2021 年的 14.85% 上升至 2025 年的 29.19%，一排座椅加热的渗透率从 2021 年的 32.77% 上升至 2025 年的 49.44%。上述车型价格较低、销量占比较高、增速更快，消费者对于价格较为敏感，零部件价格及毛利率水平也

相对较低。应用于该类车型的零部件收入金额迅速上升的情况下，会对整体毛利率水平产生不利影响。

(3)罗马尼亚安闻在 2023 年 10 月放量投产，公司海外业务占比逐年升高，但海外子公司处于早期发展阶段，其业务规模相对较小、生产成本较高、毛利率水平很低，海外业务的毛利率较低进而拉低了公司主营业务毛利率。

报告期内，罗马尼亚安闻主营业务收入金额分别为 90.31 万元、6,329.27 万元和 15,088.64 万元，增长较快。公司海外业务规模不断扩大的同时受成本较高、规模效应尚未显现等因素影响毛利率水平较低，对公司 2024 年、2025 年的毛利率水平产生不利影响。

欧洲与北美地区为全球汽车消费与制造的核心地区、市场体量庞大，也为国内汽车零部件企业全球化布局的重点目标市场。当前国内汽车出海已经进入新阶段，整车直接出口持续放量的同时众多车企加速布局欧洲本土整车工厂，以本地化生产方式适配欧盟贸易规则、贴近终端客户，带动上游零部件配套需求向欧洲转移。罗马尼亚安闻坐落于欧盟地区，为公司拓展欧洲及北美市场的重要海外生产基地，可服务于上述区域整车项目、有效提升交付响应效率、更好满足当地汽车座椅厂商的本地采购要求。与此同时罗马尼亚作为境外生产基地，可以避免和降低美国等部分国家和地区对于汽车零部件关税贸易政策的不利影响。

报告期内，罗马尼亚安闻仍处于早期发展阶段，其业务规模相对较小、生产成本较高、毛利率水平很低，公司已结合产品销售情况、存货成本及使用情况等因素充分计提存货跌价准备，生产设备正常用于生产、不存在设备减值情形。未来，随着国内新能源汽车出口加速、海外整车产能陆续释放，产业链出海的协同效应将进一步显现，有望持续带动罗马尼亚安闻订单增长，推动海外业务持续发展并提高产品毛利率水平。

报告期内，公司主营业务毛利率变动的具体原因参见本问询函回复之“10、关于毛利率/发行人披露/一、结合各类产品销售价格及单位成本变化、客户结构变化、对主要客户年降及返利等情况，量化分析报告期内各类产品毛利率变化原因及合理性”的回复。

4、报告期内公司期间费用有所变动的主要影响因素

报告期内，公司期间费用（销售费用、管理费用及研发费用）合计金额分别为 40,642.94 万元、34,110.04 万元、51,373.85 万元，公司期间费用中的股份支付金额分别为 17,560.08 万元、4,146.10 万元和 7,332.43 万元，剔除股份支付费用后各期期间费用分别为 23,082.87 万元、29,963.94 万元和 44,041.41 万元，占主营业务收入的的比例分别为 10.06%、9.02%和 10.58%，占比较为稳定。

2024 年、2025 年，公司剔除股份支付后的期间费用金额分别同比增长 6,881.07 万元、14,077.47 万元，主要是人员数量增长、人员薪酬水平提升、研发投入增加等因素综合影响，金额上升幅度较大、对报告期内公司利润总额产生一定不利影响，具体变化原因参见本问询函回复之“11、关于期间费用/发行人披露/一/（一）报告期内各项期间费用变动的合理性，与经营规模、收入变化的匹配性，各项费用核算是否准确、完整”的回复。

（二）结合报告期内发行人收入、净利润规模及变动趋势、主营业务毛利率变动趋势、同行业公司情况，充分论证经营业绩的稳定性，并完善相关风险提示

1、报告期内发行人收入、净利润规模及变动趋势、主营业务毛利率变动趋势

报告期内，公司营业收入、扣非后归母净利润、主营业务毛利率的具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度
	金额/比率	变动	金额/比率	变动	金额/比率
营业收入	417,715.04	84,755.59	332,959.44	102,242.26	230,717.19
扣非后归母净利润	53,863.78	-16,233.48	70,097.26	16,316.69	53,780.57
主营业务毛利率	27.50%	-8.41%	35.91%	-4.70%	40.61%

报告期内，公司营业收入金额分别为 230,717.19 万元、332,959.44 万元和 417,715.04 万元，复合增长率为 34.56%、增长迅速，2024 年、2025 年分别同比增长 44.31%、25.46%，报告期内公司营业收入增长较为迅速，增长情况良好。

报告期内，公司扣非后归母净利润分别为 53,780.57 万元、70,097.26 万元和 53,863.78 万元，占当期营业收入的比例分别为 23.31%、21.05%和 12.89%。2024 年、2025 年，公司扣非后归母净利润金额分别同比变动 30.34%、-23.16%，主要

是受营业收入规模、主营业务毛利率、期间费用变动等因素综合影响。

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 40.61%、35.91%、27.50%，2024 年、2025 年分别同比下降 4.70 个百分点、8.41 个百分点，整体有所下降，主要影响因素包括：受国内新能源汽车市场竞争加剧，整车厂向上游零部件供应商传导价格压力，公司产品价格下降；汽车座舱舒适及安全系统配置日益下沉、较低价车型配置率不断提升，较低价车型的零部件产品价格相对较低，导致中低端车型业务占比上升、高毛利率产品收入占比下降，对公司主营业务毛利率产生不利影响；罗马尼亚安闻在 2023 年 10 月放量投产，公司海外业务占比逐年升高但海外子公司处于早期发展阶段，其业务规模相对较小、生产成本较高、毛利率水平很低，海外业务的毛利率较低进而对公司主营业务毛利率产生不利影响。

2、报告期内公司同行业公司经营业绩相关比较情况

报告期内，同行业可比公司主营业务收入、主营业务毛利率、扣非后归母净利润的变动情况如下：

单位：万元

公司名称	项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度
		金额/比率	同比变动	金额/比率	同比变动	金额/比率
华懋科技	主营业务收入	248,008.90	13.59%	218,339.48	8.17%	201,853.21
	扣非后归母净利润	15,337.85	-36.06%	23,988.81	28.27%	18,702.35
	主营业务毛利率	30.81%	-0.57%	31.39%	0.83%	30.56%
浙江华远	主营业务收入	74,338.91	10.94%	67,006.91	23.55%	54,236.60
	扣非后归母净利润	8,773.74	-18.65%	10,785.48	33.54%	8,076.70
	主营业务毛利率	25.57%	-5.18%	30.75%	1.35%	29.40%
松原安全	主营业务收入	262,629.21	36.85%	191,913.74	56.32%	122,772.63
	扣非后归母净利润	35,452.99	41.86%	24,991.58	30.20%	19,195.40
	主营业务毛利率	27.57%	-0.39%	27.96%	-1.86%	29.82%
平均值	主营业务收入	194,992.34	22.57%	159,086.71	25.97%	126,287.48
	扣非后归母净利润	19,854.86	-0.34%	19,921.96	30.00%	15,324.81
	主营业务毛利率	27.98%	-2.05%	30.03%	0.11%	29.93%
公司	主营业务收入	416,095.47	25.32%	332,023.86	44.73%	229,404.26
	扣非后归母净利润	53,863.78	-23.16%	70,097.26	30.34%	53,780.57
	主营业务毛利率	27.50%	-8.41%	35.91%	-4.69%	40.61%

由上表可知，报告期内，同行业可比公司主营业务收入平均值分别同比增长 25.97%、22.57%，变动趋势与公司保持一致。

报告期内，同行业可比公司主营业务毛利率平均值分别同比变动 0.11 个百分点、-2.05 个百分点，2024 年基本保持稳定、2025 年有所下降。报告期内，公司主营业务毛利率有所下降且幅度相对较大、与同行业可比公司变动情况存在一定差异，主要是由于二者之间在产品结构、应用场景方面存在较大差异。浙江华远的主要产品为汽车座椅紧固件、座椅锁具等，松原安全主要产品为汽车安全带总成、安全气囊，华懋科技主要产品为安全带、安全气囊等，上述公司主要产品始终为汽车座舱安全之必备标准部件，传统燃油车、新能源汽车，高端车型、中低端车型均应配备，产品规格相对统一、更新换代速度较慢，因此其毛利率水平呈现较为稳定的特点。

相比之下，公司产品伴随国内新能源汽车迅速发展而规模迅速扩张，根据不同车型进行适应性开发、功能多样、性能参数多元化且不断迭代演进，市场竞争与研发投入均处于较高水平，导致公司毛利率在行业技术快速演进过程中呈现出前期毛利率水平较高并逐步下降的特点，波动幅度大于同行业可比公司。因此，报告期内公司毛利率变动情况与同行业可比公司存在一定差异具有合理性。

报告期内，同行业可比公司扣非后归母净利润平均值分别同比变动 30.00%、-0.34%，2024 年变动趋势及幅度整体保持一致。2025 年变动幅度存在一定差异，主要是由于 2025 年公司与同行业可比公司相比毛利率下降幅度较大所致。

3、长期来看，发行人未来经营业绩具有稳定性，持续、较大幅度下滑的风险很低

报告期内，公司扣除非经常性损益后归母净利润分别为 53,780.57 万元、70,097.26 万元、53,863.78 万元，2023 年、2025 年较为一致，2024 年公司扣除非经常性损益后归母净利润金额较大，主要是由于当期收入增长较为迅速的同时毛利率水平相对较高。

长期来看，公司经营业绩具有稳定性，一方面受公司所处市场规模大、行业地位突出、头部客户资源优质、竞争优势显著、发展前景良好等因素影响，公司收入规模增长趋势良好，公司所处行业发展趋势、市场空间、客户资源、自身竞

争优势未发生较大不利或方向性变化；另一方面，伴随渗透率的稳步提升、下游整车市场以及公司所处细分市场趋于成熟稳定，未来公司毛利率水平也将趋于稳定、持续较大幅度下滑的风险很低。

上述因素共同影响下，公司经营业绩将保持稳定，具体情况如下：

（1）受公司所处市场规模大、行业地位突出、头部客户资源优质、竞争优势显著、发展前景良好等因素影响，公司收入规模增长趋势良好，公司所处行业发展趋势、市场空间、客户资源、自身竞争优势未发生较大不利或方向性变化，未来营业收入仍将保持较大规模，为公司经营业绩稳定的基础和保障

1）下游新能源汽车、国产自主品牌汽车发展前景良好，智能化、舒适性成为汽车竞争的重要差异点、市场需求规模巨大，为公司未来收入规模增长奠定了良好的市场基础，公司所处行业发展趋势、市场空间未发生较大不利或方向性变化

自 2009 年以来，我国汽车的产销量已连续多年位居全球首位。2025 年我国汽车产销量分别为 3,453.1 万辆和 3,440.0 万辆，较上年同期分别同比增长 10.4% 和 9.4%，整体发展情况良好，多年为全球第一大汽车市场。新能源汽车已经成为我国汽车行业发展的重点鼓励方向，相关技术不断进步、市场份额迅速增长。报告期内，我国新能源汽车销量分别为 949.5 万辆、1,286.6 万辆和 1,649.0 万辆，占我国汽车销量的比重分别为 31.6%、40.9%和 47.9%，渗透率及销量规模整体迅速提升。截至 2025 年末，我国新能源汽车保有量为 4,397 万辆，占我国汽车总保有量的 12.0%，未来依然具有极大的提升空间。与此同时，近年来随着我国汽车工业体系的不断完善和新能源汽车加速渗透，国产自主品牌汽车呈现快速崛起趋势。根据中国汽车工业协会的统计，2023 年至 2025 年，中国品牌乘用车销量由 1,459.6 万辆增至 2,093.6 万辆，复合增长率达 19.8%，中国品牌乘用车市场份额由 56.0%升至 69.5%，与之相对的，合资及外资品牌乘用车市场份额由 44.0%下降至 30.5%。公司产品配套的主要车型以新能源汽车及国产自主品牌汽车为主，当前下游新能源汽车与国产自主品牌汽车市场规模持续扩张，份额稳步提升，为公司产品带来了广阔的市场空间与稳定的需求支撑，也为公司未来经营发展奠定了良好的基础。

具体至公司所处细分领域，根据弗若斯特沙利文数据，2025 年中国汽车座椅舒适系统市场规模达 119.5 亿元，预计到 2030 年中国汽车座椅舒适系统市场规模将增长至 322.8 亿元，年均复合增长率为 22.0%，市场规模较大且增长迅速，下游市场需求旺盛给公司带来良好的发展契机。

2) 公司为全球汽车座舱舒适领域的领先供应商之一，2024 年、2025 年公司市场份额位列国内第一、全球第四，拥有较高的行业地位以及竞争优势，为公司未来收入规模增长奠定了良好的基础，公司自身竞争优势、行业地位、市场空间和竞争格局未发生较大不利或方向性变化

经过多年发展，公司拥有了较强的技术创新能力、同步开发能力、配套方案设计能力以及生产制造能力，积累了客户资源优势、研发创新优势、制造中心区位优势 and 快速响应优势、垂直整合以及多系列产品布局优势、智能制造及精细化管理等一系列优势，公司已成为全球汽车座舱舒适及安全领域的领先供应商之一。2024 年、2025 年，公司汽车座椅舒适领域收入占国内市场规模的比例分别为 24.11%、25.25%，占全球市场规模的比例分别为 8.50%、9.56%，市场份额位列国内第一、全球第四，拥有领先的行业地位。

上述良好的市场地位以及竞争优势，有助于公司持续拓展获得优质客户资源并加深客户合作，为经营业绩稳定发展提供良好保障。

3) 公司拥有全球一流优质的客户资源，主要客户多为全球汽车零部件百强，经营稳定且实力较强，合作关系稳定、合作程度不断加深、合作规模不断扩大，为公司未来收入规模增长奠定了良好的客户资源基础，公司优质客户资源未发生较大不利或方向性变化

公司积极开拓了国内外知名整车厂及一级零部件供应商客户，积累了一大批优质、稳定的客户资源并建立了长期稳定的合作关系，合作规模不断扩大、合作程度不断深化。公司直接主要客户包括佛吉亚、东实李尔、李尔、麦格纳、安道拓、延锋、诺博等全球知名汽车座椅厂商，公司历年来多次获得下游知名客户授予的“优秀供应商”称号，并获得“创新卓越奖”与“最佳质量表现奖”等奖项，得到了下游知名客户的广泛认可并同部分整车厂直接建立了合作关系，积极参与其车型的同步开发。

公司报告期内部分前五大客户主要情况如下：

序号	客户名称	2026 年全球汽车零部件百强榜单排名	客户主要情况
1	麦格纳	4	麦格纳 Magna International 成立于 1957 年，总部位于加拿大，为全球领先知名的汽车零部件制造商，涵盖内饰系统、座椅系统、车身及底盘系统等领域，2025 年《财富》世界 500 强排名第 360 位。2023 年至 2025 年汽车配套领域的收入规模分别为 428 亿美元、428 亿美元和 420 亿美元。
2	佛吉亚	8	佛吉亚成立于 1997 年，总部位于法国，2022 年与海拉合并成立佛吉亚集团，为全球领先知名的汽车零部件制造商，涵盖汽车座椅系统、汽车内饰系统、智能出行、汽车电子系统等。2023 年至 2025 年汽车配套领域的收入规模分别为 283 亿美元、282 亿美元和 284 亿美元。
3	李尔	9	李尔公司 Lear Corporation Limited 成立于 1917 年，总部位于美国密歇根州，为全球领先知名的汽车座椅和电子电气技术供应商，涵盖汽车座椅系统、汽车内饰系统、汽车电子系统等。2023 年至 2025 年汽车配套领域的收入规模分别为 235 亿美元、233 亿美元和 233 亿美元。
4	延锋	15	延锋国际汽车技术有限公司成立于 2014 年，为上汽集团旗下华域汽车全资控股且全球领先知名的汽车零部件企业，专注于汽车内外饰、汽车座椅、座舱电子及被动安全领域并积极探索新业务。2023 年至 2025 年汽车配套领域的收入规模分别为 155 亿美元、168 亿美元和 184 亿美元。
5	安道拓	19	安道拓 Adient 前身为美国江森自控有限公司的汽车座椅业务，于 2016 年完成分拆，致力于改善世界的出行体验，为全球各大汽车主机厂提供座椅的创新解决方案并与合作开发定制座椅系统和组件。2023 年至 2025 年汽车配套领域的收入规模分别为 154 亿美元、147 亿美元和 145 亿美元。
6	诺博	71	诺博汽车系统有限公司成立于 2018 年，是长城汽车全资控股的汽车零部件制造企业。2023 年至 2025 年汽车配套领域的收入规模分别为 28 亿美元、31 亿美元和 34 亿美元。

注：上述全球汽车零部件百强信息来自于《美国汽车新闻》。

报告期内公司上述主要客户均位列全球汽车零部件百强，为全球汽车零部件领域的知名厂商。作为上述知名客户的供应商，公司与其建立了长期稳定的合作关系，合作规模不断扩大、合作程度不断深化，为公司未来经营发展提供了良好保障。

4) 公司持续开发新项目、新产品，持续获得一系列优质项目定点、与终端整车厂合作程度不断加深，为公司未来收入规模增长奠定了良好的项目基础

一方面，公司凭借竞争优势，持续稳定获得一系列优质项目。公司产品广泛应用于各大知名车企的整车产品中，应用公司产品的主要整车厂包括比亚迪、吉利汽车、赛力斯、理想、长城汽车、蔚来、长安汽车、东风汽车、T 公司、小鹏

汽车等，涵盖了国内知名且主要汽车品牌。近年来下游车型升级换代速度较快，公司基于与下游知名客户的良好合作情况以及自身竞争实力、行业地位，每年获取较多新车型定点项目，与此同时终端整车厂为保持竞争优势，一般会要求公司持续改进产品性能来增加产品的技术附加值。新项目、新产品在量产导入初期通常初始定价较高，有助于推动公司收入规模的持续增长。

另一方面，公司与下游整车厂的合作深度持续加强，凭借稳定可靠的产品性能、成熟的制造工艺以及完善的质量保障体系，逐步进入终端整车厂的供应商名录。出于提高产品开发效率、保障供应链安全、降低产品成本等多种因素考虑，近年来理想、蔚来、T 公司、上汽大众等部分终端整车厂趋向于直接或指定采购公司产品，供应链逐步扁平化情况下公司与此类客户对于相关产品的议价空间有所增大，有助于持续稳定获得优质项目定点，推动收入规模的扩大。报告期内，公司终端主机厂指定公司产品对应实现主营业务收入金额分别为 32,392.21 万元、56,581.56 万元、97,033.73 万元，占主营业务收入金额的比例分别为 14.12%、17.04%、23.32%，金额逐步扩大、占比不断上升。

近年来，公司先后获得了蔚来 ES8、乐道 L90、问界 M7、小米 SU7、极氪 009、理想 L7、坦克 400、坦克 500 等市场关注度较高车型的项目定点，推动了公司收入规模的迅速增长。凭借公司与整车厂、下游汽车座椅厂商的长期稳定合作关系以及公司自身行业地位、竞争优势，公司将持续获得诸多市场关注度较高的畅销车型项目定点，为公司未来收入规模增长奠定良好的项目基础。

由上可知，受公司所处市场规模大、行业地位突出、头部客户资源优质、竞争优势显著、发展前景良好等因素影响，公司收入规模增长趋势良好，公司所处行业发展趋势、市场空间、客户资源、自身竞争优势未发生较大不利或方向性变化，未来营业收入仍将保持较大规模，为公司经营业绩稳定的基础和保障。

（2）伴随渗透率的稳步提升、下游整车市场以及公司所处细分市场趋于成熟稳定以及公司积极采取一系列措施，未来毛利率水平也将趋于稳定、持续较大幅度下滑的风险很低，有助于公司未来经营业绩的稳定

1）报告期前期公司产品毛利率较高、报告期内逐步下降，与公司所处细分市场之发展阶段、产品渗透率等相关，伴随渗透率的不断提升、逐步趋于成熟期，

未来公司产品毛利率将趋于稳定

早期汽车座椅舒适及安全系统产品原主要适配于高端合资或外资品牌，自主品牌受发展阶段因素影响一般定义为中低端车型，汽车座椅舒适及安全系统的渗透率很低。根据弗若斯特沙利文数据，2021 年 10 万元以下级别乘用车的一排座椅通风渗透率仅为 9.44%、不足 10%，10-20 万元级别乘用车的一排座椅通风渗透率为 14.85%，上述价格区间也为当时国产自主品牌的主要区间。近年来国产新能源汽车市场迅速扩大、智能化水平不断提升、新车型推陈出新速度不断加快，消费者对于汽车座椅舒适性、安全性要求日益提升，国产自主品牌汽车市场销量及占比也不断提升，给公司这一专注于汽车座椅舒适及安全系统的本土零部件供应商带来了新的发展机遇，报告期前期处于价格较高、毛利率较高、迅速扩张渗透的发展阶段，产品毛利率较高。报告期内，受下游整车厂降本压力的扩大、向上游供应商传导以及渗透率不断提升等因素影响，产品价格及毛利率相应有所下降。

未来伴随公司所处细分市场进入成熟期，产品市场价格和毛利率水平将逐步趋于稳定。

2) 国内汽车行业正迈入理性发展的新阶段、内卷状况相对有所缓解，有助于推动公司产品毛利率保持相对稳定

国内汽车行业正迈入理性发展的新阶段，国内汽车市场正经历从“野蛮增长”向“秩序重构”的深刻转型。随着行业利润持续探底和消费者趋于理性，单纯依靠“低价走量”“价格内卷”已难以为继、逐渐退场，车企开始通过提升产品品质、智能化体验和品牌价值来赢得市场，行业正从“为内卷而卷”转向“价值竞争”和“技术竞争”。根据中国乘用车联合会信息，2023 年-2025 年国内乘用车销售均价分别为 18.3 万元、18.4 万元、16.8 万元，2025 年同比下降 1.6 万元、下降幅度相对较大，2026 年 1-6 月国内乘用车销售均价为 17.5 万元，较 2025 年有所上升。上述下游整车厂市场发展趋势有助于推动公司产品毛利率保持相对稳定。

3) 公司持续开发新项目、新产品，对冲下游客户降价需求带来的影响，有助于推动公司产品毛利率保持相对稳定

近年来下游车型升级换代速度较快，公司基于与下游知名客户的良好合作情况以及自身竞争实力、行业地位，每年获取较多新车型定点项目，与此同时终端整车厂为保持竞争优势，一般会要求公司持续改进产品性能来增加产品的技术附加值。

新项目、新产品在量产导入初期通常初始定价较高，随着量产爬坡以及年降政策的执行该类产品单价在车型生命周期内逐步有所下降。随着新能源汽车行业产品研发周期的大幅缩短、新车型升级换代速度的加快，新产品的持续导入能够有效对冲存量产品年降对整体平均单价的影响，有助于推动平均单价水平总体保持稳定。

4) 下游市场需求旺盛、保持较高景气度，有助于推动公司产品毛利率保持相对稳定

随着新能源汽车智能化，汽车消费从“代步工具”向“智能移动空间”和“第三生活空间”转变，用户对驾乘体验的舒适及安全性要求不断提升。汽车座舱对驾乘者而言具有重要意义，座舱舒适及安全性已经成为汽车差异化竞争的重要影响因素，也成为汽车智能化发展的重要领域，有效满足驾乘者对舒适、安全与科技感的综合需求，近年来市场规模不断扩大。根据弗若斯特沙利文数据，2025年全球汽车座椅舒适系统市场规模达 335.0 亿元，预计到 2030 年全球汽车座椅舒适系统市场规模将增长至 735.1 亿元，年均复合增长率为 17.0%。2025 年中国汽车座椅舒适系统市场规模达 119.5 亿元，预计到 2030 年中国汽车座椅舒适系统市场规模将增长至 322.8 亿元，年均复合增长率为 22.0%，市场规模较大且增长迅速，下游市场需求旺盛给相关企业带来良好的发展契机。

与此同时，公司 2023 年、2024 年、2025 年汽车座椅舒适领域收入占国内市场规模的比例分别为 19.30%、24.11%、25.25%，占全球市场规模的比例分别为 6.59%、8.50%、9.56%，占比不断上升。根据弗若斯特沙利文数据，2025 年公司汽车座椅舒适系统收入市场份额位列国内第一、全球第四，市场排名靠前，处于行业领先地位。

在需求旺盛的背景下，公司作为主要供应商之一议价能力相对较强，一定程度上有助于缓解价格下降压力的影响。

5) 终端整车厂指定采购占比提升、议价空间增大，有助于推动公司产品毛利率保持相对稳定

公司与下游整车厂的合作深度持续加强，凭借稳定可靠的产品性能、成熟的制造工艺以及完善的质量保障体系，逐步进入终端整车厂的供应商名录。出于提高产品开发效率、保障供应链安全、降低产品成本等多种因素考虑，近年来理想、蔚来、T 公司、上汽大众等部分终端整车厂趋向于直接或指定采购公司产品，供应链逐步扁平化情况下公司与此类客户对于相关产品的议价空间有所增大，使得公司能够获得更为有利的产品价格，有助于推动公司产品价格的相对稳定。报告期内，公司终端主机厂指定公司产品对应实现主营业务收入金额分别为 32,392.21 万元、56,581.56 万元、97,033.73 万元，占主营业务收入金额的比例分别为 14.12%、17.04%、23.32%，金额逐步扩大、占比不断上升。

综上所述，长期来看，发行人未来经营业绩具有稳定性，持续、较大幅度下滑的风险很低，公司经营业绩具有稳定性，一方面受公司所处市场规模大、行业地位突出、头部客户资源优质、竞争优势显著、发展前景良好等因素影响，公司收入规模增长趋势良好，公司所处行业发展趋势、市场空间、客户资源、自身竞争优势未发生较大不利或方向性变化，未来营业收入仍将保持较大规模，为公司经营业绩稳定的基础和保障；另一方面，伴随渗透率的稳步提升、下游整车市场以及公司所处细分市场趋于成熟稳定以及公司积极采取一系列措施，未来毛利率水平也将趋于稳定、持续较大幅度下滑的风险很低，有助于公司未来经营业绩的稳定。

4、完善相关风险提示

公司已在招股说明书“第二节 概览”之“一、重大事项提示”位置以及“第三节 风险因素”之“二、与公司相关的风险”之“（一）经营风险”位置，补充披露“经营业绩波动风险”，具体内容如下：

“报告期内，公司主营业务收入分别为 229,404.26 万元、332,023.86 万元和 416,095.47 万元；扣非后归母净利润分别为 53,780.57 万元、70,097.26 万元和 53,863.78 万元，上述净利润规模存在一定波动。2025 年公司扣非后归母净利润下滑主要是由于主营业务毛利率下降以及期间费用增长。未来影响公司经营

营业绩稳定性的因素较多，包括宏观经济环境、产业政策、市场竞争程度、经营管理效率等诸多内外部因素，若未来出现市场竞争加剧、公司产品迭代进展不及预期、公司管理效率下降等不利因素，将有可能对公司的盈利水平产生不利影响，导致公司出现经营业绩波动的风险。”

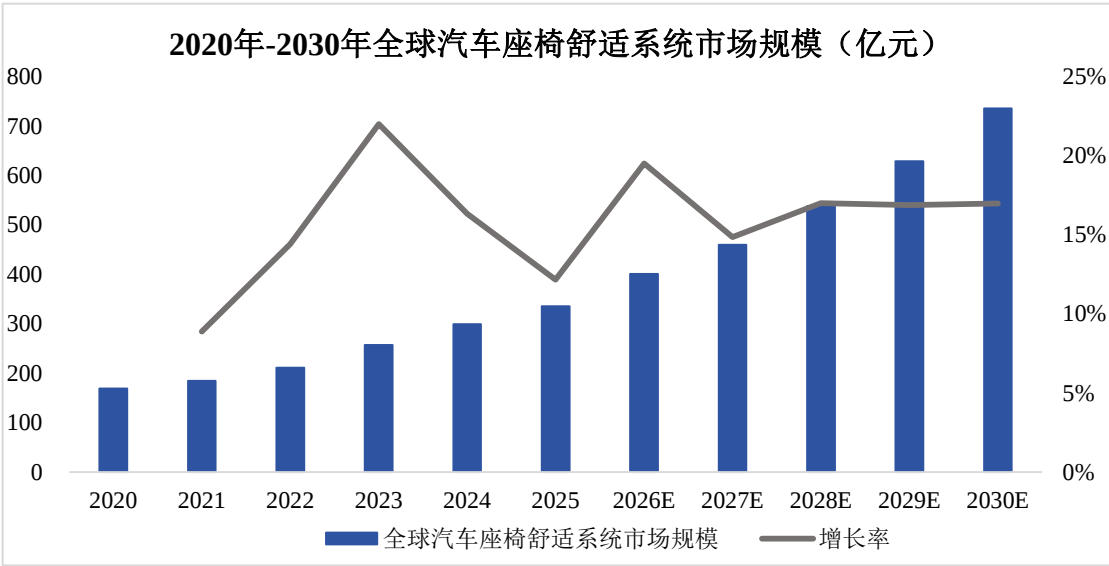
（三）结合所处行业状况、同行业可比公司经营规模等情况，说明认定发行人规模较大的合理性

1、发行人所处行业状况

随着汽车消费从“代步工具”向“智能移动空间”和“第三生活空间”转变，用户对驾乘体验的舒适及安全性要求不断提升。座舱的舒适及安全性已经成为汽车差异化竞争的重要影响因素，也成为汽车智能化发展的重要领域，近年来市场规模不断扩大。

（1）全球汽车座椅舒适系统行业概况

汽车座椅为实现座舱舒适功能的最重要载体，汽车座椅舒适系统按照具体功能包括座椅热温舒适系统（座椅通风、座椅加热）以及座椅体态舒适系统（座椅腰托、座椅按摩）。根据弗若斯特沙利文数据，2025 年全球汽车座椅舒适系统市场规模达 335.0 亿元，预计到 2030 年全球汽车座椅舒适系统市场规模将增长至 735.1 亿元，年均复合增长率为 17.0%。

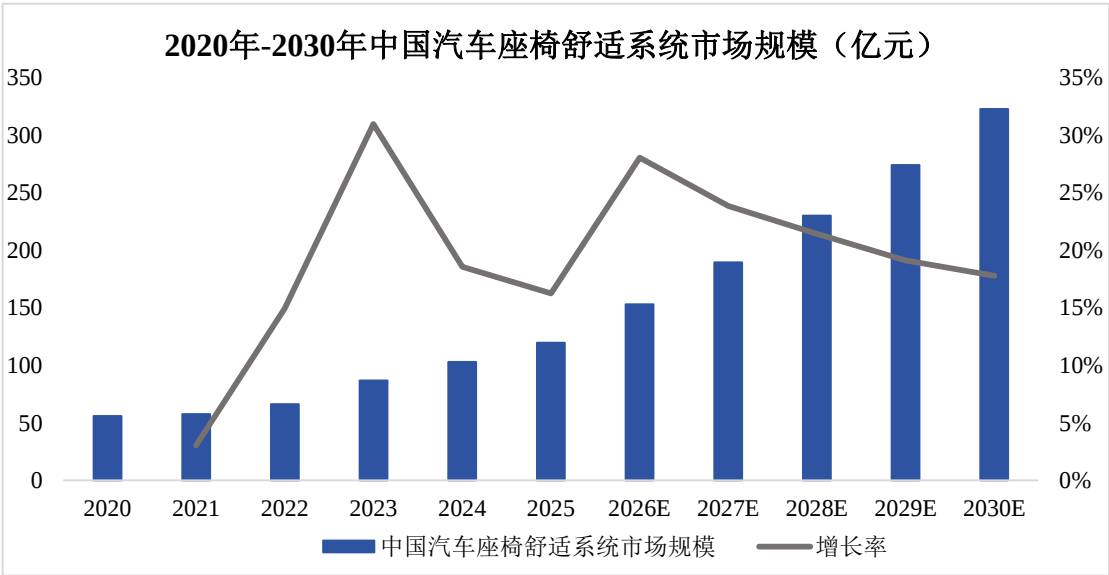


资料来源：弗若斯特沙利文。

（2）中国汽车座椅舒适系统行业概况

就国内市场而言，近年来伴随新能源汽车产销量规模的爆发式增长以及国产自主品牌汽车市场份额的大幅提升，以新能源造车新势力、国产自主品牌为代表的车企为提升产品力、创造竞争优势、进一步吸引消费者，一方面加速推动热舒适、体态舒适等配置向大众价格区间下沉，涵盖上述功能的汽车销量规模不断扩大；另一方面汽车配置率也持续提升，逐步开始从前排向中、后排座椅蔓延，单车价值量不断提升。汽车座舱舒适系统已经成为汽车的重要卖点之一，国内市场规模不断扩大。

根据弗若斯特沙利文数据，2025 年中国汽车座椅舒适系统市场规模达 119.5 亿元，预计到 2030 年中国汽车座椅舒适系统市场规模将增长至 322.8 亿元，年均复合增长率为 22.0%。



资料来源：弗若斯特沙利文。

（3）汽车座椅安全系统行业概况

当前汽车座舱安全系统正迎来迭代升级，行业由传统被动约束防护模式，逐步向主动感知预警与智能化被动防护深度融合的全域安全模式转变，技术方案逐步由单一视觉感知向视觉与座舱毫米波雷达多传感器融合路线演进，兼顾复杂行车环境下的识别精度与生物信息隐私保护需求。同时，各国车辆安全测评体系成为汽车座舱安全系统升级的重要驱动力量，中国新车评价规程（C-NCAP）以及欧洲新车评价规程（E-NCAP）持续提升智能座舱安全指标考核权重，推动驾驶员监测系统（DMS）、乘员监测系统（OMS）正逐步由高端车型选装配置向整车规模化标配转化。以 DMS、OMS 为代表的舱内主动安全装备将成为市场核心增

量。根据佐思汽研统计数据，2025 年国内乘用车 DMS 前装渗透率为 24.6%，OMS 前装渗透率仅 6.2%。

汽车座舱安全系统指车辆通过主动安全和被动安全两大系统保障行驶安全的技术体系，公司的汽车座舱安全系统产品主要应用于被动安全系统。根据均胜电子的 H 股招股说明书披露，全球汽车被动安全行业的市场规模从 2020 年的 1,200 亿元增至 2024 年的 1,602 亿元，预计到 2029 年将增长至 2,136 亿元，自 2025 年起的复合年增长率为 5.4%。中国汽车被动安全行业的市场规模从 2020 年的人民币 267 亿元增至 2024 年的人民币 345 亿元，预计到 2029 年将增长至 497 亿元，自 2025 年起的复合年增长率为 7.8%。中长期维度看，在智驾渗透、安全标准升级驱动下，座舱安全系统的市场规模有望持续扩容。

2、公司在所处行业内部的地位情况

全球范围内来看，汽车座椅市场主要由佛吉亚、李尔、麦格纳、安道拓、丰田纺织等外资企业垄断，市场份额占比较高，相应地汽车座舱舒适系统的供应商也多以捷温科技、礼恩派、李尔等全球知名外资企业为主。伴随新能源汽车渗透率以及国产自主品牌汽车市场份额的不断提升以及本土供应商自身实力的不断增强，以公司为代表的本土供应商不断崛起并积极与外资企业展开竞争，收入规模不断扩大、市场份额不断提升，逐步开始以创新创造引领行业技术变革和市场发展。

报告期内，公司汽车座椅舒适系统收入金额分别为 169,205.68 万元、253,999.87 万元和 320,212.78 万元，占当期主营业务收入金额的比例分别为 73.76%、76.50%和 76.96%，占比较高，该类产品市场份额情况如下：

单位：亿元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
中国市场规模	119.5	102.8	86.7
全球市场规模	335.0	298.7	256.8
公司该类产品收入对应国内市场份额	25.25%	24.11%	19.30%
公司该类产品收入对应全球市场份额	9.56%	8.50%	6.59%

注：上表中市场规模数据来源于弗若斯特沙利文研究报告，计算国内市场份额时扣除出口金额。

由上可知，报告期各期公司汽车座椅舒适领域收入占国内市场规模的比例分

别为 19.30%、24.11%、25.25%，占全球市场规模的比例分别为 6.59%、8.50%、9.56%，占比不断上升。根据弗若斯特沙利文数据，2024 年和 2025 年公司汽车座椅舒适系统收入市场份额位列国内第一、全球第四，市场排名靠前，处于行业领先地位。

3、同行业可比公司经营规模情况

报告期内，公司与同行业可比公司经营规模的对比情况如下：

单位：万元				
公司名称	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
华懋科技	营业收入	250,345.75	221,306.66	205,534.62
	扣非后归母净利润	15,337.85	23,988.81	18,702.35
浙江华远	营业收入	76,254.55	68,169.94	55,331.29
	扣非后归母净利润	8,773.74	10,785.48	8,076.70
松原安全	营业收入	267,808.82	197,097.38	128,038.20
	扣非后归母净利润	35,452.99	24,991.58	19,195.40
平均值	营业收入	198,136.37	162,191.33	129,634.70
	扣非后归母净利润	19,854.86	19,921.96	15,324.81
公司	营业收入	417,715.04	332,959.44	230,717.19
	扣非后归母净利润	53,863.78	70,097.26	53,780.57

从上表可以看出，报告期各期公司的营业收入和扣非后归母净利润指标均显著高于同行业可比公司，公司规模较大。

截至本问询函回复出具日，根据同花顺数据，国民经济行业分类属于“C3670 汽车零部件及配件制造”的 A 股上市公司共有 184 家，上市公司的数量较多，且主营业务和产品覆盖众多不同零部件类别，包括发动机、动力电池、轮胎轮毂、汽车电子、变速箱、车身、底盘、空调、座椅、内外饰件、转向系统、汽车玻璃、制动系统等。将对比范围扩大至上述 184 家 A 股上市公司，公司的营业收入规模、扣非后归母净利润规模仍排名靠前。

公司在汽车零部件行业 184 家 A 股上市公司中相关指标分位数情况如下：

单位：万元		
项目	营业收入	扣非后归母净利润
最大值	23,180,928.11	966,171.05

最小值	15,054.68	-132,496.80
中位数	239,090.19	12,567.88
公司	417,715.04	53,863.78
公司所处分位	前 1/3	前 1/8

注：上表中数据为 2025 年年报数据。

汽车零部件属于资金密集型行业，上述汽车零部件行业公司上市后，通过 IPO 以及上市后再融资募集较多资金用于建设投资项目、新建生产基地、招聘优秀人才等，并能够基于由此形成的生产能力和竞争优势，以及资本市场平台来进一步拓展下游客户，扩大经营规模。根据同花顺数据，2016 年以来汽车零部件行业上市公司通过 IPO 及再融资募集资金已近 2,000 亿元、规模巨大。相比于未上市公司，汽车零部件行业已上市公司明显具有资金优势和资本市场平台优势。

与汽车零部件行业的 184 家 A 股上市公司相比，公司作为未上市公司，2025 年收入规模、扣非后归母净利润规模分别处于前 1/3 和前 1/8 水平，公司的经营规模排名靠前，能够体现出公司具有较高的行业地位和行业代表性。

4、说明认定发行人规模较大的合理性

(1) 符合国家统计局认定的大型企业

根据国家统计局发布的《统计上大中小微型企业划分办法（2017）》，从业人员 1,000 人以上且营业收入 40,000 万元以上的工业类（含制造业）企业划分为大型企业。

截至报告期末，公司总资产为 462,116.56 万元，净资产为 285,053.45 万元。报告期内，公司实现营业收入分别为 230,717.19 万元、332,959.44 万元和 417,715.04 万元，扣非后归母净利润分别为 53,780.57 万元、70,097.26 万元和 53,863.78 万元。截至报告期末，公司员工人数为 7,312 人。

综上所述，公司各项指标均符合国家统计局认定的大型企业，因此公司属于规模较大的企业。

(2) 公司经营规模较大、盈利能力高于同行业可比公司，在汽车零部件行业上市公司中排名靠前

与同行业可比公司相比，2025 年公司营业收入、扣非后归母净利润分别为

同行业可比公司平均值的 2.1 倍和 2.7 倍，规模较大。

与汽车零部件行业上市公司相比：报告期内，公司业务模式成熟，经营业绩稳定，盈利能力高于同行业可比公司，在国民经济行业分类属于“C3670 汽车零部件及配件制造”的 184 家 A 股上市公司中，公司的营业收入规模、扣非后归母净利润规模仍排名靠前，分别位于前 1/3、1/8。为进一步提升自动化生产能力、扩大产能、增强规模优势，巩固和提升公司市场地位，公司已着手建设本次募投项目“汽车电子零部件生产项目”、“天津汽车零部件生产及研发项目”、“浙江汽车零部件生产建设项目”、“研发中心建设项目”和“数字化建设项目”，未来公司的经营规模将进一步提升。

(3) 公司于行业内排名领先、市场前景空间广阔

根据弗若斯特沙利文数据，2025 年中国及全球汽车座椅舒适系统市场规模分别为 119.5 亿元、335.0 亿元，2024 年和 2025 年公司汽车座椅舒适系统产品收入占中国市场规模的比例分别为 24.11%和 25.25%，占全球市场规模的比例分别为 8.50%和 9.56%，位列国内第一、全球第四，居于行业领先地位。

经过多年发展，公司拥有了较强的技术创新能力、同步开发能力、配套方案设计能力以及生产制造能力，已成为全球汽车座舱舒适及安全领域的领先供应商之一，积累了一大批优质、稳定的客户资源。随着新能源汽车渗透率的持续提升、汽车智能化的快速发展，以及消费者对于驾驶舒适性及安全性的重视程度不断提升，下游整车厂正在提高汽车产品对座舱舒适系统及安全系统相关部件的配置率，为公司业务规模有序扩张提供了广阔的市场空间。根据弗若斯特沙利文数据，预计到 2030 年，全球、中国汽车座椅舒适系统市场规模将增长至 735.1 亿元、322.8 亿元，年均复合增长率分别为 17.0%、22.0%。下游市场的蓬勃发展以及公司前期在技术创新、产品开发、智能制造、客户资源等各方面已经积累的优势将为未来公司的业绩增长提供有力支撑。

综上所述，公司为大型企业，公司经营规模较大、盈利能力高于同行业可比公司，在汽车零部件行业上市公司中排名靠前，公司于行业内排名领先，市场前景空间广阔，认定公司规模较大具有合理性。

二、中介机构核查情况

（一）核查程序

保荐人、申报会计师主要执行了以下核查程序：

1、查阅发行人审计报告，结合发行人的收入成本大表，分析报告期各期发行人的业绩变动的趋势和原因；

2、查阅同行业可比公司的公开信息，对比分析其在业务结构、经营业绩指标变动趋势方面与发行人的异同；

3、查阅行业公开信息，国家统计局等政府部门发布的相关信息，了解国内外汽车行业、汽车零部件行业的市场变化情况，以及国家对于大型企业的认定标准；通过同花顺查询 A 股汽车零部件行业上市公司的家数及经营规模信息，并与发行人进行对比分析；查阅弗若斯特沙利文等独立第三方行业研究报告，计算分析发行人的汽车座椅舒适系统产品在国内和全球的市占率情况；查阅发行人的招股说明书，了解发行人的募投项目情况。

（二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、报告期内营业收入持续增长，主要因素包括：（1）国内汽车市场整体持续发展，新能源汽车以及国产自主品牌汽车销量规模持续增长，带动上游零部件配套需求不断扩大，为发行人收入增长提供了广阔的市场空间；（2）汽车座舱舒适及安全系统的渗透率和配置率持续提升，推动相关市场规模不断扩大；（3）发行人凭借突出的竞争优势，已经与国内外知名汽车座椅及方向盘厂商建立长期、稳定的合作关系，逐步成为汽车座椅舒适领域的国内第一大、全球第四大供应商等。

2024 年发行人营业收入同比增长 44.31%、毛利率同比下降 4.51 个百分点，综合影响下毛利金额同比增长 26,382.37 万元，为当年扣非后归母净利润金额上升 16,316.69 万元的主要影响因素。2025 年发行人扣非后归母净利润同比下降 23.16%，主要是由于发行人营业收入规模同比增长 25.46%的同时毛利率同比下降 8.37 个百分点以及期间费用受子公司数量增加、人员数量增多及薪酬上升、研发费用投入增加等因素影响同比上升 17,263.81 万元，合计影响金额为 -21,717.23 万元，为当年扣非后归母净利润金额下降 16,233.48 万元主要影响因素；

2、报告期内发行人与同行业可比公司收入变动情况存在一定差异，主要是由于产品结构、应用场景存在较大差异，具有合理性。结合发行人下游新能源汽车、国产自主品牌汽车发展前景、发行人的行业地位、竞争优势，以及经营发展策略看，发行人未来经营发展情况良好，经营业绩持续较大幅度下滑的风险较低，发行人已在招股说明书中披露了相关风险；

3、发行人经营规模符合国家统计局认定的大型企业，盈利能力高于同行业可比公司，在汽车零部件行业上市公司中仍排名靠前，发行人市场地位领先且具有可增长性，因此认定发行人规模较大具有合理性。

3、关于历史沿革及股东

申报材料显示：

发行人前身为廊坊金色时光。报告期内，发行人曾存在多次增资及股权转让，部分新、老股东增资价格存在差异；2025 年以来，发行人引入先进制造基金、小米智造、蔚来产投等多名外部投资者。

请发行人披露：

（1）同次增资新、老股东增资价格存在差异的原因及合理性，增资价格的确定方式及依据，是否存在税务合规风险，是否存在应确认未确认的股份支付费用。

（2）报告期内引入先进制造基金等多名外部股东的背景及原因，区分入股目的、入股金额、估值情况等，以表格方式列示新股东入股相关情况，并分析入股价格的公允性、合理性；与新增股东相关客户的交易价格是否公允，毛利率水平与同期其他客户是否存在较大差异及其原因。

请保荐人、发行人律师、申报会计师简要概括核查过程，并发表明确意见。

【回复】

发行人披露：

一、同次增资新、老股东增资价格存在差异的原因及合理性，增资价格的确定方式及依据，是否存在税务合规风险，是否存在应确认未确认的股份支付费用。

（一）同次增资新、老股东增资价格存在差异的原因及合理性，增资价格的确定方式及依据，是否存在税务合规风险

2023 年 12 月 23 日，廊坊金色时光股东会作出决议，同意注册资本由 3,500.00 万元增至 3,806.71 万元。公司引入新聘管理人员以及员工持股平台入股，彭向前、金安民、金安富、金安强、金安国等新股东增资价格参考 2023 年 10 月 31 日每股净资产情况确定为 18.20 元/注册资本。与此同时，吴明、李瑛、李双、张海峰等老股东及吴明控制的企业海南昊佳基于对公司未来发展前景的认可，为避免自身股权被稀释亦参与本次增资，增资价格参考原始出资额确定为 1 元/注册资本。

本次增资过程中，增资主体、目的和定价依据不同，增资价格存在差异，该

等情形已经增资时的全体股东确认，不存在异议或纠纷，不存在利益输送或其他利益安排，具有合理性。

根据《财政部、国家税务总局关于个人非货币性资产投资有关个人所得税政策的通知》（财税〔2015〕41号）的相关规定，个人以非货币性资产投资，属于个人转让非货币性资产和投资同时发生。对个人转让非货币性资产的所得，应按照“财产转让所得”项目，依法计算缴纳个人所得税。公司此次增资均为现金增资，不涉及非货币性资产投资。

《股权转让所得个人所得税管理办法（试行）》第三条规定：本办法所称股权转让是指个人将股权转让给其他个人或法人的行为，包括以下情形：（一）出售股权；（二）公司回购股权；（三）发行人首次公开发行新股时，被投资企业股东将其持有的股份以公开发行方式一并向投资者发售；（四）股权被司法或行政机关强制过户；（五）以股权对外投资或进行其他非货币性交易；（六）以股权抵偿债务；（七）其他股权转移行为。

本次增资过程中，未发生《财政部、国家税务总局关于个人非货币性资产投资有关个人所得税政策的通知》中所述非货币性资产投资，亦不涉及《股权转让所得个人所得税管理办法（试行）》第三条列举的上述股权转让情形，无需缴纳个人所得税。

（二）是否存在应确认未确认的股份支付费用

根据《监管规则适用指引—发行类第5号》，为发行人提供服务的实际控制人/老股东以低于股份公允价值价格增资入股，且超过其原持股比例而获得的新增股份，应属于股份支付。

根据北京坤元至诚资产评估有限公司出具的《资产评估报告》（京坤评报字[2024]0066号），截至2023年10月31日，经收益法评估，公司股东权益评估值为40.05亿元。公司以该评估价格作为本次股份支付权益工具的公允价值，即114.43元/注册资本。

此次增资已根据《企业会计准则第11号—股份支付》和《监管规则适用指引—发行类第5号》相关规定，对该等新老股东超过其原持股比例而获得的新增股份确认股份支付费用，不存在应确认未确认的股份支付费用。

二、报告期内引入先进制造基金等多名外部股东的背景及原因，区分入股目的、入股金额、估值情况等，以表格方式列示新股东入股相关情况，并分析入股价格的公允性、合理性；与新增股东相关客户的交易价格是否公允，毛利率水平与同期其他客户是否存在较大差异及其原因。

（一）报告期内引入先进制造基金等多名外部股东的背景及原因，区分入股目的、入股金额、估值情况等，以表格方式列示新股东入股相关情况，并分析入股价格的公允性、合理性

1、外部股东入股相关情况

为满足资金需求、优化股权结构、进一步完善公司治理，2025 年公司引入了部分外部投资者。其中先进制造基金作为领投方，小米智造、蔚来产投、海科新创投及金盛基石作为跟投方，上述外部投资者于 2025 年 1-4 月对公司进行增资并受让部分原有股东所持股份，具体情况如下表所示：

单位：万股/万元							
时间	股东名称	入股方式	入股目的	增资/受让股份数量	入股价格	入股金额	估值情况
2025 年 1 月	先进制造基金	增资	看好行业及公司未来发展前景进行投资	79.59	251.28 元/股	20,000.00	投前估值 98 亿元
2025 年 3 月	先进制造基金	增资	看好行业及公司未来发展前景进行投资	39.80		10,000.00	
2025 年 4 月	小米智造	增资	看好行业及公司未来发展前景进行投资	71.63		18,000.00	
		股权转让	看好行业及公司未来发展前景进行投资	47.76		12,000.00	
	小计			119.39		30,000.00	
	蔚来产投	增资	看好行业及公司未来发展前景进行投资	23.88		6,000.00	
		股权转让	看好行业及公司未来发展前景进行投资	15.92		4,000.00	
	小计			39.80		10,000.00	
	海科新创投	增资	看好行业及公司未来发展前景进行投资	15.92		4,000.00	
		股权转让	看好行业及公司未来发展前景进行投资	11.94		3,000.00	
	小计			27.86		7,000.00	
	金盛基石	增资	看好行业及公司未来发展前景进行投资	7.96		2,000.00	
		股权转让	看好行业及公司未来发展前景进行投资	3.98		1,000.00	

时间	股东名称	入股方式	入股目的	增资/受让 股份数量	入股价格	入股金额	估值情况
			小计	11.94		3,000.00	

2、入股价格的公允性、合理性

针对此轮外部融资，以 2024 年归属于母公司所有者的净利润计算入股价格对应的市盈率为 14.19 倍，以 2025 年归属于母公司所有者的净利润计算入股价格对应的市盈率为 19.81 倍，经查询近期汽车零部件行业公司 IPO 前增资或股权转让案例，相关情况如下：

企业名称	板块	交易情况	交易时间	申报时间	交易价格	对应市盈率
汇川精密	深交所创业板	增资	2025 年 12 月	2026 年 6 月	15.00 元/股	20.77 倍
湘滨电子	深交所创业板	增资	2025 年 12 月	2026 年 6 月	30.00 元/股	9.81 倍
固德电材	深交所创业板	股权转让	2024 年 11 月	2025 年 6 月	21.26 元/股	13.14 倍
天海电子	深交所主板	增资	2024 年 3 月	2025 年 6 月	19.50 元/股	11.95 倍
平均值						13.92 倍

注：上表所列对应市盈率以相关企业增资或股权转让前一年归属于母公司所有者的净利润计算。

由上表可知，公司此轮入股价格对应市盈率与同行业 IPO 企业申报前最近一轮增资或股权转让对应市盈率水平不存在重大差异，入股价格具有公允性、合理性。

（二）与新增股东相关客户的交易价格是否公允，毛利率水平与同期其他客户是否存在较大差异及其原因

公司上述新增股东中，小米智造与蔚来产投相关的客户为小米汽车及蔚来汽车，报告期内，公司与相关客户交易情况如下：

1、小米汽车

公司股东小米智造于 2025 年 4 月入股公司，截至本问询函回复出具日，其持有公司 1,038.46 万股股份，持股比例为 2.88%，公司股东小米智造和公司间接客户小米汽车为同一控制下企业。

报告期内，公司对小米汽车销售情况如下：

单位：万元

销售模式	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接销售	-	-	-	-	-	-
间接销售	7,735.79	100.00%	3,595.31	100.00%	36.43	100.00%
其中：SBR	2,322.79	30.03%	1,006.67	28.00%	9.98	27.39%
HOD	2,149.49	27.79%	1,860.19	51.74%	23.58	64.72%
座椅加热	1,952.37	25.24%	44.08	1.23%	-	-
座椅腰托	1,301.61	16.83%	684.37	19.04%	2.87	7.89%
座椅按摩	9.52	0.12%	-	-	-	-
合 计	7,735.79	100.00%	3,595.31	100.00%	36.43	100.00%

注：上表所列直接销售指公司对主机厂直接供货交易，间接销售指公司将产品销售至一级供应商后再由一级供应商供货至相关主机厂，下同。

报告期内，公司对小米汽车均为间接销售，销售金额分别为 36.43 万元、3,595.31 万元、7,735.79 万元，占公司主营业务收入的比例分别为 0.02%、1.08%、1.85%，金额较小、占比很低。其中，2025 年公司对小米汽车销售金额较上年增加 4,140.48 万元，主要系公司当期向小米汽车 YU7 车型销售的座椅加热及 SBR 产品金额增加 2,802.64 万元所致，该等产品的定点时间为 2023 年 12 月，早于小米智造入股公司时间。

报告期内，公司对小米汽车销售的主要产品包括 SBR、HOD、座椅加热及座椅腰托等，一般而言，公司产品需要根据具体车型的不同进行定制化研发、设计、生产，产品的价格及成本与具体车型设计方案、预计规模、客户情况等具有相关性，因此不同车型、不同客户的同类产品价格、成本及毛利率也会存在一定的差异，具有合理性，具体情况如下：

（1）SBR

报告期内，公司对小米汽车销售的 SBR 产品平均单价与同期公司同类产品平均单价差异较小。2025 年公司对小米汽车销售的 SBR 产品毛利率水平较低，主要系该等 SBR 产品片型较大、工艺较为复杂、生产成本较高，相应导致单位成本及毛利率存在一定差异。

（2）HOD

报告期内，公司对小米汽车销售的 HOD 产品平均单价较高，主要系该等

HOD 产品具有加热功能且材质、技术要求较高，产品定价较高。2023 年公司对小米汽车销售的 HOD 产品毛利率较低，主要系该等产品尚处于小批量供货阶段、销售金额很小、生产成本相对较高。2024 年公司对小米汽车销售的 HOD 产品毛利率较高，主要系该等产品形成批量供货、规模效应显著、单位成本显著下降所致。

（3）座椅加热

2024 年，公司对小米汽车销售的座椅加热产品尚处于小批量供货阶段，销售金额很小、生产成本相对较高。2025 年，公司对小米汽车销售的座椅加热产品平均单价和毛利率较低，主要系公司为争取后续更多车型的座椅加热产品订单，该等产品定价较低。

（4）座椅腰托

2023 年公司对小米汽车销售座椅腰托产品毛利率为负，主要系由于产品尚处于小批量供货阶段，销售金额很小、生产成本相对较高。2024 年、2025 年公司对小米汽车销售的座椅腰托产品平均单价和毛利率较低，主要系公司为争取后续更多车型的座椅腰托产品订单，该等产品定价较低。

2、蔚来汽车

公司股东蔚来产投于 2025 年 4 月入股公司，截至本问询函回复出具日，其持有公司 346.15 万股股份，持股比例为 0.96%，公司客户蔚来汽车的实际控制人间接持有公司股东蔚来产投的权益。

报告期内，公司对蔚来汽车销售情况如下：

单位：万元

销售模式	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接销售	22.43	0.07%	22.58	0.14%	11.20	0.09%
间接销售	33,105.34	99.93%	16,492.64	99.86%	11,995.13	99.91%
其中：座椅按摩	21,363.13	64.49%	8,505.79	51.50%	5,117.42	42.62%
座椅通风	5,153.67	15.56%	2,731.76	16.54%	2,177.20	18.13%
座椅加热	3,208.60	9.69%	1,455.43	8.81%	1,096.74	9.13%
SBR	1,988.65	6.00%	1,387.92	8.40%	1,103.08	9.19%

销售模式	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
HOD	650.70	1.96%	1,307.92	7.92%	1,085.59	9.04%
方向盘加热	183.12	0.55%	4.53	0.03%	-	-
其他	557.46	1.68%	1,099.28	6.66%	1,415.11	11.80%
合 计	33,127.78	100.00%	16,515.22	100.00%	12,006.33	100.00%

报告期内，公司对蔚来汽车以间接销售为主，同时也存在零星直接销售售后件的情形。报告期内，公司对蔚来汽车直接及间接销售合计实现收入金额分别为 12,006.33 万元、16,515.22 万元和 33,127.78 万元，占公司主营业务收入的比例分别为 5.20%、4.95%、7.93%，占比较低。

其中，2025 年公司对蔚来汽车销售金额较上年增加 16,612.56 万元，主要系公司当期向蔚来汽车乐道 L90 车型、ES8 车型销售的座椅按摩产品金额增加 11,144.55 万元，该等产品的定点时间分别为 2024 年 5 月、2024 年 9 月，早于蔚来产投入股公司时间。

报告期内，公司对蔚来汽车间接销售的主要产品包括座椅按摩、座椅通风、座椅加热及 SBR 等，该等产品的单位售价、单位成本、毛利率与公司同类产品对比如下：

（1）座椅按摩

报告期内，公司对蔚来汽车销售的座椅按摩产品平均单价和毛利率较高，主要系该等产品主要应用于蔚来旗下 ES8、ET5T 等中高端车型，部分零部件技术规格要求及生产工艺技术难度较高，产品定价较高。

（2）座椅通风

报告期内，公司对蔚来汽车销售的座椅通风产品平均单价及毛利率较高主要系：一方面，该等产品主要应用于蔚来旗下 ET7、ET5T、ES8 等中高端车型，蔚来汽车座椅通风产品通风量性能要求较高，公司为其开发双重导风设计，对其销售单价较高；另一方面，蔚来汽车座椅通风产品多为吸风式通风产品，其风扇成本低于吹风式通风产品，同时蔚来汽车座椅通风产品直接内嵌于汽车座椅发泡中，由于装配模式的差异使得其成本低于平均水平，公司对其销售毛利率较高。

(3) 座椅加热

报告期内，公司对蔚来汽车销售的座椅加热产品平均单价及毛利率较高，主要系该等产品主要应用于蔚来旗下 ES8、ET5T 等中高端车型，蔚来汽车座椅加热产品生产工艺技术难度较高、产品定价较高；2025 年座椅加热产品平均成本有所下降，主要系新增扶手及腿托加热产品，其材料面积相较于常规产品较小、产品成本有所降低。

(4) SBR

报告期内，公司对蔚来汽车销售的 SBR 产品平均单价及毛利率与同期公司同类产品平均单价及毛利率差异较小。

综上所述，公司与新增股东相关客户的交易价格公允，因产品结构、材质、工艺、定价等因素导致与公司同类产品毛利率存在差异，具有合理性。

三、中介机构核查情况

(一) 核查程序

保荐人、发行人律师、申报会计师主要执行了如下核查程序：

1、访谈发行人实际控制人，查阅自然人股东调查表，了解同次增资新、老股东增资价格存在差异的原因，增资价格的确定方式及依据；查阅《财政部、国家税务总局关于个人非货币性资产投资有关个人所得税政策的通知》《股权转让所得个人所得税管理办法（试行）》等文件，了解本次增资是否存在个人所得税纳税义务；查阅股份支付公允价值确定的评估报告，复核股份支付计算过程，核查是否存在应确认未确认的股份支付费用；

2、查阅先进制造基金等外部股东出具的调查函，了解其入股发行人的背景和原因；查阅外部投资者增资协议、股权转让协议，同时查阅汽车零部件行业可比案例，分析入股价格对应的市盈率是否处于合理水平；通过登录企查查、查阅上市公司年报等途径，了解发行人股东与相关客户存在的关联关系情况；访谈发行人销售负责人，取得发行人收入成本明细表，分析发行人与新增股东相关客户交易价格、毛利率同发行人同类产品是否存在差异及合理性。

(二) 核查结论

经核查，保荐人、发行人律师、申报会计师认为：

1、发行人同次增资新、老股东增资价格因同次增资主体、目的和定价依据不同，增资价格存在差异，具有合理性，新股东增资价格参考发行人净资产情况确定，老股东增资价格参考原始出资额确定；发行人增资过程中未发生非货币性资产增资或股权转让情形，无需缴纳相关个人所得税；发行人已按照规定确认股份支付费用，不存在应确认未确认的股份支付费用；

2、发行人为满足资金需求、优化股权结构、进一步完善公司治理，2025 年发行人引入了外部股东先进制造基金、小米智造、蔚来产投、海科新创投及金盛基石入股；外部股东入股价格对应的市盈率处于合理水平，入股价格具有公允性、合理性；与新增股东相关客户小米汽车、蔚来汽车交易价格公允，毛利率与其他客户存在差异具有合理性。

4、关于股权激励

申报材料显示：

报告期内，发行人共通过九个员工持股平台实施两次股权激励，增资价格分别为 18.20 元/注册资本、37.60 元/股，股份支付权益工具的公允价值分别为 114.43 元/注册资本、251.28 元/股。

请发行人披露：

（1）设立金安民、金安富等九个不同员工持股平台的原因，各个持股平台中发行人员工的参与条件和范围、持股份额确定标准、管理决策程序、出资额流转及退出机制、离职后持股的处理方式、存续期及期满后股份处置和损益分配办法、股份锁定期等内容。

（2）不同平台中员工合伙人的划分标准，吴明、彭向前等多名员工同时在超过两个平台持股的原因及合理性，员工股权激励事项相关条款约定是否存在差异，如存在，请说明原因；结合吴明在发行人处任职及持股情况，说明由其担任金安民、金安富等多个员工持股平台执行事务合伙人的原因及合理性。

（3）结合各期股权激励计划背景情况、授予价格、评估价格、公开市场类似交易定价、PE 倍数等情况，说明股份支付费用的确定依据、计算过程及其准确性，股份支付费用与各科目的勾稽，并结合股权激励协议中对服务期限的约定，说明股份支付等待期的确认依据是否充分，相关会计处理方式是否符合《企业会计准则》规定。

请保荐人、发行人律师、申报会计师简要概括核查过程，并发表明确意见。

【回复】

发行人披露：

一、设立金安民、金安富等九个不同员工持股平台的原因，各个持股平台中发行人员工的参与条件和范围、持股份额确定标准、管理决策程序、出资额流转及退出机制、离职后持股的处理方式、存续期及期满后股份处置和损益分配办法、股份锁定期等内容。

（一）设立金安民、金安富等九个不同员工持股平台的原因

为建立健全公司长期、有效的激励机制，调动公司核心团队的积极性、创造性，有效结合公司利益与个人利益，促进公司长期、稳定发展，公司通过员工持股平台实施股权激励。公司激励对象达数百人，为使股权激励更好地达到预期效果，公司决定分批实施股权激励；与此同时《中华人民共和国合伙企业法》第六十一条规定：有限合伙企业由二个以上五十个以下合伙人设立，故同一批次股权激励需要通过多个持股平台实施。

2023 年 12 月，公司通过金安民、金安富、金安国、金安强四个员工持股平台实施第一期股权激励。2024 年 12 月，金安诚、金安信、金安康、金安达四个员工持股平台设立，公司通过其开展第二期股权激励，其中，金安康、金安达设定了预留份额。

2025 年，公司计划通过预留份额授予对包括部分外籍员工在内的部分人员进行股权激励，综合考虑金安达合伙人数量较多、便于外籍激励对象管理等因素，公司决定设立金安创平台，通过受让金安达预留份额的方式实施股权激励。2025 年 5 月，员工持股平台金安创设立，2025 年 11 月，金安创通过受让金安达预留份额实施股权激励，具有合理性。经检索上市公司公开披露案例，上市公司也存在员工通过多层架构持股的情形，具体情况如下：

上市公司 (股票代码)	两层架构情况
星宸科技 (301536)	星宸科技共有 9 个直接持有星宸科技股份有限公司的员工持股平台，分别为：厦门瀚宸、厦门耀宸、厦门旭顶、厦门芯宸、Elite Star、Treasure Star、Supreme Star、Auspicious Star、Perfect Star；厦门建宸通过厦门芯宸间接持有星宸科技股份有限公司，厦门精宸、厦门诠宸通过厦门耀宸间接持有星宸科技股份有限公司，厦门荟宸、厦门熙宸通过厦门瀚宸间接持有星宸科技股份有限公司，厦门喆宸、厦门定宸、厦门硅宸、厦门颐宸及厦门沪宸通过厦门旭顶间接持有星宸科技股份有限公司，Treasure Star Investment Limited 通过 Treasure Star 间接持有星宸科技股份有限公司，Supreme Galaxy Investment Limited 通过 Supreme Star 间接持有星宸科技股份有限公司，Auspicious Star Investment Limited 通过 Auspicious Star 间接持有星宸科技股份有限公司。
杰华特 (688141)	杰华特共有 6 个直接持有杰华特股份有限公司的员工持股平台，分别为：杰沃合伙、杰特合伙、杰微合伙、杰瓦合伙、杰程合伙、杰湾合伙；安吉杰智通过杰程合伙间接持有杰华特股份，安吉杰鹏通过杰湾合伙间接持有杰华特股份，安吉杰弛、安吉杰芯、安吉杰盛通过杰沃合伙间接持有杰华特股份。

（二）员工的参与条件和范围、持股份额确定标准、管理决策程序、出资额流转及退出机制、离职后持股的处理方式、存续期及期满后股份处置和损益分配办法、股份锁定期等内容

根据《廊坊市金色时光科技发展有限公司股权激励计划》《安闻科技集团股份有限公司股权激励计划（第二期）》（以下统称“《激励计划》”），公司员工参与股权激励的条件和范围、持股份额确定标准、管理决策程序、出资额流转及退出机制、离职后持股的处理方式、存续期及期满后股份处置和损益分配办法、股份锁定期等内容如下：

项目	具体内容		
激励对象范围	（1）公司高级管理人员； （2）公司及其控股子公司、分支机构的核心人员、优秀员工和其他骨干员工； （3）管理机构认为必要的其他人员		
员工参与条件	有下列情形之一的，不能成为激励计划的激励对象： （1）最近三年因重大违法违规行为被中国证券监督管理委员会及其派出机构予以行政处罚或采取市场禁入措施的； （2）董事及高级管理人员具有《公司法》规定的不得担任公司董事及高级管理人员情形的； （3）依法被追究刑事责任的； （4）激励对象存在未经许可将集团公司任何未公开信息（包括但不限于技术信息、商业信息、财务数据等）泄露给任何第三方、或将该等信息用于履行工作职责范围外的其他事项等侵害公司商业秘密行为的； （5）有严重失职、贪污腐败、侵占公司利益等损害公司利益或声誉的行为的； （6）本人或其近亲属（配偶、父母、子女、兄弟姐妹、祖父母、外祖父母、孙子女、外孙子女）在激励计划实施前或实施过程中，直接或间接持有集团公司竞争对手、客户、供应商、服务商及其关联方等出资，或在上述主体兼职、提供服务、获得报酬等，且本人未提前告知管理机构或告知后未经管理机构确认/批准的； （7）其他严重违反与集团公司签署的劳动合同等相关合同、或集团公司各项规章制度的； （8）违反激励计划相关文件规定的其他义务		
持股份额确定标准	根据其所任岗位职级和岗位职责、工龄、个人能力、历史贡献、未来潜力、文化认同等，由管理机构综合评定		
管理决策程序	层级	机构/人员	职权
	最高权力机构	股东会	审议批准激励计划的实施
	管理机构	董事会或其成立的股权激励专项工作组	（1）制定激励计划草案； （2）决定激励计划的补充、修改、变更、续期、终止； （3）制定及批准为实施激励计划需出具和/或签署的其他激励文件，包括激励计划执行方案、股权激励份额授予协议、持股平台合伙协议（及其补充协议）、管理机构决策文件、及其他根据管理机构的要求不时签署的各项文件； （4）决定激励对象人选及其可获得的激励股权额度、对价； （5）负责激励计划的实施，包括持股平台的建立、股权授予及激励对象退出管理等事宜； （6）决定激励对象情况变更时其持有的财产份额调整方案；

项目	具体内容		
	<table border="1"> <tr> <td></td><td>(7) 根据股东会的授权决定和处理其他激励计划相关事宜。</td></tr> </table>		(7) 根据股东会的授权决定和处理其他激励计划相关事宜。
	(7) 根据股东会的授权决定和处理其他激励计划相关事宜。		
股份锁定期	除吴明、彭向前之外，激励对象持有的激励份额设锁定期并分期解锁，具体锁定期安排如下： (1) 第一个锁定期为自授予日起至公司成功上市后 12 个月，锁定期满后，解除锁定的激励数量占激励对象取得激励总数的比例为 30%； (2) 第二个锁定期为自授予日起至公司成功上市后 24 个月，锁定期满后，解除锁定的激励数量占激励对象取得激励总数的比例为 35%； (3) 第三个锁定期为自授予日起至公司成功上市后 36 个月，锁定期满后，解除锁定的激励数量占激励对象取得激励总数的比例为 35%。		
出资额流转及退出机制、离职后持股的处理方式、存续期及期满后股份处置和损益分配办法	1、锁定期内的处分 锁定期内除激励计划、其他激励计划相关文件另有约定外，未经管理机构同意，激励对象不得对其持有的持股平台财产份额及其对应的公司股权/股份进行转让、赠与、抵押、质押等任何形式的处分。 锁定期内激励对象出现下列情形的，除管理机构同意其继续全部或部分持有外，其所持持股平台财产份额由管理机构指定人员回购（回购的份额可根据激励计划相关文件规定的程序和条件另行授予）： (1) 激励对象死亡，或者被人民法院宣告死亡或者宣告失踪的； (2) 激励对象因工伤丧失劳动能力，公司终止与其劳动关系或聘用关系的； (3) 激励对象因退休而离职，且未被集团公司返聘的； (4) 激励对象患病或者非因工负伤，在规定的医疗期满后不能从事原工作，也不能从事由公司另行安排的工作的； (5) 激励对象不能胜任工作，经培训或调整工作岗位，仍不能胜任的； (6) 激励对象主动申请或协商调整岗位，经管理机构评估后认为需要全部或部分回购的； (7) 激励对象主动或与公司或其子公司协商一致离职； (8) 公司与激励对象签订的劳动合同期限届满，且公司决定不再续签劳动合同的； (9) 激励对象因集团公司裁员而退出的； (10) 激励对象严重违反公司或其子公司的规章制度的规定或劳动合同约定的； (11) 激励对象在锁定期内被依法追究刑事责任且无法正常工作； (12) 激励对象严重失职、渎职、营私舞弊，给公司或子公司造成 5 万元以上直接或间接经济损失、使公司或子公司被责令停产停业、因职务行为导致重伤或死亡、或集团公司相关制度规定的其他重大损害的； (13) 公司或其子公司有充分证据证明该激励对象在任职期间，由于受贿、索贿、侵占、盗窃，给公司或其子公司造成前项重大损害或影响公司声誉的； (14) 激励对象存在未经许可将集团公司任何未公开信息（包括但不限于技术信息、商业信息、财务数据等）泄露给任何第三方、或将该等信息用于履行工作职责范围内的其他事项等侵害公司商业秘密行为的； (15) 激励对象存在违反公司有关竞业禁止限制规定行为的，包括但不限于到集团公司的直接竞争对手处任/兼职、利用公司的关键技术或技术材料从事竞争性工作等，及其他为竞争对手提供服务或从竞争对手处获取经济利益的行为； (16) 激励对象出现激励计划第五条第 2 款不能成为激励对象情形的； (17) 激励对象违反激励计划第四条第 3 款规定擅自处分激励股权/股份或持股平台财产份额的。 出现上述 (1) - (9) 项情形的，回购价格为初始出资价格加按同期人民银行 1 年期定期存款基准利率计算的利息之和（计息天数为该激励对象的出资款支付至公司指定账户之日起至出资回购价款支付之日），扣除激励对象从持股平台		

项目	具体内容
	已取得的分红；出现上述（10）-（17）项情形的，回购价格为激励对象取得持股平台财产份额时的初始出资价格，扣除激励对象从持股平台已取得的分红及给公司、持股平台、其他激励对象造成的损失（如有）；出现上述情形之外的其他激励对象离开集团公司情形或因激励对象原因对公司造成重大不利影响且管理机构认为应回购情形的，回购价格、时间、程序等由管理机构决定，激励对象应根据管理机构的决定配合签署相关协议等文件。 出现上述情形的，激励对象应及时告知管理机构，管理机构于每年度指定时间统计上述情形，并于完成统计后一个月内集中办理持股平台财产份额变更登记等手续，激励对象应根据管理机构指定时间履行协议签署、变更登记、财产份额交付等义务。管理机构可根据情况调整 and 决定具体办理时间。 2、锁定期满后的处分 锁定期满后，激励对象及持股平台所持公司股份的减持、出售等行为，仍应遵守法律、法规、部门规章、规范性文件以及应证监会、证券交易所对于减持条件、时间、比例、价格、程序等的相关要求（如有）（以下简称“限售条件”）。激励对象不得违反规定以任何形式处分或向持股平台申请处分其持有的公司股权/股份或持股平台财产份额。 锁定期满后，在遵守限售条件及本计划的前提下，激励对象可自由选择继续持有或申请持股平台处分其间接持有的公司股份。激励对象拟出售其对应持有的公司股份的，应于每年度的指定时间前向其所在持股平台执行事务合伙人提出书面申请说明拟出售的数量，在不违反限售条件的前提下，由执行事务合伙人或管理机构指定/委托的主体根据市场情况负责具体操作。股票出售操作相应完成后，激励对象应根据执行事务合伙人或管理机构指定/委托的主体确定的时间签署相关协议并办理持股平台回购其财产份额的变更登记等手续，履行税费缴纳等义务。持股平台完成前述激励对象退伙/减少持股平台财产份额的相关手续后，将出售公司股份所得价款扣除相关税费后的净收益按照每股平均价格（即出售总收益/出售总股数）支付给激励对象。激励对象无条件接受和认可股票出售的价格和所获得的收益，不得对股票出售的时机、价格、收益等提出建议和异议。管理机构可根据情况调整 and 决定具体办理时间。 锁定期满后，激励对象死亡，或者被人民法院宣告死亡或者宣告失踪的，其继承人可继承相应财产份额及权利，但仍应遵守激励计划及其他激励计划相关文件规定。

二、不同平台中员工合伙人的划分标准，吴明、彭向前等多名员工同时在超过两个平台持股的原因及合理性，员工股权激励事项相关条款约定是否存在差异，如存在，请说明原因；结合吴明在发行人处任职及持股情况，说明由其担任金安民、金安富等多个员工持股平台执行事务合伙人的原因及合理性。

（一）不同平台中员工合伙人的划分标准

2023 年 12 月金安民、金安富、金安国、金安强设立为第一批员工持股平台，2024 年 12 月金安诚、金安信、金安康、金安达设立为第二批员工持股平台，第一批、第二批股权激励对象划分主要考虑彼时激励对象工龄、绩效考核及个人意愿等因素，同一批次不同平台之间不存在明确的划分标准。2025 年 5 月，金安创设立，该持股平台中的合伙人主要为公司外籍员工。

(二) 吴明、彭向前等多名员工同时在超过两个平台持股的原因及合理性，员工股权激励事项相关条款约定是否存在差异

1、吴明、彭向前等多名员工同时在超过两个平台持股的原因及合理性

(1) 吴明

吴明系公司董事、副总经理，其对公司发展贡献较大、稳定性较强、公司对其认可度较高，为便于对持股平台份额变动的管理，由其担任金安民、金安富、金安诚、金安信、金安康、金安达、金安创的执行事务合伙人并作为激励对象间接持有公司股份。此外，基于吴明对公司发展作出的贡献，公司于 2025 年 12 月将前述员工持股平台部分人员退出的份额及预留份额授予吴明，吴明间接持有公司股份的比例增加。

(2) 彭向前

彭向前系公司职工代表董事、副总经理、财务负责人、董事会秘书，2023 年 12 月，基于彭向前岗位的重要性、公司对其工作成果的认可，经公司与彭向前协商一致，彭向前直接增资入股公司并通过持股平台金安民间接持有公司股份。基于彭向前对公司发展作出的贡献，公司于 2025 年 11 月将持股平台金安国、金安强的部分人员退出份额授予给彭向前，彭向前间接持有公司股份的比例增加。

(3) 其他员工

截至本问询函回复出具日，除吴明、彭向前外，公司还有李桂敏、袁海波、张海波等 39 名员工同时存在两个及以上平台持股的情形。

李桂敏系公司董事、研发运营管理中心总监，自 2018 年入职廊坊金色时光，基于其对公司发展的贡献、工作稳定性较强，公司对其认可度较高，由其担任金安国、金安强执行事务合伙人并作为激励对象间接持有公司股份。

袁海波系公司副总经理，于 2024 年作为外部引进人才入职公司并分管生产运营工作，基于其岗位的重要性，2024 年 12 月，公司将金安民、金安富、金安强的部分人员退出份额授予给袁海波。

张海波等其余 37 名员工在第一期持股平台和第二期持股平台中均持有份额，主要系在第一期股权激励实施完成后，基于该等员工工作年限、岗位的重要性以

及工作成果等，为进一步提高员工积极性，在第二期股权激励中对该等员工追加股权激励。

综上所述，吴明、彭向前等多名员工同时在两个及以上平台持股系公司对持股平台管理安排及两期股权激励授予安排形成，具有合理性。

2、员工股权激励事项相关条款约定是否存在差异

除公司基于吴明、彭向前岗位重要性、业务贡献、工作成果等因素而未对其设置锁定期外，其余员工股权激励相关条款约定不存在差异。

（三）结合吴明在发行人处任职及持股情况，说明由其担任金安民、金安富等多个员工持股平台执行事务合伙人的原因及合理性

吴明自 2003 年至 2024 年历任廊坊金色时光销售经理、销售总监、副总经理；2024 年至今任公司董事、副总经理。吴明长期分管公司销售工作，对公司业务发展具有较大贡献。截至本问询函回复出具日，吴明直接持有公司 7.95% 的股份，通过海南昊佳以及金安民、金安富、金安诚、金安信、金安康、金安达、金安创等间接持有公司 3.17% 的股份。

鉴于一方面，吴明在公司任职期限超过 20 年，现任公司董事、副总经理，合计持有公司超过 10% 股份，工作稳定性较强，公司对其认可度较高；另一方面，吴明兼任股权激励专项工作组成员，对公司股权激励计划内容和决策程序等较为熟悉，有助于激励计划的有效落地和实施；此外，吴明具有相应的资金实力，可以对员工持股平台离职员工退出份额变动进行有效管理。故吴明担任金安民、金安富等多个员工持股平台执行事务合伙人具有合理性。

三、结合各期股权激励计划背景情况、授予价格、评估价格、公开市场类似交易定价、PE 倍数等情况，说明股份支付费用的确定依据、计算过程及其准确性，股份支付费用与各科目的勾稽，并结合股权激励协议中对服务期限的约定，说明股份支付等待期的确认依据是否充分，相关会计处理方式是否符合《企业会计准则》规定。

（一）结合各期股权激励计划背景情况、授予价格、评估价格、公开市场类似交易定价、PE 倍数等情况，说明股份支付费用的确定依据、计算过程及其准确性，股份支付费用与各科目的勾稽

1、报告期股份支付基本情况

(1) 第一期股权激励

2023 年 12 月 23 日，公司召开股东会，同意金安民、金安富、金安国、金安强分别认缴新增注册资本 50.16 万元、23.27 万元、17.34 万元和 21.02 万元，增资价格参考公司净资产情况确定为 18.20 元/注册资本。

根据北京坤元至诚资产评估有限公司出具的《资产评估报告》（京坤评报字[2024]0066 号），截至 2023 年 10 月 31 日，经收益法评估，公司股东权益评估值为 40.05 亿元。公司以该评估价格作为本次股份支付权益工具的公允价值，即 114.43 元/注册资本，以 2023 年归属于母公司所有者的净利润计算该价格对应的市盈率为 10.90 倍。

(2) 第二期股权激励

2024 年 12 月 26 日，公司召开股东会，同意金安诚、金安信、金安康、金安达分别认缴新增注册资本 19.39 万元、4.12 万元、19.84 万元和 25.96 万元，增资价格参考公司净资产情况确定为 37.60 元/股。

公司以 2025 年 1 月外部投资整体投前估值 98 亿元作为本次股份支付权益工具的公允价值，即 251.28 元/股，以 2024 年归属于母公司所有者的净利润计算该价格对应的市盈率为 14.19 倍，以 2025 年归属于母公司所有者的净利润计算该价格对应的市盈率为 19.81 倍。

2025 年 11 月 26 日，经公司股权激励专项工作组同意，公司实际控制人张海涛转让其持有的金安康、金安达份额给公司员工及金安创，转让价格折合公司股份价格为 37.60 元/股，与第二期股权激励首次授予价格相同。公司本次股份支付权益工具的公允价值与前次授予选取的公允价值保持一致，即 251.28 元/股。

2、股份支付费用一次性计入当期损益

(1) 2023 年

2023 年 12 月 23 日，基于对公司未来发展前景的认可，为避免自身股权被稀释，海南昊佳、吴明、李瑛、李双、张海峰分别以 1.00 元/注册资本的价格认缴新增注册资本 79.30 万元、76.85 万元、13.95 万元、13.95 万元和 3.40 万元；

为引入高级管理人员入股，彭向前以 18.20 元/注册资本的价格认缴新增注册资本 7.47 万元。鉴于该等股东未约定锁定期条款，对于其新增持股比例部分，对应确认的股份支付费用一次性计入当期损益。此外，彭向前、吴明通过持股平台金安民、金安富所间接持有的公司股份未约定锁定期条款，其对应确认的股份支付费用一次性计入当期损益。

股东	增资后 持股数量 (万股) (A)	按原持股比 例计算持股 数量 (万股) (B)	新增持股 数量 (万股) (C=A-B)	入股价格 (元/股) (D)	每股公允 价值 (元/股) (E)	股份支付 金额 (万元) (F=(E-D) *C)
海南昊佳	79.30	-	79.30	1.00	114.43	8,995.00
吴明	356.85	304.54	52.31			5,933.90
李瑛	118.95	114.20	4.75			538.66
李双	118.95	114.20	4.75			538.66
张海峰	237.90	255.05	-			-
彭向前	7.47	-	7.47	18.20		719.08
彭向前（通过金安民）	7.14	-	7.14			687.37
吴明（通过金安民、金安富）	0.10	-	0.10			10.57
合计	926.66	787.99	155.82	-	-	17,423.23

注 1：计算可能出现小额尾差，系持股数量四舍五入所致，下同；

注 2：按原持股比例计算股数（B）=本次增资后公司总股本*本次增资前各股东原持股比例。

（2）2024 年

2024 年 12 月 26 日，金安达、海南昊佳、金安康、金安诚及金安信分别认缴新增注册资本 25.96 万元、23.98 万元、19.84 万元、19.39 万元及 4.12 万元，增资价格参考公司净资产情况确定为 37.60 元/股。其中，海南昊佳为吴明控制的企业，其未约定锁定期条款，对于其新增持股比例部分，其对应确认的股份支付费用一次性计入当期损益。此外，吴明通过持股平台金安诚、金安信、金安康、金安达间接持有的公司股份未约定锁定期条款，其对应确认的股份支付费用一次性计入当期损益。

股东	增资后 持股数量 (万股) (A)	按原持股比 例计算持股 数量(万股) (B)	新增持股 数量(万股) (C=A-B)	入股价格 (元/股) (D)	每股公允 价值 (元/股) (E)	股份支付 金额 (万元) (F=(E-D) *C)
海南昊佳	103.28	81.24	13.29	37.60	251.28	2,840.82
吴明	356.85	365.60				
吴明(通过金 安诚等)	0.11	-	0.11	37.60	251.28	22.73
合计	460.24	446.84	13.40	-	-	2,863.55

注：海南昊佳系由吴明控制，合并计算其持股变动情况。

(3) 2025 年

2025 年，张海涛将持有金安国、金安强部分出资额转让给彭向前。公司将金安民、金安富、金安诚、金安信、金安康、金安达、金安创部分人员退出份额及部分预留份额授予吴明。公司与吴明、彭向前未约定锁定期条款，其对应确认的股份支付费用一次性计入当期损益。

股东	受让后 持股数量 (万股) (A)	按原持股 比例计算 持股数量 (万股) (B)	新增持股 数量 (万股) (C=A-B)	入股价格 (元/股) (D)	每股公允 价值 (元/股) (E)	股份支付 金额 (万元) (F=(E-D) *C)
彭向前(通过金安国、 金安强)	2.01	-	2.01	18.20	251.28	467.44
吴明(通过金安富、金 安民)	4.51	-	4.51	18.20	251.28	1,050.15
吴明(通过金安诚等)	17.23	-	17.23	37.60	251.28	3,682.61
合计	23.75	-	23.75	-	-	5,200.20

报告期各期，公司一次性计入当期损益的股份支付金额分别为 17,423.23 万元、2,863.55 万元和 5,200.20 万元。

3、股份支付费用在服务期内分摊确认

报告期各期，公司通过金安富、金安国等 9 个员工持股平台，分三次对员工授予股权激励份额，除吴明、彭向前外，其他员工均设置锁定期，公司按照所约定的锁定期条款，结合当期离职率等数据，对各年股份支付费用予以确认，各期总体情况如下：

授予时间	持股平台	本期授予 员工数量 (万股) (A)	入股价格 (元/股) (B)	每股公允 价值 (元/股) (C)	股份支付 总金额 (万元) (D=(C-B)*A)
2023 年 12 月	金安国等 4 个平台	104.53	18.20	114.43	10,059.35
2024 年 12 月	金安诚等 3 个平台	24.52	37.60	251.28	5,239.76
2025 年 12 月	金安诚等 4 个平台	31.76	37.60	251.28	6,785.54

注：上述授予数量为设定锁定期条款员工的授予数量。

报告期各期，公司分摊计入当期损益的股份支付金额分别为 141.11 万元、1,359.24 万元和 2,236.07 万元。

4、股份支付与各科目的勾稽关系

报告期各期，公司股份支付费用总额分别为 17,564.34 万元、4,222.79 万元和 7,436.27 万元。根据激励员工的不同职能，公司将上述股份支付费用分别计入管理费用、研发费用、销售费用以及营业成本等，各期计入情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
管理费用	6,270.60	3,383.72	17,489.87
研发费用	863.79	590.92	53.51
销售费用	198.05	171.45	16.69
营业成本	103.84	76.69	4.26
合计	7,436.27	4,222.79	17,564.34

(二) 结合股权激励协议中对服务期限的约定，说明股份支付等待期的确认依据是否充分，相关会计处理方式是否符合《企业会计准则》规定。

激励计划中员工锁定期的约定一般为：第一个锁定期为自授予日起至公司成功上市后 12 个月，锁定期满后，解除锁定的激励数量占激励对象取得激励总数的比例为 30%；第二个锁定期为自授予日起至公司成功上市后 24 个月，锁定期满后，解除锁定的激励数量占激励对象取得激励总数的比例为 35%；第三个锁定期为自授予日起至公司成功上市后 36 个月，锁定期满后，解除锁定的激励数量占激励对象取得激励总数的比例为 35%。

公司结合申报时间以及市场平均审核周期，确定锁定期至 2030 年 11 月末，即：股份支付中的 30%在授予后至 2028 年 11 月期间摊销，35%在授予后至 2029 年 11 月期间摊销，35%在授予后至 2030 年 11 月期间摊销。在等待期内每个资

产负债表日，公司根据年度人员离职情况，对预计可行权数量进行估计，确认相应的股份支付费用。

公司基于股权激励授予协议约定的锁定期确定各批次激励股权等待期，等待期确认依据充分；股份支付费用会计处理符合《企业会计准则》规定。

四、中介机构核查情况

（一）核查程序

保荐人、发行人律师、申报会计师主要执行了以下核查程序：

1、访谈发行人实际控制人并检索公开案例，了解发行人设立金安民、金安富等九个不同持股平台的原因；查阅发行人股权激励计划、股权激励授予协议等文件，了解股权激励计划中发行人员工的参与条件与范围、持股份额确定标准、管理决策程序、出资额流转及退出机制、离职后激励份额的处理方式、存续期及期满后股份处置和损益分配办法、股份锁定期等内容；

2、访谈发行人实际控制人，了解不同平台中员工合伙人的划分标准；访谈吴明、彭向前，了解吴明、彭向前等多名员工同时在超过两个平台持股的原因，了解吴明担任金安民、金安富等多个员工持股平台执行事务合伙人的原因；查阅发行人股权激励计划、股权激励授予协议等文件，核查员工股权激励事项相关条款约定是否存在差异；

3、查阅各员工持股平台的《合伙协议》及登记档案资料，了解各持股平台的合伙人构成及其变化情况及自设立至今的历次工商变更情况；查阅发行人股份支付授予日近期的评估报告、外部投资者入股协议等，计算权益工具公允价值对应的市盈率倍数；查阅发行人股权激励计划等文件，了解服务期限约定；查阅发行人股份支付费用计算表，复核股份数量、权益工具公允价值、摊销期间等，针对离职员工，复核离职员工的股份支付的会计处理。

（二）核查结论

经核查，保荐人、发行人律师、申报会计师认为：

1、为便于持股平台管理，发行人分批实施股权激励并设立了九个不同员工持股平台；发行人已在股权激励计划中明确规定了员工的参与条件和范围、持股

份额确定标准、管理决策程序、出资额流转及退出机制、离职后持股的处理方式、存续期及期满后股份处置和损益分配办法、股份锁定期等内容；

2、发行人第一批、第二批股权激励对象划分主要考虑彼时激励对象工龄、绩效考核及个人意愿等因素，同一批次不同平台之间不存在明确的划分标准，吴明、彭向前等多名员工同时在超过两个平台持股具有合理性，除吴明、彭向前未约定锁定期外，员工股权激励事项其他相关条款约定不存在差异；鉴于吴明工作稳定性较强，发行人对其认可度较高，吴明可以对员工持股平台份额变动进行有效管理，其担任金安民、金安富等多个员工持股平台执行事务合伙人具有合理性；

3、发行人分批实施股权激励，授予价格参考发行人净资产情况确定，股份支付权益工具的公允价值参考评估价格、外部投资者入股价格等确定，股份支付费用的确认依据充分，计算准确，股份支付费用与各科目勾稽一致，股份支付等待期的确认依据充分，相关会计处理方式符合《企业会计准则》规定。

5、关于关联交易及同业竞争

申报材料显示：

报告期内，发行人存在关联方资金拆入及与股东张海峰、吴明控制的企业进行关联交易的情形，并于 2023 年通过新设子公司罗马尼亚安闻收购关联公司 AEW Automotive S.R.L.的存货及固定资产；为避免同业竞争，发行人收购北京金色时光、金色快车、天津暖曦等关联公司股权。

请发行人披露：

（1）发行人股东向发行人提供资金支持的原因、发行人是否支付利息费用，对发行人财务状况的影响，具体清理情况及相应资金来源，相关内部控制的规范整改情况，是否健全有效。

（2）结合可比市场公允价格、发行人向非关联方采购价格、关联方与其他交易方的价格等，披露关联交易的公允性，是否存在对发行人或关联方的利益输送，是否存在为发行人承担成本的情形。

（3）报告期内关联交易履行程序的具体情况及其合法合规性，关联股东或董事在审议相关交易时是否回避。

请保荐人、发行人律师、申报会计师简要概括核查过程，并发表明确意见。

【回复】

发行人披露：

一、发行人股东向发行人提供资金支持的原因、发行人是否支付利息费用，对发行人财务状况的影响，具体清理情况及相应资金来源，相关内部控制的规范整改情况，是否健全有效。

（一）发行人股东向发行人提供资金支持的原因，发行人是否支付利息费用，对发行人财务状况的影响

报告期之前，公司因经营资金需要，向公司股东张海涛、张海峰拆入资金。截至 2023 年 1 月 1 日，公司对张海涛拆入的资金余额合计为 514.67 万元、对张海峰拆入资金余额为 45.27 万元。

该等借款余额于 2023 年、2024 年计提的利息费用金额为 20.29 万元、1.73 万元，鉴于股东张海涛、张海峰已自愿免除前述利息费用，公司未实际支付利息费用，公司相应分别调增 2023 年、2024 年其他资本公积 20.29 万元、1.73 万元，该事项对公司财务状况影响很小。

（二）具体清理情况及相应资金来源，相关内部控制的规范整改情况，是否健全有效。

公司对股东资金拆借余额主要系报告期之前形成，报告期内，公司未新增股东资金拆借，截至 2025 年 1 月末，公司已将相关资金拆借余额全部清偿完毕，资金来源于公司生产经营所得。

公司自 2024 年 7 月改制为股份公司以来，逐步建立健全了《股东会议事规则》《董事会议事规则》《独立董事工作制度》《董事会审计委员会议事规则》《关联交易管理制度》等一系列规章制度，认真履行《公司法》《公司章程》和上述规章制度规定关于关联交易决策的程序。

2026 年 5 月，公司报告期内的前述关联方资金拆借事项已由独立董事专门会议、董事会审计委员会、董事会和股东会进行了审议及确认。

2026 年 5 月，申报会计师出具了《安闻科技集团股份有限公司内部控制审计报告》（中汇会审[2026]10570 号），公司于 2025 年 12 月 31 日按照《企业内部控制基本规范》和相关规定在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

2026 年 6 月，公司控股股东及实际控制人、持股 5%以上的股东、董事和高级管理人员均出具了《关于减少和规范关联交易的承诺函》。

综上所述，公司股东向公司提供资金支持的事项已完成整改，整改后相关内部控制健全有效。

二、结合可比市场公允价格、发行人向非关联方采购价格、关联方与其他交易方的价格等，披露关联交易的公允性，是否存在对发行人或关联方的利益输送，是否存在为发行人承担成本的情形。

（一）重大关联交易

根据公司《关联交易管理制度》，公司重大关联交易指关联交易事项达到或

超过需由董事会审议的标准，包括公司与关联自然人发生的交易金额在 30 万元以上的交易，或与关联法人发生的交易金额在 300 万元以上且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%以上的交易。

报告期内，公司与关联方发生的重大关联交易汇总如下：

单位：万元

关联方名称	交易内容	2025 年度	2024 年度	2023 年度
重大经常性关联交易				
AEW Automotive S.R.L.	公司向其销售原材料、半成品、产成品	-	67.78	2,032.36
	过渡期内公司向其销售产成品	-	1,446.08	90.31
	合计	-	1,513.86	2,122.67
	占主营业务收入的比例	-	0.46%	0.93%
公司关键管理人员	公司向其支付报酬	778.81	506.85	134.60
重大偶发性关联交易				
AEW Automotive S.R.L.	为减少关联交易，公司收购该公司之存货、固定资产	-	-	3,255.83
张海涛、张海峰、吴明	为避免同业竞争，公司向其收购其持有的北京金色时光股权	-	-	1,019.20
张海涛、张海峰	为避免同业竞争，公司向其收购其持有的金色快车股权	-	-	230.00

注：上表中公司向关键管理人员支付报酬的金额不包含股份支付费用。

1、重大经常性关联交易

（1）向 AEW Automotive S.R.L.销售原材料、半成品、产成品

AEW Automotive S.R.L.由张海峰、吴明成立于罗马尼亚，其主营业务为座椅加热、方向盘加热和 SBR 的生产和销售，其目标客户为欧洲区域领先的汽车座椅厂商和方向盘厂商。

鉴于公司当时未在欧洲设立子公司或者分支机构，为实现合作共赢、扩大公司产品销售及品牌知名度并推动形成规模化销售，公司与 AEW Automotive S.R.L. 签署《战略合作协议》并约定 AEW Automotive S.R.L.在实现量产后的五年内生产所需的原材料、半成品和产成品以及生产所需的主要设备等均需向公司及指定的企业采购。

2023 年度公司向其销售原材料、半成品、产成品的金额分别为 798.41 万元、

299.63 万元和 934.32 万元,2024 年度公司向其销售产成品的金额为 67.78 万元,2023 年、2024 年对其实现收入金额占当期公司主营业务收入的的比例分别为 0.89%、0.02%,占比很低。基于双方互利共赢、优势互补、共同发展的战略合作背景,同时考虑到 AEW Automotive S.R.L.尚处于业务发展初期、产品销售价格水平较低、当地人工成本较高、其尚处于亏损状态等因素,公司向其销售原材料和半成品为平价转让,销售产成品的毛利率约为 3%,定价具有合理性、不存在利益输送或者为公司承担成本的情形。

为进一步减少关联交易,2023 年 5 月公司新设罗马尼亚安闻并以 2023 年 10 月末为基准日收购了 AEW Automotive S.R.L.的相关资产,其逐步停止生产经营。

(2) 过渡期内向 AEW Automotive S.R.L.销售产成品

2023 年 5 月公司新设罗马尼亚安闻,并以 2023 年 10 月末为基准日收购了 AEW Automotive S.R.L.的相关资产。罗马尼亚安闻与 AEW Automotive S.R.L.签署了《资产收购协议》并约定因成立时间较短,罗马尼亚安闻尚未进入 AEW Automotive S.R.L.原主要客户的海外供应链体系,在切换期内,罗马尼亚安闻向 AEW Automotive S.R.L.出售产成品再由其销售至客户。

2023 年度、2024 年度,罗马尼亚安闻向 AEW Automotive S.R.L.供货实现收入金额分别为 90.31 万元、1,446.08 万元,占公司当期主营业务收入的比例分别为 0.04%、0.44%,占比很低。考虑到在客户切换期间,AEW Automotive S.R.L.配合完成客户切换仍需要发生少量运营成本,经双方协商确定,罗马尼亚安闻向 AEW Automotive S.R.L.销售的价格在终端客户订单的基础上给予少量折扣(原则上为终端客户的订单价格的 5%左右),定价具有合理性、不存在利益输送或者为公司承担成本的情形。

自 2024 年 11 月起,罗马尼亚安闻完成全部客户切换,不再发生前述关联交易。

2、重大偶发性关联交易

(1) 收购 AEW Automotive S.R.L.存货、固定资产

为进一步减少关联交易,2023 年 5 月公司新设罗马尼亚安闻并以 2023 年 10 月末为基准日收购 AEW Automotive S.R.L.存货、固定资产。本次收购价格经双

方协商确定,不含税交易价格为 3,255.83 万元,含税交易价格为 3,874.44 万元(基准日当地适用的增值税率为 19%)。

根据北京坤元至诚资产评估有限公司出具的《资产评估报告》(京坤评报字[2023]0689 号),截至评估基准日 2023 年 10 月 31 日,该等存货、固定资产账面价值为 3,255.82 万元,采用成本法评估资产评估值为 3,874.95 万元(含税),评估增值额为 619.13 万元、增值率为 19.02%,剔除增值税率影响后,不存在显著评估增值。AEW Automotive S.R.L.存货、固定资产收购价格与评估价格基本相当,定价公允、合理,不存在利益输送或者为公司承担成本的情形。

(2) 收购北京金色时光股权

北京金色时光系张海涛持股 80.00%并控制的企业,为避免同业竞争,2023 年 1 月,北京金色时光股东会作出决议同意张海涛、张海峰、吴明分别将其持有的北京金色时光 80.00%股权、6.00%股权、8.00%股权转让给公司。

根据银信资产评估有限公司出具的《资产评估报告》(银信评报字(2022)沪第 B00299 号),截至评估基准日 2022 年 12 月 31 日,北京金色时光净资产账面价值为 1,233.61 万元,经采用资产基础法评估的评估值为 1,233.61 万元,评估值与账面价值一致。

北京金色时光股权收购价格以上述评估价值为定价依据,经协商确定为 1,250.00 万元,定价公允、合理,不存在利益输送或者为公司承担成本的情形。公司已根据《股权转让协议》的约定支付收购价款,其中向张海涛、张海峰、吴明合计支付收购价款 1,019.20 万元。

(3) 收购金色快车股权

金色快车系张海涛曾持股 60.00%并控制的企业,为避免同业竞争,2023 年 2 月,金色快车股东会作出决议同意张海涛、张海峰分别将其持有的金色快车 60.00%股权、40.00%股权转让给公司。

根据银信资产评估有限公司出具的《资产评估报告》(银信评报字(2023)第 B00025 号),截至评估基准日 2022 年 12 月 31 日,金色快车净资产账面价值为 192.66 万元,经采用资产基础法评估的评估价值为 229.33 万元,评估增值 36.67 万元,增值率 19.03%。

金色快车股权收购价格以上述评估价值为定价依据，经协商确定为 230.00 万元，定价公允、合理，不存在利益输送或者为公司承担成本的情形。

（二）一般关联交易

报告期内，公司与关联方发生的一般关联交易汇总如下：

单位：万元

一般经常性关联交易				
关联方名称	交易内容	2025 年度	2024 年度	2023 年度
AEW Automotive S.R.L.	公司向其销售生产设备	-	-	543.43
占主营业务收入的比重		-	-	0.24%
雨思计算机	公司向其采购电子设备及软件	-	-	289.66
AEW Automotive S.R.L.	公司向其采购劳务	-	346.01	43.45
	公司向其采购货物		13.09	145.62
	公司支付市场拓展费	-	-	301.03
AEW Automotive GmbH	公司支付市场拓展费	-	-	455.34
安闻日本技研株式会社	公司支付市场拓展费	-	116.63	31.95
合计		-	475.73	1,267.05
占主营业务成本的比例		-	0.22%	0.93%
一般偶发性关联交易				
关联方名称	交易内容	2025 年度	2024 年度	2023 年度
张海涛	公司向其收购天津暖曦 40%股权，注册资本未实缴	-	-	0.00
AEW Automotive GmbH	公司子公司成立初期由其代为采购部分办公设备	-	-	10.79
AEW Automotive GmbH	公司子公司成立初期由其代为支付房租等费用	-	-	12.54

1、一般经常性关联交易

（1）向 AEW Automotive S.R.L.销售生产设备

公司与 AEW Automotive S.R.L.签署《战略合作协议》并约定 AEW Automotive S.R.L.生产所需的主要设备均需向公司及指定的企业采购。公司子公司天津暖曦主营业务为公司各生产主体进行设备、工装的研发、生产和销售，具有专用性、定制化的特点。除根据协议约定向 AEW Automotive S.R.L.销售生产设备外，天津暖曦未对其他主体开展市场化销售。2023 年度天津暖曦向 AEW Automotive

S.R.L.销售金额为 543.43 万元，采用成本加成定价方法、销售毛利率约为 28%，定价公允、合理，不存在利益输送或者为公司承担成本的情形。

(2) 向雨思计算机采购电子设备及软件

雨思计算机系张海涛持有 24.50%股权的企业，主营业务为计算机软硬件的销售。2023 年公司因经营需要向其采购定制化计算机软硬件和安防监控系统等，交易金额为 289.66 万元。其中，公司向雨思计算机采购定制化计算机软硬件金额合计 143.79 万元，其定价主要根据具体模块需求、软件开发及实施的工作量和成本等因素经双方协商确定。公司向雨思计算机采购的安防监控系统金额合计 99.85 万元，采购单价为 33.28 万元，与公司向非关联方河北融欣宇创科技有限公司采购的安防监控系统的单价 30.23 万元差异较小，定价公允、合理，不存在利益输送或者为公司承担成本的情形。

(3) 过渡期内向 AEW Automotive S.R.L.采购劳务

2023 年 5 月公司设立子公司罗马尼亚安闻并于 2023 年 10 月收购 AEW Automotive S.R.L.存货和固定资产并承接相关员工。罗马尼亚安闻与 AEW Automotive S.R.L.签署了《资产收购协议》并约定因罗马尼亚安闻设立时间较短，无法为部分外籍员工办理签证手续，员工在过渡期内仍由 AEW Automotive S.R.L.雇佣并支付工资，罗马尼亚安闻向其采购劳务并据实结算。2023 年度、2024 年度，采购劳务涉及的金额分别为 43.45 万元、346.01 万元，定价公允、合理，不存在利益输送或者为公司承担成本的情形。

2025 年 1 月起罗马尼亚安闻自主雇佣相关员工，不再发生前述关联交易。

(4) 过渡期内向 AEW Automotive S.R.L.采购货物

2023 年度、2024 年度，公司向 AEW Automotive S.R.L.采购货物涉及的金额分别为 145.62 万元、13.09 万元，主要系 2023 年 10 月末罗马尼亚安闻收购 AEW Automotive S.R.L.存货、固定资产后，AEW Automotive S.R.L.仍有少量前期采购的货物陆续到货。经双方协商，AEW Automotive S.R.L.将货物按照账面价值转售给罗马尼亚安闻，定价公允、合理，不存在利益输送或者为公司承担成本的情形。2024 年 4 月起，不再发生前述关联交易。

(5) 向 AEW Automotive S.R.L.支付市场拓展费

公司与 AEW Automotive S.R.L. 签署《战略合作协议》并约定，AEW Automotive S.R.L. 在实现量产后的五年内生产所需的原材料、半成品和产成品以及生产所需的主要设备等均需向公司及指定的企业采购。为实现合作共赢、扩大公司产品销售及品牌知名度并推动形成规模化销售，综合考虑业务计划、资金需求、自有资金等因素，双方协商确定公司向其支付市场拓展费，金额约为 50 万元/月，2023 年度支付金额为 301.03 万元，定价具有合理性，不存在利益输送或者为公司承担成本的情形。公司在罗马尼亚设立子公司后于 2023 年 7 月起不再发生前述关联交易。

（6）向 AEW Automotive GmbH 及安闻日本技研株式会社支付市场拓展费

AEW Automotive GmbH、安闻日本技研株式会社分别为张海峰、吴明控制的企业。在设立德国安闻、日本安闻之前，公司未在德国及日本地区设立子公司或者分公司。

针对了解行业前沿技术和发展方向以及国际同行最新动态、拓展国际客户的需求，公司与上述主体签订《战略合作协议》，由其协助公司开展欧洲、日本地区市场营销及售后服务并参考其实际发生的成本费用进行结算。2023 年公司与 AEW Automotive GmbH 发生上述交易金额为 455.34 万元，2023 年、2024 年公司与安闻日本技研株式会社发生上述交易金额分别为 31.95 万元、116.63 万元。公司向 AEW Automotive GmbH、安闻日本技研株式会社按照实际发生的成本费用进行结算定价具有合理性，不存在利益输送或者为公司承担成本的情形。

为减少关联交易，公司分别设立子公司德国安闻、日本安闻，2024 年 1 月起公司与 AEW Automotive GmbH 不再发生前述关联交易，2024 年 10 月起公司与安闻日本技研株式会社不再发生前述关联交易。

2、一般偶发性关联交易

（1）收购天津暖曦 40% 股权

为增强业务独立性，2023 年 11 月天津暖曦股东会作出决议，同意张海涛将其持有的天津暖曦 40.00% 股权转让给公司。

鉴于张海涛所持有的天津暖曦 40.00% 股权未实缴出资，本次收购价格经双方协商确定为 0.00 万元，定价公允、合理，不存在利益输送或者为公司承担成

本的情形。

(2) 由 AEW Automotive GmbH 代为采购办公设备

2023 年度，由于子公司德国安闻刚设立，AEW Automotive GmbH 代为采购电脑等办公设备、金额为 10.79 万元，截至 2025 年 11 月末，德国安闻已归还该等代付款项，交易不存在溢价或折价转让情形，定价公允、合理，不存在利益输送或者为公司承担成本的情形。

(3) 由 AEW Automotive GmbH 代付房租等

2023 年度，由于子公司德国安闻刚设立，AEW Automotive GmbH 代其支付了房租等费用共计 12.54 万元，截至 2025 年 11 月，德国安闻已归还该等代垫款项，不存在利益输送或者为公司承担成本的情形。

三、报告期内关联交易履行程序的具体情况 & 合法合规性，关联股东或董事在审议相关交易时是否回避

(一) 报告期内关联交易履行程序的具体情况 & 合法合规性

2026 年 5 月 26 日，公司召开第一届董事会第一次独立董事专门会议，审议通过了《关于确认公司 2023-2025 年度关联交易的议案》。

同日，公司召开第一届董事会审计委员会第三次会议，审议通过了《关于确认公司 2023-2025 年度关联交易的议案》。

同日，公司召开第一届董事会第十四次会议，审议通过了《关于确认公司 2023-2025 年度关联交易的议案》。

2026 年 5 月 30 日，公司召开 2026 年第一次临时股东会，审议通过了《关于确认公司 2023-2025 年度关联交易的议案》。

综上所述，公司报告期内的关联交易已经履行了独立董事专门会议、审计委员会、董事会、股东会审议程序，符合《公司法》等法律法规及《公司章程》《关联交易管理制度》等公司内部管理制度的相关规定。

(二) 关联股东或董事在审议相关交易时是否回避

2026 年 5 月 26 日，公司召开第一届董事会第十四次会议，对公司 2023-2025

年度发生的关联交易进行了审议，关联董事张海涛、张海峰、吴明履行了回避程序。

2026年5月30日，公司召开2026年第一次临时股东会，对公司2023-2025年度发生的关联交易进行了审议，关联股东张海涛、张海峰、张骁、吴明、金安民、金安富、金安诚、金安信、金安康、金安达、海南吴佳履行了回避程序。

综上，关联董事、关联股东在审议相关交易时均已履行了回避表决程序。

四、中介机构核查情况

（一）核查程序

保荐人、发行人律师、申报会计师主要执行了以下核查程序：

1、查阅发行人股东张海涛、张海峰出具的自然人股东调查表以及《关于关联交易事项的确认函》，了解发行人股东向发行人提供资金支持的原因；查阅发行人相关利息费用会计处理，核查利息费用对发行人财务状况的影响；查阅资金偿还银行流水记录，核查资金拆借清理情况以及相应资金来源；查阅发行人制定的相关内部控制制度、关联交易履行的审议程序、申报会计师出具的《内部控制审计报告》以及相关主体出具的《关于减少和规范关联交易的承诺函》，核查相关内部控制的规范整改情况，是否健全有效；

2、查阅发行人与 AEW Automotive S.R.L.、AEW Automotive GmbH 和安闻日本技研株式会社签署的《战略合作协议》，了解业务合作的背景，核查市场拓展费等关联交易的定价原则及合理性；查阅发行人向 AEW Automotive S.R.L.销售原材料、半成品、产成品以及生产设备的明细表，查阅发行人向 AEW Automotive S.R.L.采购劳务、采购货物的明细表，核查交易价格的合理性；查阅发行人向雨思计算机采购电子设备及软件的明细表，对比发行人向非关联第三方采购价格，核查交易价格的公允性；查阅资产评估机构出具的《资产评估报告》，核查发行人收购 AEW Automotive S.R.L.存货及固定资产、收购北京金色时光股权、收购金色快车股权、收购天津暖曦股权价格的公允性；

3、查阅发行人《公司章程》《关联交易管理制度》等内部管理制度，以及审议关联交易相关的独立董事专门会议、审计委员会、董事会、股东会会议文件，核查发行人报告期内关联交易是否履行了必要的审议程序，关联股东或者董事在

审议相关交易时是否回避。

（二）核查结论

经核查，保荐人、发行人律师、申报会计师认为：

1、报告期之前，发行人因经营资金需要向股东张海涛、张海峰拆入资金；股东张海涛、张海峰已自愿免除利息费用因此公司未实际支付利息费用，已相应调整资本公积，该事项对公司财务状况影响很小；该等资金拆借已于 2025 年 1 月全部清偿完毕，资金来源于发行人生产经营所得；报告期内，发行人未新增股东资金拆借，发行人建立健全了关联交易决策的程序，整改后相关内部控制健全有效；

2、发行人报告期内关联交易具有公允性、合理性，不存在对发行人或关联方的利益输送，不存在为发行人承担成本的情形；

3、发行人报告期内已经履行了独立董事专门会议、审计委员会、董事会、股东会审议程序，符合《公司法》等法律法规及《公司章程》《关联交易管理制度》等公司内部管理制度的相关规定；发行人关联董事、关联股东在审议相关交易时均已履行了回避表决程序。

6、关于募投项目及现金分红

申报材料显示：

发行人拟使用募集资金用于汽车电子零部件生产项目、天津汽车零部件生产及研发项目、浙江汽车零部件生产建设项目、研发中心建设项目、数字化建设项目、补充流动资金；报告期内发行人现金分红 25,000.00 万元。

请发行人披露：

（1）结合现有固定资产、收入和利润规模等情况，说明募投项目募集资金测算的合理性及谨慎性；结合市场供需、产品竞争格局、产业链上下游情况、发行人产能利用率、产销率、募投项目新增产能规模等，说明新增产能消化措施及其有效性，是否具备募投项目相关技术、人才、市场等储备。

（2）结合公司业务发展情况，现有研发中心用地、建筑、资金投入情况，研发人员储备、构成及技术能力，已形成的具体研发和技术成果，目前研发活动开展现状及未来研发规划，披露研发中心建设项目的合理性及必要性。

请保荐人、申报会计师简要概括核查过程，并发表明确意见。

【回复】

发行人披露：

一、结合现有固定资产、收入和利润规模等情况，说明募投项目募集资金测算的合理性及谨慎性；结合市场供需、产品竞争格局、产业链上下游情况、发行人产能利用率、产销率、募投项目新增产能规模等，说明新增产能消化措施及其有效性，是否具备募投项目相关技术、人才、市场等储备。

（一）结合现有固定资产、收入和利润规模等情况，说明募投项目募集资金测算的合理性及谨慎性

公司本次募集资金投资项目中，汽车电子零部件生产项目、天津汽车零部件生产及研发项目、浙江汽车零部件生产建设项目为生产型项目，将直接产生经济效益，研发中心建设项目及数字化建设项目不直接产生可量化的经济效益。为更合理地分析募集资金投资项目金额的合理性，下文将对前述生产型项目投资情况进行分析。

前述生产型项目中固定资产投资、达产后营业收入及净利润情况与公司现有业务对比情况如下表所示：

单位：万元

项目	公司现有业务情况	募集资金投资生产型项目			
	2025 年度 /2025 年末	汽车电子零部件生产项目	天津汽车零部件生产及研发项目	浙江汽车零部件生产建设项目	合计
营业收入	417,715.04	69,867.39	218,523.83	72,950.38	361,341.60
净利润	49,462.61	7,534.16	26,203.06	12,595.83	46,333.06
固定资产原值	49,289.76	20,496.05	37,922.64	41,977.79	100,396.48
营业收入/固定资产原值	8.47	3.41	5.76	1.74	3.60
净利润/固定资产原值	1.00	0.37	0.69	0.30	0.46

由上表可知，公司本次生产型募投项目单位固定资产的新增营业收入及净利润均低于报告期期末相关指标，主要原因系由于公司在过往经营中存在部分生产经营通过租赁厂房形式开展，但生产型募投项目均新购置土地并建造厂房，导致单位房屋及建筑物新增营业收入及净利润相对较低，具体情况如下：

单位：万元

项目	公司现有业务情况	募集资金投资生产型项目			
	2025 年度 /2025 年末	汽车电子零部件生产项目	天津汽车零部件生产及研发项目	浙江汽车零部件生产建设项目	合计
房屋及建筑物原值	14,644.72	16,826.40	26,574.14	30,752.58	74,153.12
营业收入/房屋及建筑物原值	28.52	4.15	8.22	2.37	4.87
净利润/房屋及建筑物原值	3.38	0.45	0.99	0.41	0.62
机器设备原值	30,104.89	3,669.64	11,348.50	11,225.21	26,243.35
营业收入/机器设备原值	13.88	19.04	19.26	6.50	13.77
净利润/机器设备原值	1.64	2.05	2.31	1.12	1.77

由上表可知，公司本次生产型募投项目投入单位机器设备所产生的营业收入及净利润与现有业务情况基本保持一致，单位房屋及建筑物原值对应的营业收入及净利润分别由 28.52、3.38 降低至 4.87、0.62。主要系随着下游行业的快速发

展以及公司经营规模的扩张，公司拟购置土地并自建厂房以进一步增强生产经营的稳定性，导致项目测算过程中投入单位固定资产所产生的营业收入及净利润相对较低。

本次生产型募投项目将完善公司在京津冀、江浙沪地区的生产基地搭建及产品产线配置并通过研发中心、数字化系统的建设，加强公司研发实力与智能化建设、提升公司综合竞争力，公司已谨慎测算募投项目所需募集资金，相关金额具有合理性。

（二）结合市场供需、产品竞争格局、产业链上下游情况、发行人产能利用率、产销率、募投项目新增产能规模等，说明新增产能消化措施及其有效性，是否具备募投项目相关技术、人才、市场等储备

1、市场供需

随着汽车消费从“代步工具”向“智能移动空间”和“第三生活空间”转变，用户对驾乘体验的舒适及安全性要求不断提升。汽车座舱对驾乘者而言具有重要意义，座舱舒适及安全性已经成为汽车差异化竞争的重要影响因素，也成为汽车智能化发展的重要领域，有效满足驾乘者对舒适、安全与科技感的综合需求，近年来市场规模不断扩大。

（1）汽车座舱舒适系统

近年来汽车座舱舒适系统在高端车型中已较为普及并逐步向大众化车型渗透，新能源车的发展进一步推动了舒适系统的应用普及，例如座椅加热成为冬季重要的取暖方式，安静的电动车环境也提升了按摩和通风功能的体验效果。与此同时，消费者对健康和个性化体验的关注，使得智能化和个性化座舱功能逐渐成为市场热点。

近年来伴随新能源汽车产销量规模的爆发式增长以及国产自主品牌汽车市场份额的大幅提升，一方面，以新能源造车新势力、国产自主品牌为代表的车企为提升产品竞争力、创造竞争优势、进一步吸引消费者，加速推动热温舒适、体态舒适等配置向大众价格区间车型下沉，涵盖上述功能的汽车销量规模不断扩大；另一方面，汽车舒适系统配置率也持续提升，逐步开始从前排向中、后排座椅延伸，单车价值量不断提升。

根据弗若斯特沙利文研究报告，2020 年全球汽车座椅舒适系统市场规模达 169.0 亿元并于 2025 年增长至 335.0 亿元，对应 2020 年至 2025 年的年复合增长率为 14.7%。全球汽车座椅舒适系统市场预计将于 2030 年达到 735.1 亿元，2025 年至 2030 年的年复合增长率预计为 17.0%。

2020 年中国汽车座椅舒适系统市场规模为 55.9 亿元并于 2025 年增长至 119.5 亿元，对应 2020 年至 2025 年的年复合增长率为 16.4%。未来，中国汽车座椅舒适系统市场规模预计将在 2030 年达到 322.8 亿元，对应 2025 年至 2030 年的年复合增长率为 22.0%。

(2) 汽车座舱安全系统

汽车座舱作为驾乘人员直接感知与交互的核心区域，其安全性已成为汽车智能化发展的重要方向和差异化竞争的关键因素。座舱安全系统覆盖驾乘安全、信息安全等维度，包含环境感知、状态感知等核心功能，例如乘员状态监测、生物滞留监测、座椅保护监督、碰撞预警等。

安全带提醒装置作为汽车座椅安全系统的核心功能模块，其市场规模在新能源汽车渗透率提升、安全法规趋严及安全意识增强等多重因素驱动下持续扩大。安全带提醒装置行业正逐步呈现全排配置普及、与乘员监测系统深度融合的发展趋势。

根据弗若斯特沙利文研究报告，2020 年全球 SBR 市场规模为 25.6 亿元，并于 2025 年增长至 36.9 亿元，2020 年至 2025 年的年复合增长率为 7.6%。预计到 2030 年，全球 SBR 市场规模将达到 69.5 亿元，对应 2025 年至 2030 年的年复合增长率为 13.5%。

2、产品竞争格局

全球范围内来看，汽车座椅市场主要由佛吉亚、李尔、麦格纳、安道拓、丰田纺织等外资企业垄断，市场份额占比较高，相应地汽车座舱舒适系统的供应商也多以捷温科技、礼恩派、李尔等外资企业为主。伴随新能源汽车渗透率以及国产自主品牌汽车市场份额的不断提升以及本土供应商自身实力的不断增强，以公司为代表的本土供应商不断崛起并积极与外资企业展开竞争，收入规模不断扩大、市场份额不断提升，逐步开始以创新创造引领行业技术变革和市场发展。

2023 年、2024 年和 2025 年公司汽车座椅舒适领域收入占国内市场规模的比例分别为 19.30%、24.11%、25.25%，占全球市场规模的比例分别为 6.59%、8.50%、9.56%，占比不断上升。根据弗若斯特沙利文研究报告，2024 年和 2025 年公司汽车座椅舒适系统收入市场份额均位列国内第一、全球第四，市场排名靠前、处于行业领先地位。

3、产业链上下游情况

公司属于汽车零部件行业，在汽车制造产业链中位于中游，公司所属行业的发展有助于提升下游汽车乘坐舒适度以及安全性，在汽车制造产业链中具有不可或缺的地位。

公司产业链上游主要包括电子元器件、橡塑件、胶膜、织物、线材等原材料供应商，上述原材料市场竞争充分、供应充足。公司产业链下游客户为生产汽车座椅、方向盘的一级汽车零部件供应商。公司直接客户主要为佛吉亚、东实李尔、李尔、麦格纳、安道拓、延锋、诺博等全球知名汽车座椅厂商以及采埃孚、奥托立夫、均胜电子等全球知名方向盘厂商，前述汽车座椅厂商将公司产品以及调角器、滑轨、骨架、海绵等其他座椅零部件整合在一起形成座椅总成后供货给整车厂。

4、发行人产能利用率及产销率

报告期内，公司主要产品的产能及产能利用率情况如下：

单位：万件				
产品类型	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
热温舒适类	产能	7,066.06	5,548.34	3,651.93
	产量	7,177.78	5,245.32	3,237.51
	产能利用率	101.58%	94.54%	88.65%
体态舒适类	产能	751.90	565.18	360.17
	产量	729.39	498.97	306.67
	产能利用率	97.01%	88.29%	85.15%
传感检测类	产能	3,814.73	3,039.41	2,357.08
	产量	4,008.67	3,017.74	2,133.08
	产能利用率	105.08%	99.29%	90.50%

近年来，国内市场规模以及下游市场需求不断增加、公司与下游客户的合作

规模不断扩大，公司产能利用率整体保持在较高水平。

报告期内，公司主要产品的产量、销量和产销率情况如下：

单位：万件

产品类型	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
热温舒适类	产量	7,177.78	5,245.32	3,237.51
	销量	6,816.14	5,036.79	3,123.16
	产销率	94.96%	96.02%	96.47%
体态舒适类	产量	729.39	498.97	306.67
	销量	693.10	479.25	295.51
	产销率	95.03%	96.05%	96.36%
传感检测类	产量	4,008.67	3,017.74	2,133.08
	销量	4,005.64	2,974.51	2,057.93
	产销率	99.92%	98.57%	96.48%

报告期内公司主要产品的产销率水平整体较高，产品整体销售情况良好。

5、募投项目新增产能规模

公司募集资金投资项目中可形成新增产能的生产型项目包括汽车电子零部件生产项目、天津汽车零部件生产及研发项目及浙江汽车零部件生产建设项目，该等项目建成达产后，新增产能情况如下：

所属项目	产品类别	具体产品	预计达产时间	年新增产能
汽车电子零部件生产项目	热温舒适类	座椅通风-风袋	2029 年	760 万件
	体态舒适类	座椅腰托		90 万件
		座椅按摩		250 万件
天津汽车零部件生产及研发项目	热温舒适类	座椅通风-风袋	2033 年	800 万件
		方向盘加热		150 万件
	体态舒适类	座椅腰托		410 万件
		座椅按摩		780 万件
	传感检测类	HOD		80 万件
浙江汽车零部件生产建设项目	热温舒适类	座椅加热	2031 年	2,244 万件
		座椅通风-风扇		540 万件
	传感检测类	SBR		1,116 万件

上述项目全部完成建设实现达产后，各产品产能情况如下表所示：

单位：万件

产品类别	具体产品	2025 年产能	2033 年产能	复合增长率
热温舒适类	座椅通风	2,195.42	3,755.42	6.94%
	座椅加热	4,595.75	6,839.75	5.10%
	方向盘加热	274.89	424.89	5.59%
体态舒适类	座椅按摩	533.61	1,563.61	14.38%
	座椅腰托	218.29	718.29	16.05%
传感检测类	SBR	3,524.14	4,640.14	3.50%
	HOD	290.60	370.60	3.09%

注：座椅通风产品产能以风扇产能为计算口径。

由上表可知，至 2033 年，公司热温舒适类产品产能复合增长率预计在 5% 至 7%，体态舒适类产品产能复合增长率为 14%至 17%，传感检测类产品产能复合增长率为 3%至 4%，产品产能的增长情况与下游市场需求变动相匹配。

6、新增产能消化措施及其有效性

（1）加深存量客户绑定

公司长期深耕汽车座舱舒适及安全领域，与国内外知名汽车零部件一级供应商建立了稳固的合作关系，客户粘性较强。未来，随着座椅舒适、安全产品配置由高端车型向中低端车型加速渗透，现有核心客户的配套份额有望持续提升。公司在手订单及定点项目的预期需求量提升，能够为新释放的产能提供基础性的订单支撑，确保产能消化的稳定性。

（2）积极拓展增量市场

受益于新能源汽车渗透率不断提升以及消费者对智能座舱舒适及安全性体验要求的日益提高，公司主营产品相关功能在下游行业的应用正逐步由选配向标配演变，行业整体市场空间广阔。公司紧抓行业扩容的发展机遇，积极拓展优质新客户资源。随着新客户群体的不断扩大及合作深度的持续加强，公司将有效承接新增产能。

（3）合理推进产能释放

针对募投项目，公司制定了审慎且具备弹性的产能爬坡计划，项目建设周期与市场需求增长趋势相匹配，预留了充足的设备调试、工艺磨合及人员培训周期，并将严格按照建设进度分阶段投产，避免了产能集中释放带来的短期冲击。

7、相关技术、人才、市场等储备

（1）技术储备

凭借多年产业深耕的丰富经验，公司通过自主研发和创新积累了多项核心技术。报告期内，公司通过对多样化需求发展趋势的先导研判，投入研发力量着重开发一系列战略新品以求进一步拓展产品广度；同时，公司持续在通风组件、记忆合金、泵阀总成、多功能按摩机芯等核心零部件领域优化丰富自身技术储备，以应对下游市场高速扩张带来的新产品、新工艺、新材料等方面技术需求。

（2）人才储备

在多年经营过程中，公司始终将人才识别、引进、培养工作放在重点工作位置，聚焦人力资源机制建设，释放人才活力。在技术层面，公司已建设了一支涵盖架构研发、工艺工程及生产制造的全链条专业化团队；在管理层面，公司创始人及核心高管拥有多年汽车零部件行业深耕经验，对行业发展趋势具备深刻的洞察力，能够精准把握产能布局与市场拓展的战略节奏，为募投项目的实施及新增产能的消化提供了坚实的人力资本支撑。

（3）市场储备

公司直接客户佛吉亚、李尔、麦格纳、安道拓均为全球前五大汽车座椅厂商之一，应用公司产品的整车厂也包括国内前十大汽车生产集团、国内前五大新能源汽车品牌，经过多年经验，公司已经建立了优质、稳定、均衡的客户资源与良好的品牌口碑，为新增产能的消化构筑了广阔的市场空间。

二、结合公司业务发展情况，现有研发中心用地、建筑、资金投入情况，研发人员储备、构成及技术能力，已形成的具体研发和技术成果，目前研发活动开展现状及未来研发规划，披露研发中心建设项目的合理性及必要性。

（一）公司业务发展情况、现有研发中心用地、建筑、资金投入情况，公司研发人员储备、构成及技术能力，已形成的具体研发和技术成果，目前研发活动开展现状及未来研发规划

1、公司业务发展情况

报告期内，公司凭借自身市场地位与竞争优势，与国内外知名汽车座椅及方

向盘厂商建立起长期、稳定的合作关系，逐步成为汽车座椅舒适领域的国内第一大、全球第四大供应商。随着新能源汽车以及国产自主品牌汽车销量规模的进一步增长以及汽车座舱舒适及安全相关零部件渗透率和配置率的逐步提升，公司未来的业绩发展空间将更为广阔。

随着汽车零部件及智能座舱产业的持续发展，行业内已形成了稳定、全面的供应链体系，在研发与技术方面呈现如下技术发展趋势：

（1）迭代快：市场整体发展迅速、产品更新迭代速度快，要求本行业企业同步加大研发投入、提升自身技术实力、进一步优化研发效率，以快速响应市场变化、保持自身竞争力；

（2）差异化：市场需求逐步多样化、差异化，消费者对座舱舒适性、功能性的需求日益凸显，本行业企业需不断增强自身研发能力，推陈出新、持续拓宽自身产品矩阵，以谋求新的业绩增长空间；

（3）智能化：受人工智能、材料科学等新兴技术推动，汽车座舱智能化、集成化水平日益提升，新技术、新材料的应用对软硬件结合、多学科技术融合能力提出了更高要求，本行业企业需进一步提升自身研发素质、提升创新水平与新技术融合应用之能力。

整体而言，公司所处行业具有客户差异化程度高、产品更新迭代频繁、研发周期日益缩短、整车智能化与电气化程度快速提升等发展趋势。

2、现有研发用地、建筑及资金投入情况

（1）现有研发用地、建筑投入情况

受限于资金因素，公司研发机构房屋目前以租赁为主。截至报告期末，公司研发用建筑分布情况如下：

序号	地点	职能	权属	建筑/使用面积 (m ²)
1	天津京清汽车产业园京清睿城	研发人员办公场地	租赁	5,996.09
2	天津安闻办公楼西侧一楼和二楼实验室场地	实验室所在地	自建	2,099.57
3	天津鑫茂科技园主楼	研发人员办公场地	外购	1,924.64
4	天津鑫茂科技园主楼	研发人员办公场地	租赁	1,797.08

合计	11,817.38
----	-----------

截至报告期末，公司研发场地面积合计为 11,817.38 平方米，近 70%面积为租赁、自有面积仅为 4,024.21 平方米。随着公司业务的进一步发展、研发活动日益复杂化、拟开展项目的逐步落地，研发人员、研发设备的扩张将对场地面积提出进一步需求：

1) 在现有研发人员快速增加的背景下，公司研发办公场地资源已显不足。截至报告期末，公司主要用于研发人员办公场地合计 9,717.81 平方米、其中自有产权面积 1,924.64 平方米，平均占用自有产权面积不足 3 平方米/人。除天津鑫茂科技园主楼部分外购以外，公司主要研发办公场地均为租赁，对研发办公场地的长期稳定、研发环境的持续改善形成一定限制。

2) 实验室作为公司研发的重要组成部分，其研发场地面积为 2,099.57 平方米。实验室负责各类产品的工程技术实验，拥有各类大中型实验检测设备 130 余台、实验人员 50 余人，人员数量较多、人均面积较低且拟投资的研发中心建设项目仍计划购置若干大中型实验检测设备，为保障拟开展项目的顺利执行、进一步增强研发能力，公司有必要扩大研发用场地面积。

(2) 研发资金投入情况

报告期内，公司主要研发资金投入为研发人员职工薪酬、研发材料消耗及检测费支出，各期资金投入情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日
职工薪酬	15,624.37	10,362.20	7,025.39
材料及检测费	5,568.67	5,367.42	5,391.05
新增研发设备投入	1,667.42	728.22	781.75
委托开发费、水电、设计费等其他费用	1,555.47	744.28	513.45
新增实验场地改建装修投入	30.19	77.66	-
资金投入合计	24,446.12	17,279.79	13,711.64

注：上表为资金投入口径，不包括股份支付、折旧及摊销等非付现研发费用。

2023 年至 2025 年，公司研发资金投入呈明显增长态势，各年资金投入金额合计分别为 13,711.64 万元、17,279.79 万元和 24,446.12 万元。报告期内，公司

营业规模逐步扩大、在研项目数量不断增加，加之市场快速迭代、需求差异化日益显现、研发周期不断缩短，公司对研发人员、相关设备与资金的需求增加，致使报告期内研发资金投入快速上升。未来，随着公司经营规模的进一步扩大，研发活动规模也将逐步扩张，尤其是拟开展项目对资金、人员、设备、场地等提出了更高要求，公司需在上述方面进一步增加投入，以巩固自身技术与研发竞争优势。

3、研发人员储备、构成及技术能力

报告期各期末，公司研发人员数量分别为 586 人、747 人和 1,065 人，其学历构成情况如下：

单位：人

分类	项目	2025 年 12 月 31 日		2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日	
		人数	占比	人数	占比	人数	占比
学历	硕士及以上	62	5.82%	32	4.28%	11	1.88%
	本科	616	57.84%	388	51.94%	271	46.25%
	专科及以下	387	36.34%	327	43.78%	304	51.87%
	合计	1,065	100.00%	747	100.00%	586	100.00%

2024 年、2025 年，公司研发人员较上年分别增长 161 人、318 人，其中本科及以上学历增长 138 人、258 人，是公司研发人员增长的主要方面。公司研发团队的人员规模有所扩张、团队整体素质得以进一步提升，至 2025 年末，整体研发人员中的 60%以上拥有本科及以上学历。公司研发团队具备较强的技术能力，近年来，公司研发团队参与起草多项国家标准、行业标准，实验室获得大众、蔚来等多家整车制造商资质认可。

目前，公司研发人员储备较为充足，技术能力较强，但随着经营规模的进一步扩大、以“迭代快、差异化、智能化”为特征的技术发展趋势不断演变，公司仍需进一步扩大研发团队规模、增强研发团队技术创新能力。

4、已形成的具体研发和技术成果

通过研发项目的不断开展，公司目前已积累了较为扎实的研发技术成果，主要如下：

- (1) 截至 2025 年末，公司拥有境内外专利 527 项，其中发明专利 69 项，

相关专利在公司主营业务中应用广泛，是公司技术储备的主要载体；

（2）通过持续研发，公司现已掌握“发热材料为电阻丝的汽车座椅加热技术与自动化生产工艺”等多项核心技术，覆盖公司现有全部产品类型；

（3）通过自主创新自动化设备及其配套工艺的研发，公司已具备风扇组件全线自动化生产、加热类产品粘花生产工艺等多项自动化生产技术与先进工艺，显著提升了生产效率、改善了工序作业质量；

（4）基于市场需求的共通性，公司研发团队持续攻关风扇、泵阀、控制器等核心零部件，丰富自身技术积累，拓宽产品的性能与配置区间，相关零部件所代表的产品性能指标在行业内具备相对竞争优势；

（5）近年来，公司持续加大在车载冷暖箱、车载饮品机、制氧机、座舱毫米波雷达传感器、AI 自适应座椅、儿童防夹等座舱新品、新技术方面的研发力度，部分产品研发已取得阶段性突破，冷暖箱、座舱毫米波雷达等相关产线正在逐步建设，部分产品已取得客户认可。

5、目前研发活动开展现状及未来研发规划

（1）目前研发活动开展现状

报告期内，公司主要研发项目的投入情况如下：

单位：万元

研发项目名称	研发费用发生额			合计
	2025 年度	2024 年度	2023 年度	
体态舒适类产品研发项目	6,955.91	3,809.85	3,224.37	13,990.12
座椅通风产品研发项目	3,516.93	3,558.97	3,018.60	10,094.51
座椅加热产品研发项目	3,160.42	3,724.76	2,729.15	9,614.33
传感检测类产品研发项目	2,057.57	2,119.29	1,538.39	5,715.24
车载冷暖箱战略新品的研发	1,283.49	237.38	37.60	1,558.47
方向盘加热、HOD 产品研发项目	1,174.30	1,204.85	920.37	3,299.53
低噪声、低阻抗、大通风量座椅通风组件的研发	969.26	285.75	65.76	1,320.77
自动化集成工艺设备及产线的研发	751.63	598.32	689.32	2,039.27
产品控制器及配套软硬件研发项目	507.87	301.09	469.14	1,278.10
泵体、控制器等体态舒适产品核心组件的研发	506.27	661.70	263.81	1,431.79

注：公司研发项目较多，上表所列研发项目系报告期内研发费用发生金额合计超 1,000 万元的项目。

目前，公司研发项目内容不仅涵盖热温舒适类、体态舒适类、传感检测类产品研发，也包括对风扇、泵阀总成、控制器软硬件等通用核心零部件、自动化生产工艺设备的研发，亦积极在车载冷暖箱、车载饮品机、制氧机等汽车座舱新产品领域进行研发布局，其中：

1) 在热温舒适类、体态舒适类、传感检测类产品研发项目中，公司根据需求调研结果以及不同客户的配置、参数要求，运用自身产品研发经验、相关技术积累，自主进行产品设计、工程开发、工艺设计、实验试装等活动，最终产生满足客户需求的各类产品。由于具体研发活动通常需对应不同客户的各个车型，此类研发项目中的子项目数量通常较多，对公司研发团队的持续建设与运作效率提出了较高要求。

2) 在通用核心零部件、自动化生产工艺设备研发项目、汽车座舱新产品研发项目中，公司一是基于市场中具备共通性、重要性的需求发展趋势，运用新设计、新材料等技术手段，持续自主研发新型号风扇、泵阀总成、控制器等核心零部件，形成较为丰富的技术储备，以求更好的满足不同客户的差异化配置要求；二是基于提高生产效率、工序质量之目的，自主研发可用于各类产品生产环节的自动化生产设备及其配套工艺；三是基于自身对行业发展趋势的研判、对前沿技术方向的把握，自主研发相关新产品。此类研发项目对巩固技术优势、拓宽产品矩阵、增强盈利能力有着重要意义，亦需加大投入。

(2) 未来研发规划

1) 以现有技术储备为基础，持续巩固自主创新能力与竞争优势

通过持续不懈的自主创新，公司目前已建立覆盖全面的核心技术体系，并拥有一支素质较高的研发团队。未来，公司将以现有技术储备为起点，围绕热温舒适、体态舒适、传感检测三大核心产品线继续加大研发投入。

一方面，在公司已有的技术、工艺优势基础上，进一步优化各类产品及核心零部件性能，推进新技术、新材料在相关产品中的应用，持续提升各类产品的性能与适配性；另一方面，公司将深化推进自动化生产设备及其先进工艺的产业化落地，重点突破在性能指标、成本控制、工艺稳定性等方面的关键技术瓶颈，巩固

自身技术优势。

2) 以现有产品矩阵为依托，创新研发汽车座舱领域新产品

公司将以现有汽车座舱产品矩阵为基础，围绕舒适、智能、安全三大主题，系统布局座舱新品类研发。

在舒适便利上，公司将继续推进车载冷暖箱、车载饮品机、车载制氧机系统等产品的研发、生产，满足用户对汽车座舱领域的多样化需求，打造差异化竞争优势；在智能交互、座舱安全上，公司将重点攻关 AI 自适应座椅、座舱毫米波雷达探测系统、儿童防夹等相关技术，通过融合传感探测与深度学习算法，实现座椅姿态的主动识别与实时调节，精准感知乘员位置、体型及生命体征信号，为座椅自适应调节及安全预警提供底层数据支撑。

上述新品将共享现有客户渠道与供应链体系，形成从单一部件到系统化座舱解决方案的产品升级路径，持续巩固公司在汽车座舱智能化领域的竞争优势。

3) 以市场发展趋势为引领，推动座舱系统的智能化升级

当前，汽车座舱正加速从功能座舱向智能座舱演进，以多模态感知、主动健康管理和场景化服务为核心特征的新一代智能座舱已成为行业竞争焦点。未来，公司将紧跟这一趋势，系统布局座舱智能化研发项目，本次募投的拟开展项目“智慧车载生态服务系统”、“智能座舱系统”正是公司未来研发战略的核心体现。

在智慧车载生态服务系统研发方面，公司拟整合制冷保鲜、饮品制备、健康保障、水资源管理、智能控制五大子系统，打造集成化车载生活解决方案。该项目将打破公司现有产品体系的技术边界，通过跨学科技术融合创建全新产品品类，为公司积累宝贵的核心技术专利和智能座舱研发经验。并且，此类技术积累不仅适用于车载领域，还可延伸至家居、户外旅行等多个产品领域，为公司长远发展奠定坚实基础。

在智能座舱系统研发方面，项目将依托座舱毫米波雷达探测系统等多种生物状态感知手段实现乘员位置、体型及生命体征信号的非接触式精准采集，并与多参数环境传感器（温/光/气/声）协同，实现坐姿主动识别、动态调节及疲劳干预，打通从环境感知到舒适执行的完整链路；此外，项目还将建立多级主动防护体系，覆盖疲劳驾驶分级预警、座椅儿童防夹、儿童遗留探测及特殊人群体征异常自动

响应等场景。

相关项目的执行，将推动公司从“座椅零部件供应商”向“智能座舱系统解决方案提供商”进行战略转型，提高研发体系与市场前沿需求的对接效率，最终形成以技术创新驱动战略升级、以战略升级引领业务发展的良性循环。

（二）投资研发中心建设项目的合理性和必要性

1、研发中心建设项目的合理性

本项目总投资为 20,851.00 万元，建设期为 3 年，本项目的建设用途主要为：（1）重点开展智慧车载生态服务系统、智能座舱系统等项目的研发工作；（2）满足现有研发团队及新增研发人员场地、设备的更新、迭代需求。其投资总规模如下：

序号	项目	投资金额（万元）	占比
1	场地投入	6,075.00	29.14%
2	设备投入	8,835.00	42.37%
3	研发费用	5,941.00	28.49%
3.1	研发人员薪酬	5,076.00	24.34%
3.2	模具费用	280.00	1.34%
3.3	材料费用	270.00	1.29%
3.4	实验费用	315.00	1.51%
合计		20,851.00	100.00%

（1）场地投入

本项目计划外购研发场所，新购研发场所将替代部分租赁场所成为公司研发中心所在地，有效保障公司研发活动的稳定、持续开展，其面积 4,500 平方米，投资金额为 6,075.00 万元，总购置面积满足公司研发相关布局及发展需求，投资额具备合理性。

（2）设备投入

本项目计划购置座舱毫米波雷达测试、全品类产品电特性测试、网络相关设备 162 台，配套图纸、电路设计软件系统 414 套及办公设备若干，总投资额 8,835.00 万元，所购相关设备、软硬件均与公司主营业务、拟开展项目密切相关，可有效提升公司实验检测、新品开发能力。

(3) 研发费用投入

本项目拟投入研发费用金额合计 5,941.00 万元，其中 5,076.00 万元为拟新增研发人员薪酬，其余模具、材料、实验费用投入 865.00 万元，用于拟开展项目的研发。

综上，研发中心建设项目为落实公司发展战略的核心举措，研发中心建设项目之投资内容与行业发展趋势相符，与公司主营业务、研发未来规划密切相关，可有效缓解公司研发场地资源紧张的现状，为研发能力的持续建设提供充足资源；公司具备充足的研发人员储备、较强的技术能力，研发中心的建设可在现有技术积累与技术成果的基础上，增强自身研发能力并形成新的技术储备，巩固公司自主创新优势，项目投资与建设具备合理性。

2、投资研发中心建设项目具有必要性

(1) 行业加速迭代，持续加大研发投入具有必要性

当前，汽车零部件行业呈现“迭代快、差异化、智能化”的发展趋势，产品更新周期日益缩短，消费者对座舱舒适性与功能性的需求逐步多样化，人工智能与新材料技术推动软硬件融合能力要求不断提高，公司研发资金投入也从 13,711.64 万元增加至 24,446.12 万元。若不能持续加大研发投入以同步响应市场变化，公司将在激烈的技术竞赛中受到限制，新建研发中心以充实资金、设备、人员与场地投入，具有必要性。

(2) 研发场地以租赁为主且日趋紧张，扩大自有研发空间具有必要性

截至报告期末，公司研发场地面积合计约 1.18 万平方米，其中近 70%为租赁、自有面积仅约 4,000 平方米。研发团队分散于多个租赁场地，实验室大中型设备与实验人员的平均单台/人占用面积较为紧张。过度依赖租赁场地限制研发环境的长期稳定与团队协同效率提升，通过新建自有研发中心以扩大场地面积、集中研发资源，具有必要性。

(3) 研发团队快速扩容，持续增强人才队伍与研发素质具有必要性

报告期各期末，公司研发人员从 586 人增至 1,065 人，研发负荷持续加大。随着拟开展的“智慧车载生态服务系统”和“智能座舱系统”等研发项目的推进，

公司在多模态感知、AI 算法、系统集成等新领域对高端人才的需求将进一步攀升，通过建设研发中心以充实人员储备、提升团队素质，具有必要性。

(4) 从“座椅零部件供应商”向“系统解决方案提供商”战略转型，配套研发条件升级具有必要性

未来，公司将一方面围绕热温舒适、体态舒适、传感检测三大核心产品类别继续深耕，另一方面系统布局 AI 自适应座椅、座舱毫米波雷达、车载冷暖箱与饮品机、制氧机等座舱新品类，推动从单一部件向系统化座舱解决方案升级。这一战略转型升级，涉及多学科技术融合、系统集成验证等全新研发能力要求，现有租赁为主的研发场地格局难以支撑。研发中心建设项目直接服务于该战略转型对集中化、规模化研发体系的需求，具有必要性。

综上所述，运用本次发行所募资金投资研发中心建设项目，具备合理性及必要性。

三、中介机构核查情况

(一) 核查程序

保荐人、申报会计师主要执行了以下核查程序：

1、查阅发行人募投项目可行性研究报告，复核募投项目投资测算表，对生产型项目中固定资产投资、达产后营业收入及净利润情况与发行人现有业务进行比较分析，核查募投项目资金测算的合理性和谨慎性；查阅发行人行业研究报告及相关行业政策，分析发行人所处行业市场供需、产品竞争格局、产业链上下游情况、主要产品产能利用率、产销率；访谈发行人销售负责人，了解发行人募投项目新增产能消化措施，分析发行人是否具备募投项目相关的技术、人才、市场储备；

2、访谈发行人技术负责人，了解发行人业务发展情况、行业发展趋势以及未来研发规划；查看发行人现有研发建筑分布，测算研发人员、研发设备平均占地面积；查阅发行人研发人员花名册，了解研发人员储备、构成及技术能力；查阅发行人专利清单、核心技术清单以及新产品清单，了解研发和技术成果；查阅发行人研发投入明细，了解目前研发活动开展现状以及资金投入情况；查阅研发中心建设项目可行性研究报告，分析研发中心建设项目的合理性及必要性。

（二）核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、发行人本次募投项目将完善发行人生产基地搭建及产线配置，并进一步增强发行人研发实力与智能化建设，提升发行人综合竞争力；发行人已谨慎测算募投项目所需募集资金，相关金额具有合理性；发行人产品市场需求广阔，发行人处于行业领先地位，产能利用率、产销率处于较高水平，募投项目新增产能规模与市场需求变动相匹配，发行人具有相应的技术、人才、市场等储备，新增产能消化措施有效；

2、发行人业务发展前景广阔，现有研发场地以租赁为主且日趋紧张，研发投入呈明显增长态势；发行人研发人员储备较为充足、技术能力较强，已积累了较为扎实的研发技术成果；发行人现有研发活动涵盖现有主营产品研发、核心零部件、自动化设备研发以及新产品研发；未来将持续巩固自主创新能力与竞争优势、创新研发汽车座舱领域新产品、推动座舱系统的智能化升级；发行人研发中心项目建设具有合理性和必要性。

7、关于环保合规

申报材料显示：

发行人主要从事汽车座舱舒适及安全系统的研发、生产及销售，在生产经营过程中仅产生少量废气、废水、固体废弃物及噪声，不存在重污染情况。

请发行人披露：

生产经营中主要污染物排放量，环保设施实际运行情况；报告期内发行人环保投入、环保相关成本费用是否与处理公司生产经营所产生的污染相匹配；募投项目所采取的环保措施及相应的资金来源和金额；公司生产经营与募集资金投资项目是否符合国家和地方环保要求。

请保荐人、发行人律师简要概括核查过程，并发表明确意见。

【回复】

发行人披露：

一、生产经营中主要污染物排放量，环保设施实际运行情况；报告期内发行人环保投入、环保相关成本费用是否与处理公司生产经营所产生的污染相匹配；募投项目所采取的环保措施及相应的资金来源和金额；公司生产经营与募集资金投资项目是否符合国家和地方环保要求。

（一）生产经营中主要污染物排放量，环保设施实际运行情况

1、生产经营中主要污染物排放量

公司主要从事汽车座舱舒适及安全系统的研发、生产及销售，在生产经营过程中仅产生少量固体废弃物、废气、废水及噪声，不存在重污染情况。

根据《固定污染源排污许可分类管理名录（2019年版）》的相关规定，国家根据排污单位污染物产生量、排放量、对环境的影响程度等因素，实行排污许可重点管理、简化管理和登记管理。对污染物产生量、排放量或者对环境的影响程度较大的排污单位，实行排污许可重点管理；对污染物产生量、排放量和对环境的影响程度较小的排污单位，实行排污许可简化管理。对污染物产生量、排放量和对环境的影响程度很小的排污单位，实行排污登记管理。

根据上述规定，公司及子公司不属于实行排污许可重点管理或排污许可简化管理的情形，而属于污染物产生量、排放量和对环境的影响程度很小需要办理排污登记的情形。报告期内，公司及子公司已根据上述规定办理了固定污染源排污登记。

公司在生产过程中产生的少量危险废物经分类收集后委托有相关资质的第三方机构统一处理。公司定期组织第三方机构对废气、废水及噪声进行环境检测，相关排放符合标准，各主要生产主体排放具体情况如下：

单位：mg/m³、mg/L、dB(A)

污染物类型	监测污染物	监测项目	天津安闻	河北安闻	浙江安闻	广东安闻	执行标准	标准值	监测情况
废气	非甲烷总烃（无组织排放）	浓度	1.70	1.46	1.54	0.48	《大气污染物综合排放标准》（GB16297-1996）	4	达标
废水	pH 值	/	8.6	7.2	7.7	7.7	《污水综合排放标准》（DB12/356-2018）三级标准	6-9	达标
	氨氮	浓度	0.725	17.2	6.61	44.4		45	达标
	化学需氧量	浓度	96	136	243	296		500	达标
	五日生化需氧量	浓度	34.8	49.6	52.2	102.0		300	达标
	悬浮物	浓度	78	65	14	66		400	达标
厂界噪声	昼间	分贝	63.0	55.7	64.0	63.0	《工业企业厂界环境噪声排放标准》（GB12348-2008）3类标准	65	达标

注：上表所列数据来源为各主体 2025 年度第三方监测报告中各污染物监测值中的最大值。

2、环保设施实际运行情况

报告期内，公司环保设施实际运行情况良好。对于废气，公司生产经营过程产生的废气经集气罩收集后，经引入“布袋除尘器+活性炭吸附装置”处理后通过 23m 高 P1 排气筒排放或无组织排放，公司排放废气符合标准要求。对于废水，公司主要生产主体不涉及需治理的工业废水，生活废水排放至公共污水处理系统，无需配置专项环保设施。对于噪声，公司通过配置低噪声型设备，辅以减振、厂房隔声及室外风机增设隔声挡板等措施实现源头防控，因此无需额外配置大型隔声、消声专项设施。

（二）报告期内发行人环保投入、环保相关成本费用是否与处理公司生产经营所产生的污染相匹配

报告期各期，公司环保设备投入及费用支出情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
环保设备投入	15.47	3.46	1.51
环保费用支出	168.40	75.29	11.91
合计	183.87	78.75	13.41

公司在生产经营过程中仅产生少量固体废弃物、废气、废水及噪声，不存在重污染情况。报告期内，公司环保设备投入金额分别为 1.51 万元、3.46 万元和 15.47 万元，新增设备主要为烟雾净化器等。报告期内，公司环保费用支出金额分别为 11.91 万元、75.29 万元和 168.40 万元，其中，2024 年、2025 年，公司环保费用支出增加较多，主要系公司进行绿色工厂认证和实施碳中和项目产生的认证、咨询费用。

综上所述，报告期内，公司环保投资和相关费用支出较少，与处理公司生产经营所产生的污染物相匹配。

（三）募投项目所采取的环保措施及相应的资金来源和金额；公司生产经营与募集资金投资项目是否符合国家和地方环保要求

1、募投项目所采取的环保措施及相应的资金来源和金额

公司募投项目中涉及生产的项目为汽车电子零部件生产项目、天津汽车零部件生产及研发项目及浙江汽车零部件生产建设项目，该等项目拟配置的环保设备投资金额分别为 50.60 万元、112.06 万元和 139.12 万元，占该等项目投资总额的比例分别为 0.16%、0.19%和 0.24%。

该等环保设备投资将全部由募集资金支付，本次发行募集资金到位前，公司需要先行购置设备时，将以自筹资金先行投入，待本次发行募集资金到位后，公司以募集资金置换先行投入的自筹资金。若实际募集资金净额（即扣除发行费用后）不能满足上述设备投入的实际需要，资金缺口由公司通过银行贷款或其他自筹资金方式解决。

2、公司生产经营与募集资金投资项目是否符合国家和地方环保要求

报告期内，公司遵守环保相关法律法规，严格执行各项环保措施，未发生环

保事故，亦不存在因违反环境保护相关法律、法规及规范性文件而受到行政处罚的情形。

公司本次募集资金投资项目已取得主管机关出具的备案及环评相关文件，具体情况如下：

序号	项目名称	备案情况	环评情况
1	汽车电子零部件生产项目	廊开投内资备[2026]41号	根据廊坊经济技术开发区行政审批局出具的《关于河北安闻汽车零部件有限公司汽车电子零部件生产项目环评豁免请示的复函》，本项目属于不纳入环境影响评价管理的建设项目。
2	天津汽车零部件生产及研发项目	津武审批投资备[2026]62号	根据天津市武清区政务服务办公室出具的《关于安闻科技（天津）有限公司项目的复函》，本项目可不申请办理环评手续。
3	浙江汽车零部件生产建设项目	已在桐乡市桐乡经济开发区管理委员会完成项目备案，项目代码为2603-330483-04-01-102393	根据嘉兴市生态环境局桐乡分局出具的《关于对安闻汽车技术（浙江）有限公司“浙江汽车零部件生产建设项目”环评豁免请示的复函》，本项目属于不纳入环评管理的建设项目。
4	研发中心建设项目	津高新审投备[2026]123号	不适用
5	数字化建设项目	廊开投内资备[2026]29号	不适用
6	补充流动资金	不适用	不适用

综上，公司生产经营与募集资金投资项目符合国家和地方环保要求。

二、中介机构核查情况

（一）核查程序

保荐人、发行人律师主要执行了以下核查程序：

访谈发行人安环部负责人，了解发行人环保设施配置情况，实地查看环保设施运行情况，查阅发行人主要生产主体的三废检测报告；查阅报告期内环保设备投入及费用明细表，核查是否与处理发行人生产经营所产生的污染相匹配；查阅发行人募投项目可研报告，核查募投项目所采取的环保措施及相应的资金来源和金额；查阅发行人各主要生产主体的信用报告、主要已建项目备案及环评文件、募投项目备案及环评文件，核查发行人生产经营与募集资金投资项目是否符合国家和地方环保要求。

（二）核查结论

经核查，保荐人、发行人律师认为：

报告期内发行人生产经营中主要污染物排放量符合排放标准，环保设施实际运行良好，报告期内发行人环保投入、环保相关成本费用与处理发行人生产经营所产生的污染相匹配，募投项目所采取的环保措施与项目建设需求相匹配，资金主要来源于募集资金，发行人生产经营与募集资金投资项目符合国家和地方环保要求。

8、关于营业收入及客户

申报材料显示：

发行人主要客户为生产汽车座椅、方向盘的一级汽车零部件供应商，主要采取直销模式，销售区域以境内为主。报告期内，发行人主营业务收入逐年增长，产品销售单价呈下降趋势；产品销售单价下降，主要受热温舒适类产品销售单价下降影响。

请发行人披露：

（1）结合销售合同中发行人与客户关于产品控制权转移、退换货等约定情况，说明发行人不同销售模式下的收入确认原则、时点及依据，收入确认方式是否符合《企业会计准则》的规定，相关内控制度是否有效执行。

（2）结合主要产品的收入结构变化、主要细分产品的销售单价变动情况，市场竞争状况、终端市场需求变化、年降政策影响，以及同行业可比公司营业收入、产品销售单价变动情况等，进一步说明报告期内发行人主营业务收入逐年增长、产品销售单价呈下降趋势的原因及合理性；主要产品销售单价未来是否存在进一步下降风险，对发行人的潜在不利影响。

（3）按销售地域/国家列示报告期内外销收入构成情况，报告期内外销收入增长较快的原因；结合主要销售地区市场需求、贸易政策变化等情况，说明外销收入的可持续性。

（4）报告期各期主要客户变动情况及原因；报告期内主要客户基本情况及主要销售产品，销售金额变动原因，与客户合作的稳定性。

请保荐人、申报会计师简要概括核查过程，并发表明确意见。

【回复】

发行人披露：

一、结合销售合同中发行人与客户关于产品控制权转移、退换货等约定情况，说明发行人不同销售模式下的收入确认原则、时点及依据，收入确认方式是否符合《企业会计准则》的规定，相关内控制度是否有效执行。

（一）销售合同中发行人与客户关于产品控制权转移、退换货等约定情况，

说明发行人不同销售模式下的收入确认原则、时点及依据

公司采取直接销售模式，下游直接客户主要为全球知名汽车座椅及方向盘生产厂商。客户包括境内客户和境外客户，其中境内销售包括货到签收、领用结算两种结算模式，境外销售包括 FCA、FOB 等贸易模式。公司主要结算及贸易模式下对应的代表性销售合同条款（产品控制权转移、退换货等）约定、收入确认原则、时点及依据等情况如下：

项目		代表性销售合同条款约定		收入确认原则	收入确认时点	收入确认依据
		产品控制权转移	退换货			
内销	货到签收	乙方交付的货物，其风险于货物由甲方接收并置于甲方保管之下时转移给甲方。	如果乙方或乙方供应的任何货物不符合乙方在本采购通则中所作保证，甲方将通知乙方，乙方应赔偿甲方因不合格货物导致的任何现实的和后续的损失，如果甲方要求，乙方应按甲方的指示管理和收回不合格货物，而不向甲方收取任何费用。	货物由公司运至客户指定地点或由客户到公司仓库自提，经对方签收后，公司根据签收确认的数量确认销售收入。	客户签收	客户回签单、客户的供应商系统签收记录
	领用结算	采取寄售模式交付的产品，双方最终的交易数量以需方实际投入生产的产品数量为准，对于已通过需方验收入库但未由需方实际投入生产的产品，需方不承担购买的责任；对于需方实际投入生产的产品价格以需方从寄售仓领用时为准。	因供方提供的产品出现质量问题，供方进行挑选或返工返修时：需方对挑选、返工返修结果进行复检，一旦复检不合格，供方再次挑选、递交复检单，此后需方复检的工时费应由供方承担；复检两次仍不合格，需方有权做退货处理。	公司按照客户需求将产品送至客户或其指定地点，客户实际领用后，公司获得客户领用情况并据此确认收入。	客户领用结算	对账结算单、客户的供应商系统领用记录
外销	FCA	指定地点，产品交付客户指定承运人后，控制权转移给买方。	若交付产品不符合合同约定，有权拒收不合格产品，若卖方发现不合格、缺陷产品后须第一时间告知买方并完成：全面排查并提交根本原因报告；制定、落地纠正与预防措施；配合完成产品召回相关全部工作。	公司按照合同约定，将货物在指定地点交付给客户指定的承运人，公司在取得报关单、提货单时确认收入。	承运人提货	承运人提货单、报关单
	FOB	装运港交货，产品装船并报关后，控制权转移给买方。	针对不合格品，供应商可以通过客户系统生成的供应商材料拒收报告获知不合格材料。供应商必须在拒收报告发起后 24 小时内以书面计划回应。其中用于捕获因不合格材料和相关标准不合规而产生的成本由供应商承担。	公司在装运港将产品装船并报关，在取得报关单时确认收入。	完成报关离港	报关单

（二）收入确认方式是否符合《企业会计准则》的规定

根据《企业会计准则第 14 号——收入》第四条及第十三条的规定，企业应当在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品控制权时确认收入。取得相关商品控制权，是指能够主导该商品的使用并从中获得几乎全部的经济利益。对于在某一时点履行的履约义务，企业应当在客户取得相关商品控制权时点确认收入。公司主营业务为汽车座舱舒适及安全系统的研发、生产及销售，主要产品为热温舒适类、体态舒适类、传感检测类等汽车座舱舒适及安全系统产品，属于在某一时点履行的履约义务。公司收入的具体确认原则：

（1）境内销售的收入确认

依据与不同客户约定的收入确认条款不同，收入确认方法如下：1）根据与客户签订的合同或订单要求，在指定地点将产品交付给客户并签收后确认收入；2）根据与客户签订的合同或订单要求，将产品送达客户指定的地点并经客户领用，公司根据客户出具的结算单据经核对无误后确认收入。

（2）境外销售的收入确认

按照与客户签订的合同条款，主要包括 FCA、FOB 等贸易结算方式，其中：FCA 模式下将货物交给客户指定的承运人时确认销售收入；FOB 模式下将货物报关、离港，完成交货时确认销售收入。

综上所述，公司不同销售模式下各结算模式或贸易模式的收入确认原则、时点及依据均符合《企业会计准则》的规定。

（三）相关内控制度是否有效执行

公司围绕收入确认的完整性、准确性、及时性，建立了覆盖收入确认全链条的内控制度，主要包括《销售管理制度》《销售执行管理办法》《销售退换货管理规定》《中转库及寄售仓管理规定》《财务核算管理制度》等制度，关键控制措施有效运行，具体如下：

1、收入确认依据的获取与核对控制

货到签收模式下，销售支持部在发货后 3-4 个工作日内获取物流系统签收截图或客户签字回签单并上传 ERP 系统作为收入确认附件。领用结算模式下，销

售支持部定期获取客户确认的对账单上传 ERP 系统作为收入确认附件。

2、收入确认数据的准确性控制

销售支持人员每月核对销售订单录入准确性及回签单、对账单上传情况，确保 ERP 系统销售数据与外部数据一致。

3、收入确认时点的审核控制

财务中心每月复核完领用结算模式下业务双方确认的对账单、货到签收模式下客户的签收记录后确认收入，会计凭证须经审核人复核，检查收入确认时点与依据是否一致。

4、收入冲回的控制

退换货须经质量部门或销售支持部发起申请，经审批后方可执行系统退货入库或冲抵结算，财务中心依据审批结果开具红字发票，确保收入冲回有据可依，不存在未经审批随意冲减收入的情形。

公司收入确认的关键控制点涵盖了收入依据获取、确认时点判断、确认金额准确性、收入冲回审批等核心环节，不相容职务分离、授权审批、凭证审核等相关内控制度有效执行。

二、结合主要产品的收入结构变化、主要细分产品的销售单价变动情况，市场竞争状况、终端市场需求变化、年降政策影响，以及同行业可比公司营业收入、产品销售单价变动情况等，进一步说明报告期内发行人主营业务收入逐年增长、产品销售单价呈下降趋势的原因及合理性；主要产品销售单价未来是否存在进一步下降风险，对发行人的潜在不利影响

（一）报告期内发行人主营业务收入逐年增长、产品销售单价呈下降趋势的原因及合理性

1、主要细分产品的收入变化原因及合理性

报告期内，公司主营业务收入按细分产品分类的情况如下：

单位：万元

产品类型	细分产品	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
热温舒适类	座椅通风	112,855.95	27.12%	104,495.55	31.47%	74,710.01	32.57%
	座椅加热	78,094.39	18.77%	60,306.58	18.16%	41,359.31	18.03%
	方向盘加热	9,732.90	2.34%	10,389.43	3.13%	7,469.29	3.26%
体态舒适类	座椅按摩	111,321.93	26.75%	71,664.78	21.58%	36,307.34	15.83%
	座椅腰托	17,940.51	4.31%	17,532.96	5.28%	16,829.02	7.34%
传感检测类	SBR	50,363.73	12.10%	39,724.91	11.96%	28,645.01	12.49%
	HOD	19,216.61	4.62%	11,731.23	3.53%	8,491.23	3.70%
其他		16,569.44	3.98%	16,178.41	4.87%	15,593.04	6.80%
合计		416,095.47	100.00%	332,023.86	100.00%	229,404.26	100.00%

报告期内，公司主要产品包括热温舒适类、体态舒适类和传感检测类产品，上述产品合计收入占各期主营业务收入的比例分别为 93.20%、95.13%和 96.02%，为公司收入的主要来源。具体细分产品主要包括座椅通风、座椅加热、座椅按摩和 SBR，上述四项细分产品合计收入金额分别为 181,021.67 万元、276,191.82 万元、352,636.00 万元，占各期主营业务收入的比例分别为 78.91%、83.18%和 84.75%，2024 年、2025 年分别同比变动 95,170.15 万元、76,444.18 万元，占主营业务收入当期同比变动金额的比例分别为 92.74%、90.93%，为主营业务收入变动的主要影响因素。

报告期内，公司上述主要细分产品的销售收入、销售数量、平均单价变动情况如下：

单位：万元、万件、元/件

细分产品	项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度
		金额/数量	变动	金额/数量	变动	金额/数量
座椅通风	销售收入	112,855.95	8.00%	104,495.55	39.87%	74,710.01
	销售数量	2,104.57	34.55%	1,564.16	65.12%	947.29
	平均单价	53.62	-19.73%	66.81	-15.29%	78.87
座椅加热	销售收入	78,094.39	29.50%	60,306.58	45.81%	41,359.31
	销售数量	4,478.85	38.58%	3,231.98	61.31%	2,003.54
	平均单价	17.44	-6.55%	18.66	-9.61%	20.64
座椅按摩	销售收入	111,321.93	55.34%	71,664.78	97.38%	36,307.34

细分产品	项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度
		金额/数量	变动	金额/数量	变动	金额/数量
	销售数量	498.51	72.88%	288.35	138.16%	121.07
	平均单价	223.31	-10.15%	248.54	-17.12%	299.88
SBR	销售收入	50,363.73	26.78%	39,724.91	38.68%	28,645.01
	销售数量	3,744.24	31.47%	2,848.08	43.94%	1,978.62
	平均单价	13.45	-3.56%	13.95	-3.66%	14.48

如上表所示，报告期内上述四类主要细分产品的收入均实现较快增长。上述产品单价有所下降的同时销量快速上升，产品销量上升幅度更大相应导致收入增长且为收入增长的主要影响因素。报告期内，公司上述主要细分产品销量增长的主要影响因素如下：

（1）国内汽车市场整体持续发展，新能源汽车以及国产自主品牌汽车销量规模持续增长，带动上游零部件配套需求不断扩大，公司主要产品销量随之增长

汽车行业是国民经济的支柱产业之一。根据中国汽车工业协会数据，报告期内，我国汽车销量持续增长，2023 年至 2025 年我国汽车销量分别为 3,009.4 万辆、3,143.6 万辆和 3,440.0 万辆，2024 年和 2025 年分别同比增长 4.5%和 9.4%，汽车市场整体增长情况良好。

近年来，受新能源汽车技术进步以及国家产业政策扶持等多重积极因素影响，我国新能源汽车渗透率快速提升，新能源新车销量占汽车新车总销量的比例已由 2020 年的 5.4%上升到 2025 年的 47.9%，2024 年和 2025 年我国新能源汽车销量分别较上年增长 35.5%、28.2%。与此同时，随着中国自主品牌车企的技术进步以及乘用车品质、性价比和用户体验感的不断提升，中国自主品牌乘用车市场份额也呈较快增长态势。根据中国汽车工业协会数据，中国自主品牌乘用车市场份额已由 2020 年的 38.4%上升到 2025 年的 69.5%，国产自主品牌份额不断提升已经成为国内汽车市场发展的主流趋势。

汽车产销量的迅速增长使得上游汽车零部件行业市场规模不断扩大，公司主要产品主要应用于新能源汽车及国产自主品牌乘用车，销量也随之增长。

（2）汽车座舱舒适及安全系统的渗透率和配置率持续提升，相关市场规模

不断扩大，直接推动了公司主要产品销量增长

为进一步提升产品竞争力、吸引消费者并赢得更大的市场份额，以新能源造车新势力、国产自主品牌为代表的车企不断推出新车型，推动产品向高端化、智能化方向升级，汽车座舱舒适系统及安全系统已经成为汽车的重要卖点之一。一方面，整车厂加速推动座椅加热、座椅通风、座椅腰托、座椅按摩、方向盘加热及离手检测等配置向大众价格区间下沉，渗透率持续提升、覆盖车型范围不断扩大；另一方面，座椅舒适产品的装配率亦持续提升，逐步由前排向中、后排座椅延伸，带动单车价值量持续提升。上述因素共同影响下，汽车座舱舒适及安全系统的市场规模不断扩大。

根据弗若斯特沙利文数据，2020年至2025年中国汽车座椅舒适系统市场规模的复合增长率达16.4%，增长速度较快，预计到2030年中国汽车座椅舒适系统市场规模将增长至322.8亿元。

报告期内，公司所处细分市场规模不断扩大，直接推动了主要产品销量增长。

（3）公司凭借突出的竞争优势，已经与国内外知名汽车座椅及方向盘厂商建立长期、稳定的合作关系，已成为汽车座椅舒适领域的国内第一大、全球第四大供应商，市场占有率逐步提升

经过多年发展，公司拥有了较强的技术创新能力、同步开发能力、配套方案设计能力以及生产制造能力，得到了下游知名客户的广泛认可。公司客户包括佛吉亚、东实李尔、李尔、麦格纳、安道拓、延锋、诺博等全球知名汽车座椅厂商以及采埃孚、奥托立夫、均胜电子等全球知名方向盘厂商，公司逐步成为汽车座椅舒适领域的国内第一大、全球第四大供应商。与此同时，公司产品广泛应用于各大知名车企的整车产品中，应用公司产品的整车厂主要包括比亚迪、吉利汽车、长安汽车、长城汽车、东风汽车、广汽集团、上汽集团、奇瑞汽车、一汽集团、北汽集团等国产自主品牌，蔚来、理想、赛力斯、岚图、小鹏、零跑、小米汽车、T公司等国内外新能源品牌，以及宝马、奥迪、奔驰、大众、丰田、现代、通用、斯特兰蒂斯等国外品牌。

整体而言，公司产品对应直接客户佛吉亚、李尔、麦格纳、安道拓均为全球前五大汽车座椅厂商之一，应用公司产品的整车厂也包括国内前十大汽车生产集

团、国内前五大新能源汽车品牌，公司已经建立了优质、稳定、均衡的客户资源。

上述因素共同影响下，报告期内公司主要产品的销售规模持续增长。

2、主要细分产品的收入及单价变动情况

报告期内，主要细分产品的销售收入及销售单价变动情况如下：

(1) 座椅通风

报告期内，座椅通风产品的收入分别为 74,710.01 万元、104,495.55 万元和 112,855.95 万元，占主营业务收入的比例分别为 32.57%、31.47%和 27.12%，为公司的主要细分产品。

平均单价和销售数量变动对座椅通风产品销售收入变动的影响情况如下：

项目	2025 年度较 2024 年度	2024 年度较 2023 年度
平均单价变动影响	-26.55%	-25.25%
销售数量变动影响	34.55%	65.12%
销售收入变动	8.00%	39.87%

注：平均单价变动影响=(本年平均单价-上年平均单价)×本年销售数量÷上年销售收入；销售数量变动影响=(本年销售数量-上年销售数量)×上年平均单价÷上年销售收入；下同。

2024 年、2025 年，座椅通风产品销售收入分别较上年增长 39.87%和 8.00%，主要为销量上涨所致。

1) 销售价格方面

报告期内，座椅通风产品各期平均单价分别为 78.87 元/件、66.81 元/件和 53.62 元/件，2024 年度、2025 年度分别同比下降 15.29%、19.73%，平均单价有所下降，主要原因为：

①报告期内公司座椅通风产品渗透率进一步提升，部分中低端车型的产品配置率提高，此类车型售价及公司对应产品单价相对较低，该部分中低端车型贡献收入金额占比上升使得座椅通风产品的平均单价有所下降。报告期内单期产品主营业务收入金额 1000 万以上的车型为公司产品配套的主要车型，该等主要车型对应的座椅通风产品收入占同类产品收入的比例分别为 91.63%、91.23%、89.57%，为公司座椅通风产品销售收入的主要组成部分。该等主要车型座椅通风产品收入中，价格低于 15 万元的入门级车型贡献收入金额占比分别为 3.57%、12.64%、

21.51%，单价较低的情况下占比上升，推动公司座椅通风类产品价格有所下降。

②受整车厂降价压力传导以及年降等因素影响，原有车型座椅通风产品销售单价逐年下降，使得座椅通风产品的平均单价进一步下降。

上述因素共同影响下，公司座椅通风产品的销售单价逐步有所下降。

2) 销量方面

报告期内，座椅通风产品各期销量分别为 947.29 万件、1,564.16 万件和 2,104.57 万件，2024 年度、2025 年度分别同比上升 65.12%、34.55%，增长情况良好。

2024 年，公司座椅通风产品销量有所增长，主要是由于：一方面，问界 M7、捷途旅行者等原有车型销量增长带动产品销量增长；另一方面，问界 M9、零跑 C10、吉利银河 E5 等公司部分新项目开始量产供货使得产品销量大幅增长，公司相应向直接客户东实李尔、延锋、李尔等汽车座椅厂商供货规模扩大。

2025 年，公司座椅通风产品销量有所增长，主要是由于：一方面，小鹏 MONA M03、银河星舰 7 等原有车型销量增长带动产品销量增长；另一方面，海狮 06、长安启源 Q07、零跑 B10 等公司部分新项目开始量产供货使得产品销量大幅增长，公司相应向直接客户李尔、东实李尔等汽车座椅厂商以及比亚迪等整车厂商供货规模扩大。

(2) 座椅加热

报告期内，座椅加热产品的收入分别为 41,359.31 万元、60,306.58 万元和 78,094.39 万元，占主营业务收入的比例分别为 18.03%、18.16%和 18.77%，收入占比呈上升趋势。

平均单价和销售数量变动对座椅加热产品销售收入变动的影响情况如下：

项目	2025 年度较 2024 年度	2024 年度较 2023 年度
平均单价变动影响	-9.08%	-15.50%
销售数量变动影响	38.58%	61.31%
销售收入变动	29.50%	45.81%

2024 年、2025 年，座椅加热产品销售收入分别较上年同比增长 45.81%和

29.50%，主要为销量上涨所致。

1) 销售价格方面

座椅加热产品各期平均单价分别为 20.64 元/件、18.66 元/件、17.44 元/件，2024 年度、2025 年度分别同比下降 9.61%、6.55%，平均单价有所下降，主要原因：

①报告期内公司为取得部分市场关注度较高车型项目，产品初始定价相对较低，伴随该部分项目逐步实现量产、市场销售情况良好、收入金额占比不断上升，该部分产品单价较低对公司整体座椅加热产品单价产生不利影响，致使平均单价有所下降。

②报告期内公司座椅加热产品渗透率进一步提升，部分中低端车型的产品配置率提高，此类车型售价及公司对应产品单价相对较低，该部分中低端车型贡献收入金额占比上升使得座椅加热产品的平均单价有所下降。报告期内单期产品主营业务收入金额 1000 万以上的车型为公司产品配套的主要车型，该等主要车型对应的座椅加热产品收入占同类产品收入的比例分别为 71.18%、76.75%、76.54%，为公司座椅加热产品销售收入的主要组成部分。该等主要车型座椅加热产品收入中，价格低于 15 万元的入门级车型贡献收入金额占比分别为 11.39%、14.77%、15.65%，单价较低的情况下占比上升，推动公司座椅加热类产品价格有所下降。

③受整车厂降价压力传导以及年降等因素影响，原有车型座椅加热产品销售单价逐年下降，使得座椅加热产品的平均单价进一步下降。

上述因素共同影响下，公司座椅加热产品的销售单价呈逐步下降趋势。

2) 销量方面

座椅加热产品各期销量分别为 2,003.54 万件、3,231.98 万件、4,478.85 万件，2024 年度、2025 年度分别同比上升 61.31%、38.58%，增长情况良好。

2024 年，公司座椅加热产品销量有所增长，主要是由于：一方面，问界 M7 等原有车型销量增长带动产品销量增长；另一方面，问界 M9、通用 SUV、雪佛兰科尔维特 C8、海鸥等部分新项目开始量产供货使得产品销量大幅增长，公司相应向直接客户汽车座椅厂商供货规模扩大。

2025 年，公司座椅加热产品销量有所增长，主要是由于：一方面，蔚来 ES8、通用 SUV 等原有车型销量增长带动产品销量增长；另一方面，小米 YU7、领克 900、T 公司 Y 系列等部分新项目开始量产供货使得产品销量大幅增长，公司相应向直接客户汽车座椅厂商供货规模扩大。

（3）座椅按摩

报告期内，公司座椅按摩产品的收入分别为 36,307.34 万元、71,664.78 万元和 111,321.93 万元，占主营业务收入的比例分别为 15.83%、21.58%和 26.75%，收入占比呈增长趋势，是公司的主要细分产品。

平均单价和销售数量变动对座椅按摩产品销售收入变动的影响情况如下：

项目	2025 年度较 2024 年度	2024 年度较 2023 年度
平均单价变动影响	-17.55%	-40.78%
销售数量变动影响	72.88%	138.16%
销售收入变动	55.34%	97.38%

2024 年、2025 年，公司座椅按摩产品销售收入分别较上年同比增长 97.38%、55.34%，主要为销量上涨所致。

1) 销售价格方面

公司座椅按摩产品各期平均单价分别为 299.88 元/件、248.54 元/件和 223.31 元/件，2024 年度、2025 年度分别同比下降 17.12%、10.15%，平均单价有所下降，主要原因为：

①座椅按摩产品主要应用于高端车型、前期渗透率较低，客户对产品性能要求较高、价格相对不敏感，新产品的初始单价相对较高；此类产品占整车座椅的价值量较大，随着量产规模增大客户一般会要求较高的降价幅度，受下游客户降价压力传导以及年降等因素影响，公司座椅按摩产品销售单价有所下降。

②公司为取得部分市场关注度较高车型项目，产品初始定价相对较低，伴随该部分项目逐步实现量产、市场销售情况良好、收入金额占比不断上升，对公司整体座椅按摩产品单价产生不利影响，推动平均单价有所下降。

③报告期内部分下游整车厂开始在部分中端车型配置座椅按摩产品，部分中低端车型的产品配置率提高，此类车型售价及公司对应产品单价相对较低，该部

分中低端车型贡献收入金额占比上升使得座椅按摩产品的平均单价有所下降。报告期内单期产品主营业务收入金额 1000 万以上的车型为公司产品配套的主要车型，该等主要车型对应的座椅按摩产品收入占同类产品收入的比例分别为 95.48%、95.44%、94.73%，为公司座椅按摩产品销售收入的主要组成部分。该等主要车型座椅按摩产品收入中，价格低于 15 万元的入门级车型贡献收入金额占比分别为 18.40%、23.02%、37.21%，单价较低的情况下占比上升，推动公司座椅按摩类产品价格有所下降。

上述因素共同影响下，公司座椅按摩产品的销售单价呈逐步下降趋势。

2) 销量方面

公司座椅按摩产品各期销量分别为 121.07 万件、288.35 万件和 498.51 万件，2024 年度、2025 年度分别同比上升 138.16%、72.88%，增长情况良好。

2024 年，公司座椅按摩产品销量有所增长，主要是由于：一方面，问界 M7、岚图梦想家、蔚来 ET5T 等原有车型销量增长带动产品销量增长；另一方面，腾势 Z9、理想 L7 等公司部分新项目开始量产供货使得产品销量大幅增长，公司相应向直接客户汽车座椅厂商供货规模扩大。

2025 年，公司座椅按摩产品销量有所增长，主要是由于：一方面，蔚来 ES8 等原有车型销量增长带动产品销量增长；另一方面，领克 900、乐道 L90、长安启源 Q07、理想 i8 等部分新项目开始量产供货使得产品销量大幅增长，公司相应向直接客户汽车座椅厂商供货规模扩大。

(4) SBR

报告期内，SBR 产品的收入分别为 28,645.01 万元、39,724.91 万元和 50,363.73 万元，占主营业务收入的比例分别为 12.49%、11.96%和 12.10%，收入占比保持稳定。

平均单价和销售数量变动对 SBR 产品销售收入变动的影响情况如下：

项目	2025 年度较 2024 年度	2024 年度较 2023 年度
平均单价变动影响	-4.68%	-5.26%
销售数量变动影响	31.47%	43.94%
销售收入变动	26.78%	38.68%

2024 年、2025 年，SBR 产品销售收入分别较上年同比增长 38.68%和 26.78%，主要为销量上涨所致。

1) 销售价格方面

SBR 产品各期平均单价分别为 14.48 元/件、13.95 元/件和 13.45 元/件，2024 年度、2025 年度分别同比下降 3.66%、3.56%，降价幅度较低，主要系 SBR 产品渗透率较高、市场较为成熟，产品平均单价相对稳定。

2) 销量方面

SBR 产品各期销量分别为 1,978.62 万件、2,848.08 万件和 3,744.24 万件，2024 年度、2025 年度分别同比上升 43.94%、31.47%，增长情况良好。

2024 年，公司 SBR 产品销量有所增长，主要是由于：一方面，T 公司 3 系列等原有车型销量增长带动产品销量增长；另一方面，海豹 06、小米 SU7、理想 L6、秦 PLUS 等部分新项目开始量产供货使得产品销量大幅增长，公司相应向直接客户汽车座椅厂商供货规模扩大。

2025 年，公司 SBR 产品销量有所增长，主要是由于：一方面，小鹏 MONA M03、银河星舰 7、小米 SU7 等原有车型销量增长带动产品销量增长；另一方面，小米 YU7、T 公司 Y 系列等部分新项目开始量产供货使得产品销量大幅增长，公司相应向直接客户汽车座椅厂商供货规模扩大。

综上所述，受新能源汽车以及国产自主品牌汽车销量规模持续增长、下游市场规模不断扩大、公司竞争优势不断显现、新项目数量较多且不断投产等多因素影响，公司主要细分产品销量迅速上升且幅度更大，成为公司主营业务收入增长的主要影响因素。与此同时，受下游整车厂降价传导、应用车型结构变动、市场拓展策略等多因素影响，公司上述主要细分产品的单价有所下降。

3、市场竞争状况及终端市场需求变化

(1) 市场竞争状况

全球范围内来看，汽车座椅市场主要由佛吉亚、李尔、麦格纳、安道拓、丰田纺织等外资企业垄断，市场份额占比较高，相应地汽车座舱舒适系统的供应商也多以捷温科技、礼恩派、李尔等外资企业为主。伴随新能源汽车渗透率以及国

产自主品牌汽车市场份额的不断提升以及本土供应商自身实力的不断增强，以公司为代表的本土供应商不断崛起并积极与外资企业展开竞争，收入规模不断扩大、市场份额不断提升，逐步开始以创新创造引领行业技术变革和市场发展。

从竞争格局看，国内汽车座椅舒适与安全系统市场由前期外资厂商主导逐步转向以本土供应商为主，呈现“本土厂商领跑、外资厂商跟随、市场集中度较高”的特征，同时行业内并购整合加速，资源进一步向具备跨平台开发能力和全球交付能力的头部供应商集中。

根据弗若斯特沙利文数据，2025 年中国汽车座椅舒适系统市场规模达 119.5 亿元，全球市场规模达 335.0 亿元。2025 年公司汽车座椅舒适系统产品收入占中国及全球市场规模的比例分别为 25.25%和 9.56%，位列国内第一、全球第四，居于行业领先地位。公司直接客户包括佛吉亚、东实李尔、李尔、麦格纳、安道拓、延锋、诺博等全球知名汽车座椅厂商，历年来公司多次获得下游知名客户授予的“优秀供应商”称号，并获得“创新卓越奖”与“最佳质量表现奖”等奖项，优质客户的逐步积累和公司自身产品服务的不断提升为公司未来发展打下坚实基础。

（2）终端市场需求变化

1）新能源汽车渗透率不断提升，带动座舱舒适系统市场需求增长

近年来，得益于国家政策的大力支持、新能源电池技术的不断进步以及新能源汽车产业链的不断完善，我国新能源汽车快速发展。根据中国汽车工业协会公布的数据，2025 年度我国新能源汽车产销量分别为 1,662.6 万辆和 1,649.0 万辆，同比分别增长 29.0%和 28.2%。与此同时，新能源汽车渗透率不断提升，2025 年国内新能源汽车渗透率达到 47.9%、较 2024 年进一步提升。新能源汽车市场的爆发式增长，直接带动了汽车座舱舒适及安全系统产品的市场需求。

新能源汽车相较于传统燃油车对座舱舒适性配置的要求更高。一方面，新能源汽车取消了发动机噪声、座舱静谧性显著提升，使得座椅通风、座椅按摩等舒适配置的感知价值大幅增加；另一方面，新能源汽车智能化水平较高，智能座舱成为差异化竞争的核心要素，舒适及安全类产品的装车率显著提升。根据弗若斯特沙利文数据，2025 年中国汽车座椅舒适系统市场规模达 119.5 亿元，预计到

2030 年将增长至 322.8 亿元、年均复合增长率为 22.0%；全球汽车座椅舒适系统市场规模 2025 年达 335.0 亿元，预计到 2030 年将增长至 735.1 亿元，年均复合增长率为 17.0%。终端市场容量的快速扩张为公司收入增长奠定了坚实的市场基础。

2) 国产自主品牌崛起，本土零部件供应商迎来发展机遇

自 2021 年以来，中国自主品牌乘用车进入历史性崛起期。根据中国汽车工业协会数据，自主品牌乘用车市场份额从 2021 年的 44.4%持续攀升至 2025 年的 69.5%，在中国这一全球最大单一汽车市场上，竞争主导权已转移至中国车企手中。自主品牌在电动化、智能化领域不断实现技术创新，凭借新能源赛道的先发优势及本土化供应链的完整性，已成为市场增长的绝对主引擎。

自主品牌汽车的崛起为本土零部件供应商带来了良好的市场发展机遇。相较于外资品牌，自主品牌对本土零部件供应商的接受度更高，更倾向于采用性价比更优的国产替代方案。公司及时把握新能源汽车以及国产自主品牌汽车快速发展的机遇，主动响应汽车电动化及智能化的发展趋势，积极开拓了与比亚迪、吉利汽车、长安汽车、长城汽车、蔚来、理想、赛力斯、岚图、小鹏、零跑、小米汽车等国内外知名整车厂及一级零部件供应商的合作关系。报告期内，公司配套自主品牌及新能源品牌的收入占比持续提升，带动公司主营业务收入快速增长。

3) 汽车座舱舒适系统配置率持续提升、单车价值量不断增长

随着汽车消费从“代步工具”向“智能移动空间”和“第三生活空间”转变，用户对驾乘体验的舒适及安全性要求不断提升。汽车座舱对驾乘者而言具有重要意义，舒适及安全性已经成为汽车差异化竞争的重要影响因素，也成为汽车智能化发展的重要领域。近年来，汽车座舱舒适系统配置率持续提升并从高端车型逐步向大众化车型渗透，相关产品的装配率不断提高，配置率的提升和功能的丰富化，使得单车舒适系统的价值量不断增长。单车配套产品数量和价值量的提升将带动公司整体收入规模的增长。

4) 产品迭代周期缩短、新车型定点需求旺盛

当前汽车市场正经历产品迭代周期持续压缩的产业变革，车型平均生命周期不断缩短，从传统燃油车时代的 5-7 年缩短至新能源时代的 2-3 年。产品迭代周

期的缩短使得整车厂对新车型定点项目的需求大幅增加，为零部件供应商带来了更多的业务机会。公司凭借较强的技术创新能力、同步开发能力和配套方案设计能力，积极参与客户新车型、新平台的早期研发阶段，持续获取新车型定点项目。报告期内，公司新获取定点项目数量持续增长、新产品收入占比不断提升，为公司主营业务收入的持续增长提供了持续的动力。

综上所述，公司主营业务收入逐年增长、产品销售单价呈下降趋势，为下游整车厂市场竞争状况、产品结构变化、公司经营策略等多重因素共同作用的结果，具有合理性。

4、年降政策影响情况

汽车整车在其产品生命周期中价格一般呈现前高后低的特点，即新车型上市时定价较高，其后随着销售规模扩大和竞争车型的推出及更新换代，销售价格下降并向上游零部件供应商传导。根据汽车行业惯例，汽车零部件产品进入批量生产阶段后，下游客户一般会结合自身降本增效的目标需求、产品量产采购情况等因素要求上游供应商在产品量产后一段期间内每年进行适当降价即进行年降。

公司主要客户会对部分产品的年降政策在协议中进行初步约定，年降周期一般为产品量产次年起执行至少 3 年、年降幅度一般不少于 3%，或者客户与公司在协议中不约定具体产品的年降政策，双方每年通过协商确定降价幅度并签订新的价格协议。

报告期内，公司年降金额对经营业绩的影响情况如下：

单位：万元			
项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
年降金额	26,209.17	22,003.66	5,570.83
主营业务收入	416,095.47	332,023.86	229,404.26
年降金额占当期主营业务收入的比例	6.30%	6.63%	2.43%

报告期内，公司主营业务收入分别为 229,404.26 万元、332,023.86 万元和 416,095.47 万元，产品收入保持高速增长，年降金额占主营业务收入的比例分别为 2.43%、6.63%和 6.30%，年降金额占比受行业竞争环境、年降产品收入占比等因素影响有所波动，年降政策对公司的主营业务收入存在一定程度的影响。

2024 年，公司年降金额及占比上升幅度较大，一方面是由于报告期内整车

厂商为抢占市场份额、降低生产成本，市场竞争较为激烈的情况下降价压力传导至公司所处的上游汽车零配件行业，产品销售价格降幅较大使得年降金额有所提高；另一方面是由于公司前期处于快速发展阶段，大量新产品在报告期初进入量产阶段并在量产次年开始产生年降，使得当年度年降产品收入金额及占比较高。受上述因素综合影响，公司当年的年降金额及占比均有所增长。

5、同行业可比公司营业收入及产品销售单价变动情况

(1) 营业收入变动情况

报告期内，公司与同行业可比公司营业收入对比情况如下：

单位：万元

公司名称	2025 年度		2024 年度		2023 年度
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
浙江华远	76,254.55	11.86%	68,169.94	23.20%	55,331.29
松原安全	267,808.82	35.88%	197,097.38	53.94%	128,038.20
华懋科技	250,345.75	13.12%	221,306.66	7.67%	205,534.62
平均数	198,136.37	22.16%	162,191.33	25.11%	129,634.70
公司	417,715.04	25.46%	332,959.44	44.31%	230,717.19

如上表所示，报告期内，公司与同行业可比公司营业收入均呈持续增长趋势、变动趋势保持一致。报告期内，公司营业收入分别为 230,717.19 万元、332,959.44 万元和 417,715.04 万元，复合增长率为 34.56%，高于同行业可比公司平均水平，主要系公司受益于新能源汽车以及国产自主品牌汽车销量规模持续增长、下游市场规模不断扩大、公司竞争优势不断显现、新项目数量较多且不断投产等积极因素，热温舒适类、体态舒适类产品销量快速增长所致。

2024 年，公司收入增速高于同行业平均水平主要是由于公司体态舒适类产品受益于新能源汽车智能化配置需求爆发，收入快速增长。2025 年，公司收入增速与同行业平均水平趋于一致。

(2) 产品销售单价变动情况

报告期内，公司与同行业可比公司主要产品销售单价对比情况如下：

单位：元/件

公司名称	细分产品	2025 年度	2024 年度	2023 年度
------	------	---------	---------	---------

		销售单价	变动比例	销售单价	变动比例	销售单价
浙江华远	汽车零部件	0.55	-4.19%	0.58	-0.07%	0.58
松原安全	汽车安全带总成	60.37	-1.51%	61.29	3.86%	59.02
	汽车安全气囊	137.38	-10.17%	152.94	-3.11%	157.85
华懋科技	被动安全系统部件	49.11	-10.10%	54.63	8.15%	50.51
公司	座椅通风	53.62	-19.73%	66.81	-15.29%	78.87
	座椅加热	17.44	-6.55%	18.66	-9.61%	20.64
	座椅按摩	223.31	-10.15%	248.54	-17.12%	299.88
	SBR	13.45	-3.56%	13.95	-3.66%	14.48

如上表所示，报告期内公司与同行业可比公司产品销售单价均呈现下降趋势，变动趋势一致。同时，公司主要细分产品销售单价下降幅度普遍高于同行业可比公司水平，主要原因如下：

1) 产品生命周期阶段存在差异

早期汽车座椅舒适及安全系统产品主要适配于高端合资或外资品牌，自主品牌受发展阶段因素影响一般定义为中低端车型，汽车座椅舒适及安全系统的渗透率很低。根据弗若斯特沙利文报告数据，2021年10万元以下级别乘用车的一排座椅通风渗透率仅为9.44%、不足10%，10-20万元级别乘用车的一排座椅通风渗透率为14.85%，上述价格区间也为当时国产自主品牌的主要区间。近年来国产新能源汽车市场迅速扩大、智能化水平不断提升、新车型推陈出新速度不断加快，消费者对于汽车座椅舒适性、安全性要求日益提升，国产自主品牌汽车市场销量及占比也不断提升，给公司这一专注于汽车座椅舒适及安全系统的本土零部件供应商带来了新的发展机遇，报告期前期处于价格及毛利率均较高、迅速扩张渗透的发展阶段，报告期内伴随渗透率的提升、下游整车厂降本压力的扩大，产品价格相应有所下降。

相对比而言，同行业产品已进入成熟期。报告期前期产品市场价格较高的情况下，受下游整车厂价格压力传导、年降政策、抢占市场份额、中低端车型配置率上升等多因素影响，公司产品价格有所下降且幅度较大。而同行业可比公司主营的汽车被动安全系统产品已是法规强制标配、市场渗透率接近100%，产品生命周期已进入成熟期，价格体系极为稳定。

2) 产品渗透率存在差异

公司产品逐步向中低端车型渗透，同行业可比公司产品渗透率较高，受终端车型配置结构变化影响较小。报告期内，公司主要产品由高端车型向中低端车型逐步渗透，对应中低端车型的产品收入占比有所提升，例如配套比亚迪、长安汽车等终端整车厂旗下的相关车型。此类终端整车厂基于产品定位及整车成本控制目标更加追求性价比高的产品且对价格较为敏感，导致公司主要产品平均单价有所下降。同行业可比公司产品已经广泛应用于各类车型、价格体系成熟，因终端车型配置结构变化导致的单价波动较小。

综上所述，公司营业收入变动趋势与同行业可比公司一致、均呈持续增长态势且增速处于同行业合理区间，公司产品销售单价变动趋势与同行业可比公司一致、均呈下降态势，但由于产品生命周期、产品渗透率等方面存在差异，价格变动幅度有所差异，具有合理性。

（二）主要产品销售单价未来是否存在进一步下降风险，对发行人的潜在不利影响

1、主要产品销售单价未来可能会进一步下降但是持续较大幅度下降的风险很低

报告期内，主要细分产品的单价变动情况如下：

单位：元/件

产品类型	细分产品	2025 年度		2024 年度		2023 年度
		单价	变动	单价	变动	单价
热温舒适类	座椅通风	53.62	-19.73%	66.81	-15.29%	78.87
	座椅加热	17.44	-6.55%	18.66	-9.61%	20.64
	方向盘加热	41.82	-3.13%	43.17	-0.39%	43.34
体态舒适类	座椅按摩	223.31	-10.15%	248.54	-17.12%	299.88
	座椅腰托	92.19	0.38%	91.84	-4.80%	96.48
传感检测类	SBR	13.45	-3.56%	13.95	-3.66%	14.48
	HOD	73.51	-20.77%	92.79	-13.33%	107.06

未来公司主要产品销售单价进一步大幅下降的风险较低，具体分析如下：

（1）公司持续开发新项目、新产品，可有效对冲下游客户降价需求带来的影响

近年来下游车型升级换代速度较快，公司基于与下游知名客户的良好合作情况以及自身竞争实力、行业地位，每年获取较多新车型定点项目，与此同时终端整车厂为保持竞争优势，一般会要求公司持续改进产品性能来增加产品的技术附加值。新项目、新产品在量产导入初期通常初始定价较高，随着量产爬坡以及年降政策的执行该类产品单价在车型生命周期内逐步有所下降。随着新能源汽车行业产品研发周期的大幅缩短、新车型升级换代速度的加快，新产品的持续导入能够有效对冲存量产品年降对整体平均单价的影响，有助于推动平均单价水平总体保持稳定。

（2）下游市场需求旺盛有助于推动公司产品价格相对稳定

随着新能源汽车智能化、随着汽车消费从“代步工具”向“智能移动空间”和“第三生活空间”转变，用户对驾乘体验的舒适及安全性要求不断提升。汽车座舱对驾乘者而言具有重要意义，座舱舒适及安全性已经成为汽车差异化竞争的重要影响因素，也成为汽车智能化发展的重要领域，有效满足驾乘者对舒适、安全与科技感的综合需求，近年来市场规模不断扩大。根据弗若斯特沙利文数据，2025 年全球汽车座椅舒适系统市场规模达 335.0 亿元，预计到 2030 年全球汽车座椅舒适系统市场规模将增长至 735.1 亿元，年均复合增长率为 17.0%。2025 年中国汽车座椅舒适系统市场规模达 119.5 亿元，预计到 2030 年中国汽车座椅舒适系统市场规模将增长至 322.8 亿元，年均复合增长率为 22.0%，市场规模较大且增长迅速，下游市场需求旺盛给相关企业带来良好的发展契机。

与此同时，公司 2023 年、2024 年、2025 年汽车座椅舒适领域收入占国内市场规模的比例分别为 19.30%、24.11%、25.25%，占全球市场规模的比例分别为 6.59%、8.50%、9.56%，占比不断上升。根据弗若斯特沙利文数据，2025 年公司汽车座椅舒适系统收入市场份额位列国内第一、全球第四，市场排名靠前，处于行业领先地位。

在需求旺盛的背景下，公司作为主要供应商之一议价能力相对较强、一定程度上有助于缓解价格下降压力的影响。

（3）终端整车厂指定采购占比提升、议价空间增大，有助于推动公司产品价格的相对稳定

公司与下游整车厂的合作深度持续加强，凭借稳定可靠的产品性能、成熟的制造工艺以及完善的质量保障体系，逐步进入终端整车厂的供应商名录。出于提高产品开发效率、保障供应链安全、降低产品成本等多种因素考虑，近年来理想、蔚来、T 公司、上汽大众等部分终端整车厂趋向于直接或指定采购公司产品，供应链逐步扁平化情况下公司与此类客户对于相关产品的议价空间有所增大，使得公司能够获得更为有利的产品价格，有助于推动公司产品价格的相对稳定。报告期内，公司终端主机厂指定公司产品对应实现主营业务收入金额分别为 32,392.21 万元、56,581.56 万元、97,033.73 万元，占主营业务收入金额的比例分别为 14.12%、17.04%、23.32%，金额逐步扩大、占比不断上升。

（4）公司稳步推进全球化产能布局，海外市场对冲国内降价压力

公司在罗马尼亚等海外生产基地陆续投产，实现了对海外客户的就近配套，报告期内，公司境外收入金额分别为 5,666.65 万元、12,015.42 万元、26,255.04 万元，收入金额占比分别为 2.47%、3.62%、6.31%，金额及占比不断上升。海外整车厂客户对产品价格的接受度相对较高、年降幅度通常低于国内市场，海外收入占比的提升有助于对冲国内市场的价格下降压力。

（5）新能源汽车行业正迈入理性发展的新阶段，内卷状况相对有所缓解

新能源汽车行业正迈入理性发展的新阶段。随着行业集中度持续提升，头部企业规模集聚效应持续强化，行业低效产能加速出清，单纯依靠低价的竞争模式难以为继，行业价格内卷状况得到缓解，有效保障汽车零部件厂商的产品价格保持在合理范围内。

综上所述，公司主要产品销售单价未来可能会进一步下降但是持续较大幅度下降的风险很低。

2、单价下降对发行人的潜在不利影响

由上可知，报告期内公司主要细分产品单价下降，主要是下游整车厂市场竞争状况、产品结构变化、公司经营策略等多重因素共同作用的结果。产品价格下降对公司经营业绩的具体影响情况如下：

（1）报告期内，公司主要细分产品价格有所下降的同时相关收入金额不断上升，产品价格下降对公司经营业绩未构成较大不利影响

报告期内，公司主要产品的销量、收入及毛利情况如下：

单位：万件、万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度
	数量/金额	变动率	数量/金额	变动率	数量/金额
销量	11,514.88	35.62%	8,490.55	55.03%	5,476.60
收入	399,526.03	26.49%	315,845.45	47.72%	213,811.22
毛利	110,350.41	-3.04%	113,806.56	29.25%	88,048.14

注：上表统计的为公司热温舒适类、体态舒适类、传感检测类产品的销量、收入、毛利。

公司主要细分产品价格下降未对报告期内公司经营业绩产生较大不利影响，具体情况如下：

公司综合考虑产品成本、客户合作情况、采购规模、市场竞争对手报价等因素，会与客户协商对部分量产产品价格进行适当降价，有助于扩大公司与下游主要客户的合作规模，加深与客户合作关系、增强客户黏性。报告期内，公司主要产品销量分别为 5,476.60 万件、8,490.55 万件、11,514.88 万件，2024 年、2025 年分别同比上升 55.03%、35.62%，增长情况良好并推动产品收入迅速上升，上述主要产品收入金额合计分别为 213,811.22 万元、315,845.45 万元、399,526.03 万元，2024 年、2025 年分别同比增长 47.72%、26.49%，增长较为迅速，销量及收入增长对冲了单价下降对主要产品毛利的影响，主要产品单价下降不会对公司经营业绩产生较大不利影响。

(2)公司短期内产品单价有所下降不会对未来经营业绩产生较大不利影响，长期来看公司主营业务拥有良好发展前景

展望未来，公司短期内单价仍将有所下降，但将长期促进经营业绩的可持续增长，同时随着未来行业地位的进一步提升、新项目新产品的不断开发取得，公司长期整体产品价格将有所企稳，公司主营业务拥有良好发展前景。

综上所述，公司短期内单价仍将有所下降，但将长期促进经营业绩的可持续增长，公司主营业务拥有良好发展前景，不会对公司未来经营业绩造成较大不利影响。

发行人已在招股说明书“第三节 风险因素”之“二、与发行人相关的风险”之“（一）经营风险”之“1、产品销售价格下降的风险”中披露产品价格下滑

的风险提示，具体如下：

“公司产品型号种类较多，公司一般综合考虑产品设计方案、生产成本、以往合作情况、销量规模、市场竞争等因素与客户协商确定产品价格。汽车整车在其产品生命周期中价格一般呈现前高后低的特点，即新车型上市时定价较高，其后随着销售规模扩大和竞争车型的推出及更新换代，销售价格下降并向上游零部件供应商传导。价格下降一般通过供应商降低产品单价或返利等形式实现，具体是否降价、降价的产品、降价幅度和形式等由双方协商确定，为汽车零部件领域的行业惯例和常见情形，客户综合考虑供应稳定性、及时性、产业链的安全和零部件质量等因素，与公司协商确定降价比例且一般情况下幅度相对有限。如果未来产品价格下降涉及的客户、产品、降价幅度或期限增加，或者公司无法实现良好的产品生命周期管理和成本管理或未能积极拓展开发新产品，则公司将面临产品售价下降的风险并对公司经营业绩产生不利影响。”

三、按销售地域/国家列示报告期内外销收入构成情况，报告期内外销收入增长较快的原因；结合主要销售地区市场需求、贸易政策变化等情况，说明外销收入的可持续性。

（一）按销售地域/国家列示报告期内外销收入构成情况，报告期内外销收入增长较快的原因；

报告期各期，公司外销主营业务收入按销售地域/国家的具体构成情况如下：

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
欧盟	8,544.88	32.55%	2,439.83	20.31%	2,011.76	35.50%
日本	6,184.34	23.55%	2,618.72	21.79%	2,479.16	43.75%
美国	3,753.99	14.30%	2,675.85	22.27%	57.77	1.02%
韩国	3,337.91	12.71%	1,735.20	14.44%	209.07	3.69%
墨西哥	3,071.88	11.70%	1,434.74	11.94%	260.06	4.59%
其他	1,362.05	5.20%	1,111.07	9.24%	648.83	11.45%
合计	26,255.04	100.00%	12,015.42	100.00%	5,666.65	100.00%

报告期内，公司外销主营业务收入金额分别为 5,666.65 万元、12,015.42 万元、26,255.04 万元，2024 年、2025 年分别同比增长 6,348.77 万元、14,239.62 万

元，2025 年金额上升幅度较大。

公司外销主营业务收入增长主要系 2023 年末罗马尼亚生产基地逐步投产供货以及海外客户拓展取得成效所致。报告期各期，子公司罗马尼亚安闻产生的外销主营业务收入金额分别为 90.31 万元、6,329.27 万元、15,088.64 万元，其产品销往欧洲、日本、美国等多个国家和地区。前述国家和地区均为全球汽车产业重要集聚区域、市场需求规模较大，公司积极拓展上述地区客户并取得了一系列项目定点（如欧蓝德、雷诺、欧宝格兰德兰、沃尔沃 EX30 等），导致报告期内公司于上述地区收入金额不断上升。

（二）结合主要销售地区市场需求、贸易政策变化等情况，说明外销收入的可持续性。

1、主要外销地区的市场需求情况

2020 年以来，公司主要外销地区的汽车销量变动情况具体如下：

单位：万辆						
地区	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2021 年度	2020 年度
欧洲	1,311.27	1,303.25	1,287.22	1,135.21	1,209.21	1,211.63
美国	1,667.55	1,633.35	1,600.93	1,423.03	1,540.86	1,488.14
日本	456.58	442.15	477.91	420.13	444.83	459.86
韩国	168.16	163.55	174.97	168.37	173.46	190.60
墨西哥	156.45	156.26	141.64	113.44	104.67	97.77

注 1：表中数据来源于国际汽车制造商协会（OICA）；
注 2：欧洲汽车销量数据统计口径为欧盟 27 国及欧洲自由贸易联盟成员国（瑞士、冰岛、挪威、列支敦士登）的销量合计数。

从上表可以看出，日本、韩国以及欧洲地区各年汽车销量变动较小，美国以及墨西哥地区的汽车销量呈不同增速的上升趋势。总体上看，公司主要外销地区下游汽车市场需求较为稳定。

2、主要外销地区的汽车座椅市场规模

根据弗若斯特沙利文数据，2020 年至 2025 年不含国内的全球其他地区汽车座椅市场规模以及 2025 年至 2030 年的预测规模变动趋势如下：



资料来源：弗若斯特沙利文

从图中可以看出，2025 年不含国内的全球其他地区汽车座椅市场规模达 4,682.8 亿元，预计到 2030 年不含国内的全球其他地区汽车座椅市场规模将增长至 6,588.7 亿元，年复合增长率为 7.1%。随着全球新能源车渗透率持续提升，汽车座椅功能配置继续下沉与场景化体验持续增强，全球汽车座椅市场规模将持续上行。

3、主要外销地区的贸易政策变化情况

从贸易政策上看，目前日本和韩国均未针对中国汽车或汽车零部件商品加征惩罚性关税亦未发起反倾销、反补贴贸易救济调查。

欧盟自 2024 年起针对中国新能源汽车先后推出了反补贴税以及《关于提交价格承诺申请的指导文件》政策文件，具体情况如下：

序号	发布时间	政策名称	相关内容
1	2024.7	《欧盟委员会实施条例（EU）2024/1866》	对进口自中国的电动汽车征收为期 4 个月的临时反补贴税，执行期间为 2024 年 7 月 5 日至 2024 年 11 月 4 日，税率分别为：比亚迪 17.4%，吉利集团 19.9%，上汽集团 37.6%，配合调查但未被抽样的中国电动汽车制造商将被征收 20.8% 的加权平均税率，拒绝配合调查、未提交材料的电动汽车制造商将被征收的税率为

序号	发布时间	政策名称	相关内容
			37.6%。
2	2024.10	《欧盟委员会实施条例（EU）2024/2754》	取消此前临时反补贴税，自 2024 年 10 月 30 日起执行五年期最终反补贴税，税率分别为：比亚迪 17.0%、吉利集团 18.8%、上汽集团 35.3%，特斯拉（上海）7.8%，配合调查但未被抽样的中国电动汽车制造商将被征收 20.7%的加权平均税率，拒绝配合调查、未提交材料的电动汽车制造商将被征收的税率为 35.3%。
3	2026.1	《关于提交价格承诺申请的指导文件》	2026 年 1 月 12 日起为中国纯电动汽车出口商提供申请价格承诺的操作路径；符合条件且价格承诺申请获欧委会审核通过的企业，可通过价格承诺替代缴纳反补贴税。

近年来美国和墨西哥地区贸易保护主义抬头，美国和墨西哥针对中国汽车和汽车零部件商品相关的贸易政策主要调整情况如下：

序号	地区	发布时间	政策名称	相关内容
1	美国	2019.5	《第 301 关税行动修改通知》	自 2019 年 5 月 10 日起，对于 301 调查第三批清单内中国原产商品对应的额外 301 关税税率由 10%上调至 25%，其中包含了 HTSUS 9401 项下的汽车成品座椅、座椅零部件商品。
2		2022.8	《通胀削减法案》（IRA）	新能源汽车税收抵免至 2032 年底，合规车辆税收分两部分抵免，最高可共计抵免 7,500 美元，并特别规定针对个人购置的新能源汽车必须在北美最终组装才能享受。
3		2024.5	《第 301 关税行动修改通知》	对中国电动汽车关税从 2019 年 9 月生效的 27.5%税率（2.5%的基准关税税率+25%的 301 关税税率），调整为 102.5%税率（2.5%的基准关税税率+100%的 301 关税税率），对中国原产电动汽车锂离子动力电池及电池零部件关税从 2019 年 9 月生效的 10.9%税率（3.4%的基准关税税率+7.5%的 301 关税税率），调整为 28.4%税率（3.4%的基准关税税率+25%的 301 关税税率），并于 2024 年 9 月起生效。
4	墨西哥	2025.12	《修改〈一般进出口税法〉关税税则多项税号的法令》	对中国等无自贸协定国家商品实施加征关税政策，自 2026 年 1 月 1 日起，暂定执行至 2026 年 12 月 31 日，燃油乘用车和新能源乘用车关税统一上调至 50%（原基准税率 15%-20%），汽车零部件分三档征税，税率区间 10%-50%。
5		2026.4	《修改〈一般进出口关税法〉关税税则多项税号以及产业促进计划法令》	自 2026 年 4 月 24 日起，新增 185 个税目实施关税上调，覆盖机动车底盘、大型客车车身、保险杠、汽车玻璃等汽车零部件，该轮新增清单内商品税率上限为 35%。

6	美国、加拿大、墨西哥	2018.10	《美墨加协定（USMCA）》	自 2020 年 7 月起，乘用车如需享受三国间跨境零关税待遇，整车区域价值含量（RVC）需不低于 75%。（要求整车成本中来源于美国、加拿大、墨西哥的零部件价值占比达到标准）
---	------------	---------	----------------	--

公司主要外销国家或地区近年来贸易政策调整情况各不相同，欧盟地区、美国和墨西哥针对中国采取了不同的本地保护政策，但是其对公司在当地业务的本身直接影响较小，具体原因如下：1）欧盟地区：公司作为汽车零部件供应商，向欧盟地区出口产品无需被加征反补贴税或提供价格承诺。2）美国地区：在罗马尼亚子公司建成投产后，公司主要通过该子公司开展业务以降低美国进口关税；3）墨西哥地区：公司在墨西哥地区的客户采用 IMMEX 出口制造加工模式经营，对方从中国采购进口原材料可享受免税政策。此外，面对欧盟、美国和墨西哥筑起的贸易壁垒，公司已经制定并实施了针对性的发展战略，公司在墨西哥、美国、德国等多个欧美国家和地区布置销售网络，扩大在海外的本地化下游配套供应能力以提升在当地及周边国家和地区的市场竞争力。

综上所述，公司目前外销业务尚处于起步拓展阶段，收入金额占比依然较低；公司主要外销地区的下游汽车市场需求稳定、汽车座椅市场空间广阔，虽然欧盟、美国和墨西哥采取了一定的贸易保护政策但是对公司的外销业务直接影响较小；公司已采取扩大在海外的本地化部署应对战略，公司未来的外销收入具有可持续性。

四、报告期各期主要客户变动情况及原因；报告期内主要客户基本情况及主要销售产品，销售金额变动原因，与客户合作的稳定性。

（一）报告期各期主要客户变动情况及原因

发行人报告期各期对前五大客户实现主营业务收入占比分别为 68.47%、64.47%和 55.54%，为公司收入的主要组成部分，公司对前五大客户实现的主营业务收入情况如下：

单位：万元

2025 年度			
序号	客户名称	金额	占比
1	延锋	54,496.64	13.10%
2	东实李尔	50,085.49	12.04%

3	佛吉亚	49,758.84	11.96%
4	李尔	39,523.77	9.50%
5	安道拓	37,250.43	8.95%
合计		231,115.16	55.54%
2024 年度			
序号	客户名称	金额	占比
1	延锋	60,917.01	18.35%
2	东实李尔	60,794.79	18.31%
3	佛吉亚	48,083.72	14.48%
4	麦格纳	23,043.49	6.94%
5	诺博	21,225.31	6.39%
合计		214,064.31	64.47%
2023 年度			
序号	客户名称	金额	占比
1	佛吉亚	47,434.16	20.68%
2	延锋	43,872.62	19.12%
3	东实李尔	29,961.82	13.06%
4	麦格纳	20,759.71	9.05%
5	诺博	15,038.17	6.56%
合计		157,066.48	68.47%

注：受同一实际控制人控制的客户，已合并计算销售金额，下同。

公司 2023 年、2024 年前五大客户保持不变，2025 年李尔、安道拓成为当年新增前五大客户，原前五大客户麦格纳、诺博排名有所下降。报告期内公司对上述四家客户实现的主营业务收入以及其在公司客户中的排名情况如下：

单位：万元

客户名称	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	排名	金额	排名	金额	排名
麦格纳	21,811.38	第七	23,043.49	第四	20,759.71	第四
诺博	24,711.21	第六	21,225.31	第五	15,038.17	第五
李尔	39,523.77	第四	19,102.73	第六	9,118.06	第六
安道拓	37,250.43	第五	18,673.89	第七	8,336.22	第七

如上表所示，2025 年公司对李尔、安道拓实现主营业务收入增加较多，李尔、安道拓由前两年的第六、第七大客户上升为公司前五大客户；公司对麦格纳、

诺博实现主营业务收入较为稳定，2025 年仍为公司的前十大客户。

报告期各期，公司前五大客户存在变动主要受下游终端整车厂不同车型的销售情况影响所致，前五大客户贡献收入规模总体呈增长趋势、较为稳定。公司与主要客户均已合作多年，与上述主要客户的良好合作关系是公司能够长期保持业绩稳定的基础。主要客户变动具体分析请参见本问询函回复之“8、关于营业收入及客户/发行人披露/四/（二）报告期内主要客户基本情况及主要销售产品，销售金额变动原因，与客户合作的稳定性”。

（二）报告期内主要客户基本情况及主要销售产品，销售金额变动原因，与客户合作的稳定性

报告期内，公司主要客户的基本情况如下：

序号	客户名称	合作期限	业务范围	主要财务数据	客户主要情况
1	延锋	10 年及以上	汽车内外饰件（仪表板、门板、保险杠、立柱护板等）、汽车座椅系统（整椅、骨架、发泡、面套、头枕、扶手）、汽车安全系统、汽车电子电器、汽车照明、汽车模具及冲压件等。	2025 年汽车配套领域的收入规模为 184 亿美元	延锋国际汽车技术有限公司成立于 2014 年，为上汽集团旗下华域汽车全资控股的全球领先知名的汽车零部件企业，主营业务为汽车座椅系统的研发及制造。根据《美国汽车新闻》（Automotive News）发布的 2026 全球汽车零部件供应商百强榜，延锋排名第 15 名。
2	东实李尔	10 年及以上	汽车座椅总成及零部件的研发、生产和销售。主要产品包括乘用车座椅、商用车座椅、座椅骨架、滑轨、调角器、升降器等核心零部件。	天汽模披露的重大资产重组报告涉及的财务资料显示，东实李尔 2025 年营业收入 75 亿元	东实李尔为李尔公司与东实汽车科技集团股份有限公司各持有 50% 的合资公司，成立于 2004 年，专注于汽车座椅及其零部件的研发、制造、销售和服务，在武汉、重庆、深圳、西安设有研发机构，具备汽车座椅全系列产品的设计研发能力，获得国家级专精特新小巨人企业、省级制造业单项冠军企业和省级企业技术中心等荣誉，在乘用车和商用车产品研发上做到了重中轻、高中低、微客面的全系列覆盖，其中商用车座椅研发实力在国内处于领跑地位。
3	佛吉亚	10 年及以上	汽车座椅系统（整椅、骨架、机构件）、汽车内饰系统（仪表板、门板、中控台）、绿动智行（排气系统）、汽车电子（雷达传感器、电子助力转向、车辆进入系统）、汽车照明（前照灯、尾灯、内饰灯）、生命周期解决方案。	2025 年汽车配套领域的收入规模为 284 亿美元	佛吉亚成立于 1997 年，总部位于法国，2022 年与海拉合并成立佛吉亚集团，为全球领先知名的汽车零部件制造商，涵盖汽车座椅系统、汽车内饰系统、智能出行、汽车电子系统等。根据《美国汽车新闻》（Automotive News）发布的 2026 全球汽车零部件供应商百强榜显示，佛吉亚排名第 8 名。
4	李尔	10 年及以上	汽车座椅系统（整椅、骨架、发泡、面套、电动调节机构）、电子电气系统（E-Systems，包括线束、连接器、电子控制单元、Zone Control Module 等）	2025 年汽车配套领域的收入规模为 233 亿美元	李尔公司 Lear Corporation Limited 成立于 1917 年，总部位于美国密歇根州，为全球领先知名的汽车座椅和电子电气技术供应商，涵盖汽车座椅系统、汽车内饰系统、汽车电子系统等。根据《美国汽车新闻》（Automotive News）发布的 2026 全球汽车零部件供应商百强榜显示，李尔排名第 9 名。
5	安道拓	10 年及以上	汽车座椅系统（整椅、骨架、	2025 年汽车配	安道拓 Adient 前身为美国江森自控有限公司的汽车座椅业务，于

序号	客户名称	合作期限	业务范围	主要财务数据	客户主要情况
			发泡、面套、电动调节机构、智能座椅）及相关零部件	套领域的收入规模为 145 亿美元	2016 年完成分拆,全球运营总部位于美国,法律注册地在爱尔兰,致力于改善世界的出行体验,为全球各大汽车主机厂提供座椅的创新解决方案并与他们合作开发定制座椅系统和组件,是全球汽车座椅行业的领军企业。根据《美国汽车新闻》(Automotive News)发布的 2026 全球汽车零部件供应商百强榜显示,安道拓排名第 19 名。
6	诺博	10 年及以上	汽车座椅、内外饰(仪表板、门板、立柱护板)、橡胶密封件、智能座舱(智能座舱系统、车载显示屏、交互系统)。	2025 年汽车配套领域的收入规模为 34 亿美元	诺博汽车系统有限公司成立于 2018 年,是长城汽车全资控股的汽车零部件制造企业。诺博专注于汽车零部件领域,主要生产汽车座椅、内饰、外饰和橡胶四大类产品。根据《美国汽车新闻》(Automotive News)发布的 2026 全球汽车零部件供应商百强榜显示,诺博排名第 71 名。
7	麦格纳	10 年及以上	汽车车身外观与结构(车身面板、结构件、外饰件)、动力与视觉系统(动力总成、变速器、视觉系统)、座椅系统、整车工程与制造(全球唯一拥有整车设计与代工制造能力的 Tier1)、电子系统。	2025 年汽车配套领域的收入规模为 420 亿美元	麦格纳 Magna International 成立于 1957 年,总部位于加拿大,为全球领先知名的汽车零部件制造商,涵盖内饰系统、座椅系统、车身及底盘系统等领域,2026 年《财富》世界 500 强排名第 360 位。根据《美国汽车新闻》(Automotive News)发布的 2026 全球汽车零部件供应商百强榜显示,麦格纳排名第 4 名。

注 1: 诺博为长城汽车将集团内部汽车零部件业务整合设立,公司于 2011 年已与长城汽车相关公司开展合作;

注 2: 主要财务数据来源于《美国汽车新闻》全球汽车零部件百强信息、市场公开信息。

如上表所示，公司主要客户均为国内外知名的汽车座椅供应商，公司进入行业的时间较早并与主要客户均建立了长期、稳定的合作关系。

报告期内，公司对主要客户销售的主要产品、销售金额及变动原因分析如下：

1、延锋

报告期内，公司向延锋销售的主要产品金额及变动情况如下：

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度
	金额	变动额	金额	变动额	金额
热温舒适类	27,085.58	-10,887.03	37,972.61	15,303.77	22,668.83
体态舒适类	14,807.52	1,444.90	13,362.62	-3,912.00	17,274.62
传感检测类	11,387.24	3,215.84	8,171.40	5,428.38	2,743.02
其他	1,216.32	-194.07	1,410.39	224.24	1,186.14
合计	54,496.64	-6,420.36	60,917.01	17,044.39	43,872.62

报告期内，公司对延锋实现主营业务收入分别为 43,872.62 万元、60,917.01 万元和 54,496.64 万元，收入金额有所波动。延锋采购的公司产品主要用于 T 公司、上汽集团、吉利汽车、小米汽车、比亚迪等多家整车厂的相关车型，具体情况如下：

2024 年，公司对延锋的热温舒适类和传感检测类产品收入金额大幅增长、体态舒适类产品收入金额有所下滑。热温舒适类产品收入金额增长 15,303.77 万元，主要是由于当期间界 M9、极氪 007、小鹏 X9 三款新车上市以及部分已量产车型销量增加，延锋对公司采购相关产品数量大幅增加，上述车型热温舒适类产品收入金额较上年增长 12,634.28 万元。体态舒适类产品收入金额下滑 3,912.00 万元，主要是由于部分车型进行改款，客户新增其他供应商、公司份额下降，该类产品收入金额同比下降 3,704.32 万元。传感检测类产品销售额大幅增长 5,428.38 万元，主要是由于问界 M9、小米 SU7 两款新车上市以及 T 公司 3 系列车型国内销量增加，延锋对公司采购的相关产品数量大幅增加，上述三款车型的传感检测类产品收入金额较上年合计增长 5,099.61 万元。

2025 年，公司对延锋的热温舒适类产品收入金额下降 10,887.03 万元，主要是由于当期部分车型进行改款，客户选择其他供应商相应使得问界 M9、吉利星

越 L 相关产品受此影响销量下降,上述两款车型的热温舒适类产品收入金额同比合计下降 13,849.94 万元。

2、佛吉亚

报告期内，公司向佛吉亚销售的主要产品金额及变动情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度
	金额	变动额	金额	变动额	金额
热温舒适类	23,911.56	-2,660.68	26,572.24	-9,881.85	36,454.09
体态舒适类	14,618.25	1,955.96	12,662.29	10,132.28	2,530.01
传感检测类	9,075.94	2,758.38	6,317.57	-1,940.84	8,258.40
其他	2,153.09	-378.53	2,531.62	2,339.97	191.65
合计	49,758.84	1,675.12	48,083.72	649.56	47,434.16

报告期内，公司对佛吉亚实现主营业务收入分别为 47,434.16 万元、48,083.72 万元、49,758.84 万元，收入金额保持稳定。佛吉亚采购的公司产品主要用于比亚迪、理想等整车厂的相关车型，具体情况如下：

2024 年，公司对佛吉亚的热温舒适类产品收入金额下降 9,881.85 万元，主要是由于部分车型进行改款，客户新增其他供应商、公司份额下降，宋 PLUS 车型相关产品受此影响销量有所下降导致其收入金额同比下降 7,898.36 万元；体态舒适类产品收入金额大幅增长 10,132.28 万元，主要是由于公司取得理想 L7 车型改款项目，相关座椅按摩产品收入金额增长 10,124.67 万元。

2025 年，公司对佛吉亚的热温舒适类产品收入金额下降 2,660.68 万元，主要是由于理想 L7 车型市场销量有所下降，相关热温舒适类产品销量同步下滑叠加单价下降等因素使得相关产品收入金额较上年减少 3,926.82 万元。

3、东实李尔

报告期内，公司向东实李尔销售的主要产品金额及变动情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度
	金额	变动额	金额	变动额	金额
热温舒适类	18,841.03	-3,656.74	22,497.77	10,526.49	11,971.28

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度
	金额	变动额	金额	变动额	金额
体态舒适类	23,640.43	-8,794.09	32,434.52	18,674.34	13,760.18
传感检测类	4,290.58	241.62	4,048.96	1,945.18	2,103.78
其他	3,313.45	1,499.91	1,813.53	-313.05	2,126.59
合计	50,085.49	-10,709.30	60,794.79	30,832.97	29,961.82

报告期内，公司对东实李尔实现主营业务收入分别为 29,961.82 万元、60,794.79 万元和 50,085.49 万元，收入金额有所波动。东实李尔采购的公司产品主要用于东风汽车、赛力斯、比亚迪等整车厂的相关产品，具体情况如下：

2024 年，公司对东实李尔的热温舒适类、体态舒适类产品收入金额均有所增长。热温舒适类产品收入金额增长 10,526.49 万元，主要是由于问界 M7 销量大幅增长以及小鹏 MONA M03 在 2024 年下半年量产交付，带动对应车型热温舒适类产品收入金额分别增长 8,033.94 万元、1,458.13 万元。体态舒适类产品收入金额增长 18,674.34 万元，主要是由于：（1）部分车型销量大幅增长带动相关产品销量同步增长，问界 M7、岚图梦想家相关产品销量增长较大，上述两款车型的体态舒适类产品收入金额较上年合计增长 11,991.48 万元；（2）部分新车型在 2024 年量产交付，其中新增车型腾势 Z9 的体态舒适类产品收入金额增长 2,036.28 万元。

2025 年，公司对东实李尔的热温舒适类产品、体态舒适类产品收入金额有所下降，分别同比下降 3,656.74 万元、8,794.09 万元，主要是由于部分车型销量下滑导致相关产品销量下降、整车厂调整供应商等因素影响，其中问界 M7 的整车销量当年有所下滑并在下半年将其座椅供应商由东实李尔转换至李尔，导致公司对东实李尔的该车型热温舒适类产品收入金额同比下降 10,370.24 万元、体态舒适类产品收入金额同比下降 11,777.42 万元。

4、李尔

报告期内，公司向李尔销售的主要产品金额及变动情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度
	金额	变动额	金额	变动额	金额
热温舒适类	19,924.98	10,402.43	9,522.54	6,155.28	3,367.27
体态舒适类	15,052.73	8,348.45	6,704.29	1,737.49	4,966.80
传感检测类	4,458.74	1,647.62	2,811.12	2,090.60	720.52
其他	87.32	22.54	64.78	1.31	63.47
合计	39,523.77	20,421.03	19,102.73	9,984.67	9,118.06

报告期内，公司对李尔实现主营业务收入分别为 9,118.06 万元、19,102.73 万元和 39,523.77 万元，收入金额呈快速增长趋势。李尔采购的公司产品主要用于长安汽车、吉利、零跑等整车厂的相关产品，具体情况如下：

2024 年，公司对李尔收入金额增长 9,984.67 万元，主要是由于热温舒适类以及传感检测类产品收入金额增长所致，其中热温舒适类产品收入金额增长 6,155.28 万元，主要是由于零跑 C10 在 2024 年上市同时公司取得极氪 009 和通用汽车旗下四大全尺寸 SUV 项目，上述车型的热温舒适类产品收入金额较上年增长 5,481.14 万元。传感检测类产品收入金额增长 2,090.60 万元，主要系零跑 C10、小米 SU7 在 2024 年上市，带动其对应的传感检测类产品收入金额合计增长 1,453.04 万元。

2025 年，公司对李尔收入金额增长 20,421.03 万元，主要是由于热温舒适类以及体态舒适类产品收入金额增长所致，其中热温舒适类产品收入金额增长 10,402.43 万元，主要是由于：（1）受客户业务结构调整影响，问界 M7 车型的座椅供应商由东实李尔转换至李尔，导致当期该车型的热温舒适类产品收入金额增长 2,831.11 万元；（2）长安汽车部分新款车型量产上市带动相关产品收入增长，其中长安启源 Q07 的热温舒适类产品收入金额增长 2,114.74 万元；（3）上年新取得的通用汽车旗下四大全尺寸 SUV 项目收入金额增长 1,638.92 万元；（4）部分车型销量增长带动相关产品收入增长，其中深蓝 S05、上汽别克君越以及阿维塔 07 三款车型销量增长带动热温舒适类产品收入金额合计增长 3,469.23 万元，2025 年上述六款车型的热温舒适类产品收入金额较上年增长 10,054.00 万元。体态舒适类产品收入金额增长 8,348.45 万元，主要是由于：（1）问界 M7 车型的座椅供应商由东实李尔转换至李尔，当期该车型的体态舒适类产品收入金额增长

4,497.03 万元；（2）长安汽车部分新款车型量产上市带动相关产品收入增长，其中长安启源 Q07、阿维塔 06 的体态舒适类产品收入金额增长 3,909.37 万元。

5、麦格纳

报告期内，公司向麦格纳销售的主要产品金额及变动情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度
	金额	变动额	金额	变动额	金额
热温舒适类	11,899.34	-1,032.28	12,931.61	1,379.78	11,551.83
体态舒适类	7,452.68	2,113.32	5,339.35	324.34	5,015.02
传感检测类	2,200.03	-2,058.78	4,258.81	1,125.84	3,132.97
其他	259.34	-254.38	513.72	-546.18	1,059.90
合计	21,811.38	-1,232.11	23,043.49	2,283.78	20,759.71

报告期内，公司对麦格纳实现主营业务收入分别为 20,759.71 万元、23,043.49 万元和 21,811.38 万元，收入金额保持稳定。麦格纳采购的公司产品主要用于吉利汽车、长安汽车、小鹏等整车厂的相关车型，具体情况如下：

报告期内，公司对麦格纳的各类产品收入金额随各终端车型的销量变化、生产节奏安排而变动，整体较为平稳。2025 年，公司对麦格纳的收入金额有所下降，主要系麦格纳取得的长安汽车的新增车型项目减少，相关产品收入有所下降。

6、安道拓

报告期内，公司向安道拓销售的主要产品金额及变动情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度
	金额	变动额	金额	变动额	金额
热温舒适类	14,797.15	6,230.73	8,566.42	4,836.10	3,730.32
体态舒适类	18,470.33	10,602.08	7,868.25	4,670.31	3,197.94
传感检测类	3,433.21	1,324.88	2,108.33	803.28	1,305.05
其他	549.73	418.84	130.89	27.98	102.91
合计	37,250.43	18,576.54	18,673.89	10,337.67	8,336.22

报告期内，公司对安道拓实现主营业务收入分别为 8,336.22 万元、18,673.89 万元和 37,250.43 万元，收入金额呈快速增长趋势。安道拓采购的公司产品主要

用于蔚来、雷诺等整车厂的相关车型，公司对安道拓的收入金额持续增长主要系蔚来的蔚来 ES8、蔚来 ET5T、乐道 L60、蔚来 ET7 以及雷诺的 Grand Koleos 等车型销量增长所致，具体情况如下：

2024 年，公司对安道拓的热温舒适类产品收入金额增长 4,836.10 万元，主要是由于：（1）新取得的部分车型销量增长，其中蔚来 ET5T、蔚来 ET7 汽车销量增长带动对应车型的热温舒适类产品收入金额增长 1,340.02 万元；（2）新增车型长安汽车的阿维塔 12、雷诺的 Grand Koleos 先后量产上市，带动相关热温舒适类产品收入金额增长 2,238.39 万元。体态舒适类产品收入金额增长 4,670.31 万元，主要是由于蔚来各款车型销量增长带动相关产品收入金额同步增长，其中蔚来 ET5T、蔚来 ET7 以及 24 年新上市的乐道 L60 车型对应的体态舒适类产品收入金额较上年合计增长 4,244.32 万元。

2025 年，公司对安道拓的热温舒适类产品收入金额增长 6,230.73 万元，主要是由于：（1）新增取得蔚来 ES8 和小鹏 G9 项目，相关热温舒适类产品收入金额增长 2,366.43 万元；（2）部分车型销量增长带动相关产品收入金额同步增长，其中雷诺 Grand Koleos、北京 BJ40 汽车销量增加，带动对应车型的热温舒适类产品收入金额合计增长 3,339.98 万元。体态舒适类产品收入金额增长 10,602.08 万元，主要是由于蔚来相关车型的销售额增加，其中乐道 L90 在 2025 年上市，带动该车型的体态舒适类产品收入金额增加 5,705.79 万元；新增取得蔚来 ES8 项目带动该车型的体态舒适类产品收入金额增加 2,598.67 万元；乐道 L60 销量增加带动该车型的体态舒适类产品收入金额增加 2,319.94 万元，上述三款车型的体态舒适类产品收入金额合计增长 10,624.39 万元。

7、诺博

报告期内，公司向诺博销售的主要产品金额及变动情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度
	金额	变动额	金额	变动额	金额
热温舒适类	10,367.45	-359.62	10,727.07	3,855.94	6,871.13
体态舒适类	9,144.78	3,495.53	5,649.25	1,526.21	4,123.04
传感检测类	2,813.70	716.47	2,097.23	155.71	1,941.52

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度
	金额	变动额	金额	变动额	金额
其他	2,385.27	-366.48	2,751.75	649.27	2,102.48
合计	24,711.21	3,485.90	21,225.31	6,187.14	15,038.17

报告期内，公司对诺博实现主营业务收入分别为 15,038.17 万元、21,225.31 万元和 24,711.21 万元，收入金额呈增长趋势。诺博采购的公司产品主要用于长城汽车的相关车型，公司对诺博收入金额持续增长主要系长城汽车的坦克系列、哈弗 H9 等车型相关产品的收入金额增长所致，具体情况如下：

2024 年，公司对诺博的热温舒适类产品收入金额增长 3,855.94 万元，主要是由于：（1）长城汽车的坦克 500 和坦克 400 销量增长，带动对应车型的热温舒适类产品收入金额合计增长 2,719.26 万元；（2）公司新增哈弗 H9 项目，带动对应车型的热温舒适类产品收入金额增长 639.00 万元。体态舒适类产品收入金额增长 1,526.21 万元，主要系坦克 500 销量增长以及新增哈弗 H9 项目，上述两款车型的体态舒适类产品收入金额合计增长 1,415.18 万元。

2025 年，公司对诺博的体态舒适类产品收入金额增长 3,495.53 万元，主要是由于坦克 500 销量持续增长以及公司取得坦克 300 的座椅按摩项目，带动对应车型的体态舒适类产品收入金额合计增长 3,174.68 万元。

综上所述，报告期内，公司对主要客户销售规模总体呈增长趋势，主要客户不存在重大不利变化；各主要客户的不同类别产品收入金额存在一定波动，主要受不同车型的上市时间、销量变动情况、供应商变动情况以及公司的新增项目获取数量和价格变动情况等多重因素影响，具有合理性；公司的主要客户均为全球知名汽车座椅厂商、行业地位稳固，公司与上述主要客户合作时间较长，合作较为稳定。

五、中介机构核查情况

（一）核查程序

保荐人、申报会计师主要执行了以下核查程序：

1、获取发行人与主要客户的销售合同并查阅其中与产品控制权转移、退换货等相关条款，判断不同销售模式下的收入确认原则、时点及依据是否符合《企

业会计准则》的规定；

2、获取并复核报告期内发行人分产品、客户、车型等维度的收入成本明细表，分析座椅通风、座椅加热、座椅按摩、SBR 等主要细分产品的销量、平均单价及收入变动情况；查阅汽车座舱及新能源汽车的市场竞争状况及终端市场需求情况，分析发行人各类主要产品平均单价及销量变动趋势与终端市场需求变动趋势是否一致；

3、获取年降产品清单，复核报告期内发行人与主要客户的年降政策，了解报告期内年降情况，计算年降产品收入及占比、测算年降对发行人业绩的影响，比较分析发行人年降政策与近期在审汽车零部件企业年降政策；

4、查阅同行业可比公司公开披露信息，对比分析发行人各类主要产品的收入及平均单价变动趋势与同行业可比公司的收入及类似产品的市场价格变动趋势是否一致，分析发行人主要产品销售单价未来是否存在进一步下降风险；

5、获取并复核报告期内发行人分客户、区域的收入成本明细表，分析报告期各期外销收入按地区构成变化原因、外销业务终端客户及应用车型变化原因；查阅日本、韩国、欧盟、美国、墨西哥等发行人主要外销国家或地区的贸易政策调整情况，了解发行人主要外销国家或地区的市场变化情况，分析发行人外销收入的发展趋势的合理性及可持续性；

6、查询主要客户的工商信息、公司网站、公开披露信息、研究报告等资料，了解客户的基本情况；对主要客户进行访谈、函证，向发行人管理层及销售部门了解发行人对主要客户的开发过程、合作期限等信息；向发行人销售部门相关人员了解发行人主要产品运用于客户终端车型情况，查阅 MARKLINES 数据库产销数据和车主之家、易车网、中国汽车工业协会、中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会等公布的汽车销量数据，结合主要客户配套的整车厂及车型，分析报告期内发行人向主要客户销售的产品类型、销售金额变动的合理性以及与客户合作的稳定性。

（二）核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、结合销售合同中与客户关于产品控制权转移、退换货等约定情况，发行

人不同销售模式下各结算模式或贸易模式的收入确认原则、时点及依据均符合《企业会计准则》的规定，相关内控制度有效执行；

2、报告期内发行人主营业务收入逐年增长、产品销售单价呈下降趋势，为下游整车厂市场竞争状况、产品结构变化、公司经营策略等多重因素共同作用的结果；发行人产品价格根据行业惯例进行一定比例的年降、符合行业惯例，发行人已采取了多种措施降低年降政策对经营业绩的影响，年降政策对发行人经营业绩影响有限；发行人营业收入变动趋势与同行业可比公司一致、呈持续增长态势，产品销售单价变动趋势与同行业可比公司一致、均呈下降态势，但由于细分产品类型、客户类型、产品配置等方面存在差异，价格变动幅度有所差异，具有合理性；发行人主要产品销售单价进一步大幅下滑的风险很低，相关风险已在招股说明书中披露；

3、报告期内发行人的外销收入增长较快，主要是由于海外罗马尼亚生产基地逐步投产供货以及海外客户拓展取得成效、在主要外销国家或者地区陆续取得多款车型定点量产项目所致；结合主要销售地区市场需求、贸易政策变化等情况，发行人的外销收入具有可持续性；

4、报告期内发行人对主要客户销售规模总体呈增长趋势，各主要客户的不同类别产品收入金额存在一定波动，主要受不同车型的上市时间、销量变动情况、供应商变动情况以及新增项目获取数量和价格变动情况等多重因素影响，具有合理性；发行人的主要客户均为全球知名汽车座椅厂商，行业地位稳固，发行人与上述主要客户合作时间较长，合作较为稳定。

9、关于营业成本及供应商

申报材料显示：

发行人主营业务成本以直接材料为主，报告期内直接人工及外协成本合计占主营业务成本比例保持稳定，外协成本包括委外加工及劳务外包。

请发行人披露：

（1）报告期内主要原材料的采购耗用比、投入产出比情况；直接材料中各主要原材料的品类构成，相关原材料品类的价格形成机制，是否为通用产品、是否具有公开市场价格，采购价格的公允性；结合相关原材料采购价格公允性分析，进一步量化说明报告期内主要原材料采购均价波动原因及合理性；结合主要原材料近期市场价格变化趋势、采购地及相关政策等，说明对发行人原材料采购价格的影响，未来是否存在大幅涨价风险，并针对性完善招股说明书的风险提示。

（2）直接人工成本归集范围，报告期内相关人员数量及平均工资情况，工资水平的合理性；2025 年直接人工占比下降、外协成本占比上升的原因及合理性，对生产经营稳定性的影响；报告期内外协采购价格的公允性。

（3）制造费用成本归集范围及具体构成，报告期内相关成本构成变动的原因及合理性；报告期内制造费用占主营业务成本比例存在一定波动、2025 年制造费用金额增幅较大的原因及合理性。

（4）供应商集中度较为分散的原因及合理性，是否符合行业惯例；报告期各期主要供应商变动情况及原因；报告期内主要供应商基本情况及主要销售产品，采购金额变动原因，与供应商合作的稳定性。

请保荐人、申报会计师简要概括核查过程，并发表明确意见。

【回复】

发行人披露：

一、报告期内主要原材料的采购耗用比、投入产出比情况；直接材料中各主要原材料的品类构成，相关原材料品类的价格形成机制，是否为通用产品、是否具有公开市场价格，采购价格的公允性；结合相关原材料采购价格公允性

分析，进一步量化说明报告期内主要原材料采购均价波动原因及合理性；结合主要原材料近期市场价格变化趋势、采购地及相关政策等，说明对发行人原材料采购价格的影响，未来是否存在大幅涨价风险，并针对性完善招股说明书的风险提示。

（一）报告期内主要原材料的采购耗用比、投入产出比情况

1、采购耗用比情况

报告期内，公司主要材料为电子元器件、橡塑件、胶膜、织物、线材、连接件、控制器件等，报告期各期主要原材料采购耗用比情况如下：

单位：万个、万平方米、万米

序号	类别	采购数量	耗用数量	采购耗用比 (耗用数量/采购数量)
2025 年度				
1	电子元器件	216,677.15	229,286.91	105.82%
2	橡塑件	100,329.83	100,887.90	100.56%
3	胶膜	37,265.33	36,813.60	98.79%
4	织物	16,529.24	16,605.11	100.46%
5	线材	43,359.02	44,099.64	101.71%
6	连接件	87,093.36	87,944.19	100.98%
7	控制器件	3,451.38	3,360.19	97.36%
合计		504,705.31	518,997.55	102.83%
2024 年度				
1	电子元器件	173,117.28	146,233.28	84.47%
2	橡塑件	63,460.84	62,278.15	98.14%
3	胶膜	22,423.14	22,869.04	101.99%
4	织物	11,381.11	11,534.62	101.35%
5	线材	32,886.29	33,680.60	102.42%
6	连接件	69,784.09	68,828.79	98.63%
7	控制器件	2,295.29	2,428.82	105.82%
合计		375,348.04	347,853.30	92.67%
2023 年度				
1	电子元器件	93,386.14	86,625.89	92.76%
2	橡塑件	31,252.24	30,609.70	97.94%

序号	类别	采购数量	耗用数量	采购耗用比 (耗用数量/采购数量)
3	胶膜	13,411.70	12,243.54	91.29%
4	织物	6,305.56	5,812.36	92.18%
5	线材	22,695.14	18,980.34	83.63%
6	连接件	46,832.45	43,888.94	93.71%
7	控制器件	1,878.05	1,561.54	83.15%
	合计	215,761.29	199,722.31	92.57%

注：电子元器件、橡塑件、连接件、控制器件单位为“万个”，胶膜类、织物单位为“万平方米”，线材类单位为“万米”。

公司主要材料电子元器件、橡塑件、胶膜、织物、线材、连接件、控制器件的报告期合计采购耗用比分别为 95.65%、99.35%、98.39%、99.23%、97.80%、98.50%、96.40%，原材料的采购量与耗用量之间保持较高的匹配程度。

2、投入产出比情况

(1) 热温舒适类产品主要材料投入产出情况

报告期内发行人不同产品应用的原材料存在一定差异，如座椅通风产品主要耗用 PCBA、轴承、扇叶、上壳、下壳、TPU 膜和 3D 网布等原材料，座椅加热产品主要耗用无纺布、海绵和加热线等原材料，方向盘加热产品主要耗用高弹力棉和加热线等。发行人主要材料投入与产出比情况详见下表：

单位：万件、万套

主要耗用 原材料	原材料单位	产品类别	2025 年			2024 年			2023 年		
			耗用量	产量	耗用量/产 品产量	耗用量	产量	耗用量/产 品产量	耗用量	产量	耗用量/产 品产量
PCBA	万个	座椅通风	2,254.70	2,188.55	1.03	1,640.28	1,603.55	1.02	1,036.17	980.23	1.06
轴承	万个		4,510.13		2.06	3,281.62		2.05	2,067.32		2.11
扇叶	万个		2,224.94		1.02	1,651.65		1.03	992.45		1.01
上壳	万个		2,238.86		1.02	1,640.45		1.02	1,033.51		1.05
下壳	万个		2,254.83		1.03	1,640.84		1.02	1,039.72		1.06
TPU 膜	万平方米		461.88		0.21	575.90		0.36	270.11		0.28
3D 网布	万平方米		268.30		0.12	195.35		0.12	108.36		0.11
无纺布	万平方米	座椅加热	1,218.35	4,741.22	0.26	807.93	3,394.79	0.24	583.13	2,077.54	0.28
加热线	万米		25,091.26		5.29	18,163.57		5.35	11,130.12		5.36
高弹力棉	万平方米	方向盘加热	39.01	248.00	0.16	49.18	246.99	0.20	34.89	179.74	0.19
加热线	万米		3,478.34		14.03	3,216.37		13.02	2,528.96		14.07

报告期内，发行人热温舒适类各产品原材料的单位产品耗用量情况基本稳定，具有匹配性。其中：

2023 年公司座椅通风产品的轴承的单位产品耗用较高，主要系该年度自动化生产线刚投入运行、设备故障率处于较高水平。

2025 年公司座椅通风产品的 TPU 膜的单位产品耗用下降，主要由于当期公司优化了生产工艺、选用幅宽更低的 TPU 膜材料，有效节约了材料成本。

(2) 体态舒适类主要材料投入产出情况

报告期内，发行人座椅按摩产品主要耗用电子元器件、电磁阀和电机等原材料，座椅腰托产品主要耗用 TPU 膜、电磁阀和电机等原材料。

单位：万件、万套

主要耗用原材料	原材料单位	产品类别	2025 年			2024 年			2023 年		
			耗用量	产量(万件、万套)	耗用量/产品产量	耗用量	产量(万件、万套)	耗用量/产品产量	耗用量	产量(万件、万套)	耗用量/产品产量
电子元器件	万个	座椅按摩	589.82	530.12	1.11	400.72	303.95	1.32	196.74	128.70	1.53
电磁阀	万个		5,421.53		10.23	2,740.85		9.02	1,124.77		8.74
电机	万个		438.51		0.83	238.22		0.78	111.18		0.86
TPU 膜	万平方米	座椅腰托	38.65	199.26	0.19	36.41	195.02	0.19	30.72	177.97	0.17
电磁阀	万个		410.50		2.06	409.67		2.10	317.26		1.78
电机	万个		176.47		0.89	153.74		0.79	161.13		0.91
电子元器件	万个		227.49		1.14	252.29		1.29	229.13		1.29

报告期内，公司体态舒适类各产品原材料单耗变动情况相对稳定，具有匹配性。

报告期内，公司座椅按摩、座椅腰托产品的电子元器件单位产品耗用持续下降，主要影响因素如下：一方面，受产品设计方案调整影响，耗用 2 个或 3 个电子元器件的产品销量占比下降，产品结构向低用量方向调整从而拉低了单位产品的平均用量；另一方面，公司持续优化该类产品的生产工艺，减少了电子元器件的损耗与报废，例如通过重新调整电磁阀参数配置降低返修风险、优化设备工装降低组装环节 PCBA 板损坏风险等，单位产品耗用进一步下降。

报告期内，座椅按摩产品对于电磁阀的单位产品耗用整体不断上升，主要由于根据产品方案不同，单位产品上的电磁阀配置数量可有 6 个、8 个、12 个、20 个等多种配置，2023 年产品中以配置 8 阀的产品居多，2024 年以来产品方案逐步向 12 阀转变，相应导致座椅按摩产品对于电磁阀的单位产品耗用的有所上升。

（3）传感检测类主要材料投入产出情况

报告期内，发行人 SBR 产品主要耗用 PET 膜和银浆等原材料，HOD 产品主要耗用加热线、金属布、双面胶和高弹力棉等原材料。

单位：万件、万套

主要耗用原材料	原材料单位	产品类别	2025 年			2024 年			2023 年		
			耗用量	产量(万件、万套)	耗用量/产品产量	耗用量	产量(万件、万套)	耗用量/产品产量	耗用量	产量(万件、万套)	耗用量/产品产量
PET 膜	万平方米	SBR	320.26	3,739.30	0.09	256.44	2,891.93	0.09	179.24	2,052.97	0.09
银浆	万克		407.17		0.11	305.78		0.11	239.10		0.12
加热线	万平方米	HOD	4,664.32	269.37	17.32	3,543.90	125.81	28.17	2,447.43	80.1164	30.55
金属布	万平方米		34.88		0.13	19.79		0.16	12.33		0.15
双面胶	万平方米		163.70		0.61	89.30		0.71	55.45		0.69

报告期内，发行人传感检测类产品原材料单耗变动情况相对稳定，具有匹配性。

2025 年，公司 HOD 产品使用加热线的单位产品耗用较 2024 年下降较多，主要是由于 HOD 产品可采用一种、两种或多种加热线进行布线，采用加热线种数少的产品绣线次数少、耗用材料少且不易发生凹凸不平等现象，2025 年公司通过引导客户需求而更多地采用了简化产品方案，使用单种加热线的产品占比显著提升、使用多种加热线的产品占比降低，相应使得当年该类产品的单位产品耗用有所下降，具有合理性。

（二）直接材料中各主要原材料的品类构成，相关原材料品类的价格形成机制，是否为通用产品、是否具有公开市场价格，采购价格的公允性

1、直接材料中各主要原材料的品类构成

报告期内，公司直接材料中各主要原材料的品类构成情况如下：

单位：万元

类别	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
电子元器件	42,733.85	23.75%	30,024.47	23.34%	21,795.01	27.21%
橡塑件	26,707.57	14.84%	19,744.24	15.35%	10,830.75	13.52%
胶膜	22,576.71	12.54%	16,637.23	12.93%	9,609.04	12.00%
织物	16,781.42	9.32%	12,269.15	9.54%	7,171.49	8.95%
线材	18,671.86	10.38%	14,508.51	11.28%	8,816.75	11.01%
连接件	12,341.67	6.86%	8,906.33	6.92%	5,849.35	7.30%
控制器件	11,924.55	6.63%	7,274.33	5.65%	4,210.95	5.26%
其他	28,228.62	15.68%	19,277.00	14.99%	11,806.36	14.75%
合计	179,966.25	100.00%	128,641.27	100.00%	80,089.70	100.00%

注：其他主要包括线束、机械件、管件及辅料等。

报告期内，公司主营业务成本中直接材料金额分别为 80,089.70 万元、128,641.27 万元、179,966.25 万元，占主营业务成本比例分别为 58.78%、60.46%、59.66%，直接材料占主营业务成本比例较高且整体保持稳定。

报告期内，电子元器件、橡胶件、胶膜、织物、线材为公司采购的主要原材料，合计采购金额占原材料整体采购金额的比例分别为 70.15%、70.73%、67.75%，各主要原材料在直接材料中的结构占比保持相对稳定。主要原材料细分品类和规格型号较多且为通用产品，市场化程度较高、物料供应稳定。

2、相关原材料品类的价格形成机制，是否为通用产品、是否具有公开市场价格，采购价格的公允性

公司主要原材料采购具体定价机制如下：公司建立了供应商电子采购平台，通过平台发出采购需求及报价邀请。原则上，针对同一物料需向 3 家以上供应商进行询价，供应商结合近期市场价格、供需结构、公司采购规模及合作期限等因素在平台上报价。报价结束后，公司召开内部采购决策会，综合考虑价格、质量、

交付能力、供应商实力等因素确定最终供应商并签署价格协议。

公司主要原材料不属于大宗商品、属于通用产品，原材料细分品类及规格型号众多，公司无法直接获取相关材料历史公开市场价格或价格指数。公司通过执行多家比价策略并综合评估供应商的供货能力与价格水平等因素后确定最终供应商，定价依据充分。

公司产品种类较多，相应的采购的主要原材料种类众多，报告期内电子元器件、橡胶件、胶膜、织物、线材为公司采购的主要原材料，合计采购金额占原材料整体采购金额的比例分别为 70.15%、70.73%、67.75%，占比很高、为主要原材料，上述主要原材料采购价格公允性分析如下：

（1）电子元器件

公司采购电子元器件，主要用于生产各类产品控制器模块或组件。因不同型号产品对电子元器件的功能要求有所不同，报告期内公司采购的该类原材料之具体型号较为分散，各型号之间价格也存在一定差异。报告期内公司采购的电子元器件中，芯片采购金额占电子元器件采购金额的比例分别为 49.14%、52.63%、56.78%，占比很高、为公司采购的主要电子元器件。

报告期内，公司采购的芯片产品存在多家供应商，各型号控制芯片自不同供应商的采购价格整体保持一致、不存在显著差异。2023 年公司深圳市杰恒芯科技有限公司采购 2053A 型号控制芯片价格较高，主要是由于该品号以进口件为主，受短期缺货因素影响公司采购国产产品进行应急替代、报价较高，后续经双方谈判价格有所下降。

各型号芯片具体配置、控制功能各不相同，各自价格之间有所差异，对于同一物料型号而言，公司在不同供应商之间的采购均价无重大差异，采购价格公允。

（2）橡塑件

公司采购橡塑件，主要用于生产各类产品的支撑部件、控制器外壳、风扇扇叶和上下盖等组件。基于客户需求，公司各类产品的外形、支撑设计需高度匹配座椅自身情况以及控制器和风扇壳体的异型特征，致使橡塑件具有较高程度的特异化属性，具体型号的采购结构分散，市场价格受材料波动、加工难度、采购体量的影响较大，不存在直接可比的市场价格。

报告期内，公司采购的各型号橡塑件配置差异、用途差异明显，各自价格之间有所差异，对于同一物料型号而言，公司在不同供应商之间的采购均价整体保持一致、不存在显著差异。

（3）胶膜

公司采购胶膜，主要用于各类产品的覆膜及表面粘贴材料。基于客户需求，公司各类产品的安装结构差异较大，胶膜采购价格受基础材料、厚度、幅宽、加工工艺影响较大，且采购结构分散。

报告期内，公司各型号胶膜自不同供应商的采购价格整体保持一致、不存在显著差异。其中公司向中纺新材料科技有限公司采购的 0253 型号 TPU 膜产品单价较高，主要是由于该料号主要向该公司采购、合作情况良好，报告期内公司逐步推动引入其他供应商，引入东莞雄林新材料作为新增供应商，向其采购规模逐步扩大，2025 年其采购金额占比上升至 15.20%、明显高于中纺新材料同期的 5.36%，新增供应商为获得更大的供货份额其价格一般低于原有供应商，相应使得原有供应商产品价格相对较高。

各型号胶膜基材、厚度、幅宽、加工工艺差异明显，各自价格之间有所差异，对于同一物料型号而言，公司在不同供应商之间的采购均价无重大差异，采购价格公允。

（4）织物

公司采购织物主要作为各类产品的柔性衬底。基于客户需求，公司各类产品的性能要求、安装结构差异较大，织物采购价格受基础材料、厚度、功能特性影响较大且采购结构分散。

报告期内，公司各型号织物自不同供应商的采购价格整体保持一致、不存在显著差异。其中公司向东莞市东纺非织造科技有限公司采购的 0074 型号针刺无纺布产品单价较高，主要是由于公司针对该型号物料引入石家庄市金凤凰针织有限责任公司作为新增供应商，公司向东莞东纺的采购金额占比从 2023 年的 10.07% 下降至 2025 年的 2.24%，新增供应商为获得更大的供货份额其价格一般低于原有供应商，相应使得原有供应商产品价格比较而言相对较高。

各型号织物材料复合特性、功能特性差异明显，各自价格之间有所差异，对

于同一物料型号而言，公司在不同供应商之间的采购均价无重大差异，采购价格公允。

（5）线材

公司采购线材，其中铁氟龙漆包加热线主要用于座椅加热产品，导线主要用于各类产品的线束。铁氟龙漆包加热线基材为镍铬合金和耐热绝缘层铁氟龙，采购价格受基础材料、性能、直径参数等因素影响；导线的基材为铜，采购价格与铜价走势直接相关。

报告期内，公司各型号线材自不同供应商的采购价格整体保持一致、不存在显著差异。其中公司向江苏利多多利新材料科技股份有限公司采购的0038、0044、0043 型号线材产品单价较高，主要是由于上述三个型号的物料在报告期内主要向该公司采购，2023 年为独家供应商；2024 年公司为推进降本针对上述三个型号开展新供应商开发，新增引入江苏安澜万锦电子股份有限公司和东特（浙江）有限公司两家备选供应商；新增供应商为获得更大的供货份额其价格一般低于原有供应商，相应使得原有供应商产品价格相对较高。

各型号线材复合特性、功能特性差异明显，各自价格之间有所差异，对于同一物料型号而言，公司在不同供应商之间的采购均价无重大差异，采购价格公允。

综上所述，公司通过比价采购方式确定供应商和价格，公司主要原材料的采购价格公允。

（三）结合相关原材料采购价格公允性分析，进一步量化说明报告期内主要原材料采购均价波动原因及合理性

公司产品种类较多，相应的采购的主要原材料种类众多，即使是同一类型原材料也会因具体类别、品牌、材质、规格及采购数量的不同形成价格差异。报告期内，电子元器件、橡胶件、胶膜、织物、线材为公司采购的主要原材料，合计采购金额占原材料整体采购金额的比例分别为 70.15%、70.73%、67.75%，占比很高、为主要原材料，上述主要原材料采购价格波动原因及合理性情况如下：

1、电子元器件

电子元器件主要包括电容、二三极管、芯片、NTC 热敏电阻，报告期内电

子元器件的各主要品类的采购均价情况如下：

单位：元/个

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	单价	采购量占比	单价	采购量占比	单价	采购量占比
电容	0.05	52.02%	0.05	56.91%	0.08	57.40%
二三极管	0.13	39.95%	0.17	35.40%	0.20	34.04%
芯片	2.54	5.78%	2.37	5.39%	2.70	6.29%
NTC 热敏电阻	0.79	2.25%	0.75	2.31%	0.90	2.28%
均价	0.25	100.00%	0.24	100.00%	0.31	100.00%

报告期内，上述各类原材料的单价及采购量占比变动对电子元器件整体采购单价变动的影响情况如下：

单位：元/个

项目	2025 年度相较于 2024 年度			2024 年度相较于 2023 年度		
	单价变动影响	采购量占比变动影响	变化	单价变动影响	采购量占比变动影响	变化
电容	0.00	0.00	0.00	-0.02	0.00	-0.02
二三极管	-0.01	0.01	-0.01	-0.01	0.00	-0.01
芯片	0.01	0.01	0.02	-0.02	-0.02	-0.04
NTC 热敏电阻	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
合计	0.00	0.01	0.01	-0.05	-0.02	-0.07

注：单价变动影响=（本期单价-上期单价）×上期采购量占比，采购量占比变动影响=（本期采购量占比-上期采购量占比）×本期单价。

报告期内，公司电子元器件的采购单价分别为 0.31 元/个、0.24 元/个、0.25 元/个，2024 年同比下降 0.07 元/件、同比下降 22.58%，2025 年较 2024 年变化幅度很小、整体保持稳定。

2024 年，公司对于电子元器件的采购均价降幅较大，主要系芯片和电容采购单价的共同影响所致，具体分析如下：

（1）芯片采购单价变动原因分析

2023 年、2024 年，芯片采购单价分别为 2.70 元/个、2.37 元/个，2024 年单价同比下降 12.22%，对电子元器件采购均价的单价变动影响为-0.02 元。芯片采购单价下降主要基于以下原因：

一是全球半导体行业处于周期调整阶段，产能过剩、价格战竞争激烈，芯片

市场价格整体下行。根据美国半导体行业协会（SIA）数据，2023 年全球半导体销售额同比下降约 8%、行业整体处于下行调整周期；2024 年，尽管行业逐步企稳回升但芯片市场供给仍较为充裕，通用型芯片市场价格整体处于历史相对低位。公司采购的芯片主要为 MCU 等通用控制芯片、市场竞争较为充分。此外，近年来国内半导体产能持续扩张、国产芯片供给能力不断增强，同规格芯片可选供应商增多，市场竞争进一步加剧导致芯片市场价格下行。

二是采购规模效应显著增强、公司议价能力提升。2023 年、2024 年，公司采购芯片数量分别为 3,574.28 万个、5,728.68 万个，采购芯片金额分别为 9,662.82 万元、13,605.42 万元，2024 年采购量、采购金额分别同比增长 60.28%、40.80%。芯片主要用于各类产品的控制器，其采购规模的增长与公司产品生产需求变动趋势相一致，符合公司业务发展的特点。采购量的快速增长使公司对芯片供应商的议价能力显著增强，有助于降低采购价格。

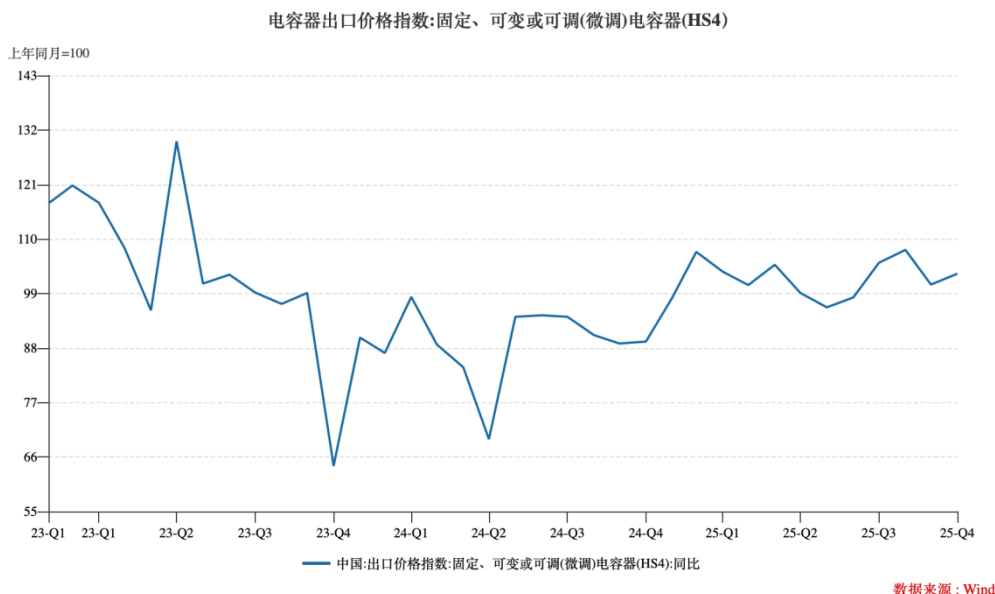
三是公司采购的芯片为市场通用产品、供应充分。公司结合采购量的增长预期，主动引入新供应商形成有效的竞争机制并依行业惯例与主要供应商开展年降谈判，推动芯片采购价格明显下降。

综上所述，2024 年采购单价下降与全球及国内半导体市场行情变动趋势一致，亦符合公司业务发展特点，具有商业合理性。

（2）电容采购单价变动原因分析

2023 年、2024 年，电容采购单价分别为 0.08 元/个、0.05 元/个，2024 年单价同比下降幅度较大，对电子元器件采购均价的单价变动影响为-0.02 元，为电子元器件均价下降的另一重要因素。电容采购单价下降主要基于以下原因：

一是被动元器件市场供需缓解、市场价格下行。2023 年，公司采购的 Murata 贴片电容市场价格处于相对高位，2024 年随着被动元器件市场供需关系缓解，电容市场价格整体呈下行趋势；公司电容采购价格走势与市场行情变动趋势相一致。2023-2025 年中国电容器出口价格指数整体亦呈下行趋势，具体如下图所示：



二是公司通过供应商比价机制实现成本优化。公司持续完善供应商管理机制，通过引入比价、竞价等市场化采购方式，促使供应商提供更具竞争力的价格，电容采购降本效果显著。

综上所述，2024 年公司电子元器件采购均价的下降主要系芯片和电容采购单价共同下降所致，主要原因为受上游电子元器件市场价格整体下行、公司采购规模效应增强及供应商竞争机制有效运作等因素的共同影响。公司电子元器件采购均价的变动趋势与市场行情及公司经营实际相匹配，具有商业合理性。

2、橡塑件

橡塑件主要包括塑胶件和硅橡胶件，报告期内橡塑件各主要品类的采购均价情况如下：

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	单价	采购量占比	单价	采购量占比	单价	采购量占比
塑胶件	0.55	53.07%	0.60	50.74%	0.65	55.35%
硅橡胶件	0.14	46.93%	0.14	49.26%	0.18	44.65%
均价	0.36	100.00%	0.38	100.00%	0.44	100.00%

报告期内，上述各类原材料的单价及采购量占比变动对橡塑件采购单价变动的影响情况如下：

项目	2025 年度相较于 2024 年度			2024 年度相较于 2023 年度		
	单价变动影响	采购量占比变动影响	变化	单价变动影响	采购量占比变动影响	变化
塑胶件	-0.03	0.01	-0.01	-0.03	-0.03	-0.06
硅橡胶件	0.00	0.00	0.00	-0.02	0.01	-0.01
合计	-0.03	0.01	-0.02	-0.05	-0.02	-0.07

注：单价变动影响=（本期单价-上期单价）×上期采购量占比，采购量占比变动影响=（本期采购量占比-上期采购量占比）×本期单价。

报告期内，公司橡塑件的采购单价分别为 0.44 元/个、0.38 元/个和 0.36 元/个，2024 年同比下降 0.06 元/件、同比下降 13.64%，2025 年较 2024 年变化幅度很小、整体保持稳定。

2024 年公司橡塑件采购均价下降较为明显，主要系塑胶件、硅橡胶件的单价下降以及采购量占比变动共同影响所致。具体分析如下：

（1）上游原材料价格下行是采购均价下降的主要影响因素

2024 年塑胶件和硅橡胶件的采购单价较 2023 年均出现下降，对橡塑件均价的合计单价变动影响为-0.05 元，是橡塑件采购均价下降的主要原因。

塑胶件上游主要原材料为 PP 聚丙烯等树脂材料，2024 年受国际原油价格下行及国内石化产能持续扩张影响，PP 聚丙烯等大宗化工原料市场价格均出现不同程度的下跌，公司塑胶件采购价格相应随原材料价格下降而下调。2023 年-2025 年 PP 聚丙烯现货价格走势情况如下图所示：



数据来源：同花顺

硅橡胶件上游主要原材料为有机硅 DMC，2024 年国内有机硅行业新增产能集中释放，有机硅 DMC 市场供应充裕，现货价格持续走低，带动硅橡胶件采购成本相应下降。2023 年-2025 年有机硅 DMC 现货价格走势情况如下图所示：



数据来源：同花顺

（2）采购结构变化进一步降低采购均价

2024 年，单价较低的硅橡胶件采购量占比由 2023 年 44.65%提升至 49.26%，而单价较高的塑胶件采购量占比由 55.35%下降至 50.74%，采购结构向低单价物料倾斜对橡塑件均价产生-0.02 元的影响。塑胶件和硅橡胶件采购量结构变化主要系 2024 年公司座椅通风类产品产销规模扩大，对硅橡胶件用量相对较多，带动硅橡胶件采购量占比上升所致。

（3）规模化采购增强议价能力

2023 年、2024 年，公司主要产品合计产量分别为 5,677.26 万件、8,762.03 万件，2024 年同比增长 54.34%，主要产品合计销量分别为 5,476.60 万件、8,490.55 万件，2024 年同比增长 55.03%。生产规模的快速扩张使得公司橡塑件采购量同步增长，规模化采购效应增强了公司对供应商的议价能力，公司通过年降谈判等策略，推动了采购单价的下降。

综上所述，2024 年公司橡塑件采购均价下降主要受上游原材料市场价格下

行、采购结构变化及规模化采购效应等因素综合影响，变动趋势与上游原材料市场价格走势及公司实际经营情况相匹配，具有商业合理性。

3、胶膜

胶膜主要包括膜材和胶带，报告期内胶膜各主要品类的采购均价情况如下：

单位：元/平方米

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	单价	采购量占比	单价	采购量占比	单价	采购量占比
TPU 膜	8.22	61.68%	9.05	61.79%	10.69	58.95%
双面胶带	11.56	31.99%	10.67	32.01%	10.45	33.18%
三文治胶膜	13.78	6.32%	14.27	6.20%	13.40	7.87%
均价	9.64	100.00%	9.89	100.00%	10.83	100.00%

报告期内，上述各类原材料的单价及采购量占比变动对胶膜采购单价变动的
影响情况如下：

项目	2025 年度相较于 2024 年度			2024 年度相较于 2023 年度		
	单价变动影响	采购量占比变动影响	变化	单价变动影响	采购量占比变动影响	变化
TPU 膜	-0.51	-0.01	-0.52	-0.97	0.26	-0.71
双面胶带	0.28	0.00	0.28	0.07	-0.12	-0.05
三文治胶膜	-0.03	0.02	-0.01	0.07	-0.24	-0.17
合计	-0.26	0.01	-0.25	-0.83	-0.11	-0.93

注：单价变动影响=（本期单价-上期单价）×上期采购量占比，采购量占比变动影响=（本期采购量占比-上期采购量占比）×本期单价。

报告期内，公司胶膜采购均价分别为 10.83 元、9.89 元和 9.64 元，2024 年
同比下降 0.94 元/平方米、同比下降 8.68%，2025 年较 2024 年变化幅度很小、整
体保持稳定。

整体来看，双面胶带和三文治胶膜的采购结构保持稳定，采购单价受基材、
胶水配方、材料厚度等差异的影响小幅波动但相对稳定；采购占比较高的 TPU
膜的价格下降对胶膜整体均价下降的贡献较大，对胶膜采购单价的影响分别为
-0.97 元/平方米、-0.51 元/平方米，为胶膜整体均价下降的主要影响因素。

2024 年、2025 年，TPU 膜采购单价分别同比下降 15.34%、9.17%，持续下
降的主要影响因素如下：第一，上游原料价格下行提供市场基础，公司 TPU 膜

的主要原材料为TPU粒料，其价格受MDI、BDO等上游化工原料价格影响较大。受全球MDI产能扩张及供需格局宽松影响，报告期内国内MDI市场价格整体呈现震荡下行态势。根据万华化学年报披露，2023-2025年纯MDI全年市场均价分别为2.00万元、1.90万元、1.85万元，呈下行趋势。受此传导，TPU粒料价格随MDI等原料价格下行而下降，为TPU膜采购均价的下降奠定了市场基础。第二，规模化采购效应及供应商结构优化提升议价能力，报告期内随着公司产品销量增长，公司对TPU膜的采购规模持续扩大，采购规模的显著提升带来了规模化效应，有效增强了公司的议价能力，报告期内公司TPU膜采购量分别为607.74万平方米、1,115.68万平方米、1,426.70万平方米，2024年、2025年分别同比增长83.58%、27.88%，采购规模不断扩大且2024年上升幅度较大有助于采购价格的下降。

4、织物

织物主要包括针织网布、无纺布和泡棉，报告期内织物各主要品类的采购均价情况如下：

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	单价	采购量占比	单价	采购量占比	单价	采购量占比
针织网布	10.32	23.27%	11.10	28.23%	13.56	16.91%
无纺布	3.36	66.95%	3.09	63.17%	2.98	67.49%
泡棉	15.98	9.78%	16.38	8.60%	14.62	15.60%
均价	6.22	100.00%	6.49	100.00%	6.58	100.00%

报告期内，上述各类原材料的单价及采购量占比变动对织物采购单价变动的
影响情况如下：

项目	2025 年度相较于 2024 年度			2024 年度相较于 2023 年度		
	单价变动影响	采购量占比变动影响	变化	单价变动影响	采购量占比变动影响	变化
针织网布	-0.22	-0.51	-0.73	-0.42	1.26	0.84
无纺布	0.17	0.13	0.30	0.07	-0.13	-0.06
泡棉	-0.03	0.19	0.15	0.27	-1.15	-0.87
合计	-0.08	-0.20	-0.28	-0.07	-0.02	-0.09

注：单价变动影响=（本期单价-上期单价）×上期采购量占比，采购量占比变动影响=（本期采购量占比-上期采购量占比）×本期单价。

报告期内，公司织物采购均价分别为 6.58 元、6.49 元和 6.22 元，2024 年、2025 年分别同比下降 1.37%、4.16%，变化幅度较小、整体保持稳定。

2024 年织物采购均价同比小幅下降，主要系第一大品类针织网布采购单价下降 18.18%拉动所致。针织网布采购单价下降主要受以下因素影响：一是上游原材料价格下行提供了市场基础，针织网布主要原材料为涤纶、锦纶等化纤材料，其价格受原油价格及化纤市场供需影响较大。2024 年国内涤纶市场价格整体震荡下行，锦纶价格亦呈类似下行趋势。化纤原料价格的下降直接导致针织网布采购单价下降。二是规模化采购效应及议价能力提升，2024 年公司针织网布采购金额达 6,566.60 万元、同比增长 125.95%，采购规模的大幅增长显著增强了公司的议价能力，公司通过规模化采购及供应商竞争性谈判实现了降本。

5、线材

线材主要包括加热线和导线，报告期内线材各主要品类的采购均价情况如下：

单位：元/米

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	单价	采购量占比	单价	采购量占比	单价	采购量占比
加热线	0.38	77.25%	0.48	77.46%	0.50	76.60%
导线	0.44	22.75%	0.42	22.54%	0.39	23.40%
均价	0.39	100.00%	0.47	100.00%	0.47	100.00%

报告期内，公司线材采购均价分别为 0.47 元/米、0.47 元/米和 0.39 元/米，2024 年同比变化幅度很小、保持稳定，2025 年采购单价同比下降 0.08 元/米、同比下降 17.02%，主要系采购量占比较高的加热线采购单价大幅下降所致。公司采购的加热线主要为铁氟龙漆包加热线，是由镍铬合金丝和耐热绝缘层铁氟龙组成。

2024 年、2025 年，公司加热线采购单价分别为 0.48 元/米、0.38 元/米，2025 年采购单价同比下降 21.63%，主要原因为随着公司业务规模快速扩大、加热线采购规模大幅增长，公司主动引入新供应商形成有效的竞争机制并依行业惯例与主要供应商年降谈判，降低了采购成本单价。2024 年、2025 年，公司采购加热线数量分别为 25,450.47 万米、33,459.52 万米，2025 年采购数量同比增长 31.47%、增长幅度较大，公司采购议价能力有所提升有助于降低采购单价。

（四）结合主要原材料近期市场价格变化趋势、采购地及相关政策等，说明对发行人原材料采购价格的影响，未来是否存在大幅涨价风险，并针对性完善招股说明书的风险提示

公司主要原材料包括电子元器件、橡塑件、胶膜、织物、线材（加热线及导线）、连接件及控制器件等七大类，如前述分析可知，报告期内公司主要原材料采购均价整体呈下行趋势。

1、公司主要原材料近期市场价格走势情况

2026 年受 AI 算力需求爆发驱动，半导体产业正迎来新一轮上行周期，AI 服务器及数据中心的建设需求对高端芯片及高性能电子元器件产能被抢占，导致车规级和消费级电子元器件产能短缺、市场供需状况有所失衡，PCB、电容、二三极管、芯片、NTC 等电子元器件不同幅度涨价且交货周期明显拉长。对公司影响来看，从 2026 年中期开始上述电子元器件采购价格呈现出不同程度的上涨。与此同时受上游原材料铜价上涨影响，导线价格也有所上涨。其他原材料如橡塑件、胶膜、织物、连接件、控制器件等近期市场价格走势保持相对稳定。

2、采购地及相关政策的影响

公司在河北廊坊、天津等京津冀区域，上海、浙江嘉兴等长三角区域，广东东莞、广东梅州等珠三角区域以及重庆均设立了制造中心，主要原材料供应商均位于国内且主要分布在河北、天津、江苏、浙江、广东等地区，与公司主要生产基地相对应，符合汽车零部件行业产业集中度及配套性特点。第一大类原材料电子元器件主要采购地在国内，部分国外芯片通过其国内分销商或贸易代理商采购且部分已实现国产替代；其他主要原材料如橡塑件、胶膜、织物、线材、连接件、控制器件等为通用品，国内产业链完整、市场供应充分。

公司主要原材料不存在进口依赖，不会受到关税政策、国际贸易摩擦对供应链安全的冲击的影响，也不存在境外采购贸易管制风险，总体来看，公司主要原材料价格不存在全面大幅涨价的风险。

3、招股说明书的风险提示

针对原材料价格波动风险，公司在招股说明书“第三节 风险因素”之“（一）经营风险”位置，补充披露“**原材料价格波动风险**”，具体内容如下：

“公司主要原材料包括电子元器件、橡塑件、胶膜、织物、线材（加热线及导线）、连接件及控制器件等。受多因素影响高端芯片及高性能电子元器件产能承压，导致部分电子元器件供需失衡，公司电子元器件及PCBA加工面临短期价格上涨及交期拉长的压力；另一方面，受大宗商品周期性波动影响，铜价上涨带动导线市场价格上升，未来可能进一步传导至其他五金器件及控制器件（如电机产品）。若未来上述原材料价格持续上涨且公司未能及时通过优化供应链、降本增效或将价格波动向下游传导等方式有效化解成本压力，将对公司的盈利能力产生不利影响。”

二、直接人工成本归集范围，报告期内相关人员数量及平均工资情况，工资水平的合理性；2025 年直接人工占比下降、外协成本占比上升的原因及合理性，对生产经营稳定性的影响；报告期内外协采购价格的公允性。

（一）直接人工成本归集范围，报告期内相关人员数量及平均工资情况，工资水平的合理性

1、直接人工成本归集范围

报告期内，公司按照岗位职责和工作内容将直接参与产品生产制造的各类人员的薪酬归集为直接人工成本，具体归集范围包括：

- （1）直接从事产品生产活动的一线生产人员的工资、奖金、津贴和补贴；
- （2）按照国家及地方相关规定为生产人员缴纳的社会保险费（包括基本养老保险、医疗保险、工伤保险、生育保险等）及住房公积金；
- （3）按照公司薪酬制度计提的职工福利费、工会经费和职工教育经费；
- （4）其他与生产人员直接相关的薪酬支出。

公司直接人工成本归集对象为直接参与产品生产制造的生产人员，不包括研发人员、销售人员、管理人员以及生产管理人员的薪酬。

2、直接生产人员数量及平均工资情况

报告期内公司生产人员数量及平均工资情况如下：

单位：万元、万元/人、人

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
直接人工成本	51,813.96	42,653.01	27,056.87
月均生产人员数量	5,085	4,576	3,200
平均工资	10.19	9.32	8.45

注：上表中月均生产人员数量按月领取工资人数/12 计算，劳务派遣人员按结算工时折算生产人员数量。

报告期内，公司直接人工成本、生产人员数量、生产人员年均工资逐年增长，主要是由于报告期内公司经营规模持续提升，为保障生产人员稳定性和积极性，公司适时上调薪酬标准相应使得生产人员薪酬金额有所上升，具有合理性。

3、直接生产人员工资水平的合理性

（1）与同行业可比公司的对比分析

公司与同行业可比公司的人均薪酬对比情况如下：

单位：万元/人/年

公司名称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
华懋科技	12.25	14.08	11.62
浙江华远	13.06	9.88	8.80
松原安全	10.31	14.74	22.69
同行业平均	11.83	13.64	12.98
发行人	10.19	9.32	8.45

报告期内，发行人直接生产人员人均年薪分别为 8.45 万元、9.32 万元、10.19 万元，逐年稳步上涨、增长趋势与同行业平均薪酬变动趋势基本一致。报告期内公司直接生产人员薪酬水平低于行业平均，主要系：1）各主体生产布局区域不同，可比公司总部分布于浙江余姚、福建厦门、江苏苏州，发行人总部位于河北廊坊，不同区域经济环境、薪资基准存在客观一定差异，公司所在当地社会工资及用人成本相对较低；2）统计口径存在一定差异，根据上市公司公开披露材料，可比公司薪酬统计范围为全部生产人员（含薪酬更高的生产管理人员）而未单独区分直接生产人员，发行人仅统计一线直接生产人员，相应导致薪酬金额水平相对较低。

（2）与所在地区平均工资水平的对比分析

公司总部位于河北廊坊，公司生产人员工资水平与所在地区平均工资水平的对比情况如下：

单位：万元/人/年

公司名称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
河北省城镇私营单位制造业平均工资	6.10	5.92	5.77
发行人直接生产人员人均工资	10.19	9.32	8.45

报告期内，发行人直接生产人员人均年薪分别为 8.45 万元、9.32 万元、10.19 万元，各年度均显著高于同期河北省城镇私营单位制造业平均工资 5.77 万元、5.92 万元、6.10 万元，公司给予一线直接生产人员的薪酬待遇优于区域私营制造行业平均标准，薪酬水平具备合理性。

（二）2025 年直接人工占比下降、外协成本占比上升的原因及合理性，对生产经营稳定性的影响

1、2025 年直接人工占比下降、外协成本占比上升的原因及合理性

报告期内，公司主营业务成本具体构成情况如下：

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
直接材料	179,966.25	59.66%	128,641.27	60.46%	80,089.70	58.78%
直接人工	49,706.77	16.48%	43,578.54	20.48%	27,824.82	20.42%
制造费用	42,894.95	14.22%	27,822.25	13.08%	19,017.95	13.96%
外协成本	29,104.59	9.65%	12,739.18	5.99%	9,314.68	6.84%
合计	301,672.56	100.00%	212,781.24	100.00%	136,247.14	100.00%

2025 年，公司直接人工金额占主营业务成本金额的比例同比下降 4.00 个百分点，外协成本金额占主营业务成本金额的比例同比上升 3.66 个百分点，呈现此消彼长的变动趋势。2025 年公司直接人工占比下降、外协成本占比上升的原因如下：

（1）公司产销规模快速增长情况下面临临时性产能不足，公司适度加大外协采购规模

报告期内，公司主要产品产量分别为 5,677.26 万件、8,762.03 万件、11,915.84

万件，2024 年、2025 年公司主要产品销量分别同比增加 3,013.95 万件、3,024.33 万件，同比增长 55.03%、35.62%，增长迅速。

新增产能建设需要一定建设周期和时间，下游客户及终端整车厂均对供货及时性有严格要求；公司产销、收入存在一定的季节性，一般而言下半年尤其是第四季度收入占比较高，上半年收入占比较低。报告期内，公司同行业可比公司下半年以及第四季度收入金额占比也较高，具体情况如下：

公司名称	2025 年度			2024 年度			2023 年度		
	第三季度	第四季度	下半年合计	第三季度	第四季度	下半年合计	第三季度	第四季度	下半年合计
浙江华远	25.88%	29.06%	54.95%	24.80%	33.12%	57.92%	29.79%	31.57%	61.37%
松原安全	25.62%	31.52%	57.14%	25.71%	33.53%	59.24%	26.91%	36.37%	63.28%
华懋科技	26.99%	28.73%	55.72%	25.80%	30.42%	56.22%	27.52%	29.08%	56.60%
平均值	26.16%	29.77%	55.94%	25.44%	32.36%	57.79%	28.07%	32.34%	60.42%
发行人	25.35%	33.00%	58.35%	26.42%	35.33%	61.75%	27.53%	36.10%	63.63%

注：关于可比公司季度收入占比统计口径，其已上市期间为年度报告披露的“营业收入”口径，未上市期间为招股说明书披露的“主营业务收入”口径。

由上表可知，报告期内公司同行业上市公司下半年收入金额占比平均值分别为 60.42%、57.79%和 55.94%，主要收入集中在下半年且第四季度占比较高。公司主营业务收入主要集中在下半年且第四季度收入金额占比较高符合行业特点，与同行业上市公司平均情况整体保持一致，不存在显著差异。

综合上述因素，为满足客户供货及时性需求、应对季节波动以及临时性产能不足，公司综合考虑供货灵活性、人员招聘及管理、员工稳定性等因素，适当扩大了外协采购规模，及时满足下游客户需求的同时也有助于增强灵活性和稳定性。

（2）公司采取自有直接人工与外协服务采购相结合的方式满足下游客户供货需求，合计占比保持稳定

报告期内，公司主营业务成本中直接人工、外协成本金额合计分别为 37,139.49 万元、56,317.72 万元和 78,811.36 万元，2024 年、2025 年分别同比增长 51.64%和 39.94%，与销量变动趋势及增长幅度整体保持一致。2025 年外协成本金额及占比增长较多，一方面公司 2025 年下游客户需求不断增加、产销规模扩大，为满足客户供货及时性需求、应对季节波动以及临时性产能不足，公司综合考虑供货灵活性、人员招聘及管理、员工稳定性等因素，适当扩大了上述外协

采购金额。另一方面根据财政部、税务总局、工业和信息化部 2023 年第 10 号《关于延续和优化新能源汽车车辆购置税减免政策的公告》规定，自 2026 年 1 月 1 日起至 2027 年 12 月 31 日，新能源汽车由全额免征车辆购置税调整为减半征收，购车端税收优惠力度下调，整车厂于 2025 年三季度、四季度推出多款畅销车型并进行抢装，公司四季度订单集中爆发，订单规模大、交期要求短，为保证及时保供，公司采购了更多的外协服务相应导致外协成本及占比显著提高。

报告期内上述金额合计占主营业务成本的比例分别为 27.26%、26.47%和 26.12%，整体保持稳定。直接人工占比下降与外协成本占比上升之间为结构性替代关系，即公司在面临临时性产能紧张时，将部分原本由自有生产人员完成的工序调整为通过外协方式完成，两类成本合计占主营业务成本的比例未发生重大变动，具有商业合理性。

（3）外协采购符合汽车零部件行业惯例

汽车零部件行业属于典型的规模效益型行业，在产能不足或面临季节性波动时，通过外协方式补充产能是行业内较为普遍的做法。公司外协的工序主要为 PCBA 加工、风扇充磁及动平衡校准、线束组装等非核心生产环节，公司仍保留了控制模块、风扇、气泵、线束等核心部件的自主生产能力，外协不影响公司的核心技术能力和核心竞争力。

较多汽车零部件企业在其公开披露文件中，也披露了采用外协加工或劳务外包等方式辅助生产的情况，公司通过委托加工及劳务外包方式来满足临时性产能不足符合行业惯例，具体内容如下：

序号	上市公司名称	公开披露内容
1	浙江华远 (301535)	公司将部分非核心工序采取委托加工方式完成，主要包括紧固件产品的表面处理工序、涂胶工序和锁具产品的部分热处理工序等。
2	松原安全 (300893)	报告期内，公司外协加工主要为表处理、热处理及开条等工艺流程，属于公司生产非核心技术环节。受制于生产场地有限，综合考虑成本、产能、环保等因素，公司将表处理及热处理等工艺全部外包给专业厂商，自身不从事表处理、热处理加工。
3	泰鸿万立 (603210)	公司采取以自主生产为主的方式，同时针对部分技术含量较低的非关键工序或产能紧张的环节，采用外协加工的方式进行生产。
4	晋拓股份 (603211)	报告期内，公司产销规模不断扩大，为应对订单增长的需求，公司一方面加大了一线生产人员的招聘力度，另一方面将生产工序中相对简单且为重复性较强的粗加工、包装及其他等工序以劳务外包的形式补充用工缺口。

序号	上市公司名称	公开披露内容
5	至信股份 (603352)	报告期内，公司外协采购主要为表处理加工和零部件冲焊加工业务，其中表处理加工主要为电泳等。其他外协采购主要包含激光切割、热处理等原材料外协加工业务，以及模具外协加工等。报告期内，公司存在将保安服务、保洁服务以及抛丸、模具装配和调试等部分生产工序中相对简单且为重复性较强的环节进行外包。

综上所述，2025 年直接人工占比下降、外协成本占比上升，主要系公司在产销规模快速增长背景下，为满足客户供货及时性需求、应对季节波动及临时性产能不足而适当加大外协采购规模所致，直接人工与外协成本合计占比保持稳定且符合行业惯例，具有合理性。

2、公司采取自主生产为主、外协服务为辅的生产模式，适当采购外协服务不会对发行人生产经营稳定性产生较大不利影响

（1）公司外协采购服务涉及的环节多为非核心关键环节，不会对生产经营和自产能力构成重大不利影响

公司以自主生产为主，已实现汽车座舱热温舒适类、体态舒适类及传感检测类产品的系列化布局，具备控制模块、风扇、气泵、线束等核心部件的自主生产能力。公司外协的工序主要为 PCBA 加工、风扇充磁及动平衡校准、线束组装等非核心生产环节或工序，上述外协工序并非核心工序、外协厂商资源较为丰富。公司通过外协方式补充产能不影响自身核心生产能力，不会对公司的技术独立性和生产经营稳定性产生重大不利影响。

（2）公司拥有完善的外协供应商管理体系

公司对相关外协厂商设置了筛选及管理制度，充分保证生产质量及供货速度以及各生产环节有序高效进行。公司建立了外协供应商准入评审机制，对外协厂商的资质、生产能力、质量管理体系等进行综合评估；在日常管理中，公司通过质量检验、现场审核等方式对外协厂商进行持续监督和管理，确保外协产品质量符合公司及客户要求。

（3）公司采取自主生产为主、外协服务为辅的生产模式，外协成本占比较低

报告期内，公司外协成本占主营业务成本的比例分别为 6.84%、5.99%和

9.65%，整体占比较低。公司绝大部分生产活动仍以自主生产为主。同时，直接人工与外协成本合计占比保持稳定，说明外协的增加主要系产能补充需求，并未改变公司以自主生产为主的生产模式。

（4）公司推进生产工艺优化，升级产线自动化设备，将持续提升自主生产能力

公司本次募集资金主要投向汽车电子零部件生产项目、天津汽车零部件生产及研发项目、浙江汽车零部件生产建设项目等，上述项目投产后将有效提升公司自主产能、加大自动化设备投入，有助于降低对外协的依赖程度。公司持续推进生产工艺优化、升级产线自动化设备，随着新生产基地陆续投产达产，公司临时性产能不足的情况将得到缓解，外协采购规模占比预计将有所下降。

综上所述，报告期内公司外协成本占比上升主要系产销规模快速增长背景下的临时性产能补充措施，外协工序为非核心生产环节，公司核心生产能力未受影响，外协供应商管理体系完善，外协成本占比整体可控，不会对公司生产经营稳定性产生重大不利影响。

（三）报告期内外协采购价格的公允性

报告期内，公司外协加工采购构成情况如下：

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
PCBA 加工	12,710.10	54.34%	10,483.06	86.32%	8,925.78	92.12%
其他工序外协	10,679.65	45.66%	1,661.07	13.68%	763.29	7.88%
合计	23,389.74	100.00%	12,144.13	100.00%	9,689.07	100.00%

报告期内，公司外协加工由公司提供主要物料、外协供应商提供加工服务，各期采购金额分别为 9,689.07 万元、12,144.13 万元、23,389.74 万元。2025 年公司其他工序外协主要包括风扇充磁及平衡校准、线束组装，受公司座椅通风和座椅按摩产品产销规模快速增长及自有员工产能紧张等因素影响，上述工序外协金额增长较大，具有合理性。报告期内 PCBA 加工、风扇充磁及平衡校准、线束组装三类外协采购金额合计占比分别为 99.57%、93.78%、74.09%，占比较高，为外协加工采购的主要部分。

1、外协加工价格公允性分析

公司外协加工的定价机制为通过电子采购平台采用询比价方式确定价格。报告期内公司外协加工以 PCBA 加工为主，针对 PCBA 加工业务，公司通过电子采购平台发出报价材料及加工邀请，外协厂商根据要求同时报价，报价结束后公司组织议价，结合成本预算标准并重点考虑价格及产能分配因素，最终选择合适的定点加工厂并签署协议。

(1) PCBA 加工

对于 PCBA 加工，由于不同的产品类型和规格型号存在较大差异，其焊接电子元器件种类、焊点数及焊接工艺均有所不同，因此不同外协厂商按单个 PCBA 计算的加工单价不具备直接可比性。

报告期内，SMT 贴片和 DIP 插装元件加工在 PCBA 外协加工费用中占比较高，其定价具有代表性，公司 SMT 贴片和 DIP 插装元件工艺的单点位价格在不同供应商之间的价格基本接近，报告期内公司 PCBA 加工服务的采购价格公允。

(2) 其他工序外协

公司其他工序外协主要包括风扇充磁及平衡校准、线束组装，具体分析如下：

1) 风扇充磁及平衡校准

2025 年公司通风产品的风扇充磁及平衡校准工序主要供应商为东莞市义杰平衡技术有限公司，另外两家供应商深圳市兴拓创科技有限公司、深圳市兴阳铭科技有限公司主要进行扇叶平衡校准工序，上述三家供应商在相同工序下的报价差异很小、整体保持一致。

公司风扇充磁及平衡校准工序外协加工成本与自主生产成本比较情况如下：

单位：元/件

工序名称	类别	2025 年度
风扇充磁与平衡	自主生产成本	1.49
	外协加工成本	1.44
扇叶充磁	自主生产成本	0.31
	外协加工成本	0.25
扇叶平衡	自主生产成本	1.21

	外协加工成本	1.11
--	--------	------

如上表所示，2025 年公司风扇充磁与平衡、扇叶充磁、扇叶平衡各工序的单位外协加工成本与单位自主生产成本较为接近。公司单位自主生产成本略高于单位外协加工成本，主要是由于外协厂商专注较大批量完成同类型号产品具有一定规模、成本相对较低。

综上所述，公司风扇充磁及平衡校准工序的外协加工价格公允。

2) 线束组装

2023 年，线束组装加工各家主要供应商的加工单价接近，价格具有合理性。2024 年、2025 年，廊坊龚国迎机械设备制造有限公司的加工单价略高于其他供应商，主要系其承接了部分加工单价较高用于 SBR 产品的 Highland 线束所致。整体而言，公司线束组装加工在不同供应商之间的加工单价差异较小、处于合理区间，公司线束组装外协加工单价公允。

部分供应商的成立时间较短，主要是由于线束加工工序以下线、压接、组装等为主，技术含量相对较低、无需大规模固定资产投资、较多依靠人员数量。公司向前述供应商采购线束组装加工服务，部分供应商成立时间较短但实际控制人具有相关的行业从业经验，熟悉加工工艺及质量管控要求，具备实际供货能力；同时该等供应商均位于公司所在地周边区域，具有运输成本及响应速度方面的优势，符合汽车零部件行业就近配套采购的通行做法，具有商业合理性。

报告期内，公司线束组装工序外协加工成本与自主生产成本比较情况如下：

单位：元/件				
工序名称	类别	2025 年度	2024 年度	2023 年度
线束组装	自主生产成本	0.23	0.23	0.24
	外协加工成本	0.19	0.16	0.17

如上表所示，报告期内公司线束组装工序的单位自主生产成本高于单位外协加工成本，主要是由于外协厂商专注较大批量完成同类型号产品具有一定规模、成本相对较低。

综上所述，线束组装工序在不同供应商之间的加工单价差异较小、处于合理区间，工序自主生产成本与外协加工成本受用工成本、生产效率等因素影响存在

一定差异，具备合理性，公司线束组装外协加工单价公允。

三、制造费用成本归集范围及具体构成，报告期内相关成本构成变动的原因及合理性；报告期内制造费用占主营业务成本比例存在一定波动、2025 年制造费用金额增幅较大的原因及合理性。

（一）制造费用成本归集范围及具体构成

1、制造费用成本归集范围

报告期内，公司主营业务成本中的制造费用包括制造产品而发生的职工薪酬、运输费、辅料耗用、折旧与摊销、能源耗用及其他制造费用。公司制造费用的归集范围如下：

（1）职工薪酬：车间生产管理人员、质量检验人员、设备运维人员、生产工艺人员、PMC 物料计划人员及仓储物流人员对应的工资、奖金、社会保险、住房公积金等各项薪酬支出。

（2）运输费：公司内部生产以及对外发货环节产生的运输费用。

（3）辅料耗用：生产经营耗用的工装、模具、设备备品备件、胶箱、周转箱等物料支出。

（4）折旧与摊销：生产厂房、仓储厂房等房屋建筑物计提的折旧，以及生产机器设备、运输设备、电子设备及其他生产配套设备计提的折旧。

（5）能源耗用：生产车间耗用的水费、电费等生产动力相关支出。

（6）其他制造费用：主要包括租赁费、维修保养费、办公费、差旅费、检测费、返工返修支出及股份支付费用。

2、报告期内制造费用具体构成

报告期内，公司制造费用的具体构成情况如下：

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
职工薪酬	15,278.79	35.62%	10,372.72	37.28%	7,749.01	40.75%
运输费	14,413.59	33.60%	7,782.38	27.97%	4,057.42	21.33%

辅料耗用	4,514.21	10.52%	2,807.62	10.09%	2,004.52	10.54%
折旧与摊销	4,236.78	9.88%	3,410.59	12.26%	2,235.35	11.75%
能源耗用	1,288.04	3.00%	981.33	3.53%	777.92	4.09%
其他制造费用	3,163.53	7.38%	2,467.61	8.87%	2,193.74	11.53%
合计	42,894.95	100.00%	27,822.25	100.00%	19,017.95	100.00%

(二) 报告期内制造费用构成变动的原因及合理性

1、职工薪酬

报告期内，发行人制造费用中的职工薪酬分别为 7,749.01 万元、10,372.72 万元、15,278.79 万元，占制造费用比例分别为 40.75%、37.28%、35.62%。

报告期内，公司制造费用之职工薪酬金额上升的同时占制造费用的比例逐年下降，主要是由于：(1) 报告期内受新能源汽车以及国产自主品牌汽车销量规模持续增长、下游市场规模不断扩大、公司竞争优势不断显现、新项目数量较多且不断投产等积极因素影响，公司产销规模不断扩大，报告期内主要产品销量分别为 5,476.60 万件、8,490.55 万件、11,514.88 万件，2024 年、2025 年分别同比增长 55.03%、35.62%，增长幅度较大带来较为显著的规模经济效应，人员利用率有所提升；(2) 运输费等其他制造费用金额增长速度较快。上述因素共同影响下，公司制造费用之职工薪酬在金额上升的同时占比有所下降。

2、运输费

报告期内，发行人运输费分别为 4,057.42 万元、7,782.38 万元、14,413.59 万元，占制造费用比例分别为 21.33%、27.97%、33.60%，占营业收入比例分别为 1.76%、2.34%、3.45%。报告期内，发行人上述运输费用金额以及占制造费用、占营业收入的比例逐年上升，主要是由于：

(1) 运输费用与产品销量规模整体相关，与此同时其他制造费用较为固定、与产品产销量不存在显著的线性关系，产品销量规模不断上升的情况下运输费用金额也显著增加，相应导致在制造费用中的比例显著上升。报告期内，公司产品销量分别为 5,476.60 万件、8,490.55 万件、11,514.88 万件，2024 年、2025 年分别同比增长 55.03%、35.62%，增长幅度较大相应使得运输费用金额增长较大、幅度较快。

(2) 报告期内，公司体态舒适类产品收入增长迅速，该类产品体积较大，相较于热温舒适类产品，单位产品运输成本显著更高，报告期公司境内主营业务收入中，体态舒适类产品收入占比分别为 23.16%、26.86%和 31.07%，销量分别为 295.51 万件、479.25 万件、693.10 万件，2024 年、2025 年分别同比增长 62.18%、44.62%，销量上升较快使得运费成本增加较多。

(3) 随着公司罗马尼亚工厂的建成，境外收入金额和占比均有所上升，罗马尼亚工厂销往中北美地区占比较高，境外销售运输费用率较高进而提升公司整体运输费用率水平，报告期内公司境外运输费用金额分别为 215.46 万元、876.94 万元、1,279.13 万元，金额增长迅速。

(4) 根据财政部、税务总局、工业和信息化部 2023 年第 10 号《关于延续和优化新能源汽车车辆购置税减免政策的公告》规定，自 2026 年 1 月 1 日起至 2027 年 12 月 31 日，新能源汽车由全额免征车辆购置税调整为减半征收，购车端税收优惠力度下调。整车厂于 2025 年三季度、四季度推出多款畅销车型并进行抢装，四季度订单集中爆发，订单规模大、交期要求短。为保证及时保供，公司较多地采用了空运等方式导致 2025 年四季度境内销售运费率高达 3.29%、远高于前三季度运费率（2.39%），四季度运费成本显著提高推高了全年运输成本。

上述因素共同影响下，公司制造费用中运输费金额增长较快、占比不断上升，具备合理性。

3、辅料消耗

报告期内，发行人制造费用中辅料金额分别为 2,004.52 万元、2,807.62 万元、4,514.21 万元，占制造费用比例分别为 10.54%、10.09%、10.52%，变化幅度很小、整体较为稳定。

4、折旧与摊销

报告期内，发行人制造费用折旧与摊销分别为 2,235.35 万元、3,410.59 万元、4,236.78 万元，占制造费用比例分别为 11.75%、12.26%、9.88%。

2024 年公司折旧与摊销占比有所上升，主要系公司河北安闻、天津安闻东莞厂区产能尚处于爬坡阶段，相关固定资产、使用权资产当年计提金额较大但对应产能尚未完全释放，致使折旧与摊销占比有所上升。2025 年占比下降，一方

面上述生产基地逐步实现量产，当年公司收入及产销量规模增长较为迅速、整体制造费用成本金额相应有所增长，与此同时折旧摊销金额相对较为固定，相应导致折旧摊销金额占比有所下降。

（三）制造费用占主营业务成本比例存在一定波动、2025 年制造费用金额增幅较大的原因及合理性。

1、报告期内公司制造费用占主营业务成本比例存在一定波动原因及合理性

公司报告期内，发行人制造费用占主营业务成本金额的比例情况如下：

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
职工薪酬	15,278.79	5.06%	10,372.72	4.87%	7,749.01	5.69%
运输费	14,413.59	4.78%	7,782.38	3.66%	4,057.42	2.98%
辅料耗用	4,514.21	1.50%	2,807.62	1.32%	2,004.52	1.47%
折旧与摊销	4,236.78	1.40%	3,410.59	1.60%	2,235.35	1.64%
能源耗用	1,288.04	0.43%	981.33	0.46%	777.92	0.57%
其他制造费用	3,163.53	1.05%	2,467.61	1.16%	2,193.74	1.61%
合计	42,894.95	14.22%	27,822.25	13.08%	19,017.95	13.96%

报告期内，公司制造费用金额占主营业务成本金额的比例分别为 13.96%、13.08%、14.22%，2024 年、2025 年分别同比变动-0.88 个百分点、1.14 个百分点。公司运输费用计入制造费用中核算，该项因素剔除后公司制造费用金额占主营业务成本金额的比例分别为 10.98%、9.42%、9.44%，2023 年占比较高、2024 年及 2025 年占比相对较为稳定。

2024 年公司上述占比同比下降 0.88 个百分点，主要是职工薪酬金额占比下降 0.81 个百分点，制造费用中的职工薪酬金额为车间生产管理人员、质量检验人员、设备运维人员、生产工艺人员、PMC 物料计划人员及仓储物流人员对应的工资、奖金、社会保险、住房公积金等各项薪酬支出，金额相对较为固定，2023 年、2024 年公司制造费用-职工薪酬金额分别为 7,749.01 万元、10,372.72 万元，2024 年同比增长 33.86%；与此同时受多因素影响公司销售规模迅速上升，2023 年、2024 年公司主营业务成本金额分别为 136,247.14 万元、212,781.24 万元，2024 年同比增长 56.17%，增长幅度较大相应导致 2024 年上述职工薪酬金额占比有所

下降。

2025 年公司上述占比上升 1.14 个百分点，主要是运输费用金额占比上升 1.12 个百分点。2025 年公司运输费用金额上涨幅度较大，主要影响因素包括：体态类部件体积较大，其收入占比上升带动单位运输成本增加；境外收入占比提高、海外运输成本较高；部分主机厂于 2025 年第三、四季度抢装导致运费金额较大。

剔除运输费、辅料耗用后，报告期内发行人制造费用占主营业务成本的比例分别为 9.51%、8.10%和 7.94%，呈持续下降趋势。报告期内，公司主要产品销量分别为 5,476.60 万件、8,490.55 万件和 11,514.88 万件，2024 年、2025 年同比分别增长 55.03%和 35.62%。产销量规模扩大情况下规模经济效应显现，相应导致制造费用金额占比下降、具有合理性。

2、2025 年制造费用金额增幅较大的原因及合理性

2025 年公司制造费用金额为 42,894.95 万元、同比增长 54.17%，增幅较大主要系与产品销售直接相关的运输费以及辅料消耗同比大幅增加所致。运输费、辅料消耗变动相关原因已在本题“三、（二）报告期内制造费用构成变动的原因及合理性”予以说明。

四、供应商集中度较为分散的原因及合理性，是否符合行业惯例；报告期各期主要供应商变动情况及原因；报告期内主要供应商基本情况及主要销售产品，采购金额变动原因，与供应商合作的稳定性

（一）供应商集中度较为分散的原因及合理性，是否符合行业惯例

报告期内，公司向前五大供应商的采购情况如下：

单位：万元

2025 年度				
序号	供应商名称	金额	占采购总额比例（%）	主要采购内容
1	江苏利多多利新材料科技股份有限公司	8,225.86	3.48%	加热线
2	东莞市特启笛精密模具有限公司及其关联方	6,624.19	2.81%	橡塑件
3	东莞市雄林新材料科技股份有限公司	6,514.43	2.76%	膜材、织物
4	深圳市精锐昌科技有限公司	6,115.45	2.59%	控制器件
5	上海欣驰电子有限公司及其关联方	4,958.86	2.10%	PCBA 加工、电子元器件

合计		32,438.79	13.74%	-
2024 年度				
序号	供应商名称	金额	占采购总额比例 (%)	主要采购内容
1	江苏利多多利新材料科技股份有限公司	10,828.31	6.83%	加热线
2	东莞市特启笛精密模具有限公司及其关联方	5,923.15	3.74%	橡塑件
3	天津极客物联科技有限公司	5,396.45	3.40%	电子元器件
4	上海鑫巨科技股份有限公司	4,115.38	2.60%	胶膜
5	上海欣驰电子有限公司及其关联方	3,857.91	2.43%	PCBA 加工、电子元器件
合计		30,121.20	19.00%	-
2023 年度				
序号	供应商名称	金额	占采购总额比例 (%)	主要采购内容
1	江苏利多多利新材料科技股份有限公司	7,965.48	7.51%	加热线
2	上海欣驰电子有限公司及其关联方	3,969.95	3.74%	PCBA 加工、电子元器件
3	天津极客物联科技有限公司	3,272.43	3.08%	电子元器件
4	东莞市特启笛精密模具有限公司及其关联方	3,230.87	3.04%	橡塑件
5	广东华庄科技股份有限公司	3,178.10	2.99%	PCBA 加工
合计		21,616.83	20.37%	-

报告期内，公司前五大供应商合计采购金额分别为 21,616.83 万元、30,121.20 万元和 32,438.79 万元，占当年采购总额比例分别为 20.37%、19.00%和 13.74%，单一供应商采购集中度较低。

公司供应商集中度较为分散，主要受以下多因素共同影响：

一方面，公司产品涵盖汽车座椅热温舒适类、体态舒适类、传感检测类三大产品类型、七种主要细分产品，产品结构多元化、产品矩阵丰富；与此同时，每类产品应用的原材料存在较大差异，公司产品矩阵丰富、物料品类繁多的业务结构决定了原材料种类、型号较多，相应导致原材料供应商较多，以 2025 年末为例，公司采购的原材料主要品类料号共 5800 多个、数量巨大。

另一方面，公司主动实施供应商多元化和备份策略，主动引入具备竞争优势的新增供应商，同类物料由多家供应商共同供货，有助于在保障供应稳定性的同时控制采购成本，符合汽车零部件行业对供应链稳定性管理的通行做法，一定程

度上降低了供应商的集中度。

另外，公司在主要客户周边建立了多个生产基地、不断提升客户响应速度以及满意度，加强客户服务黏性、满足多样化产品需求。公司在河北廊坊、天津等京津冀区域，上海、浙江嘉兴等长三角区域，广东东莞、广东梅州等珠三角区域以及重庆均设立了制造中心，上述基地布局有效降低了物流运输成本，保障了产品交付及时性和质量稳定性，原材料也多就近从当地进行采购。公司生产基地分布较为分散、就近从当地进行采购的情况下，供应商分布也较为分散。

综上所述，公司供应商集中度较为分散的情形符合自身业务特点，具有商业合理性。

（二）报告期各期主要供应商变动情况及原因

报告期各期，公司主要供应商变动情况如下：

年度	新增主要供应商名称	合作时间	变动原因
2025 年	东莞市雄林新材料科技股份有限公司	2023 年	伴随产品产销规模扩大，公司采购规模扩大并优化供应商结构，向其采购膜材、织物增加，2025 年成为第三大供应商。
	深圳市精锐昌科技有限公司	2019 年	伴随产品产销规模扩大，公司采购规模扩大并优化供应商结构，向其采购控制器件增加，由 2024 年的第九大供应商上升至 2025 年第四大供应商。
2024 年	上海鑫巨科技股份有限公司	2020 年	伴随产品产销规模扩大，公司采购规模扩大并优化供应商结构，向其采购胶膜增加，由 2023 年第六大供应商上升至 2024 年第四大供应商。

由上表可知，报告期内公司前五大供应商总体保持稳定，主要供应商变动的原因伴随产销规模扩大，公司原材料采购规模相应扩大，公司不断丰富完善供应商结构，部分供应商采购规模扩大并逐步成为前五大供应商。

公司前五大供应商的变动主要表现为新增供应商的进入，原有主要供应商均持续保留在主要供应商名单内，供应商变动属于增量调整而非存量替换。

（三）报告期内主要供应商基本情况及主要销售产品，采购金额变动原因，与供应商合作的稳定性

报告期内，公司主要供应商基本情况及主要销售产品情况如下：

序号	供应商名称	成立时间	注册资本	所在地	主要销售产品	合作时间	是否存在关联关系
1	江苏利多多利新材料科技股份有限公司	1999年8月	3,000万元	江苏省常州市	汽车加热金属线材生产与销售	2006年	否
2	东莞市特启笛精密模具有限公司	2023年11月	500万元	广东省东莞市	塑胶产品、模具制造与销售	2024年	否
3	东莞市雄林新材料科技股份有限公司	2009年12月	6,540.0102万元	广东省东莞市	膜合成材料制造与销售	2023年	否
4	深圳市精锐昌科技有限公司	2011年11月	710万元	深圳市龙岗区	微型直流电机制造	2019年	否
5	上海欣驰电子有限公司	2001年6月	973.604万元	上海市嘉定区	汽车电子零部件加工服务	2019年	否
6	广东华庄科技股份有限公司	2008年5月	6,536万元	广东省东莞市	智能控制器、智能终端产品等制造和代加工服务。	2021年	否
7	天津极客物联科技有限公司	2021年6月	1,200万元	天津市河西区	MCU、分立器件、电源管理芯片销售	2022年	否
8	上海鑫亘科技股份有限公司	2014年11月	1,350万元	上海市松江区	TPU薄膜系列及复合制品销售	2020年	否

注：东莞市特启笛精密模具有限公司是东莞市上吉电子科技有限公司（成立于2012年，与公司开始合作时间始于2021年）的延续服务主体，二者为同一控制下主体。

报告期内，公司主要供应商的采购金额呈现不同程度的变动，变动原因主要体现在以下三个方面：一是因公司产销量增长引致采购金额增长，报告期内公司业务规模快速扩张，主要产品产销量持续增长，对各类原材料的采购需求相应增加，导致对主要供应商的采购金额显著增长；二是因公司不同产品的结构变动引起不同物料采购需求的相对变化，导致相关供应商采购金额增长；三是因供应商结构优化导致的采购金额变动，公司对同类物料实施多供管理策略，在引入新增供应商后，原有供应商的采购金额可能相应调整变动。

总体来看，公司与主要供应商的合作稳定性较强。从合作年限来看，公司主要供应商的合作年限普遍较长，核心供应商合作年限超过5年，部分供应商合作时间更长，公司主要供应商的合作年限呈现核心供应商长期稳定、新增供应商持续融入的良性格局。从采购内容看，公司向主要供应商采购的物料种类保持稳定，未出现重大变更，采购内容的稳定性反映出双方业务交易的持续性。从合作深度来看，公司与核心供应商在产品开发、工艺改进、质量提升等方面开展深度协同，

同时对核心供应商实施严格的供应商准入管理和定期绩效考核评价，建立合格供应商名录动态调整机制，确保持续满足公司质量、成本、交付等要求。从信用记录看，公司主要供应商在报告期内未发生重大违约、质量纠纷、知识产权纠纷等影响合作稳定性的不良事件，良好的信用记录为双方长期稳定合作奠定了坚实基础。

综上所述，公司主要供应商基本情况清晰，主要销售产品与公司采购内容相匹配，采购金额变动符合公司业务实质，具有商业合理性，公司与主要供应商合作稳定性较强。

五、中介机构核查情况

（一）核查程序

保荐人、申报会计师主要执行了以下核查程序：

- 1、取得并复核主要原材料采购、耗用及产成品入库明细，计算采购、耗用、产成品生产入库之间的勾稽关系；
- 2、访谈发行人采购业务负责人，了解发行人主要原材料的品类构成、市场供给情况、采购模式及定价方式，了解发行人供应商准入标准、日常管理及考核评价机制情况；
- 3、获取报告期内发行人原材料采购明细表，按原材料类别分析各类原材料的采购金额、数量、占比及变动趋势；计算各期主要原材料的采购均价及变动率，分析采购价格的变动趋势，分析同类原材料不同供应商之间的采购价格及其变动原因；了解发行人的采购询比价政策及执行情况；对比同类原材料在不同供应商之间的同期采购价格，分析差异原因；
- 4、对报告期内主要供应商执行实地走访和函证程序，了解与发行人的合作背景及交易情况、经营状况、定价原则及是否公允、与发行人是否存在关联关系；
- 5、通过国家企业信用信息公示系统、天眼查、企查查等公开渠道查询主要供应商的基本信息，将供应商主要股东、董监高等信息与发行人关联方名单进行交叉比对；核查发行人及关联方、关键人员的银行流水，分析判断主要供应商及其主要成员是否与发行人及关联方、关键人员存在关联关系、直接或间接资金往

来或其他利益安排；

6、获取主要原材料报告期后的市场价格数据，分析价格变动趋势，访谈发行人采购业务负责人，了解分析近期原材料价格上涨的背景及原因，分析发行人对上游供应商的议价能力和对下游客户的价格传导能力；

7、查阅发行人成本核算管理制度、人工薪酬归集核算规则等内部制度，核查发行人直接人工成本归集口径、核算范围及分摊方法的合规性与一贯性；获取报告期内生产人员花名册、薪酬计提及发放明细、台账，统计各期生产人员数量及人均薪酬水平，对比同行业可比上市公司、当地、薪酬区间，核查发行人员工工资水平的合理性。访谈发行人生产、财务及管理层人员，了解 2025 年直接人工成本占比下降、外协加工成本占比上升的经营背景、变动原因及商业合理性，评估该成本结构变动对发行人生产连续性、经营稳定性的影响；

8、获取报告期内外协加工合同、结算单据、定价台账，对比外协工序结算单价与发行人自有生产工序单位成本、各受托加工方报价水平，核查发行人外协采购价格的公允性；

9、查阅发行人成本核算制度，核查制造费用归集范围，获取报告期制造费用明细。访谈发行人管理层，了解报告期制造费用构成变动、占主营业务成本比例波动及 2025 年制造费用大幅增长的原因，结合发行人产能、产量变动，资产购置及其他经营情况，对变动原因进行核查验证，确认其变动合理性；

10、获取发行人报告期各期采购明细表，计算前五大供应商采购金额及占比，分析报告期内供应商集中度变动趋势；统计报告期各期主要供应商新增变动情况，访谈发行人采购人员，了解主要供应商变动的原因，统计与主要供应商的合作年限分布，分析合作稳定性；对主要供应商执行实地走访了解主营业务、主要销售产品、经营情况、双方合作历史、合作模式、交易情况等；对主要供应商执行函证程序，确认报告期内交易金额及期末往来款余额；根据采购明细表，分析主要供应商的采购金额变动情况以及与发行人实际生产经营情况的匹配性；通过国家企业信用信息公示系统、天眼查、企查查等公开渠道查询主要供应商的基本信息，结合走访及流水核查等方式，核查主要供应商与发行人是否存在关联关系或其他利益安排。

（二）核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、报告期内发行人主要原材料采购耗用比、产品投入产出比真实、合理；发行人主要原材料为通用产品，系通过比价采购方式确定供应商和采购价格，报告期内同类原材料在不同供应商之间的同期采购价格不存在重大差异，发行人采购价格公允；报告期内发行人主要原材料采购均价波动与市场价格变动趋势基本相符，采购价格变动的主要原因包括市场供需状况、采购结构变化、供应商结构调整、采购批量变化带来的规模效应等，波动原因具有商业合理性；发行人主要原材料价格不存在全面大幅涨价的风险，发行人已在招股说明书中就原材料价格波动风险进行补充完善；

2、报告期内发行人直接人工成本归集范围清晰，生产人员数量、人均薪酬核算真实准确，工资水平贴合当地及同行业薪酬区间，具备合理性；2025 年直接人工占比下降、外协成本占比上升符合行业经营惯例及发行人实际经营情况，未对发行人生产经营稳定性产生不利影响；报告期内发行人外协采购定价依据充分、价格公允；

3、经核查，报告期内发行人制造费用归集范围清晰、核算合规且保持一贯性，成本构成真实准确；报告期制造费用占比波动、2025 年制造费用增幅较大，与发行人生产经营实际情况相符，变动合理，不存在异常情形；

4、经核查，报告期内发行人供应商集中度较为分散，主要系由发行人产品多样性、原材料市场充分竞争等因素综合所致，符合自身业务特点，与同行业可比公司不存在明显差异，符合行业惯例；报告期内发行人供应商结构总体稳定，主要供应商不存在大幅变动的情形；发行人主要供应商基本情况清晰，主要销售产品与发行人采购内容相匹配，主要供应商采购金额变动原因合理，发行人与主要供应商合作年限较长，合作关系稳定，主要供应商与发行人不存在关联关系或其他安排。

10、关于毛利率

申报材料显示：

报告期内，发行人主营业务毛利率呈持续下滑趋势，主要受热温舒适类产品售价下降影响。发行人主营业务毛利率水平及变动趋势与同行业可比公司存在一定差异。

请发行人披露：

（1）结合各类产品销售价格及单位成本变化、客户结构变化、对主要客户年降及返利等情况，量化分析报告期内各类产品毛利率变化原因及合理性。

（2）结合产品定位、生产工艺、客户结构等情况，说明报告期内发行人毛利率与同行业可比公司存在差异的原因及合理性。

（3）区分境内和境外，量化分析内外销各类产品毛利率的对比情况，并说明差异的原因及合理性。

（4）结合原材料价格、产品售价、核心竞争力、市场竞争、上下游产业链等情况，充分说明发行人主要产品毛利率未来是否存在持续下滑的风险。

请保荐人、申报会计师简要概括核查过程，并发表明确意见。

【回复】

发行人披露：

一、结合各类产品销售价格及单位成本变化、客户结构变化、对主要客户年降及返利等情况，量化分析报告期内各类产品毛利率变化原因及合理性

（一）公司主营业务毛利率情况

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 40.61%、35.91%和 27.50%。公司各细分产品的毛利率变化及对公司主营业务毛利率贡献情况如下：

产品	细分产品	2025 年度			2024 年度			2023 年度		
		毛利率	收入贡献率	毛利率贡献率	毛利率	收入贡献率	毛利率贡献率	毛利率	收入贡献率	毛利率贡献率
热温舒适类	座椅通风	30.70%	27.12%	8.33%	39.99%	31.47%	12.59%	45.63%	32.57%	14.86%
	座椅加热	17.76%	18.77%	3.33%	26.45%	18.16%	4.80%	34.22%	18.03%	6.17%

产品	细分产品	2025 年度			2024 年度			2023 年度		
		毛利率	收入贡献率	毛利率贡献率	毛利率	收入贡献率	毛利率贡献率	毛利率	收入贡献率	毛利率贡献率
	方向盘加热	10.27%	2.34%	0.24%	25.89%	3.13%	0.81%	22.50%	3.26%	0.73%
体态舒适类	座椅按摩	25.76%	26.75%	6.89%	35.80%	21.58%	7.73%	43.65%	15.83%	6.91%
	座椅腰托	17.44%	4.31%	0.75%	16.43%	5.28%	0.87%	17.49%	7.34%	1.28%
传感检测类	SBR	46.00%	12.10%	5.57%	53.33%	11.96%	6.38%	57.98%	12.49%	7.24%
	HOD	30.49%	4.62%	1.41%	31.11%	3.53%	1.10%	32.11%	3.70%	1.19%
其他		24.58%	3.98%	0.98%	33.60%	4.87%	1.64%	32.76%	6.80%	2.23%
合计		27.50%	100.00%	27.50%	35.91%	100.00%	35.91%	40.61%	100.00%	40.61%

注：毛利率贡献率=业务毛利率*收入贡献率（该项业务收入占主营业务收入的比重）。

上述产品的毛利率贡献率变动情况如下：

产品类型	细分产品	2025 年度相较于 2024 年度			2024 年度相较于 2023 年度		
		毛利率变动影响	收入占比变动影响	合计	毛利率变动影响	收入占比变动影响	合计
热温舒适类	座椅通风	-2.92%	-1.34%	-4.26%	-1.84%	-0.43%	-2.27%
	座椅加热	-1.58%	0.11%	-1.47%	-1.40%	0.03%	-1.37%
	方向盘加热	-0.49%	-0.08%	-0.57%	0.11%	-0.03%	0.08%
体态舒适类	座椅按摩	-2.17%	1.34%	-0.83%	-1.24%	2.06%	0.82%
	座椅腰托	0.05%	-0.17%	-0.12%	-0.08%	-0.34%	-0.42%
传感检测类	SBR	-0.88%	0.07%	-0.81%	-0.58%	-0.28%	-0.86%
	HOD	-0.02%	0.33%	0.31%	-0.04%	-0.05%	-0.09%
其他		-0.44%	-0.22%	-0.66%	0.06%	-0.65%	-0.59%
合计				-8.41%			-4.70%

注：毛利率变动影响=（本期毛利率-上期毛利率）×上期收入占比，收入占比变动影响=（本期收入占比-上期收入占比）×本期毛利率，下同。

由上表可见，2024 年度、2025 年度公司主营业务毛利率较上年分别下降 4.70 个百分点、8.41 个百分点，主要是由于座椅通风、座椅加热、座椅按摩、SBR 四类细分产品毛利率下降所致，上述四类细分产品毛利率下降合计贡献影响为 5.06 个百分点、7.55 个百分点，为当期公司主营业务毛利率下降的主要影响因素，以下结合这四类主要细分产品销售价格及单位成本变化、客户结构变化、对主要客户销售折让、售价年降等情况，进一步分析其毛利率变化原因及合理性。

（二）主要细分产品销售价格及单位成本变化情况

报告期内，公司上述主要细分产品的平均单价及单位成本变化情况如下：

单位：元/件

主要细分产品	项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度
		金额	变动比例	金额	变动比例	金额
座椅通风	平均单价	53.62	-19.73%	66.81	-15.29%	78.87
	单位成本	37.16	-7.30%	40.09	-6.52%	42.88
座椅加热	平均单价	17.44	-6.55%	18.66	-9.61%	20.64
	单位成本	14.34	4.48%	13.72	1.07%	13.58
座椅按摩	平均单价	223.31	-10.15%	248.54	-17.12%	299.88
	单位成本	165.78	3.91%	159.55	-5.58%	168.98
SBR	平均单价	13.45	-3.56%	13.95	-3.66%	14.48
	单位成本	7.26	11.59%	6.51	7.00%	6.08

1、座椅通风

报告期内，座椅通风产品的毛利率、单位价格、单位成本等情况如下：

单位：元/件

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度
	金额/比率	变动	金额/比率	变动	金额/比率
平均单价	53.62	-19.73%	66.81	-15.29%	78.87
单位成本	37.16	-7.30%	40.09	-6.52%	42.88
毛利率	30.70%	-9.29%	39.99%	-5.64%	45.63%
其中：平均单价变动影响值	-	-14.75%	-	-9.82%	-
单位成本变动影响值	-	5.46%	-	4.18%	-

注：平均单价变动影响值=上期单位成本*（本期平均单价-上期平均单价）/（本期平均单价*上期平均单价），单位成本变动影响值=（上期单位成本-本期单位成本）/本期平均单价；下同。

报告期内，公司座椅通风产品单位价格分别同比下降 15.29%、19.73%，对该类产品毛利率的影响分别为-9.82 个百分点、-14.75 个百分点，为当期毛利率下降 5.64 个百分点、9.29 个百分点的主要影响因素。

（1）平均单价变化情况

报告期内，座椅通风产品平均单价分别为 78.87 元/件、66.81 元/件和 53.62 元/件，2024 年、2025 年分别同比下降 15.29%、19.73%，平均单价有所下降主要受产品类型、市场竞争状况、终端市场需求变化、客户年降政策等多重因素影响，具体分析参见本问询函回复之“8、关于营业收入及客户/发行人披露/二/（一）

报告期内发行人主营业务收入逐年增长、产品销售单价呈下降趋势的原因及合理性”。

（2）单位成本变化情况

报告期内，座椅通风产品各期单位成本分别为 42.88 元/件、40.09 元/件和 37.16 元/件，2024 年、2025 年分别同比变动-6.52%、-7.30%，单位成本呈下降趋势，主要是由于：

1）报告期内公司采购原材料价格整体呈下降趋势，一方面受国内上游原材料供需关系影响，电子元器件、橡塑件、胶膜等主要原材料的采购价格均有所下降；另一方面公司采购规模不断扩大，报告期内公司原材料采购金额分别为 95,612.99 万元、145,231.30 万元、204,093.12 万元，采购规模增长较大使得公司与供应商的议价能力逐步提升，同时公司通过优化采购渠道、强化供应链管理等措施降低采购成本，上述因素综合影响下进一步降低了各类主要原材料的采购成本，具体情况参见本问询函回复之“9、关于营业成本与供应商/发行人披露/一/

（三）结合相关原材料采购价格公允性分析，进一步量化说明报告期内主要原材料采购均价波动原因及合理性”。

2）报告期内公司该细分产品销量分别为 1,774.83 万件、3,018.57 万件、4,110.86 万件，2024 年、2025 年分别同比上升 70.08%、36.19%，销售规模不断扩大、规模经济效应显著，产品单位固定成本有所下降。

受上述因素综合影响，报告期内公司座椅通风产品单位成本有所下降。

（3）毛利率变化情况

报告期内，公司座椅通风产品毛利率分别为 45.63%、39.99%和 30.70%，2024 年、2025 年该细分产品毛利率分别同比下降 5.64 个百分点、9.29 个百分点，其中，平均单价变动影响值分别为-9.82%、-14.75%，单位成本变动影响值分别为 4.18%、5.46%，单位价格下降幅度较大为座椅通风产品毛利率逐年下降的主要因素。

2、座椅加热

报告期内，座椅加热产品的毛利率、单位价格、单位成本等情况如下：

单位：元/件

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度
	金额/比率	变动	金额/比率	变动	金额/比率
平均单价	17.44	-6.55%	18.66	-9.61%	20.64
单位成本	14.34	4.48%	13.72	1.07%	13.58
毛利率	17.76%	-8.69%	26.45%	-7.77%	34.22%
其中：平均单价变动影响值	-	-5.16%	-	-6.99%	-
单位成本变动影响值	-	-3.53%	-	-0.78%	-

报告期内，公司座椅加热产品单位价格分别同比下降 9.61%、6.55%，对该类产品毛利率的影响分别为-6.99 个百分点、-5.16 个百分点，为当期毛利率下降的主要影响因素。

（1）平均单价变化情况

报告期内，座椅加热产品各期平均单价分别为 20.64 元/件、18.66 元/件和 17.44 元/件，2024 年度和 2025 年度分别同比下降 9.61%、6.55%，平均单价有所下降主要受产品类型、市场竞争状况、终端市场需求变化、客户年降政策等多重因素影响，具体分析参见本问询函回复之“8、关于营业收入及客户/发行人披露/二/（一）报告期内发行人主营业务收入逐年增长、产品销售单价呈下降趋势的原因及合理性”。

（2）单位成本变化情况

报告期内，座椅加热产品各期单位成本分别为 13.58 元/件、13.72 元/件和 14.34 元/件，2024 年、2025 年分别同比上升 1.07%、4.48%，单位成本有所上升，主要是由于：

1）公司的海外子公司自 2024 年起开始量产座椅加热产品，2024 年、2025 年实现收入金额占公司该类产品主营业务收入金额的比例分别为 5.01%、11.54%，占比逐步提高，投产初期海外子公司生产规模有限且单位人工成本较高，整体生产成本偏高使得座椅加热产品的单位成本有所上升。

2）岚图梦想家等高端车型开始配置带有传感装置的座椅加热产品，此类新产品原材料及生产成本较高，随着整车销量上升，相关产品销量占比不断提升推动公司整体座椅加热产品单位成本有所上升。

受上述因素综合影响，报告期内公司座椅加热产品单位成本略有上升。

(3) 毛利率变化情况

报告期内，座椅加热产品毛利率分别为 34.22%、26.45%和 17.76%，2024 年、2025 年该细分产品毛利率分别同比下降 7.77 个百分点、8.69 个百分点，其中，平均单价变动影响值分别为-6.99%、-5.16%，单位成本变动影响值分别为-0.78%、-3.53%，单位价格下降幅度较大为座椅加热产品毛利率逐年下降的主要影响因素。

3、座椅按摩

报告期内，座椅按摩产品的毛利率、单位价格、单位成本等情况如下：

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度
	金额/比率	变动	金额/比率	变动	金额/比率
平均单价	223.31	-10.15%	248.54	-17.12%	299.88
单位成本	165.78	3.91%	159.55	-5.58%	168.98
毛利率	25.76%	-10.04%	35.80%	-7.85%	43.65%
其中：平均单价变动影响值	-	-7.25%	-	-11.64%	-
单位成本变动影响值	-	-2.79%	-	3.79%	-

报告期内，公司座椅按摩产品单位价格分别同比下降 17.12%、10.15%，对该类产品毛利率的影响分别为-11.64 个百分点、-7.25 个百分点，为当期毛利率下降的主要影响因素。

(1) 平均单价变化情况

报告期内，座椅按摩产品各期平均单价分别为 299.88 元/件、248.54 元/件和 223.31 元/件，2024 年度和 2025 年度分别同比下降 17.12%、10.15%，平均单价有所下降主要受产品类型、市场竞争状况、终端市场需求变化、客户年降政策等多重因素影响，具体分析参见本问询函回复之“8、关于营业收入及客户/发行人披露/二/（一）报告期内发行人主营业务收入逐年增长、产品销售单价呈下降趋势的原因及合理性”。

(2) 单位成本变化情况

报告期内，座椅按摩产品各期单位成本分别为 168.98 元/件、159.55 元/件和

165.78 元/件，2024 年、2025 年分别同比变动-5.58%、3.91%，单位成本有所波动。2024 年，座椅按摩产品单位成本有所下降，主要是由于：

1) 受上游原材料市场供需关系、公司成本优化策略执行的影响，与座椅按摩产品相关的电子元器件、橡塑件、胶膜等主要原材料的采购价格均有所下降，具体情况参见本问询函回复之“9、关于营业成本与供应商/发行人披露/一/（三）结合相关原材料采购价格公允性分析，进一步量化说明报告期内主要原材料采购均价波动原因及合理性”。

2) 座椅按摩产品生产工艺复杂，前期渗透率较低、产销量规模相对较少、单位成本较高，伴随下游市场需求的迅速上升，公司新增多套自动化设备，加强工艺优化、提高模块化生产能力、自动化生产水平，使得单位成本有所下降，报告期内座椅按摩产品销量分别为 121.07 万件、288.35 万件、498.51 万件，2024 年销量同比上升 138.16%、增长幅度较大。

受上述因素综合影响，2024 年公司座椅按摩产品单位成本有所下降。

2025 年，公司座椅按摩产品单位成本有所上升，主要原因为座椅按摩产品可根据客户需求增配头部按摩气袋组，相应导致产品性能、单位成本有所提高，2024 年、2025 年公司座椅按摩产品对应气袋组配置平均数量分别为 1.96 个、2.5 个，2025 年明显增长且幅度较大，相应导致产品单位成本逐步提高。

（3）毛利率变化情况

报告期内，座椅按摩产品毛利率分别为 43.65%、35.80%和 25.76%，2024 年、2025 年该细分产品毛利率分别同比下降 7.85 个百分点、10.04 个百分点，其中，平均单价变动影响值分别为-11.64%、-7.25%，单位成本变动影响值分别为 3.79%、-2.79%，单位价格下降幅度较大为座椅按摩产品毛利率逐年下降的主要影响因素。

4、SBR

报告期内，SBR 产品的毛利率、单位价格、单位成本等情况如下：

项目	单位：元/件				
	2025 年度		2024 年度		2023 年度
	金额/比率	变动	金额/比率	变动	金额/比率
平均单价	13.45	-3.56%	13.95	-3.66%	14.48

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度
	金额/比率	变动	金额/比率	变动	金额/比率
单位成本	7.26	11.59%	6.51	7.00%	6.08
毛利率	46.00%	-7.34%	53.33%	-4.65%	57.98%
其中：平均单价变动影响值	-	-1.72%	-	-1.59%	-
单位成本变动影响值	-	-5.61%	-	-3.05%	-

报告期内，公司 SBR 产品单位成本分别同比上升 7.00%、11.59%，对该类产品毛利率的影响分别为-3.05 个百分点、-5.61 个百分点，为当期毛利率下降的主要影响因素。

（1）平均单价变化情况

报告期内，SBR 各期平均单价分别为 14.48 元/件、13.95 元/件和 13.45 元/件，2024 年度和 2025 年度分别同比下降 3.66%、3.56%，产品价格下降幅度较小、整体保持稳定。

（2）单位成本变化情况

报告期内，SBR 产品各期单位成本分别为 6.08 元/件、6.51 元/件和 7.26 元/件，2024 年、2025 年分别同比上升 7.00%、11.59%，单位成本有所上升，主要是由于：

1）公司为满足客户需求，对报告期内新增项目通过增加防水膜等材料及工艺提升 SBR 产品性能，单位成本有所上升。

2）SBR 产品需使用银浆作为原材料，材料价格上升带动 SBR 产品的单位成本有所上升。

3）部分车型采用工艺更为复杂的 SBR 产品例如 T 公司 3 系列，此类产品生产成本相对较高，收入占比有所提升使得 SBR 产品的单位成本进一步提高。

受上述因素综合影响，报告期内公司 SBR 产品的单位成本逐步提高。

（3）毛利率变化情况

报告期内，SBR 产品毛利率分别为 57.98%、53.33%和 46.00%，2024 年、2025 年该细分产品毛利率分别同比下降 4.65 个百分点、7.34 个百分点，其中，

平均单价变动影响值分别为-1.59%、-1.72%，单位成本变动影响值分别为-3.05%、-5.61%，单位成本上升幅度较大为 SBR 产品毛利率逐年下降的主要影响因素。

综上所述，座椅通风、座椅加热、座椅按摩、SBR 产品的收入占比很高，为公司的主要收入来源。报告期内上述细分产品受量产产品单价下降、部分产品生产成本上升等多因素影响，毛利率有所下降，相应导致公司主营业务毛利率有所下降。

（三）主要产品的客户结构变化情况

报告期内，公司下游客户类型可以区分为内资客户、外资客户和合资客户。其中，内资客户是本土资本控股或主导的公司，主要包括延锋、诺博等；外资客户是指外资控股或主导的公司，主要包括佛吉亚、安道拓、李尔、麦格纳等；合资客户是指中外资本共同持股经营的公司，主要包括东实李尔等。

1、热温舒适类

报告期内，公司热温舒适类产品毛利率分别为 40.41%、34.49%和 24.67%，整体呈下降趋势。此类产品不同客户类型的毛利率变化及收入占比情况如下：

客户类型	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
内资客户	27.55%	45.02%	35.58%	47.71%	38.26%	38.39%
外资客户	18.32%	44.10%	30.17%	38.19%	40.84%	50.47%
合资客户	38.54%	10.88%	42.53%	14.10%	45.86%	11.13%
合计	24.67%	100.00%	34.49%	100.00%	40.41%	100.00%

报告期内，下游整车市场为抢占市场份额进行竞争，整车功能及性能不断提升的同时售价有所下降，降价压力向整车厂上游公司进行传导，相应导致公司热温舒适类产品的价格有所下降，使得热温舒适类产品各类客户的毛利率均呈现下降趋势，与主营业务毛利率整体变动趋势一致。

外资客户毛利率相对偏低，主要原因为：（1）外资客户包含境外客户，座椅加热、方向盘加热等部分细分产品由境外罗马尼亚工厂进行生产并销售，该工厂 2023 年底开始投产热温舒适类产品，投产初期产能利用率偏低、生产规模有限，整体生产成本偏高、毛利率偏低，报告期内罗马尼亚工厂热温舒适类产品收入占

相关产品境外业务收入的比例分别为 1.79%、53.46%、55.96%，随着罗马尼亚工厂产品收入占比提高，导致外资客户热温舒适类产品的毛利率偏低；（2）外资客户中李尔的业务规模增长较快，收入占比逐年提高，但产品毛利率相对偏低，主要系报告期内其为长安汽车、零跑等整车厂商的多款热门车型提供配套产品，产品销量快速增长，受市场竞争环境影响，相关产品定价偏低，降价幅度较大，受此影响，外资客户热温舒适类产品的毛利率进一步下降。

2、体态舒适类

报告期内，公司体态舒适类产品毛利率分别为 35.37%、32.00%和 24.61%。此类产品不同客户类型的毛利率变化及对产品毛利率贡献情况如下：

客户类型	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
内资客户	27.03%	38.13%	35.12%	26.34%	39.35%	43.37%
外资客户	22.27%	44.01%	33.21%	37.30%	31.77%	30.73%
合资客户	25.21%	17.86%	28.48%	36.36%	32.96%	25.90%
合计	24.61%	100.00%	32.00%	100.00%	35.37%	100.00%

报告期内，受下游整车厂降价压力传导，体态舒适类产品各类客户的产品毛利率均呈现下降趋势，与主营业务毛利率整体变动趋势一致。各类客户的毛利率差异相对较小，主要受产品结构及配套的车型销量变动影响。其中，外资客户毛利率在 2024 年上升主要是理想汽车、蔚来汽车的部分车型销售情况较好，包括理想 L7、蔚来 ET5T、蔚来 ET7 等，公司相应向直接客户佛吉亚、安道拓等汽车座椅厂商供货规模扩大，对应毛利率较高的座椅按摩产品收入比重增加。

3、传感检测类

报告期内，公司传感检测类产品毛利率分别为 52.06%、48.27%和 41.71%。此类产品不同客户类型的毛利率变化及对产品毛利率贡献情况如下：

客户类型	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
内资客户	40.60%	55.57%	47.96%	44.74%	53.33%	31.57%
外资客户	41.96%	37.65%	46.35%	46.41%	50.32%	61.65%
合资客户	49.49%	6.79%	59.86%	8.84%	62.01%	6.77%

客户类型	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
合计	41.71%	100.00%	48.27%	100.00%	52.06%	100.00%

报告期内，受下游整车厂降价压力传导及主要细分产品 SBR 产品的单位成本上升影响，传感检测类产品各类客户的产品毛利率均呈现下降趋势，与主营业务毛利率整体变动趋势一致。其中，合资客户毛利率分别为 62.01%、59.86%和 49.49%，明显高于内资客户和外资客户，主要是由于传感检测类产品中 SBR 产品毛利率大幅高于 HOD 产品，内资客户和外资客户均采购了一定比例的低毛利率的 HOD 产品，报告期内上述客户的 HOD 产品收入占传感检测类产品收入比例分别为 24.53%、25.01%、29.63%，而合资客户主要采购高毛利率的 SBR 产品，导致合资客户整体毛利率较高。

（四）主要客户的年降及返利情况

报告期内，公司各期前五大客户主营业务收入合计占比分别为 76.08%、75.85%、66.72%，占比较高，为公司的主要客户，上述客户年降及返利金额占各期年降及返利总金额的比例如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
前五大客户年降返利金额	24,872.08	25,897.01	9,152.17
年降返利金额合计	35,951.13	33,734.93	11,408.05
占比	69.18%	76.77%	80.23%

报告期各期，公司前五大客户年降返利金额占各期年降返利总金额的比例分别为 80.23%、76.77%和 69.18%，为公司年降返利的主要部分。

报告期内，公司主要客户的年降、返利金额及占主营业务收入比例情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
年降金额	17,175.48	15,772.69	4,003.97
返利金额	7,696.60	10,124.32	5,148.20
年降及返利金额合计	24,872.08	25,897.01	9,152.17
公司主营业务收入	416,095.47	332,023.86	229,404.26
占主营业务收入的比例	5.98%	7.80%	3.99%

如上表所示，公司主要客户 2024 年年降、返利金额及占比较 2023 年有所上升，主要是由于国内新能源汽车市场由高速成长期向成熟期过渡，整车厂商为抢占市场份额、降低生产成本，市场竞争较为激烈，降价压力传导至公司所处的上游零配件行业，年降、返利作为客户降价的不同方式被广泛采用，使得当年度年降、返利金额及占比较高，同时公司前期毛利率相对较高存在接受进一步降价的基础。2025 年，公司毛利率回归行业平均水平、降价空间逐步缩小，同时国家政策层面开始引导规范行业有序竞争、遏制低价内卷，公司年降、返利金额占比也开始呈现下降趋势；与此同时随着公司与主要客户合作深入，客户更多采用年降方式进行降价，使得当年度年降金额提高、返利金额下降。

受下游整车厂降价压力传导的影响，客户通过年降、返利等多种方式降低产品采购价格，降价幅度受适配车型量产情况、产品类型、客户经营计划情况等多因素影响，存在一定的差异性，受此影响，公司主要产品的平均单价均有不同程度的下降，进而导致毛利率下降，具备合理性。

二、结合产品定位、生产工艺、客户结构等情况，说明报告期内发行人毛利率与同行业可比公司存在差异的原因及合理性

报告期内，公司主要产品为应用于汽车座舱舒适及安全领域的热温舒适类、体态舒适类和传感检测类产品。截至本问询函回复出具日，不存在与公司主营业务相同或相类似的 A 股上市公司。综合考虑产品应用领域、客户群体以及信息公开可获得性等因素，公司选取主营业务涉及汽车座舱零配件相关产品业务的上市公司作为可比公司，包括浙江华远、松原安全、华懋科技。报告期内，公司与同行业可比公司主营业务毛利率对比情况如下：

公司名称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
浙江华远	25.57%	30.75%	29.40%
松原安全	27.57%	27.96%	29.82%
华懋科技	30.81%	31.39%	30.56%
平均值	27.98%	30.03%	29.93%
发行人	27.50%	35.91%	40.61%

注：同行业可比公司毛利率相关数据均取自于公开披露的定期报告信息。

公司与同行业可比公司的主要产品、产品定位、生产工艺、客户结构等情况对比如下：

公司名称	主要产品	产品定位	生产工艺	客户结构
浙江华远	异型紧固件	主要应用于汽车车身底盘及动力系统、汽车安全系统、汽车智能电子系统、汽车内外饰系统等	冷镦、机加工、热处理等金属加工工艺	李尔、安道拓、佛吉亚、麦格纳、大世、诺博、丰田纺织等汽车座椅行业供应商
	座椅锁			
华懋科技	安全带	以安全气囊袋、安全气囊布等汽车被动安全系统核心部件为主	纺织、涂层、裁剪、缝制等工艺	奥托立夫、采埃孚、均胜电子、延锋和锦恒等国内外汽车被动安全部件一级供应商
	安全气囊			
松原安全	汽车安全带总成	汽车安全带总成、安全气囊、方向盘、汽车电子等汽车安全系统产品及特殊座椅安全装置	织带编织、气囊缝制、气体发生器组装、方向盘骨架加工等工艺	奇瑞汽车、吉利汽车、上汽通用五菱、长城汽车、理想汽车等国内主流整车品牌
	安全气囊			
安闻科技	热温舒适类	以热温舒适类、体态舒适类和传感检测类为核心的三大汽车座舱舒适及安全系统产品系列	仿形裁切、布线压合、超声波熔接、覆膜成型、组装连线等工艺	佛吉亚、东实李尔、李尔、麦格纳、安道拓、延锋、诺博等全球知名汽车座椅厂商以及采埃孚、奥托立夫、均胜电子等全球知名方向盘厂商
	体态舒适类			
	传感检测类			

注：同行业可比公司主要产品、产品定位、生产工艺、客户结构等信息均取自于公开披露的定期报告信息。

2023 年、2024 年，公司主营业务毛利率高于同行业可比公司平均水平。2025 年，公司主营业务毛利率与同行业可比公司平均水平差异很小，整体保持一致。上述差异与各家可比公司的产品定位、生产工艺、客户结构存在一定关系，具体分析如下：

（一）产品定位

公司产品以汽车座舱舒适及安全系统功能性零部件为主，主要包括热温舒适类、体态舒适类、传感检测类产品，主要产品定位于提升驾乘人员的舒适体验和车辆安全性能，具有功能多样、技术迭代快、定制化程度高的特点。

同行业可比公司中，浙江华远产品以异型紧固件、标准紧固件、座椅锁等机械连接件为主，产品主要应用于汽车车身底盘及动力系统、汽车安全系统等，松原安全产品以汽车安全带总成、安全气囊、方向盘等汽车被动安全系统产品为主，华懋科技产品以安全气囊袋、安全气囊布等汽车被动安全系统核心部件为主，上述同行业可比公司的产品均是车辆的必备标准部件。与公司产品相比，同行业可比公司的产品标准化程度高、技术迭代速度慢、市场竞争充分，广泛应用于新能

源汽车、传统燃油车等各类车型中，毛利率水平呈现较为平稳的特点。

报告期内，国内新能源汽车处于快速增长阶段，整车厂对智能化、舒适性、主被动安全性日益重视，对公司产品需求量快速增长，使得前期产品毛利率高出同行业平均水平。2024 年，国内新能源汽车竞争加剧，虽然面临较大的降价压力，但公司产品技术迭代较快，各类产品不断更新，由于新产品毛利率一般高于原有产品毛利率，进一步延续了公司产品的高毛利率水平。

（二）生产工艺

公司生产工艺主要包括仿形裁切、布线压合、超声波熔接、覆膜成型、组装连线等工序，产品以电子器件、柔性材料加工为主。公司依托高度自动化的产线设备及自主研发的核心工艺技术，关键工艺已处于行业领先水平，生产效率稳步提升。

同行业可比公司中，浙江华远生产工艺以冷锻、机加工、热处理等金属加工工艺为主，设备投资和折旧摊销较大；松原安全生产工艺涉及织带编织、气囊缝制、气体发生器组装、方向盘骨架加工等多道工序，生产流程较长，且安全带总成、安全气囊等产品涉及安全认证，生产管控要求高，管理成本相对较高；华懋科技生产工艺以纺织、涂层、裁剪、缝制等工艺为主。

与同行业可比公司相比，公司在产品生产工艺的核心技术壁垒和自动化效率方面具备优势，随着前期业务规模扩大，公司产品生产工艺持续改进，自动化程度不断提升，有效降低了产品生产成本，支撑了相对较高的毛利率水平。

（三）客户结构

公司直接客户为佛吉亚、东实李尔、李尔、麦格纳、安道拓、延锋、诺博等全球知名汽车座椅厂商以及采埃孚、奥托立夫、均胜电子等全球知名方向盘厂商。上述客户对供应商的资质审核、产品质量、同步开发能力要求较高，一旦进入其供应体系，合作关系较为稳定，客户粘性较强，价格竞争压力相对可控。同时，公司产品多用于中高端车型，终端客户以蔚来、理想、赛力斯、岚图、小鹏、零跑、小米汽车、T 公司等国内外新能源品牌以及比亚迪、吉利汽车、长安汽车、长城汽车、东风汽车、广汽集团、上汽集团等国产自主品牌为主。

同行业可比公司中，浙江华远和华懋科技的客户群体与公司存在部分重叠，

但由于细分市场不同，竞争格局和定价策略亦存在差异；松原安全的客户群体以整车厂为主，整车厂直接采购模式下双方业务合作较为深入，具备一定的价格谈判空间。

与同行业可比公司相比，公司终端客户中新能源汽车品牌占比较高，产品主要应用于中高端车型，此类客户前期对价格敏感度相对较低，为公司维持较高毛利率提供了空间。

综上所述，受产品定位、生产工艺、客户结构等多因素影响，报告期内公司毛利率与同行业可比公司存在一定差异，具备合理性。随着公司产品渗透率逐步提升，工艺流程更加完善，客户范围进一步扩大，公司的毛利率水平已与同行业可比公司逐步趋同。

三、区分境内和境外，量化分析内外销各类产品毛利率的对比情况，并说明差异的原因及合理性

报告期内，公司主营业务按销售区域分类的毛利率、收入金额及占比情况如下：

区域	2025 年度			2024 年度			2023 年度		
	毛利率	收入金额	占比	毛利率	收入金额	占比	毛利率	收入金额	占比
境内	28.81%	389,840.42	93.69%	36.74%	320,008.44	96.38%	40.97%	223,737.61	97.53%
境外	8.08%	26,255.04	6.31%	14.03%	12,015.42	3.62%	26.34%	5,666.65	2.47%
合计	27.50%	416,095.47	100.00%	35.91%	332,023.86	100.00%	40.61%	229,404.26	100.00%

报告期内，公司境内收入金额分别为 223,737.61 万元、320,008.44 万元和 389,840.42 万元，占主营业务收入的比例分别为 97.53%、96.38%和 93.69%，境内为主要收入来源区域；公司境外收入金额占主营业务收入的比例分别为 2.47%、3.62%和 6.31%，金额及占比较小，2025 年公司境外收入金额及占比同比上升幅度较大，主要是由于罗马尼亚工厂逐步投产供货。

报告期内，公司境内业务毛利率分别为 40.97%、36.74%、28.81%，与公司主营业务毛利率基本保持一致，整体呈下降趋势；境外业务毛利率分别为 26.34%、14.03%、8.08%，低于境内业务毛利率，主要是由于境外业务收入包含罗马尼亚生产基地相关业务收入，该生产基地处于早期发展阶段、业务规模相对较小、生

产成本较高，导致境外业务整体毛利率偏低。

报告期内，公司主要产品类型按销售区域分类的毛利率、收入金额及占比情况如下：

单位：万元

产品类型	区域	2025 年度			2024 年度			2023 年度		
		毛利率	收入金额	占比	毛利率	收入金额	占比	毛利率	收入金额	占比
热温舒适类	境内	27.23%	180,180.30	89.78%	36.05%	167,637.17	95.69%	40.71%	121,850.87	98.63%
	境外	2.20%	20,502.95	10.22%	-0.04%	7,554.39	4.31%	18.78%	1,687.74	1.37%
	合计	24.67%	200,683.25	100.00%	34.49%	175,191.56	100.00%	40.41%	123,538.61	100.00%
体态舒适类	境内	24.57%	128,565.12	99.46%	32.06%	88,973.29	99.75%	35.72%	52,421.60	98.65%
	境外	31.08%	697.31	0.54%	7.82%	224.45	0.25%	9.31%	714.76	1.35%
	合计	24.61%	129,262.43	100.00%	32.00%	89,197.74	100.00%	35.37%	53,136.36	100.00%
传感检测类	境内	42.64%	64,589.34	92.83%	49.03%	47,241.04	91.81%	52.23%	35,489.91	95.57%
	境外	29.79%	4,991.00	7.17%	39.78%	4,215.10	8.19%	48.39%	1,646.33	4.43%
	合计	41.71%	69,580.34	100.00%	48.27%	51,456.14	100.00%	52.06%	37,136.24	100.00%

（一）热温舒适类

报告期内，热温舒适类产品境外业务毛利率分别为 18.78%、-0.04%、2.20%，低于境内业务毛利率主要是由于：1、公司向境外销售的热温舒适类产品以单价及毛利率相对较低的座椅加热产品为主，座椅通风产品收入占比较低使得境外业务整体毛利率相对偏低。2、境外罗马尼亚工厂 2023 年底开始投产热温舒适类产品，投产初期产能利用率偏低、生产规模有限，同时境外人工、材料等综合成本高于国内，使得其整体生产成本偏高、毛利率偏低，报告期内罗马尼亚工厂热温舒适类产品收入占相关产品境外业务收入的比例分别为 1.79%、53.46%、55.96%，随着罗马尼亚工厂产品收入占比提高，导致境外业务整体毛利率进一步下降，后续随着海外订单逐步落地、产销规模持续扩张，规模效应摊薄单位生产成本，推动境外业务毛利率有所改善。

（二）体态舒适类

报告期内，体态舒适类产品境外业务收入金额为 714.76 万元、224.45 万元、697.31 万元，规模较小、对应的细分产品均为座椅腰托产品，境外业务毛利率分别为 9.31%、7.82%、31.08%，整体呈波动上升趋势，主要受销售区域及具体产

品型号影响，其中 2023 年、2024 年公司境外业务销售区域主要为日本，收入金额较小，相关产品平均单价及毛利率相对较低。2025 年，公司拓展欧洲市场，相关产品收入金额有所上升、产品毛利率高于境内业务，主要是由于相关产品平均单价相对较高，相较于国内及亚太市场体态舒适类产品的高渗透率与竞争环境，欧洲市场的相关产品渗透率较低，属于高端配置且厂商需要针对欧洲人体型进行定制化开发，限制了低价竞争者的进入，受上述因素影响，公司相关产品平均单价及毛利率均较高。

（三）传感检测类

报告期内，传感检测类产品境外业务收入金额为 1,646.33 万元、4,215.10 万元、4,991.00 万元，整体呈上升趋势，对应的细分产品主要为 SBR 产品，境外业务毛利率分别为 48.39%、39.78%、29.79%，低于境内业务毛利率且呈下降趋势，主要是由于：1、境外罗马尼亚工厂 2023 年底开始投产 SBR 产品，投产初期产能利用率偏低、生产规模有限，同时境外人工、材料等综合成本高于国内，使得整体生产成本偏高、毛利率偏低，报告期内罗马尼亚工厂传感检测类产品收入占相关产品境外业务收入的比例分别为 3.65%、54.28%、59.01%，随着罗马尼亚工厂产品收入占比提高，导致境外业务整体毛利率逐步下降且低于境内业务毛利率；2、受原材料价格上涨、产品工艺升级等因素影响，SBR 产品生产成本进一步上升，导致境外传感检测类产品毛利率进一步下降，与境内业务毛利率变动趋势相同。

综上所述，受细分产品类型、销售区域、成本变动等多因素综合影响，报告期内公司境外业务毛利率与境内业务毛利率存在一定差异，具备合理性。

四、结合原材料价格、产品售价、核心竞争力、市场竞争、上下游产业链等情况，充分说明发行人主要产品毛利率未来是否存在持续下滑的风险

（一）原材料价格变动情况分析

原材料价格变动对公司主要产品的毛利率变动影响有限，主要原因如下：

1、报告期内公司原材料价格整体有所下降，不存在大幅上升的情形

报告期内，公司主要原材料的采购单价及其变动情况如下：

原材料	主要品类	单位	2025 年度		2024 年度		2023 年度
			单价	变动	单价	变动	单价
电子元器件	芯片、二/三极管、电容、NTC	元/个/只	0.25	4.17%	0.24	-22.58%	0.31
橡塑件	塑胶件、硅橡胶件	元/个/只	0.36	-5.26%	0.38	-13.64%	0.44
胶膜	膜材、胶带	元/平方米	9.64	-2.53%	9.89	-8.68%	10.83
织物	针织网布、无纺布、泡棉	元/平方米	6.22	-4.16%	6.49	-1.37%	6.58
线材	加热线、导线	元/米	0.39	-17.02%	0.47	0.00%	0.47
连接件	连接器、端子、定位卡	元/个/只	0.17	0.00%	0.17	-5.56%	0.18
控制器件	电机、气泵、风扇	元/个/只	13.60	1.34%	13.42	8.66%	12.35

公司产品的客户要求、规格型号、应用场景、具体用途各不相同，种类型号较多，不同产品之间的差异较大，相应的原材料主要品类也较多。公司采购部门对主要原材料通过主动谈判、供应商结构优化、降低临时采购等方式推动成本优化。2024 年公司电子元器件采购单价同比下降幅度较大，主要是由于受产品需求变化、前述降本措施等因素影响，单价和采购占比较高的芯片类材料的采购单价有所下降。2025 年公司线材类材料采购单价同比下降幅度较大，主要是由于公司线材类材料主要为合金线、采购规模较大、规模优势明显，通过价格谈判、优化不同供应商采购结构等方式使得当年采购单价有所下降。

2、公司产品需要的原材料较为分散且市场化程度较高，部分品类的原材料价格上涨对主要产品的毛利率影响程度较低

公司主要原材料种类众多，包括电子元器件、橡塑件、胶膜、织物、线材、连接件、控制器件等七大类，各类主要原材料的采购占比较为分散。

报告期内，公司主要原材料采购情况如下：

单位：万元

类别	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
电子元器件	34,463.27	16.89%	25,850.10	17.80%	19,663.70	20.57%
橡塑件	35,797.48	17.54%	23,855.24	16.43%	13,671.67	14.30%
胶膜	26,646.09	13.06%	20,152.60	13.88%	12,535.73	13.11%
织物	21,003.75	10.29%	15,316.69	10.55%	9,402.97	9.83%
线材	20,344.69	9.97%	17,532.36	12.07%	11,799.56	12.34%

类别	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
连接件	14,954.33	7.33%	11,615.34	8.00%	8,229.34	8.61%
控制器件	11,105.82	5.44%	8,039.08	5.54%	4,784.95	5.00%
其他	39,777.70	19.49%	22,869.89	15.75%	15,525.08	16.24%
合计	204,093.12	100.00%	145,231.30	100.00%	95,612.99	100.00%

如上表所示，公司的各类主要原材料均为通用产品，市场化程度较高。除电子元器件受AI算力需求爆发影响导致部分电子元器件从2026年年中开始出现不同程度的单价上涨，以及铜价上涨导致2026年线材以及控制器件（如电机产品）的采购价格上涨以外，其他主要原材料的价格相对稳定。

综上所述，报告期内公司原材料价格整体有所下降，不存在较大幅度上升的情形，公司各期直接材料在营业收入中的占比相对较低而且各类原材料的占比分散，部分品类的原材料价格上涨对主要产品的毛利率影响程度较低。公司将持续跟踪原材料价格走势，通过建立多元化采购渠道、优化采购定价机制、持续推进降本增效等举措，积极应对原材料价格波动带来的经营风险。

（二）产品售价变动情况分析

公司主要产品销售单价未来持续较大幅度下滑的风险较低，对主要产品的毛利率变动影响有限，具体分析如下：

1、公司持续开发新项目、新产品，可有效对冲下游客户降价需求带来的影响

近年来下游车型升级换代速度较快，公司基于与下游知名客户的良好合作情况以及自身竞争实力、行业地位，每年获取较多新车型定点项目，与此同时终端整车厂为保持竞争优势，一般会要求公司持续改进产品性能来增加产品的技术附加值。新项目、新产品在量产导入初期通常初始定价较高，随着量产爬坡以及年降政策的执行该类产品单价在车型生命周期内逐步有所下降。随着新能源汽车行业产品研发周期的大幅缩短、新车型升级换代速度的加快，新产品的持续导入能够有效对冲存量产品年降对整体平均单价的影响，有助于推动平均单价水平总体保持稳定。

2、下游市场需求旺盛有助于推动公司产品价格相对稳定

随着新能源汽车智能化、随着汽车消费从“代步工具”向“智能移动空间”和“第三生活空间”转变，用户对驾乘体验的舒适及安全性要求不断提升。汽车座舱对驾乘者而言具有重要意义，座舱舒适及安全性已经成为汽车差异化竞争的重要影响因素，也成为汽车智能化发展的重要领域，有效满足驾乘者对舒适、安全与科技感的综合需求，近年来市场规模不断扩大。根据弗若斯特沙利文数据，2025 年全球汽车座椅舒适系统市场规模达 335.0 亿元，预计到 2030 年全球汽车座椅舒适系统市场规模将增长至 735.1 亿元，年均复合增长率为 17.0%。2025 年中国汽车座椅舒适系统市场规模达 119.5 亿元，预计到 2030 年中国汽车座椅舒适系统市场规模将增长至 322.8 亿元，年均复合增长率为 22.0%，市场规模较大且增长迅速，下游市场需求旺盛给相关企业带来良好的发展契机。

与此同时，公司 2023 年、2024 年、2025 年汽车座椅舒适领域收入占国内市场规模的比例分别为 19.30%、24.11%、25.25%，占全球市场规模的比例分别为 6.59%、8.50%、9.56%，占比不断上升。根据弗若斯特沙利文数据，2025 年公司汽车座椅舒适系统收入市场份额位列国内第一、全球第四，市场排名靠前，处于行业领先地位。

在需求旺盛的背景下，公司作为主要供应商之一议价能力相对较强、一定程度上有助于缓解价格下降压力的影响。

3、终端整车厂指定采购占比提升、议价空间增大，有助于推动公司产品价格的相对稳定

公司与下游整车厂的合作深度持续加强，凭借稳定可靠的产品性能、成熟的制造工艺以及完善的质量保障体系，逐步进入终端整车厂的供应商名录。出于提高产品开发效率、保障供应链安全、降低产品成本等多种因素考虑，近年来理想、蔚来、T 公司、上汽大众等部分终端整车厂趋向于直接或指定采购公司产品，供应链逐步扁平化情况下公司与此类客户对于相关产品的议价空间有所增大，使得公司能够获得更为有利的产品价格，有助于推动公司产品价格的相对稳定。报告期内，公司终端主机厂指定公司产品对应实现主营业务收入金额分别为 32,392.21 万元、56,581.56 万元、97,033.73 万元，占主营业务收入金额的比例分别为 14.12%、17.04%、23.32%，金额逐步扩大、占比不断上升。

4、公司稳步推进全球化产能布局，海外市场对冲国内降价压力

公司在罗马尼亚等海外生产基地陆续投产，实现了对海外客户的就近配套，报告期内，公司境外收入金额分别为 5,666.65 万元、12,015.42 万元、26,255.04 万元，收入金额占比分别为 2.47%、3.62%、6.31%，金额及占比不断上升。海外整车厂客户对产品价格的接受度相对较高、年降幅度通常低于国内市场，海外收入占比的提升有助于对冲国内市场的价格下降压力。

5、新能源汽车行业正迈入理性发展的新阶段，内卷状况相对有所缓解

新能源汽车行业正迈入理性发展的新阶段。随着行业集中度持续提升，头部企业规模集聚效应持续强化，行业低效产能加速出清，单纯依靠低价的竞争模式难以为继，行业价格内卷状况得到缓解，有效保障汽车零部件厂商的产品价格保持在合理范围内。

综上所述，主要产品销售单价未来持续较大幅度下降的风险很低。

（三）发行人核心竞争力分析

公司长期以来始终秉承创新发展的理念，深耕汽车座舱舒适及安全系统的研发、生产及销售，具备较高的行业地位和较强的竞争力，公司核心竞争优势参见本问询函回复之“1、关于行业与业务/发行人披露/一/（二）发行人所处细分市场，发行人主要产品在其中所处的位置及份额，主要竞争对手及其市场占有率、竞争优势等情况，相关细分市场在报告期内的市场集中度及变化情况”的回复。

（四）行业发展趋势及市场竞争情况分析

1、行业发展趋势分析

（1）国内新能源汽车市场份额持续增长，渗透率进一步提高

自 2009 年以来，我国汽车的产销量已连续多年位居全球首位。2025 年我国汽车产销量分别为 3,453.1 万辆和 3,440.0 万辆，较上年同期分别同比增长 10.4% 和 9.4%，整体发展情况良好，多年为全球第一大汽车市场。新能源汽车已经成为我国汽车行业发展的重点鼓励方向，相关技术不断进步、市场份额迅速增长。报告期内，我国新能源汽车销量分别为 949.5 万辆、1,286.6 万辆和 1,649.0 万辆，占我国汽车销量的比重分别为 31.6%、40.9%和 47.9%，渗透率及销量规模整体

迅速提升。截至 2025 年末，我国新能源汽车保有量为 4,397 万辆，占我国汽车总保有量的 12.0%，未来依然具有极大的提升空间。

根据中国汽车工业协会最新发布的数据，2026 年以来新能源乘用车国内销量占比逐月提升，2026 年 7 月，我国新能源汽车月度新车销量占比首次突破 60%、累计占比首次突破 50%，新能源汽车已成为国内主流。

（2）国产自主品牌快速崛起，汽车出口规模持续提升

近年来随着我国汽车工业体系的不断完善和新能源汽车加速渗透，国产自主品牌汽车呈现快速崛起趋势。根据中国汽车工业协会的统计，2023 年至 2025 年，中国品牌乘用车销量由 1,459.6 万辆增至 2,093.6 万辆，复合增长率达 19.8%，中国品牌乘用车市场份额由 56.0%升至 69.5%，与之相对的，合资及外资品牌乘用车市场份额由 44.0%下降至 30.5%，国产自主品牌汽车已成为国内主流。

与此同时，国产自主品牌汽车的出口份额也呈现高速扩张态势，根据中国汽车工业协会统计，2026 年 1-6 月国内乘用车出口 443.2 万辆，同比增长 71.7%，其中国产自主品牌构成出口主力。依托新能源汽车产品竞争力提升、海外渠道与本地化产能持续落地，国产自主品牌海外市场规模持续扩容，海外业务成为国内整车厂重要增长曲线。

（3）汽车座舱舒适系统市场规模不断扩大

随着汽车消费从“代步工具”向“智能移动空间”和“第三生活空间”转变，用户对驾乘体验的舒适及安全性要求不断提升。汽车座舱对驾乘者而言具有重要意义，座舱舒适及安全性已经成为汽车差异化竞争的重要影响因素，也成为汽车智能化发展的重要领域，有效满足驾乘者对舒适、安全与科技感的综合需求，近年来市场规模不断扩大。

汽车座椅为实现座舱舒适功能的最重要载体，按照具体功能包括座椅热温舒适系统（座椅通风、座椅加热）以及座椅体态舒适系统（座椅腰托、座椅按摩）。近年来伴随新能源汽车产销量规模的爆发式增长以及国产自主品牌汽车市场份额的大幅提升，以新能源造车新势力、国产自主品牌为代表的车企为提升产品力、创造竞争优势、进一步吸引消费者，一方面加速推动热温舒适、体态舒适等配置向大众价格区间下沉，涵盖上述功能的汽车销量规模不断扩大；另一方面汽车配

置率也持续提升，逐步开始从前排向中、后排座椅蔓延，单车价值量不断提升。汽车座舱舒适系统已经成为汽车的重要卖点之一，国内市场规模不断扩大。根据弗若斯特沙利文数据，2025 年中国汽车座椅舒适系统市场规模达 119.5 亿元，预计到 2030 年中国汽车座椅舒适系统市场规模将增长至 322.8 亿元，年均复合增长率为 22.0%。

公司产品配套的主要车型以新能源汽车及国产自主品牌汽车为主，当前下游新能源汽车与国产自主品牌汽车市场规模持续扩张、份额稳步提升，为公司产品带来了广阔的市场空间与稳定的需求支撑，也为公司未来经营发展奠定了良好的基础。

2、市场竞争情况分析

全球范围内来看，汽车座椅市场主要由佛吉亚、李尔、麦格纳、安道拓、丰田纺织等外资企业垄断，市场份额占比较高，相应地汽车座舱舒适系统的供应商也多以捷温科技、礼恩派、李尔等外资企业为主。伴随新能源汽车渗透率以及国产自主品牌汽车市场份额的不断提升以及本土供应商自身实力的不断增强，以公司为代表的本土供应商不断崛起并积极与外资企业展开竞争，收入规模不断扩大、市场份额不断提升，逐步开始以创新创造引领行业技术变革和市场发展。

从竞争格局看，国内汽车座椅舒适与安全系统市场由前期外资厂商主导逐步转向以本土供应商为主，呈现“本土厂商领跑、外资厂商跟随、市场集中度较高”的特征，同时行业内并购整合加速，资源进一步向具备跨平台开发能力和全球交付能力的头部供应商集中。

根据弗若斯特沙利文数据，2025 年中国汽车座椅舒适系统市场规模达 119.5 亿元，全球市场规模达 335.0 亿元。2025 年公司汽车座椅舒适系统产品收入占中国及全球市场规模的比例分别为 25.25%和 9.56%，位列国内第一、全球第四，居于行业领先地位。公司直接客户包括佛吉亚、东实李尔、李尔、麦格纳、安道拓、延锋、诺博等全球知名汽车座椅厂商以及采埃孚、奥托立夫、均胜电子等全球知名方向盘厂商，历年来多次获得下游知名客户授予的“优秀供应商”称号，并获得“创新卓越奖”与“最佳质量表现奖”等奖项，优质客户的逐步积累和公司自身产品服务的不断提升为公司未来发展打下坚实基础。

（五）上下游产业链情况分析

公司属于汽车零部件行业，在汽车制造产业链中位于中游。产业链上游主要包括电子元器件、橡塑件、胶膜、织物、线材等原材料供应商，上述原材料市场竞争充分、供应充足，主要原材料价格大幅上涨的风险较小。

产业链下游客户为生产汽车座椅、方向盘的一级汽车零部件供应商，公司直接客户主要为佛吉亚、东实李尔、李尔、麦格纳、安道拓、延锋、诺博等全球知名汽车座椅厂商以及采埃孚、奥托立夫、均胜电子等全球知名方向盘厂商，前述汽车座椅厂商将公司产品以及调角器、滑轨、骨架、海绵等其他座椅零部件整合在一起形成座椅总成后供货给整车厂。

当前下游整车厂正处于充分竞争阶段，未来将朝着头部市场份额集聚、赛道结构性分化并存的格局发展，市场资源将向具备规模优势、自研能力与全球化布局的头部企业集中。当前已有蔚来、理想、T 公司、通用、上汽大众、一汽大众、长安汽车、广汽集团、上汽通用、奇瑞汽车等终端整车厂直接指定使用公司产品的情形，未来将有更多的终端整车厂指定汽车零部件厂商配套生产并参与产品定价的情况，因为该模式下既有利于整车厂与汽车零部件厂商配合进行同步开发设计、也有利于其直接把控对方的产品交付以及更加精细化的管控成本。因此，未来不具备前置整车同步开发与一体化系统方案设计能力、无法保障大批量稳定交付、不具备规模效应成本优势的中小汽车零部件生产厂商的生存空间将被压缩。对于公司来说，与下游整车厂商直接议价将能够获取更大的议价空间和更为有利的产品价格。

（六）公司主要产品毛利率未来持续大幅下滑的风险较小

公司未来经营发展情况良好，主要产品毛利率持续较大幅度下滑的风险较低，具体情况如下：

1、下游新能源汽车、国产自主品牌汽车需求持续扩张，提供稳定需求支撑，缓解价格下行压力

自 2009 年以来，我国汽车的产销量已连续多年位居全球首位。2025 年我国汽车产销量分别为 3,453.1 万辆和 3,440.0 万辆，较上年同期分别同比增长 10.4% 和 9.4%，整体发展情况良好，多年为全球第一大汽车市场。新能源汽车已经成

为我国汽车行业发展的重点鼓励方向，相关技术不断进步、市场份额迅速增长。报告期内，我国新能源汽车销量分别为 949.5 万辆、1,286.6 万辆和 1,649.0 万辆，占我国汽车销量的比重分别为 31.6%、40.9%和 47.9%，渗透率及销量规模整体迅速提升。截至 2025 年末，我国新能源汽车保有量为 4,397 万辆，占我国汽车总保有量的 12.0%，未来依然具有极大的提升空间。

与此同时，近年来随着我国汽车工业体系的不断完善和新能源汽车加速渗透，国产自主品牌汽车呈现快速崛起趋势。根据中国汽车工业协会的统计，2023 年至 2025 年，中国品牌乘用车销量由 1,459.6 万辆增至 2,093.6 万辆，复合增长率达 19.8%，中国品牌乘用车市场份额由 56.0%升至 69.5%，与之相对的，合资及外资品牌乘用车市场份额由 44.0%下降至 30.5%。

公司产品配套车型以新能源汽车及国产自主品牌汽车为主，下游市场规模持续扩张、需求稳定增长，广阔的市场空间有利于维持产品定价，减轻产品降价压力，降低毛利率大幅下滑风险。

2、公司为全球汽车座舱舒适领域的领先供应商之一，2025 年市场份额位列国内第一、全球第四，具备较强议价能力

经过多年发展，公司拥有了较强的技术创新能力、同步开发能力、配套方案设计能力以及生产制造能力，积累了客户资源优势、研发创新优势、制造中心区位布局和快速响应优势、垂直整合以及多系列产品布局优势、智能制造及精细化管理等一系列优势，公司已成为全球汽车座舱舒适及安全领域的领先供应商之一。2025 年公司汽车座椅舒适领域收入占国内市场规模的比例为 25.25%，占全球市场规模的比例为 9.56%，市场份额位列国内第一、全球第四，拥有领先的行业地位。

领先的市场地位与综合竞争优势能够有效协助客户提高产品开发效率、保障供应链安全、降低产品成本，有助于提升公司的产品议价能力，稳定产品销售价格，抵御行业价格竞争，规避因价格竞争带来的毛利率持续大幅下滑风险。

3、公司拥有一流优质的客户资源，主要客户多为全球汽车零部件百强，合作稳定，有利于维持合理盈利水平

公司积极开拓了与国内外知名整车厂及一级零部件供应商的合作关系，积累

了一大批优质、稳定的客户资源并建立了长期稳定的合作关系，合作规模不断扩大、合作程度不断深化。公司直接主要客户包括佛吉亚、东实李尔、李尔、麦格纳、安道拓、延锋、诺博等全球知名汽车座椅厂商，公司历年来多次获得下游知名客户授予的“优秀供应商”称号，并获得“创新卓越奖”与“最佳质量表现奖”等奖项，得到了下游知名客户的广泛认可并同部分整车厂直接建立了合作关系，积极参与其车型的同步开发。

报告期内公司上述主要客户均位列全球汽车零部件百强，经营实力雄厚、合作周期长期稳定。深度绑定优质客户有利于维持稳定的供货价格体系，减少无序降价情形，保障毛利率维持在合理区间。

4、公司积极加大新品开发，能够持续获得新增优质项目，同时加强了采购管理以实现成本优化，对冲价格下行对毛利率的冲击

公司持续加大新产品研发投入，持续获取主要客户新增优质定点项目，高附加值新产品落地能够优化产品结构，对冲存量产品年降带来的价格压力；与此同时，公司持续跟踪原材料价格走势，通过商务谈判、供应商结构优化、规范采购模式等方式推进成本优化，落实精细化管理与降本增效。新品结构优化与主动降本举措能够有效对冲产品降价影响，稳定盈利水平。

综上所述，下游新能源汽车、国产自主品牌汽车市场持续扩容，为公司产品提供稳定需求支撑；公司作为全球汽车座椅舒适领域头部供应商，市场地位突出，具备较强议价能力；公司深度绑定全球汽车零部件百强优质客户，合作基础稳固；同时公司持续推进新产品落地、实施采购降本增效，优化产品结构与成本端管控。在上述多重因素共同作用下，公司主要产品毛利率持续较大幅度下滑的风险较低。

五、中介机构核查情况

（一）核查程序

保荐人、申报会计师主要执行了以下核查程序：

1、获取发行人的收入成本明细表，核查各类产品的销售单价、单位成本以及年降和返利数据，分析报告期不同产品类别、不同客户结构的总体毛利率变动原因及合理性；结合发行人的收入成本明细表，分析发行人主要客户的年降及返利情况；

2、查阅同行业可比公司的公开信息，对比分析其在产品定位、生产工艺、客户结构等方面与发行人的异同，并分析其与发行人毛利率差异及合理性；

3、结合发行人的收入成本明细表，分析境内和境外各类产品的毛利率变动原因；

4、获取并核查发行人主要原材料采购明细表，分析发行人主要原材料的价格变动原因；查阅行业公开信息，了解国内外汽车行业、汽车零部件行业的市场发展趋势；查阅弗若斯特沙利文等独立第三方行业研究报告，了解汽车座椅市场的竞争格局；查阅发行人的招股说明书，与发行人相关人员进行沟通和访谈，了解发行人的竞争优势及发行人所处行业上下游产业链情况，并分析发行人未来的毛利率变动趋势。

（二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、发行人报告期内主要细分产品的毛利率受量产产品单价下降、新产品毛利率降低、部分产品生产成本上升等多因素影响有所下降，相应导致发行人主营业务毛利率下降，具有合理性；

2、发行人与同行业可比公司在产品定位、生产工艺、客户结构等方面有所不同，从而导致发行人的毛利率与同行业可比公司存在一定差异，具备合理性；

3、报告期内，发行人整体外销业务毛利率低于内销业务毛利率，主要系海外子公司处于早期发展阶段，业务规模相对较小，生产成本较高，导致外销整体毛利率较低所致，具有合理性；

4、未来发行人的主要产品毛利率存在下滑的风险，但从当前发行人的毛利率水平、外部政策、市场发展趋势，以及自身的竞争力上看，进一步下降的空间有限。

11、关于期间费用

申报材料显示：

报告期内，发行人期间费用主要以职工薪酬为主,发行人相关费用率与同行业可比公司存在一定差异。

请发行人披露：

（1）报告期内各项期间费用变动的合理性，与经营规模、收入变化的匹配性，各项费用核算是否准确、完整；结合同行业可比公司业务结构、销售管理模式等，说明发行人销售费用率、管理费用率低于同行业可比公司平均水平的原因及合理性。

（2）结合报告期内员工人数及其变化、人均薪酬情况，量化分析管理人员、销售人员和研发人员薪酬及其变动的原因及合理性，与同行业可比公司、当地平均薪酬水平的对比情况及差异合理性。

（3）报告期内研发项目开展情况、研发费用具体构成及核算的准确、规范性，研发费用相关加计扣除项目是否合规。

请保荐人、申报会计师简要概括核查过程，并发表明确意见。

【回复】

发行人披露：

一、报告期内各项期间费用变动的合理性，与经营规模、收入变化的匹配性，各项费用核算是否准确、完整；结合同行业可比公司业务结构、销售管理模式等，说明发行人销售费用率、管理费用率低于同行业可比公司平均水平的原因及合理性

（一）报告期内各项期间费用变动的合理性，与经营规模、收入变化的匹配性，各项费用核算是否准确、完整

报告期内，公司期间费用金额及占同期营业收入比例如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例
销售费用	4,418.95	1.06%	2,801.38	0.84%	2,729.93	1.18%
管理费用	22,694.63	5.43%	13,936.17	4.19%	24,635.16	10.68%
研发费用	24,260.27	5.81%	17,372.49	5.22%	13,277.85	5.76%
财务费用	-384.31	-0.09%	1,605.03	0.48%	624.31	0.27%
合计	50,989.53	12.21%	35,715.06	10.73%	41,267.25	17.89%

报告期内，公司营业收入分别为 230,717.19 万元、332,959.44 万元及 417,715.04 万元，期间费用分别为 41,267.25 万元、35,715.06 万元及 50,989.53 万元，期间费用占同期营业收入比例分别为 17.89%、10.73%及 12.21%。

1、销售费用变动的合理性，与经营规模、收入变化的匹配性

报告期内，公司销售费用具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例
职工薪酬	3,060.41	0.73%	1,734.27	0.52%	1,061.20	0.46%
业务招待费	579.97	0.14%	456.91	0.14%	447.3	0.19%
差旅费	282.64	0.07%	179.25	0.05%	133.42	0.06%
股份支付	198.05	0.05%	171.45	0.05%	16.69	0.01%
市场拓展费	58.27	0.01%	150.36	0.05%	978.87	0.42%
其他	239.62	0.06%	109.13	0.03%	92.45	0.04%
合计	4,418.95	1.06%	2,801.38	0.84%	2,729.93	1.18%

报告期各期，公司销售费用分别为 2,729.93 万元、2,801.38 万元和 4,418.95 万元，占当期营业收入比例分别为 1.18%、0.84%和 1.06%，整体保持稳定。

报告期内，公司销售费用主要包括职工薪酬、业务招待费、差旅费、市场拓展费，上述项目合计占销售费用的比例分别为 96.00%、89.98%和 90.10%，为销售费用的主要组成部分。

报告期内，公司销售费用各主要项目变动原因分析如下：

(1) 职工薪酬

报告期内，公司销售费用中的职工薪酬分别为 1,061.20 万元、1,734.27 万元和 3,060.41 万元，占当期营业收入的比例分别为 0.46%、0.52%和 0.73%。随着营业收入的持续增长、业务规模的不断扩大，公司销售人员平均数量从 2023 年的 53 人增加至 2025 年的 127 人，人均薪酬水平也有所提升由 2023 年的 20.09 万元增加至 2025 年的 24.13 万元。上述因素共同影响导致公司销售费用中职工薪酬金额增长较快，占营业收入的比例有所上升。

（2）业务招待费、差旅费

报告期内，公司销售费用中的业务招待费分别为 447.30 万元、456.91 万元和 579.97 万元，占当期营业收入的比例分别为 0.19%、0.14%和 0.14%。报告期内，销售费用中的差旅费分别为 133.42 万元、179.25 万元和 282.64 万元，占营业收入的比例分别为 0.06%、0.05%和 0.07%。上述费用金额较小，占营业收入的比例基本保持稳定。

（3）市场拓展费

报告期内，公司销售费用中的市场拓展费分别为 978.87 万元、150.36 万元和 58.27 万元，占当期营业收入的比例分别为 0.42%、0.05%和 0.01%。2023 年上述费用金额相对较大，主要系公司为了解及拓展欧洲、日本等主要汽车零部件市场而支付相关费用；2024 年公司通过设立的海外子公司自主进行市场拓展，上述费用金额相应有所下降。

综上所述，报告期内，公司销售费用各主要项目变动具有合理性，公司销售费用占当期营业收入的比例总体保持稳定，与公司经营规模、收入变化具有匹配性。

2、管理费用变动的合理性，与经营规模、收入变化的匹配性

报告期内，公司管理费用具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例
职工薪酬	9,187.91	2.20%	5,888.67	1.77%	3,845.03	1.67%
股份支付	6,270.60	1.50%	3,383.72	1.02%	17,489.87	7.58%

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例
折旧及摊销	2,164.42	0.52%	1,188.75	0.36%	758.15	0.33%
专业服务费	1,981.93	0.47%	1,591.34	0.48%	890.5	0.39%
办公费	1,096.48	0.26%	735.4	0.22%	619.3	0.27%
差旅费	718.26	0.17%	330.37	0.10%	242.15	0.10%
业务招待费	473.37	0.11%	175.7	0.05%	139	0.06%
其他	801.65	0.19%	642.21	0.19%	651.16	0.28%
合计	22,694.63	5.43%	13,936.17	4.19%	24,635.16	10.68%

报告期内，公司管理费用分别为 24,635.16 万元、13,936.17 万元和 22,694.63 万元，占当期营业收入的比例分别为 10.68%、4.19%和 5.43%，2023 年管理费用占营业收入的比例较高主要是由于一次性计入当期损益的股份支付费用金额较高。

报告期内，公司管理费用主要包括职工薪酬、股份支付、专业服务费、折旧及摊销、办公费，上述项目合计占管理费用的比例分别为 95.81%、91.76%和 91.22%，为管理费用的主要组成部分。

报告期内，公司管理费用各主要项目变动原因分析如下：

（1）职工薪酬

报告期内，公司管理费用中的职工薪酬分别为 3,845.03 万元、5,888.67 万元和 9,187.91 万元，占当期营业收入的比例分别为 1.67%、1.77%和 2.20%。随着业务规模不断扩大、营业收入持续增长以及子公司的陆续设立，公司管理人员平均数量从 2023 年的 199 人增加至 2025 年的 369 人，同时人均薪酬水平有所上升从 2023 年的 19.31 万元增加至 2025 年的 24.92 万元。上述因素共同影响导致公司管理费用中职工薪酬金额增长较快，占营业收入的比例有所上升。

（2）股份支付

报告期内，公司管理费用中的股份支付费用分别为 17,489.87 万元、3,383.72 万元和 6,270.60 万元，占当期营业收入的比例分别为 7.58%、1.02%和 1.50%。

2023 年股份支付费用金额较大，主要是当年基于对公司未来发展前景的认

可以及为避免自身股权被稀释，老股东吴明、李瑛、李双、张海峰及吴明控制的企业海南吴佳以 1.00 元/注册资本的价格对公司增资，同时公司新聘管理人员彭向前增资入股。上述增资入股价格与评估确定的公允价值 114.43 元/股之间的差额较大且不含锁定期，按照企业会计准则的相关规定，对于其新增持股比例部分，对应确认的股份支付费用全部一次性计入当期损益，导致当期股份支付金额较大。

（3）专业服务费

报告期内，管理费用中专业服务费分别为 890.50 万元、1,591.34 万元和 1,981.93 万元，占当期营业收入的比例分别为 0.39%、0.48%和 0.47%，整体保持稳定。上述专业服务费涉及对象主要为外部咨询及审计鉴证机构、信息化服务机构、人力资源服务机构、知识产权代理机构、技术认证机构等。

（4）折旧及摊销和办公费

报告期内，管理费用中的折旧及摊销和办公费各期合计分别为 1,377.46 万元、1,924.15 万元和 3,260.90 万元，占当期营业收入的比例分别为 0.60%、0.58%和 0.78%，整体保持稳定。上述折旧及摊销、办公费主要为公司管理活动、经营办公过程中所使用的房屋设备、无形资产等资产对应的折旧及摊销费用以及办公耗材、物业管理、水电费、通讯费、维修保养费等相关必要费用。

综上所述，报告期内，公司管理费用各主要项目变动具有合理性，剔除股份支付费用影响后，公司管理费用占当期营业收入的比例分别为 3.10%、3.17%和 3.93%，与公司经营规模、收入变化具有匹配性。

3、研发费用变动的合理性，与经营规模、收入变化的匹配性

报告期内，公司研发费用具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例
职工薪酬	15,624.37	3.74%	10,362.20	3.11%	7,025.39	3.05%
材料及检测费	5,568.67	1.33%	5,367.42	1.61%	5,391.05	2.34%
股份支付	863.79	0.21%	590.92	0.18%	53.51	0.02%
折旧与摊销	602.36	0.14%	307.67	0.09%	294.44	0.13%

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例
委托开发费	150.23	0.04%	133.00	0.04%	151.38	0.07%
其他	1,450.85	0.35%	611.28	0.18%	362.07	0.16%
合计	24,260.27	5.81%	17,372.49	5.22%	13,277.85	5.76%

报告期内，公司研发费用分别为 13,277.85 万元、17,372.49 万元和 24,260.27 万元，占当期营业收入的比例分别为 5.76%、5.22%和 5.81%，整体保持稳定。

公司研发费用主要由职工薪酬、材料及检测费、股份支付构成，上述项目合计占研发费用的比例分别为 93.92%、93.94%和 90.92%，是研发费用的主要组成部分。

报告期内，公司研发费用各主要项目变动原因分析如下：

（1）职工薪酬

报告期内，公司研发费用中的职工薪酬分别为 7,025.39 万元、10,362.20 万元和 15,624.37 万元。随着公司研发规模的扩大，公司研发人员平均数量从 2023 年的 516 人增加至 2025 年的 932 人，同时人均薪酬水平提升从 2023 年的 13.62 万元增加至 2025 年的 16.76 万元。上述因素共同影响导致公司研发费用中职工薪酬金额增长较快，占营业收入的比例不断上升。

（2）材料及检测费

报告期内，公司研发费用中的材料及检测费分别为 5,391.05 万元、5,367.42 万元和 5,568.67 万元，研发费用中的材料及检测费金额保持稳定。

（3）股份支付

报告期内，公司研发费用中的股份支付分别为 53.51 万元、590.92 万元和 863.79 万元，主要系公司为吸引和留住核心技术人才、激发研发团队创新活力，向研发人员授予股权激励并按照企业会计准则的相关规定，确认股份支付费用。

综上所述，报告期内，公司研发费用占各期营业收入的比例总体保持稳定，各主要项目变动具有合理性，与公司经营规模、收入变化具有匹配性。

4、财务费用变动的合理性，与经营规模、收入变化的匹配性

报告期内，公司财务费用具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例
利息费用	533.66	0.13%	1,163.71	0.35%	872.57	0.38%
其中：租赁负债利息费用	242.06	0.06%	180.71	0.05%	112.25	0.05%
减：利息收入	203.7	0.05%	26.75	0.01%	11.65	0.01%
汇兑收益	-743.96	-0.18%	438.25	0.13%	-261.67	-0.11%
手续费支出及其他	29.69	0.01%	29.82	0.01%	25.07	0.01%
合计	-384.31	-0.09%	1,605.03	0.48%	624.31	0.27%

报告期内，公司财务费用分别为 624.31 万元、1,605.03 万元和-384.31 万元，占当期营业收入的比例分别为 0.27%、0.48%和-0.09%，占比很低。公司财务费用主要包括利息费用、汇兑损益等。报告期内，公司财务费用的变动主要受利息费用和汇兑损益变动的影响，具有合理性。

综上所述，报告期内公司各项期间费用变动具有合理性，与经营规模、收入变化整体相匹配。公司在费用核算方面建立了《费用报销管理制度》《财务核算管理制度》《资金管理制度》《发票管理规定》等较为完善的内部控制制度，按照权责发生制的原则，对经营活动中实际发生的费用进行归集和核算，报告期内公司期间费用核算准确、完整。

（二）结合同行业可比公司业务结构、销售管理模式等，说明发行人销售费用率、管理费用率低于同行业可比公司平均水平的原因及合理性。

1、销售费用率低于同行业可比公司平均水平的原因及合理性

报告期内，公司销售费用率与同行业公司比较如下：

科目	浙江华远	松原安全	华懋科技	可比公司平均值	发行人	差异
2025 年度						
职工薪酬	1.02%	0.47%	0.54%	0.68%	0.73%	0.05%
业务招待费	0.31%	0.14%	0.00%	0.15%	0.14%	-0.01%
差旅费	0.09%	0.03%	0.03%	0.05%	0.07%	0.02%
股份支付	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.05%	0.05%

科目	浙江华远	松原安全	华懋科技	可比公司 平均值	发行人	差异
市场拓展费	0.35%	0.00%	0.19%	0.18%	0.01%	-0.17%
其他	0.10%	0.61%	0.44%	0.38%	0.06%	-0.32%
合计	1.87%	1.26%	1.20%	1.44%	1.06%	-0.39%
2024 年度						
职工薪酬	1.04%	0.63%	0.55%	0.74%	0.52%	-0.22%
业务招待费	0.38%	0.20%	0.00%	0.20%	0.14%	-0.06%
差旅费	0.16%	0.05%	0.02%	0.08%	0.05%	-0.03%
股份支付	0.00%	0.04%	0.00%	0.01%	0.05%	0.04%
市场拓展费	0.56%	0.00%	0.01%	0.19%	0.05%	-0.14%
其他	0.17%	0.84%	0.32%	0.44%	0.04%	-0.40%
合计	2.32%	1.76%	0.91%	1.66%	0.84%	-0.82%
2023 年度						
职工薪酬	1.32%	0.70%	0.61%	0.88%	0.46%	-0.42%
业务招待费	0.49%	0.19%	0.00%	0.23%	0.19%	-0.04%
差旅费	0.15%	0.07%	0.02%	0.08%	0.06%	-0.02%
股份支付	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.01%	0.01%
市场拓展费	0.57%	0.00%	0.03%	0.20%	0.42%	0.22%
其他	0.12%	0.96%	0.31%	0.46%	0.04%	-0.42%
合计	2.65%	1.91%	0.98%	1.85%	1.18%	-0.67%

注：同行业可比公司相关数据均取自于公开披露的年度报告或招股说明书。

报告期各期，公司销售费用率分别为 1.18%、0.84%和 1.06%，同行业可比公司平均水平分别为 1.85%、1.66%和 1.44%，公司销售费用率略低于同行业可比公司平均水平，主要系：

（1）销售费用列报差异

同行业可比公司松原安全将货运仓储费列报为销售费用，公司将该等费用列报为营业成本，同行业可比公司华懋科技将包装费列报为销售费用，公司将该等费用列报为营业成本。若剔除该等因素的影响，同行业可比公司销售费用率平均水平分别为 1.60%、1.41%和 1.25%，与公司差异相对较小。

（2）公司规模效应较为显著

报告期内，公司营业收入分别为 230,717.19 万元、332,959.44 万元和

417,715.04 万元，同行业可比公司平均营业收入分别为 129,634.70 万元、162,191.33 万元和 198,136.37 万元，公司营业收入规模显著大于同行业可比公司平均水平，具有较为显著的规模效应，在一定程度上摊薄了销售费用率整体水平。

综上所述，公司销售费用率略低于同行业可比公司平均水平，符合公司实际情况，相关差异具有合理性。

2、管理费用率低于同行业可比公司平均水平的原因及合理性

报告期内，公司管理费用率与同行业公司比较如下：

科目	浙江华远	松原安全	华懋科技	可比公司 平均值	发行人	差异
2025 年度						
职工薪酬	3.76%	1.64%	4.55%	3.32%	2.20%	-1.12%
股份支付	0.29%	0.01%	3.96%	1.42%	1.50%	0.08%
折旧及摊销	0.64%	0.77%	2.48%	1.30%	0.52%	-0.78%
专业服务费	0.61%	0.37%	0.71%	0.56%	0.47%	-0.09%
办公费、差旅费	0.29%	0.46%	0.61%	0.45%	0.43%	-0.02%
业务招待费	0.39%	0.13%	0.41%	0.31%	0.11%	-0.20%
其他	0.83%	0.29%	0.97%	0.70%	0.19%	-0.51%
合计	6.81%	3.68%	13.69%	8.06%	5.43%	-2.63%
2024 年度						
职工薪酬	3.70%	1.70%	3.87%	3.09%	1.77%	-1.32%
股份支付	0.33%	0.09%	0.25%	0.22%	1.02%	0.80%
折旧及摊销	0.68%	0.80%	1.04%	0.84%	0.36%	-0.48%
专业服务费	0.47%	0.34%	0.91%	0.57%	0.48%	-0.09%
办公费、差旅费	0.32%	0.34%	0.54%	0.40%	0.32%	-0.08%
业务招待费	0.36%	0.13%	0.45%	0.31%	0.05%	-0.26%
其他	0.42%	0.34%	1.03%	0.60%	0.19%	-0.41%
合计	6.28%	3.74%	8.09%	6.04%	4.19%	-1.84%
2023 年度						
职工薪酬	4.16%	1.79%	4.04%	3.33%	1.67%	-1.66%
股份支付	0.38%	0.51%	0.80%	0.56%	7.58%	7.02%
折旧及摊销	0.71%	0.82%	1.35%	0.96%	0.33%	-0.63%
专业服务费	0.18%	0.39%	1.11%	0.56%	0.39%	-0.17%

科目	浙江华远	松原安全	华懋科技	可比公司 平均值	发行人	差异
办公费、差旅费	0.52%	0.32%	0.49%	0.45%	0.37%	-0.08%
业务招待费	0.49%	0.12%	0.82%	0.48%	0.06%	-0.42%
其他	0.51%	0.42%	0.93%	0.62%	0.28%	-0.34%
合计	6.96%	4.38%	9.55%	6.96%	10.68%	3.72%

注：同行业可比公司相关数据均取自于公开披露的年报信息。

报告期各期，公司管理费用率分别为 10.68%、4.19%和 5.43%，同行业可比公司平均水平 6.96%、6.04%和 8.06%，2023 年，公司管理费用率高于同行业可比公司，主要系一次性计入当期损益的股份支付费用金额较高；2024 年、2025 年，公司管理费用率低于同行业可比公司平均水平，主要系公司管理费用中职工薪酬、折旧及摊销占营业收入的比例低于同行业可比公司平均水平，具体原因如下：

（1）公司规模效应较为显著

报告期内，公司营业收入分别为 230,717.19 万元、332,959.44 万元和 417,715.04 万元，同行业可比公司平均营业收入分别为 129,634.70 万元、162,191.33 万元和 198,136.37 万元，公司营业收入规模显著大于同行业可比公司平均水平、具有较为显著的规模效应，在一定程度上摊薄了管理费用率整体水平。

（2）公司管理模式较为集中

公司专注于汽车座舱舒适及安全系统的研发、生产及销售，为提升管理效率，公司采取集团统一管理模式，海外业务、财务、采购、人力、行政等管理人员大多集中在总部办公，在一定程度上降低了公司管理费用率。

同行业可比公司华懋科技除汽车被动安全系统部件业务外，通过布局光刻材料及车规级有机硅等新业务领域并正在推进重大资产重组收购富创优越，业务横跨多个赛道，管理跨度及管理复杂性高于其他可比公司，管理费用率相对较高，在一定程度上拉高了同行业可比公司平均水平；浙江华远 2025 年营业收入为 76,254.55 万元，收入规模相对较小，使得管理费用率相对较高；相较于浙江华远，松原安全 2025 年营业收入为 267,808.82 万元，收入规模与公司更为接近，管理费用率与公司差异较小。

综上所述，公司管理费用率低于同行业可比公司平均水平，符合公司实际情

况，相关差异具有合理性。

二、结合报告期内员工人数及其变化、人均薪酬情况，量化分析管理人员、销售人员和研发人员薪酬及其变动的原因及合理性，与同行业可比公司、当地平均薪酬水平的对比情况及差异合理性。

（一）结合报告期内员工人数及其变化、人均薪酬情况，量化分析管理人员、销售人员和研发人员薪酬及其变动的原因及合理性

1、管理人员薪酬及其变动的原因及合理性

单位：万元、人、万元/人

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
职工薪酬总额	9,187.91	5,888.67	3,845.03
管理人员平均数量	369	248	199
管理人员平均薪酬	24.92	23.72	19.31

注：管理人员平均数量=Σ（各月管理人员数量）/各期月份数，管理人员平均薪酬=管理费用中的职工薪酬/管理人员平均数量。

报告期内，公司管理人员平均数量分别为 199 人、248 人和 369 人，增长较快，主要系随着经营规模不断扩大以及罗马尼亚安闻、德国安闻、日本安闻、摩洛哥安闻、墨西哥安闻等多家子公司陆续设立，公司管理人员规模持续增加。

报告期内，公司管理人员平均薪酬分别为 19.31 万元、23.72 万元和 24.92 万元，保持增长态势，主要系一方面，随着公司业务规模的增加，公司适当提升管理人员整体薪酬水平；另一方面，公司根据业务需要，引入了部分经验较丰富且薪酬水平较高的高职级管理人员。

上述因素共同影响导致公司管理人员薪酬总额增长较快，具有合理性。

2、销售人员薪酬及其变动的原因及合理性

单位：万元、人、万元/人

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
职工薪酬总额	3,060.41	1,734.27	1,061.20
销售人员平均数量	127	65	53
销售人员平均薪酬	24.13	26.75	20.09

注：销售人员平均数量=Σ（各月销售人员数量）/各期月份数，销售人员平均薪酬=销售费用中的职工薪酬/销售人员平均数量。

报告期内，公司销售人员平均数量分别为 53 人、65 人和 127 人，增长较快，

主要系随着营业收入的持续增长、业务规模的不断扩大，公司持续增加销售人员。

报告期内，公司销售人员平均薪酬分别为 20.09 万元、26.75 万元和 24.13 万元，2025 年销售人员平均薪酬较上年有所下降，主要系当期新增较多主要从事客户资料整理、归档等内勤工作的低职级销售人员，薪酬相对较低。

上述因素共同影响下，报告期内公司销售人员薪酬总额增长较快，具有合理性。

3、研发人员薪酬及其变动的原因及合理性

单位：万元、人、万元/人

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
职工薪酬总额	15,624.37	10,362.20	7,025.39
研发人员平均数量	932	655	516
研发人员平均薪酬	16.77	15.83	13.61

注：研发人员平均数量=Σ（各月研发人员数量）/各期月份数，研发人员平均薪酬=研发费用中的职工薪酬/研发人员平均数量。

报告期内，公司研发人员平均数量分别为 516 人、655 人和 932 人，增长较快，主要系随着公司经营规模不断扩大以及下游车型升级换代加快，新产品、新工艺等研究开发活动增加，公司研发人员数量需求持续增加。

报告期内，公司研发人员平均薪酬分别为 13.61 万元、15.83 万元和 16.77 万元，保持增长态势，主要系一方面，随着公司业务规模的增加、研发实力的增强，公司提升研发人员整体薪酬水平；另一方面，随着公司产品研发的复杂程度、差异化程度日益提升，公司引进富有经验的研发人员进行创新研发、丰富自身技术储备，该部分资深研发人员薪酬水平相对较高。

上述因素共同影响下，报告期内公司研发人员薪酬总额增长较快，具有合理性。

（二）与同行业可比公司、当地平均薪酬水平的对比情况及差异合理性

1、与同行业可比公司的对比情况及差异合理性

报告期内，公司管理人员、销售人员和研发人员平均薪酬与同行业可比公司对比情况如下：

单位：万元/人

类型	公司名称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
管理人员	浙江华远	24.31	23.66	21.33
	松原安全	20.85	13.10	10.55
	华懋科技	46.61	42.16	44.07
	发行人	24.92	23.72	19.31
销售人员	浙江华远	14.93	15.30	16.27
	松原安全	49.51	49.48	36.43
	华懋科技	16.15	17.36	20.00
	发行人	24.13	26.75	20.09
研发人员	浙江华远	16.58	16.79	15.46
	松原安全	29.70	29.69	29.71
	华懋科技	18.29	18.22	18.32
	发行人	16.77	15.83	13.61

注：上表同行业可比公司数据取自各期间年度报告或招股说明书。

报告期内，公司管理人员平均薪酬分别为 19.31 万元、23.72 万元和 24.92 万元，公司管理人员平均薪酬位于同行业可比公司区间范围内，高于浙江华远、松原安全，低于华懋科技，主要系华懋科技布局光刻材料及车规级有机硅等新业务领域后，管理人员薪酬水平较高、具有合理性。

报告期内，公司销售人员平均薪酬分别为 20.09 万元、26.75 万元和 24.13 万元，公司销售人员平均薪酬位于同行业可比公司区间范围内，高于浙江华远、华懋科技，低于松原安全，主要系松原安全销售人员平均人数为 25 人左右，人员配备数量较少，人均创收较高，导致其平均薪酬较高、具有合理性。

报告期内，公司研发人员平均薪酬分别为 13.61 万元、15.83 万元和 16.77 万元，与浙江华远研发人员平均薪酬较为接近。公司研发人员平均薪酬低于同行业可比公司，主要系公司研发人员主要位于天津市武清区、毗邻河北省廊坊市，当地社会经济及人员成本相对较低，相应导致公司研发人员人均薪酬低于同行业可比公司。

综上所述，公司管理人员、销售人员、研发人员与同行业可比公司存在差异具有合理性。

2、与当地平均薪酬水平的对比情况及差异合理性

报告期内，公司管理人员、销售人员和研发人员平均薪酬与当地平均薪酬水平对比情况如下：

单位：万元/人

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
管理人员平均薪酬	24.92	23.72	19.31
销售人员平均薪酬	24.13	26.75	20.09
研发人员平均薪酬	16.77	15.83	13.61
当地平均工资	6.10	5.92	5.77

注 1：上表中当地平均工资数据为河北省人民政府公布的廊坊市城镇私营单位平均工资；

注 2：销售/管理/研发人员平均数量=Σ（各月人员数量）/各期月份数，销售/管理/研发人员平均薪酬=费用中的职工薪酬/人员平均数量。

报告期内，公司管理人员、销售人员和研发人员薪酬显著高于公司注册地河北省廊坊市的平均薪酬，公司薪酬水平在当地具有竞争力。

三、报告期内研发项目开展情况、研发费用具体构成及核算的准确、规范性，研发费用相关加计扣除项目是否合规。

（一）报告期内研发项目开展情况

1、研发项目的具体内容

公司研发活动围绕自身主营业务开展，研发项目内容不仅涵盖热温舒适类、体态舒适类、传感检测类产品研发也包括对风扇组件、泵阀总成、控制器软硬件等通用核心零部件、自动化生产工艺设备的研发，同时积极在车载冷暖箱、车载饮品机、制氧机等汽车座舱新产品领域进行研发布局，其中：

（1）在热温舒适类、体态舒适类、传感检测类产品研发项目中，公司根据需求调研结果以及不同客户的配置、参数要求，运用自身产品研发经验、相关技术积累进行产品设计、工艺设计、实验试装等活动。

（2）在通用核心零部件、自动化生产工艺设备研发项目中，公司基于市场中具备共通性、重要性的技术发展趋势来持续迭代核心零部件型号，形成较为丰富的技术储备从而能够更好地满足客户差异化配置要求；与此同时，公司为提高生产效率与工序作业质量，自主研发各类产品的自动化生产设备及其配套工艺。

（3）在汽车座舱新产品研发项目中，公司基于自身对行业发展趋势的研判、对前沿技术方向的把握，自主研发相关新产品、拓宽产品矩阵广度，从而借助自

身客户资源优势形成新的业绩增长点。

2、研发项目的开展流程

公司基于 IATF16949 标准,以汽车零部件行业通行模式制订所有研发项目的研发流程,具体涵盖需求调研、工程开发、工艺设计、试制、SOP 等各个阶段时点,主要流程如下:

阶段	研发活动的主要内容
立项阶段	1、公司基于对行业发展趋势、新技术应用前景、核心零部件提质增效、座舱新品潜在市场空间的研判,或通过对不同客户的需求分析明确研发目标; 2、基于该项目的市场需求、开发难度等条件配备研发人员,成立项目团队。
规划启动阶段	1、对立项阶段形成的研发目标予以进一步拆解、论证、设计、优化; 2、确认产品设计目标,组织阶段性评审。
工程开发阶段	1、进行工程设计,形成初步图纸、工程 BOM、失效模式分析等工程资料; 2、持续设计优化产品性能、结构、适配性,不断完善产品性能指标(如温升速率、通风量、运行噪音、响应速率等); 3、确认实验计划,对关键材料、工程样件开展实验并进行试装; 4、确认工程开发结果,组织阶段验证评审。
工艺设计阶段	1、结合产品结构特性与量产要求开展工艺设计,针对生产过程编制生产控制计划、工艺流程图的设计资料; 2、设计、制作、采购工装、模具、夹具、量具等生产工具; 3、确认工艺设计方案,组织阶段验证评审。
试制阶段	1、根据既定图纸与工艺设计在试制车间进行试生产,反馈问题并改进; 2、配备专门质量控制人员,对产品试制过程予以管控,检验产品设计、生产工艺可靠性。
SOP	1、确认研发结果、设计冻结; 2、组织项目评审、形成转量产确认文件。

报告期内,公司制定了《研发项目管理制度》《研发人员管理规定》《研发物料管理规定》《研发系统使用管理规定》《研发费用归集与核算管理规定》等相关制度体系,建立了专用于研发项目全周期管理的 PMS 系统并安排相关部门组织实施专题培训、日常监督,以保障相关制度的稳步落实与信息系统的规范使用。公司研发项目开展步骤与内容符合行业特征,相关内部控制设计恰当、执行有效。

3、研发项目的开展情况

报告期内,公司研发费用金额分别为 13,277.85 万元、17,372.49 万元、24,260.27 万元,主要研发项目的具体开展情况如下:

单位: 万元

研发项目	所属产品类别及主要研发内容	截至报告期末的研发进度	2025 年度	2024 年度	2023 年度
体态舒适类产品研发项	体态舒适类、热温舒	已结项	4,390.98	3,756.77	3,224.37

研发项目	所属产品类别及主要研发内容	截至报告期末的研发进度	2025 年度	2024 年度	2023 年度
目	适类、传感检测类各型产品研发项目，公司依据不同客户的参数、配置要求，基于自身技术积累与研发经验，自主开发新产品。	进行中	2,564.92	53.08	-
		合计	6,955.91	3,809.85	3,224.37
座椅通风产品研发项目		已结项	1,432.85	3,462.59	3,018.60
		进行中	2,084.08	96.38	-
		合计	3,516.93	3,558.97	3,018.60
座椅加热产品研发项目		已结项	1,820.17	3,530.22	2,729.15
		进行中	1,340.25	194.54	-
		合计	3,160.42	3,724.76	2,729.15
传感检测类产品研发项目		已结项	805.01	1,983.32	1,538.39
		进行中	1,252.56	135.97	-
		合计	2,057.57	2,119.29	1,538.39
方向盘加热、HOD 产品研发项目		已结项	437.94	1,161.35	920.37
		进行中	736.36	43.50	-
		合计	1,174.30	1,204.85	920.37
产品控制器及配套软硬件研发项目		已结项	311.06	301.09	469.14
		进行中	196.80	-	-
		合计	507.87	301.09	469.14
低噪声、低阻抗、大通风量座椅通风组件的研发	核心零部件研发项目，公司基于市场共同性需求及其发展趋势，运用新技术、新设计、新材料，自主研发风扇、泵阀、机芯等各类产品核心零部件，以持续优化、丰富技术积累、产品功能与控制特性。	进行中	969.26	285.75	65.76
记忆合金气动控制系统的研发		进行中	694.60	85.32	18.60
泵体、控制器等体态舒适产品核心组件的研发		进行中	506.27	661.70	263.81
小型化多功能按摩机芯的研发		进行中	234.22	2.38	-
车载冷暖箱战略新品的研发	座舱新品研发项目、自动化工艺设备研发项目，公司基于对行业发展趋势的研判、对前沿技术方向的把握，自主研发相关新产品，拓宽产品矩阵广度。	进行中	1,283.49	237.38	37.60
座舱毫米波雷达传感探测技术的研发		进行中	338.47	29.48	9.86
车载饮品机战略新品的研发		进行中	190.34	-	-
CDS/OCS 系统及其控制器的研发		进行中	156.87	143.12	55.65
车载制氧机战略新品的研发		进行中	66.65	-	-
自动化集成工艺设备及产线的研发		进行中	751.63	598.32	689.32
其他研发项目			1,695.47	610.24	237.22

研发项目	所属产品类别及主要研发内容	截至报告期末的研发进度	2025 年度	2024 年度	2023 年度
总计			24,260.27	17,372.49	13,277.85

报告期内，公司各期研发费用率分别为 5.76%、5.22%、5.81%，趋势稳定、与同行业可比公司无重大差异，公司研发项目开展情况符合公司经营需要，各项目具体研发内容、研发目的均与主营业务高度相关。报告期内，公司研发项目相关内部控制设计恰当、执行有效，符合行业及自身经营特点，保障了研发项目的有序开展。

（二）研发费用具体构成及核算的准确、规范性

1、研发费用的具体构成

报告期各期，公司研发费用的具体构成情况如下：

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
职工薪酬	15,624.37	64.40%	10,362.20	59.65%	7,025.39	52.91%
材料及检测费	5,568.67	22.95%	5,367.42	30.90%	5,391.05	40.60%
股份支付	863.79	3.56%	590.92	3.40%	53.51	0.40%
折旧与摊销	602.36	2.48%	307.67	1.77%	294.44	2.22%
委托开发费	150.23	0.62%	133.00	0.77%	151.38	1.14%
其他	1,450.85	5.98%	611.28	3.52%	362.07	2.73%
合计	24,260.27	100.00%	17,372.49	100.00%	13,277.85	100.00%

报告期内，公司研发费用分别为 13,277.85 万元、17,372.49 万元和 24,260.27 万元。公司研发费用主要由职工薪酬、材料及检测费、股份支付构成，上述项目合计占研发费用的比例分别为 93.92%、93.94%和 90.92%，为研发费用的主要组成部分。

2、研发费用归集、核算的准确、规范性

公司制定了《研发项目管理制度》《研发人员管理规定》《研发物料管理规定》《研发系统使用管理规定》《研发费用归集与核算管理规定》等相关制度体系，建立了专用于研发项目全周期管理的 PMS 系统，以确保及时、准确记录研发活动、归集并核算研发费用。公司研发费用的归集、核算方式如下：

核算方面	核算内容	归集、核算方式
职工薪酬	全体研发人员的工资、奖金、社保、住房公积金等支出	1、研发人员通过 PMS 系统等途径，按日、分项目填写研发项目工时，经部门审批后，形成工时记录表。 2、每月末，财务部门汇总研发人员工资、奖金、社保、住房公积金等支出总额并依据工时记录表汇总各研发项目工时，按项目归集、核算研发人员薪酬。
材料及检测费	研发过程中的物料消耗、第三方检测费用	1、物料消耗：各研发部门依据自身需求与研发项目需要，于系统提交《研发领料申请单》等单据，注明物料代码、数量、研发项目等信息，经签字确认后出库，按项目归集、核算物料消耗。 2、第三方检测费用：研发相关部门根据项目需要提出检测需求，第三方检测机构完成相关检测后出具相关报告及发票，财务部门据此归集核算相关费用。 3、研发样件的会计处理：试制品试制完工后，其所对应的生产成本结转至存货，不确认为研发费用。
股份支付	对研发人员实施股权激励而形成的费用	财务部门首先确认当期股份支付总额并将其中明确为研发人员的部分归集至研发费用。
折旧与摊销	研发活动的设备、场地、使用权资产折旧摊销费用	公司将相关资产按具体使用部门划分，涉及研发部门的相关资产所产生的折旧摊销费用归集至研发费用，并按研发项目工时分摊至具体研发项目。
委托开发费	委外研发费用	财务部门依据费用申请单、委托开发合同、交付成果、发票等资料，按项目归集、核算相关费用。
其他费用	水费、电费、个别项目的设计费、研发人员的差旅费等	1、设计费用：财务部门依据费用申请单、产品设计合同、交付成果、发票等资料，按项目归集、核算相关费用。 2、其他：财务部门依据各项费用申请单、发票等资料归集相关费用，并按研发项目工时分摊至具体研发项目。

报告期内，公司制定了较为完善的研发活动内部控制制度体系，建立了相关的信息系统工具，相关制度执行有效、信息系统运行良好。公司研发人员薪酬根据其研发工时记录予以归集、核算，材料及检测费的归集、核算严格按照公司相关制度执行，折旧与摊销、其他费用的分摊合理。报告期内，公司不存在研发费用与生产成本混同的情况，不存在将其他成本、费用计入研发费用的情形，不存在研发支出资本化的情形，相关会计处理符合《企业会计准则》等相关制度的规定，公司研发费用归集与核算准确、规范。

（三）研发费用相关加计扣除项目的合规性

报告期内，母公司、河北安闻、上海安闻、天津安闻、广东安闻、浙江安闻、廊坊安海斯、东莞安海思、天津暖曦涉及研发费用加计扣除申报。报告期各期，上述主体企业所得税申报加计扣除研发费用总额为 11,965.23 万元、15,183.85 万元、21,918.22 万元。报告期内，公司依照《关于完善研究开发费用税前加计扣除政策的通知》（财税〔2015〕119 号）、《关于进一步完善研发费用税前加计扣除政策的公告》（财税〔2023〕7 号）、《关于企业委托境外研究开发费用税前加

计扣除有关政策问题的通知》（财税〔2018〕64号）和《关于加大支持科技创新税前扣除力度的公告》（财政部、税务总局、科技部公告2022年第28号）等相关规定申报研发费用加计扣除相关事项。报告期内，公司及其子公司不存在因研发费用加计扣除所导致的税务机关行政处罚等相关事项，研发费用加计扣除申报合规。

四、中介机构核查情况

（一）核查程序

保荐人、申报会计师主要执行了以下核查程序：

1、了解发行人费用核算相关的内部控制制度，评价内部控制设计和运行的有效性；

2、获取并查阅发行人报告期内各年度费用明细账，了解各项期间费用的构成及变动情况，分析各项费用变动的合理性；

3、获取发行人报告期内员工花名册、工资表及社保缴纳明细，核查销售人员、管理人员和研发人员数量及薪酬变动情况；

4、查阅同行业可比公司公开披露的年度报告，获取其销售费用率、管理费用率、研发费用率等数据，并与发行人进行对比分析；

5、查询同行业可比公司相关公开资料，分析人均薪酬与同行业可比公司存在差异的原因及合理性；查阅当地平均薪酬水平，与发行人平均薪酬对比，分析存在差异的原因及合理性；

6、获取研发体系组织架构图、各期研发人员名册等相关资料，访谈主要研发人员，了解其实际工作内容、项目参与情况、研发工作经验等；

7、获取研发项目管理、研发费用归集与核算相关内部控制制度等资料，获取研发项目台账，关注研发工作内容等；获取研发人员劳动合同、工资表等，核查研发人员投入情况及匹配程度；

8、抽样核查大额费用相关单据，执行控制测试、穿行测试；

9、获取发行人及子公司纳税申报表、财务报告，查阅相关制度，访谈相关财务、研发人员，通过公开信息等渠道，检索发行人是否存在因研发费用加计扣

除所导致的税务机关行政处罚等相关事项，获取相关合规证明。

（二）核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、发行人报告期内公司各项期间费用变动合理，与经营规模、收入变化整体匹配；各项费用核算准确、完整。公司销售费用率、管理费用率低于同行业可比公司平均水平具有合理性；

2、发行人管理人员、销售人员及研发人员薪酬变动符合发行人实际经营情况，具有合理性。各类人员薪酬水平与当地平均薪酬水平相比具有竞争力，与同行业可比公司差异具有合理性；

3、发行人报告期内研发项目正常开展，研发费用的具体构成及核算准确、规范，研发项目相关加计扣除项目合规。

12、关于主要应收款项及存货

申报材料显示：

报告期内，发行人应收账款账龄绝大部分在 1 年以内，单项计提坏账准备比例极低，发行人应收票据包含整车厂下属财务公司票据。报告期各期末，发行人存货账面价值持续上升，存货结构及存货跌价准备计提比例存在一定波动。

请发行人披露：

（1）报告期内发行人与主要客户的信用政策、结算方式及执行情况等，与同行业可比公司是否存在差异、是否符合行业惯例；应收账款周转率逐年下降、报告期各期均低于同行业可比公司平均水平的原因及合理性。

（2）报告期各期末应收票据的具体情况，包括票据种类、出票人、承兑人、金额、到期日等；对于已背书或贴现且在资产负债表日尚未到期的应收票据，说明相关票据终止确认的具体情况，是否符合终止确认的条件；结合应收票据预期信用损失的具体确定方法、与同行业可比公司对比情况，充分说明应收票据减值计提的充分性。

（3）结合主要产品需求、生产计划安排等变化，说明报告期各期末各类存货构成变动的原因；结合存货库龄结构、保质期、期后结转情况、存货跌价测试方法和覆盖范围、主要产品售价及变动情况、可变现净值的确定依据等，说明存货跌价准备计提的充分性。

请保荐人、申报会计师简要概括核查过程，并发表明确意见。

【回复】

发行人披露：

一、报告期内发行人与主要客户的信用政策、结算方式及执行情况等，与同行业可比公司是否存在差异、是否符合行业惯例；应收账款周转率逐年下降、报告期各期均低于同行业可比公司平均水平的原因及合理性

（一）报告期内发行人与主要客户的信用政策、结算方式及执行情况等，与同行业可比公司是否存在差异、是否符合行业惯例

1、报告期内发行人与主要客户的信用政策、结算方式及执行情况等

报告期内，公司主要应收客户的信用政策、结算方式如下：

客户名称	主要销售主体	信用政策	销售结算方式
东实李尔	东实李尔汽车座椅有限公司重庆分公司、武汉东实李尔云鹤汽车座椅有限公司	取得发票后 90 天、120 天	电汇+票据
延锋汽车	上海临港延锋汽车零部件系统有限公司、延锋（重庆）汽车零部件有限公司、延锋（西安）汽车零部件有限公司	取得发票后 60 天	电汇+票据
佛吉亚	西安佛吉亚汽车部件有限公司、佛吉亚（嘉兴）汽车座椅有限公司、深圳佛吉亚汽车部件系统有限公司	取得发票后 90 天	电汇+票据
麦格纳	麦格纳宏立汽车系统（陕西）有限公司、麦格纳宏立汽车系统集团有限公司、麦格纳宏立汽车系统（广东）有限公司	取得发票后 90 天	电汇+票据
李尔	重庆东实李尔汽车座椅有限公司、上海李尔汽车系统有限公司宁波分公司、李尔长安（重庆）汽车系统有限责任公司	取得发票后 60 天、90 天、120 天	电汇+票据
安道拓	安道拓（合肥）汽车部件系统有限公司、安道拓（安徽）汽车零部件有限公司、安道拓（重庆）汽车部件有限公司合肥分公司	取得发票后 90 天、120 天	电汇+票据
继峰股份	继峰座椅（常州）有限公司、上海继峰汽车座椅贸易有限公司	取得发票后 90 天	电汇+票据

注 1：主要客户为报告期各期末应收账款前五大客户；

注 2：信用政策、结算方式统计口径为上表列示的主要销售主体。

综上所述，公司对主要客户一般给予取得发票后不超过 120 天的信用期，该等主要客户采用电汇或者票据予以结算，执行情况良好。

2、与同行业可比公司是否存在差异、是否符合行业惯例

报告期内，同行业可比公司信用政策、结算方式情况如下：

公司名称	主要信用政策	结算方式
浙江华远	取得发票后 60-120 天	电汇+票据
松原安全	开具发票后 30-90 天	电汇+票据
华懋科技	开具发票后 30-120 天，主要客户以 60 天为主	电汇+票据
安闻科技	取得发票后 60-120 天	电汇+票据

由上表可知，报告期内，公司与同行业可比公司信用政策、结算方式不存在明显差异，符合行业惯例。

（二）应收账款周转率逐年下降、报告期各期均低于同行业可比公司平均水平的原因及合理性

1、应收账款周转率逐年下降的原因及合理性

报告期内，公司应收账款周转率情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额
营业收入	417,715.04	25.46%	332,959.44	44.31%	230,717.19
应收账款账面余额	223,960.83	22.44%	182,919.90	42.37%	128,482.15
应收账款周转率 (次/年)	2.05	-	2.14	-	2.34

报告期内，发行人销售模式和信用政策未发生重大变化，应收账款周转率有所下降，主要影响因素如下：

(1) 下半年尤其是第四季度收入金额及占比较高，受信用期因素影响期末未能全额回款，导致期末应收账款金额相对较大

报告期内，公司主营业务收入按季度情况如下：

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
第一季度	81,802.61	19.66%	58,079.86	17.49%	37,249.28	16.24%
第二季度	91,509.52	21.99%	68,921.21	20.76%	46,187.87	20.13%
第三季度	105,494.43	25.35%	87,725.18	26.42%	63,155.45	27.53%
第四季度	137,288.91	33.00%	117,297.60	35.33%	82,811.66	36.10%
合计	416,095.47	100.00%	332,023.86	100.00%	229,404.26	100.00%

报告期内，公司主营业务收入分别为 229,404.26 万元、332,023.86 万元和 416,095.47 万元，下半年实现收入金额分别为 145,967.11 万元、205,022.78 万元、242,783.34 万元，占比分别为 63.63%、61.75%和 58.35%，下半年实现的收入金额较大且不断上升。

一般情况下，公司对主要客户给予取得发票后不超过 120 天的信用期，故公司在下半年实现的收入在年末难以完全实现回款，在下半年实现的收入金额增长较快的情形下，公司年末应收账款余额增长亦将同步保持增长，进而使得应收账款周转率计算中的平均应收账款余额被放大、降低各期周转率水平。

（2）以数字化应收账款债权凭证结算增加

报告期内，公司部分客户采用“迪链”数字化应收账款债权凭证进行结算，公司将尚未到期的数字化应收账款债权凭证作为应收账款核算，导致应收账款余额增加进而降低应收账款周转率。

报告期各期末，公司数字化应收账款债权凭证的期末余额对周转率的影响情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度/ 2025 年末	2024 年度/ 2024 年末	2023 年度/ 2023 年末
应收账款周转率（次/年）	2.05	2.14	2.34
数字化应收账款债权凭证的期末余额	3,231.19	5,873.76	54.51
不考虑数字化应收账款债权凭证的期末余额后计算的应收账款周转率（次/年）	2.10	2.18	2.34

随着“迪链”数字化应收账款债权凭证结算规模在 2024 年以来规模增加且实际兑付周期通常在 3 至 6 个月，该类凭证因期末尚未到期而计入应收账款，致使公司应收账款余额增加，周转率相应下降。

综上所述，下半年尤其是第四季度收入金额及占比较高，受信用期因素影响期末未能全额回款，导致期末应收账款金额相对较大，与此同时部分下游主要客户采取“迪链”数字化应收账款债权凭证结算且规模较大，应收账款周转率逐年下降具有合理性。

2、应收账款周转率报告期各期均低于同行业可比公司平均水平的原因及合理性

报告期内，公司与同行业可比公司应收账款周转率对比数据如下：

单位：次/年

公司名称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
浙江华远	2.11	2.10	2.16
松原安全	2.30	2.21	2.28
华懋科技	2.92	2.90	3.44
平均值	2.44	2.40	2.63
发行人	2.05	2.14	2.34

注：同行业可比公司相关数据均取自于公开披露的年报信息。

报告期各期，公司应收账款周转率分别为 2.34 次/年、2.14 次/年和 2.05 次/年，同行业可比公司平均水平分别为 2.63 次/年、2.40 次/年和 2.44 次/年，公司应收账款周转率略低于同行业可比公司平均水平。

其中，公司应收账款周转率与同行业可比公司浙江华远和松原安全较为接近。华懋科技应收账款周转率较高，主要系根据其公开披露的资料，其给予主要客户信用期以 60 天为主且报告期内其第四季度收入占比分别为 29.08%、30.42%和 28.73%，低于浙江华远和松原安全。剔除华懋科技后，同行业可比公司应收账款周转率的平均值分别为 2.22、2.16、2.21，与公司差异很小、整体保持一致。

综上所述，公司应收账款周转率低于同行业可比公司平均水平，主要系华懋科技应收账款周转率较高，公司应收账款周转率与同行业可比公司浙江华远和松原安全较为接近，具有商业合理性、符合公司实际经营情况。

二、报告期各期末应收票据的具体情况，包括票据种类、出票人、承兑人、金额、到期日等；对于已背书或贴现且在资产负债表日尚未到期的应收票据，说明相关票据终止确认的具体情况，是否符合终止确认的条件；结合应收票据预期信用损失的具体确定方法、与同行业可比公司对比情况，充分说明应收票据减值计提的充分性

（一）报告期各期末应收票据的具体情况，包括票据种类、出票人、承兑人、金额、到期日等

1、应收票据的总体情况

公司收到的票据按照持有目的和承兑人的信用等级分别在应收票据和应收款项融资列报。报告期各期末，公司应收票据账面余额分别为 14,165.78 万元、18,280.60 万元和 17,455.99 万元，主要包括银行承兑汇票（非 6+9 银行）、商业承兑汇票以及财务公司承兑汇票，公司应收款项融资账面余额分别为 6,897.01 万元、17,458.88 万元和 14,827.73 万元，均为银行承兑汇票（6+9 银行）。

报告期各期末，公司票据在应收票据及应收款项融资的列报情况如下：

单位：万元					
项 目	分 类		2025 年末	2024 年末	2023 年末
应收票据	银行承兑汇票	期末持有	2,952.78	751.84	2,601.27

项 目	分 类		2025 年末	2024 年末	2023 年末
		背书或贴现未到期	7,006.77	8,270.96	10,091.27
	商业承兑汇票	期末持有	830.90	14.84	100.00
		背书或贴现未到期	839.54	919.26	793.25
	财务公司承兑 汇票	期末持有	1,852.90	2,498.36	180.00
		背书或贴现未到期	3,973.09	5,825.34	400.00
	小 计		17,455.99	18,280.60	14,165.78
应收款项 融资	银行承兑汇票	期末持有	14,827.73	17,458.88	6,897.01
	小 计		14,827.73	17,458.88	6,897.01
合 计			32,283.72	35,739.48	21,062.79

2、应收票据及应收款项融资的具体情况

单位：万元

截止日	列报科目	票据类别	出票人	承兑人	期末余额	出票日	到期日
2025 年末	应收票据	银行承兑 汇票	解放赋界（天津） 科技产业有限公司 等 43 家单位	渤海银行股份有限公司 长春分行等 44 家银 行（非 6+9 银行）	9,959.56	2025/07/17- 2025/12/31	2026/01/09- 2026/06/30
		商业承兑 汇票	延锋汽车智能安全 系统有限责任公司等 2 家单位	延锋汽车智能安全系 统有限责任公司等 2 家单位	1,670.45	2025/08/25- 2025/10/24	2026/01/24- 2026/03/25
		财务公司 承兑汇票	岚图汽车科技股份 有限公司等 7 家单位	东风汽车财务有限公 司等 2 家单位	5,825.99	2025/07/30- 2025/12/30	2026/01/26- 2026/06/26
		小 计			17,455.99		
	应收款项 融资	银行承兑 汇票	河北长安汽车有 限公司等 165 家 单位	华夏银行股份有限公 司保定分行等 93 家银 行（6+9 银行）	14,827.73	2025/07/07- 2025/12/30	2026/01/07- 2026/06/30
	合 计				32,283.72		
2024 年末	应收票据	银行承兑 汇票	合肥延锋云鹤汽 车座椅有限公司 等 40 家单位	安徽马鞍山农村商业 银行股份有限公司肥 西分行等 38 家银行 （非 6+9 银行）	9,022.80	2024/07/05- 2024/12/30	2025/01/05- 2025/06/30
		商业承兑 汇票	常州佛吉亚汽车 部件有限公司等 2 家单位	常州佛吉亚汽车部件 有限公司等 2 家单位	934.10	2024/10/29- 2024/12/26	2025/04/10- 2025/06/10
		财务公司 承兑汇票	东风华神汽车有 限公司等 5 家单 位	东风汽车财务有限公 司等 2 家单位	8,323.70	2024/08/30- 2024/12/30	2025/02/26- 2025/06/27
		小 计			18,280.60		
	应收款项 融资	银行承兑 汇票	蔚来汽车销售服 务有限公司等 93 家单位	交通银行股份有限公 司山东省分行等 74 家 银行（6+9 银行）	17,458.88	2024/08/07- 2024/12/30	2025/01/10- 2025/06/30

截止日	列报科目	票据类别	出票人	承兑人	期末余额	出票日	到期日
	合 计				35,739.48		
2023 年末	应收票据	银行承兑 汇票	合肥延锋云鹤汽车座椅有限公司等 44 家单位	安徽马鞍山农村商业银行股份有限公司肥西分行等 39 家银行（非 6+9 银行）	12,692.53	2023/07/05-2023/12/27	2024/01/01-2024/06/27
		商业承兑 汇票	深圳佛吉亚汽车部件有限公司等 2 家单位	深圳佛吉亚汽车部件有限公司等 2 家单位	893.25	2023/10/16-2023/12/26	2024/03/11-2024/06/23
		财务公司 承兑汇票	岚图汽车科技股份有限公司等 4 家单位	东风汽车财务有限公司等 2 家单位	580.00	2023/09/28-2023/10/26	2024/01/14-2024/04/23
		小 计			14,165.78		
	应收款项 融资	银行承兑 汇票	江苏悦达延锋汽车部件有限公司等 39 家单位	交通银行股份有限公司盐城分行等 36 家银行（6+9 银行）	6,897.01	2023/09/12-2023/12/29	2024/01/13-2024/06/28
	合 计				21,062.79		

注：6+9 银行为中国银行、中国农业银行、中国建设银行、中国工商银行、中国邮政储蓄银行和交通银行 6 家大型国有商业银行及招商银行、浦发银行、中信银行、中国光大银行、华夏银行、中国民生银行、平安银行、兴业银行、浙商银行 9 家全国性股份制商业银行，下同。

（二）对于已背书或贴现且在资产负债表日尚未到期的应收票据，说明相关票据终止确认的具体情况，是否符合终止确认的条件

报告期各期末，公司已背书或贴现且在资产负债表日尚未到期的票据情况如下：

单位：万元

项 目	2025 年 12 月 31 日		2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日	
	终止确认 金额	未终止确 认金额	终止确认 金额	未终止确 认金额	终止确认 金额	未终止确 认金额
银行承兑汇票	65,161.95	7,006.77	68,468.25	8,270.96	33,658.50	10,091.27
商业承兑汇票	-	839.54	-	919.26	-	793.25
财务公司承兑 汇票	-	3,973.09	-	5,825.34	-	400.00
合 计	65,161.95	11,819.40	68,468.25	15,015.56	33,658.50	11,284.52

公司结合票据的持有目的和风险情况，已背书或者贴现且在资产负债表日尚未到期的应收票据按如下方式在报表中列示应收票据及应收款项融资：

承兑单位	票据类型	报表科目列示	背书/贴现后处理
信用等级较高的 6+9 银行	银行承兑汇票	应收款项融资	终止确认

信用等级一般的其他商业银行	银行承兑汇票	应收票据	不终止确认
非银行或财务公司类企业	商业承兑汇票、财务公司承兑汇票	应收票据	不终止确认

（1）对于信用等级较高的银行承兑汇票，予以终止确认

6 家大型国有商业银行以及 9 家全国性股份制商业银行信用良好，资金实力雄厚，经营情况良好，信用评级长期处于 AAA 级，经营稳健且历史上极少发生票据到期不兑付的情况。公司背书或贴现该类票据后，被追索的可能性极低。根据实质重于形式的原则，票据所有权上几乎所有风险和报酬已在背书或贴现时转移给了被背书人或贴现银行。该认定标准与同行业可比公司及市场上绝大多数 A 股上市公司的认定标准一致。

故公司对于已背书或贴现且在资产负债表日尚未到期的承兑单位信用等级较高的“6+9”银行承兑汇票，进行终止确认。

（2）对于信用等级一般的银行承兑的银行承兑汇票、商业承兑汇票及财务公司承兑汇票，不终止确认

对于非“6+9”银行承兑的汇票，因其信用等级一般，存在一定的流动性风险和兑付不确定性；对于商业承兑汇票及财务公司承兑汇票，承兑人为企业，信用风险与承兑人的经营状况直接挂钩。根据《中华人民共和国票据法》规定，持票人在票据被拒付时可以向包括公司在内的所有前手行使追索权，公司仍面临信用风险和延期支付风险。因此，该类票据在背书或贴现时未实现风险报酬的实质性转移，不应终止确认。

故公司对于已背书或贴现且在资产负债表日尚未到期的承兑单位信用等级一般的银行承兑汇票、商业承兑汇票及财务公司承兑汇票，未进行终止确认。

（三）结合应收票据预期信用损失的具体确定方法、与同行业可比公司对比情况，充分说明应收票据减值计提的充分性

1、公司应收票据预期信用损失的具体确定方法

报告期各期末，公司基于应收票据的承兑人信用风险作为共同风险特征，将其划分为不同组合并确定预期信用损失会计估计政策：

（1）公司持有的银行承兑汇票的承兑银行信用评级较高，公司评价该类款

项具有较低的信用风险，不确认预期信用损失；

(2) 公司持有的商业承兑汇票、财务公司承兑汇票，参照应收账款政策确认预期损失率计提损失准备，与应收账款的组合划分相同；对于期末持有的商业承兑汇票、财务公司承兑汇票，公司按连续计算的账龄与整个存续期预期信用损失率对照表计算预期信用损失。

2、公司应收票据预期信用损失计提与同行业可比公司对比情况

(1) 公司应收票据预期信用损失的具体确定方法与同行业可比公司对比情况

公司应收票据预期信用损失的具体确定方法与同行业可比公司对比如下：

公司名称	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法	应收票据减值准备实际计提情况
浙江华远	银行承兑汇票	将信用风险特征明显不同的应收票据单独进行减值测试，并估计预期信用损失；将其余应收票据按信用风险特征划分为若干组合，参考历史信用损失经验，结合当前状况并考虑前瞻性信息，在组合基础上估计预期信用损失。	不计提减值准备
	商业承兑汇票		计提减值准备
松原安全	银行承兑汇票	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。	不计提减值准备
	商业承兑汇票	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收商业承兑汇票账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。	计提减值准备
华懋科技	银行承兑汇票	按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备。结合历史违约损失经验及目前经济状况、考虑前瞻性信息，对银行承兑汇票组合单独进行测试，如不存在减值的，不计提。	不计提减值准备
	商业承兑汇票	按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备。	计提减值准备
发行人	银行承兑汇票	将信用风险特征明显不同的应收票据单独进行减值测试，并估计预期信用损失；将其余应收票据按信用风险特征划分为若干组合，参考历史信用损失经验，结合当前状况并考虑前瞻性信息，在组合基础上估计预期信用损失。	不计提减值准备
	商业承兑汇票		计提减值准备
	财务公司承兑汇票		计提减值准备

如上表，公司预期信用损失的具体确定方法与同行业可比公司相比不存在明显差异。

公司应收票据预期信用损失率与同行业可比公司对比如下：

公司名称	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上
浙江华远	5.00%	10.00%	30.00%	100.00%		
松原安全	5.00%	10.00%	30.00%	50.00%	80.00%	100.00%
华懋科技	5.00%	10.00%	20.00%	30.00%	80.00%	100.00%
发行人	5.00%	20.00%	50.00%	100.00%		

如上表，公司应收票据预期信用损失率与同行业可比公司相比不存在明显差异。

（2）公司应收票据减值准备占需计提减值准备的票据组合比例与同行业可比公司对比情况

报告期各期末，公司及同行业可比公司应收票据减值准备占需计提减值准备的票据组合的账面余额比例如下：

公司名称	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日
浙江华远	5.00%	5.00%	12.00%
松原安全	5.00%	-	5.00%
华懋科技	5.00%	-	5.00%
平均值	5.00%	5.00%	7.33%
发行人	5.17%	5.84%	5.10%

2024 年末公司应收票据减值准备计提比例有所增加，主要是由于公司计提减值准备的商业承兑汇票及财务公司承兑汇票的占比增。

综上所述，报告期各期末，公司应收票据计提减值准备的组合中，公司及同行业均按商业承兑汇票连续计算的账龄计算预期信用损失，计提比例与同行业可比公司不存在重大差异，公司的应收票据减值计提充分。

三、结合主要产品需求、生产计划安排等变化，说明报告期各期末各类存货构成变动的原因；结合存货库龄结构、保质期、期后结转情况、存货跌价测试方法和覆盖范围、主要产品售价及变动情况、可变现净值的确定依据等，说明存货跌价准备计提的充分性

（一）结合主要产品需求、生产计划安排等变化，说明报告期各期末各类存货构成变动的原因

报告期各期末，公司存货账面余额情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 12 月 31 日		2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
原材料	10,023.57	15.60%	9,397.29	20.09%	8,864.55	23.12%
半成品及在产品	16,131.23	25.10%	11,074.99	23.68%	8,529.44	22.25%
委托加工物资	7,418.04	11.54%	5,720.06	12.23%	4,137.04	10.79%
库存商品	24,357.86	37.90%	15,172.64	32.44%	12,887.59	33.62%
发出商品	6,340.47	9.87%	5,405.08	11.56%	3,917.71	10.22%
合计	64,271.17	100.00%	46,770.06	100.00%	38,336.33	100.00%

1、原材料

报告期各期末，公司原材料账面余额分别为 8,864.55 万元、9,397.29 万元和 10,023.57 万元，账面余额逐年增加，主要是由于公司原材料采用“以产定采”的采购模式，公司为保障生产连续及时通常会提前下达采购订单并留存一定安全库存。报告期内公司产销规模不断扩大，2024 年、2025 年主要产品销量分别同比增长 55.03%、35.62%，相应带动原材料采购及期末库存金额不断上升。

报告期各期末，公司原材料账面余额占存货账面余额的比例分别为 23.12%、20.09%、15.60%，占比有所下降主要是由于随着公司产销规模稳步扩张，原材料入库后快速投入加工形成半成品，期末一般保有满足日常生产的基础安全库存，原材料库存余额增幅低于其他存货增幅使得原材料存货占比有所下降。

2、半成品及在产品

公司在产品为期末尚在生产过程中的存货，半成品为已经过部分加工工序、入库后仍待后续加工的存货。

报告期各期末，公司半成品及在产品余额合计分别为 8,529.44 万元、11,074.99 万元、16,131.23 万元，占存货账面余额的比例分别为 22.25%、23.68%、25.10%，金额和占比均呈上升趋势，主要是由于随着公司业务规模扩大、客户需求持续增长，为保障产品持续供应，公司处在生产过程中的在产品和已完成部分加工工序的半成品规模保持增长。

3、委托加工物资

报告期各期末，公司委托加工物资账面余额分别为 4,137.04 万元、5,720.06 万元和 7,418.04 万元，占存货账面余额的比例分别为 10.79%、12.23%和 11.54%，整体保持稳定。

为满足客户供货及时性需求、应对季节波动以及临时性产能不足，公司将部分非核心工序（PCBA 加工、风扇充磁及动平衡校准、线束组装等）委托给外协厂商完成。随着生产规模扩大，委托加工物资余额相应也有所增长。

4、库存商品及发出商品

报告期各期末，公司库存商品及发出商品余额合计分别为 16,805.30 万元、20,577.72 万元、30,698.33 万元，占存货账面余额的比例分别为 43.84%、44.00%和 47.77%，金额和占比均呈上升趋势。

公司采用“以销定产、合理库存”的生产模式，库存商品为根据计划完成生产且尚未向客户发出的产成品，伴随报告期内公司业务规模的不断扩大，库存商品期末余额有所增长具有合理性。发出商品系根据客户订单已发货但尚未经客户签收或领用结算的产品，伴随报告期内公司业务规模的不断扩大，公司期末发出商品也有所增长，具有合理性。

（二）结合存货库龄结构、保质期、期后结转情况、存货跌价测试方法和覆盖范围、主要产品售价及变动情况、可变现净值的确定依据等，说明存货跌价准备计提的充分性

1、存货库龄结构

报告期各期末，公司存货库龄结构情况如下：

单位：万元

2025 年 12 月 31 日					
项目	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	合计
原材料	9,086.79	512.38	355.76	68.65	10,023.57
半成品及在产品	14,981.08	993.27	145.87	11.01	16,131.23
委托加工物资	7,238.40	90.54	88.98	0.12	7,418.04
库存商品	23,293.33	830.98	171.77	61.79	24,357.86
发出商品	6,184.48	86.54	39.42	30.03	6,340.47
合计	60,784.08	2,513.70	801.8	171.59	64,271.17

占比	94.58%	3.91%	1.25%	0.27%	100.00%
2024 年 12 月 31 日					
项目	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	合计
原材料	8,639.51	624.03	121.36	12.39	9,397.29
半成品及在产品	10,403.43	614.8	56.43	0.32	11,074.99
委托加工物资	5,497.36	221.9	0.7	0.1	5,720.06
库存商品	14,303.03	562.24	244.53	62.83	15,172.64
发出商品	5,164.01	161.91	41.39	37.77	5,405.08
合计	44,007.34	2,184.90	464.41	113.42	46,770.06
占比	94.09%	4.67%	0.99%	0.24%	100.00%
2023 年 12 月 31 日					
项目	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	合计
原材料	8,575.23	261.37	27.95	-	8,864.55
半成品及在产品	8,274.47	247.9	7.08	-	8,529.44
委托加工物资	4,130.28	2.02	4.74	-	4,137.04
库存商品	12,059.53	695.26	132.8	-	12,887.59
发出商品	3,661.84	216.19	39.68	-	3,917.71
合计	36,701.34	1,422.74	212.25	-	38,336.33
占比	95.73%	3.71%	0.55%	-	100.00%

报告期各期末，公司一年以内库龄的存货金额占比分别为 95.73%、94.09%、94.58%，占比很高、库龄情况良好。

2、存货保质期

公司主营业务为汽车座舱舒适及安全系统的研发、生产及销售，拥有以热温舒适类、体态舒适类和传感检测类为核心的三大产品系列。公司存货具有不易变质、毁损等特质，性质比较稳定、保质期较长。公司建立了完善的存货管理制度，对临近保质期的物料进行预警和优先使用。报告期内，公司未发生因保质期管理不善导致的大额存货报废损失。

3、存货期后结转情况

截至 2026 年 6 月末，公司存货期后结转情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日
----	------------------	------------------	------------------

	账面余额	期后结转 金额	期后结转 比例	账面余额	期后结转 金额	期后结转 比例	账面余额	期后结转 金额	期后结转 比例
原材料	10,023.57	7,336.12	73.19%	9,397.29	8,499.49	90.45%	8,864.55	8,496.28	95.85%
半成品及在产品	16,131.23	12,994.16	80.55%	11,074.99	10,640.24	96.07%	8,529.44	8,487.50	99.51%
委托加工物资	7,418.04	5,991.63	80.77%	5,720.06	5,557.00	97.15%	4,137.04	4,073.60	98.47%
库存商品	24,357.86	20,528.10	84.28%	15,172.64	14,434.85	95.14%	12,887.59	12,700.28	98.55%
发出商品	6,340.47	6,320.75	99.69%	5,405.08	5,403.73	99.97%	3,917.71	3,917.71	100.00%
合计	64,271.17	53,170.76	82.73%	46,770.06	44,535.30	95.22%	38,336.33	37,675.37	98.28%

报告期各期末公司存货的期后结转比例分别为 98.28%、95.22%、82.73%，存货结转比例较高、结转情况良好。

4、存货跌价测试方法和覆盖范围、可变现净值的确定依据

报告期各期末，公司按照企业会计准则相关规定，于资产负债表日对存货按照成本与可变现净值孰低的原则进行计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备，存货跌价测试的覆盖范围为全部存货。

可变现净值，是指在日常活动中存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。公司确定存货的可变现净值，以取得的确凿证据为基础，同时考虑持有存货的目的以及资产负债表日后事项的影响。具体而言：

（1）公司对于存在质量瑕疵的存货、生产下线项目对应的存货、库龄 1 年以上可变现净值较低的存货全额计提跌价准备；

（2）对于原材料，公司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；

（3）对于自制半成品及在产品、委托加工物资，公司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；

（4）对于库存商品、发出商品，公司以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。

综上所述，公司对存货跌价准备计提方法的选择合理，符合企业会计准则的相关规定。

5、主要产品售价及变动情况

报告期内，公司主要产品的销售价格变动情况如下：

单位：万元、万件、元/件

产品	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
热温舒适类	销售收入	200,683.25	175,191.56	123,538.61
	销量	6,816.14	5,036.79	3,123.16
	平均单价	29.44	34.78	39.56
	单价变动	-15.35%	-12.07%	-
体态舒适类	销售收入	129,262.43	89,197.74	53,136.36
	销量	693.10	479.25	295.51
	平均单价	186.50	186.12	179.81
	单价变动	0.20%	3.51%	-
传感检测类	销售收入	69,580.34	51,456.14	37,136.24
	销量	4,005.64	2,974.51	2,057.93
	平均单价	17.37	17.30	18.05
	单价变动	0.41%	-4.14%	-

报告期内，公司体态舒适类、传感检测类产品销售单价基本保持稳定。公司热温舒适类产品单价下降，主要系：一方面，热温舒适类产品的产品结构存在变化，受下游客户生产安排、市场变化等因素影响，原单价较高的部分车型产品销量及收入占比有所下降，部分价格较低产品的销量占比上升；另一方面，报告期内下游整车市场为抢占市场份额进行竞争，降价压力也向整车厂上游零部件供应商进行传导，也对公司热温舒适类产品价格产生不利影响。

报告期内，公司主要产品综合毛利率水平较高，整体毛利空间足以覆盖存货跌价风险。公司按各产品售价逐项测算可变现净值，确保存货跌价准备计提充分。

6、存货跌价准备计提的充分性

报告期各期末，公司存货跌价准备金额分别为 2,454.75 万元、4,192.62 万元、4,546.52 万元，占各期末存货账面余额的比例分别为 6.40%、8.96%、7.07%。

公司遵循企业会计准则相关要求，针对各类存货计提了存货跌价准备；在具体计提过程中，已综合考虑库龄结构、保质期、期后结转情况、主要产品售价及变动情况等因素，公司存货期后结转情况良好，不存在明显的滞销迹象，存货跌

价测试方法合理，未出现因售价变化导致公司存货可变现净值大幅降低的情况，公司存货跌价准备计提充分。

四、中介机构核查情况

（一）核查程序

保荐人、申报会计师主要执行了以下核查程序：

1、核查发行人主要客户的销售合同，走访发行人主要客户，了解发行人与客户约定的信用政策、结算方式，分析发行人实际执行情况；

2、获取发行人应收账款明细，分析发行人应收账款账龄情况，查询同行业可比公司应收账款周转率数据，与发行人进行比较，查询同行业公司收入季度分布、信用期情况，分析发行人应收账款周转率低于可比公司的原因；

3、获取应收票据台账，查阅票据种类、出票人、承兑人、金额、出票日、到期日等票据信息，复核已背书或贴现且在资产负债表日尚未到期的应收票据是否符合终止确认条件及会计处理是否正确；

4、了解发行人报告期内应收票据的坏账计提政策，并获取各期末应收票据明细表复核坏账准备计提是否充分；

5、查询同行业可比公司定期报告等公告文件，评价应收票据预期信用损失的具体确定方法是否与发行人存在明显差异；

6、获取各报告期存货明细表、生产计划，结合生产计划分析存货构成变动的原因；

7、了解、评价并测试了发行人与存货管理、存货跌价准备计提相关的内部控制设计和运行的有效性；

8、获取发行人报告期各期末的存货明细表，了解存货的构成、库龄及跌价准备计提情况；

9、获取发行人存货跌价准备测试底稿，复核可变现净值的计算过程；检查存货跌价测试的覆盖范围，确认是否所有存货类别均已纳入测试范围；分析报告期内主要产品销售价格的变动趋势，评价其对存货可变现净值的影响；检查各期末存货的期后销售或耗用情况，评估期末存货是否存在大幅跌价风险；

10、检查存货跌价准备相关信息在财务报表中的列报和披露是否充分、适当。

（二）核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、报告期内发行人销售信用政策、结算方式未发生重大变化，执行情况良好，与同行业可比公司不存在明显差异、符合行业惯例；应收账款周转率下降具有合理性，应收账款周转率低于同行业可比公司平均水平具有合理性，符合公司实际经营情况；

2、发行人对于已背书或贴现且在资产负债表日尚未到期的承兑单位信用等级较高的银行承兑汇票终止确认，对于信用等级一般的银行承兑汇票、商业承兑汇票及财务公司承兑汇票不终止确认，符合企业会计准则的规定及监管要求，具有合理性；发行人应收票据预期信用损失的具体确定方法与同行业可比公司相比不存在明显差异，计提比例与同行业可比公司不存在重大差异，发行人应收票据减值计提充分；

3、报告期各期末，发行人各类存货构成变动与产品需求、生产计划变化相匹配，变动具备合理性；发行人遵循企业会计准则相关要求，综合考虑库龄结构、保质期、期后结转情况、主要产品售价及变动情况等因素，对公司各类存货计提了存货跌价准备，存货跌价测试方法合理、发行人存货跌价准备计提充分。

13、关于非流动资产

申报材料显示：

报告期各期末，发行人固定资产及在建工程账面价值持续上升。发行人其他非流动资产主要为境内外预付土地款。

请发行人披露：

（1）主要在建工程项目情况、建设进度，在建工程核算是否准确，报告期内转固时点和依据，是否存在延迟转固情形；相关项目完成后对发行人产能的影响及产能消化计划。

（2）报告期内机器设备规模与主要产品产能、产销量变动的匹配性，单位机器设备产值及与同行业公司对比情况及差异原因。

（3）报告期内预付土地款对应地块的具体情况，包括购置土地位置、面积、用途、交易对象、购置进展、预计完成时间、是否存在推进重大障碍，是否存在预付土地款延迟转入无形资产的情形。

请保荐人、申报会计师简要概括核查过程，并发表明确意见。

【回复】

发行人披露：

一、主要在建工程项目情况、建设进度，在建工程核算是否准确，报告期内转固时点和依据，是否存在延迟转固情形；相关项目完成后对发行人产能的影响及产能消化计划

（一）主要在建工程项目情况、建设进度，在建工程核算是否准确，报告期内转固时点和依据，是否存在延迟转固情形

1、主要在建工程项目情况、建设进度

报告期各期末，公司在建工程项目主要为汽车电子零部件生产基建项目以及待安装设备项目，该等在建工程项目情况、建设进度如下：

单位：万元

2025 年 12 月 31 日

项 目	预计工期	累计投入/ 预算数	工程进度	预算数	期初余额	本期投入	本期转入 固定资产 及其他	期末余额
汽车电子 零部件生 产基建项 目	2025 年 6 月 至 2026 年 12 月 ^[注]	34.66%	施工中	19,500.51	830.96	5,928.47	-	6,759.43
屋顶分布 式光伏发 电项目	2025 年 4 月 至 2025 年 7 月	100.00%	已完工	930.28	-	930.28	930.28	-
待安装设 备及其他	-	-		-	1,878.40	3,910.91	1,625.84	4,163.48
合 计					2,709.36	10,769.66	2,556.11	10,922.91
2024 年 12 月 31 日								
项 目	预计工期	累计投入/ 预算数	工程进度	预算数	期初余额	本期投入	本期转入 固定资产 及其他	期末余额
汽车电子零 部件生产基 建项目	2025 年 6 月 至 2026 年 12 月 ^[注]	4.26%	施工中	19,500.51	-	830.96	-	830.96
待安装设备 及其他	-	-		-	814.32	1,830.35	766.27	1,878.40
合 计					814.32	2,661.32	766.27	2,709.36
2023 年 12 月 31 日								
项 目	预计工期	累计投入/ 预算比例	工程进度	预算数	期初余额	本期投入	本期转入 固定资产 及其他	期末余额
待安装设备及 其他	-	-	-	-	16.64	847.91	50.22	814.32

注：2025 年 6 月前发生的费用主要为城市基础设施配套费、设计费等。

2、在建工程核算是否准确

根据《企业会计准则第 4 号—固定资产》相关规定：自行建造固定资产的成本，由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成；外购固定资产的成本，包括购买价款、相关税费、使固定资产达到预定可使用状态前所发生的可归属于该项资产的运输费、装卸费、安装费和专业人员服务费等。

根据前述规定，公司将工程设计、勘察、施工、监理及材料款支出等达到预定可使用状态前所发生的必要支出计入基建工程项目；公司将设备的采购价款等达到预定可使用状态前所发生的必要支出计入待安装设备项目，在建工程核算准确。

3、报告期内转固时点和依据，是否存在延迟转固情形

对于基建工程项目，公司基建工程项目尚在建设过程中。公司将在建筑工程完工、达到预定使用状态后，组织施工单位、监理单位、基建部门等对建筑工程进行验收，并出具《竣工验收报告》后转入固定资产。

对于待安装设备，公司组织对设备进行安装调试，技术指标调试达到预定要求后，公司组织对设备进行验收，并出具《设备验收记录单》后转入固定资产。

对于其他零星工程，公司在工程完工、达到预定使用状态后，组织相关部门进行现场验收，并出具《工程竣工验收表》后转入固定资产或长期待摊费用。

综上所述，报告期内，公司在建工程转固时点准确，依据充分，符合《企业会计准则》的规定，不存在延迟转固的情形。

（二）相关项目完成后对发行人产能的影响及产能消化计划

报告期各期末，公司在建工程包括汽车电子零部件生产基建项目及待安装设备。其中，汽车电子零部件生产基建项目为公司募投项目的基建项目，该项目完成后新增产能情况及产能消化计划详情参见本问询函回复之“6、关于募投项目及现金分红/发行人披露/一/（二）/5、募投项目新增产能规模及 6、新增产能消化措施及其有效性”。

待安装设备主要是对现有产线各工序关键设备的升级换代及自动化改造。该类设备投入旨在提升产线自动化水平、优化工艺控制精度及降低人工依赖，由于该等设备系嵌入现有产线各工序中协同运行、并非独立新增产能单元，其效益主要体现在产品良率提升、单位能耗下降、人工成本节约以及各工序设备联动改造后产线整体效率的提升等方面，因此该等设备对产能的直接增量影响较难单独量化。

二、报告期内机器设备规模与主要产品产能、产销量变动的匹配性，单位机器设备产值及与同行业公司对比情况及差异原因

（一）机器设备规模与主要产品产能、产销量变动的匹配性

报告期内，公司主营产品包括热温舒适类、体态舒适类和传感检测类三大系列，公司机器设备规模与主要产品产能、产销量变动匹配关系如下表所示：

单位：万元、万件、件/元

项目	2025 年度/ 2025 年 12 月 31 日	2024 年度/ 2024 年 12 月 31 日	2023 年度/ 2023 年 12 月 31 日
机器设备账面原值	30,104.89	18,637.78	12,919.13
产能	11,632.69	9,152.93	6,369.17
产量	11,915.83	8,762.03	5,677.26
销量	11,514.88	8,490.55	5,476.61
单位机器设备产能	0.39	0.49	0.49
单位机器设备产量	0.40	0.47	0.44
单位机器设备销量	0.38	0.46	0.42

注 1：单位机器设备产能=产能/机器设备账面原值；

注 2：单位机器设备产量=产量/机器设备账面原值；

注 3：单位机器设备销量=销量/机器设备账面原值。

报告期内，公司通过自产、外购机器设备等方式增加产能以提高交付能力。因此公司机器设备原值随业务规模同步增长，主要产品产能、产量及销量亦相应增加。

2025 年公司机器设备原值增长高于产能、产量及销量增长幅度并导致单位机器设备对应值有所下降，主要系由于：一方面，公司当期新增光伏工程设备 900 余万元、新增办公设备 500 余万元，该等设备不直接增加公司现有产能。另一方面，公司当期新增车载能暖箱生产设备 800 余万元，该等新产品尚未进入批量生产阶段。另外，公司于当期 11 月、12 月新增自动减质平衡机、自动热合机等生产设备 2,100 余万元，截至当期末该等设备尚未形成规模化产能。

综上所述，报告期内公司设备规模与主要产品产能、产量及销量变动具有匹配性。

（二）单位机器设备产值及与同行业公司对比情况及差异原因

报告期内，公司与同行业可比公司单位机器设备产值情况如下：

公司名称	项目	2025 年度/ 2025 年 12 月 31 日	2024 年度/ 2024 年 12 月 31 日	2023 年度/ 2023 年 12 月 31 日
浙江华远	营业收入	76,254.55	68,169.94	55,331.29
	机器设备原值	18,742.78	16,651.23	16,044.35
	单位机器设备产值	4.07	4.09	3.45
松原安全	营业收入	267,808.82	197,097.38	128,038.20
	机器设备原值	84,745.06	55,398.89	47,831.29

公司名称	项目	2025 年度/ 2025 年 12 月 31 日	2024 年度/ 2024 年 12 月 31 日	2023 年度/ 2023 年 12 月 31 日
	单位机器设备产值	3.16	3.56	2.68
华懋科技	营业收入	250,345.75	221,306.66	205,534.62
	机器设备原值	143,550.17	110,640.72	95,099.13
	单位机器设备产值	1.74	2.00	2.16
单位机器设备产值平均值		2.99	3.22	2.76
发行人	营业收入	417,715.04	332,959.44	230,717.19
	机器设备原值	30,104.89	18,637.78	12,919.13
	单位机器设备产值	13.88	17.86	17.86

注 1：单位机器设备产值=当期营业收入/期末机器设备原值，数据来源为可比公司年度报告、招股说明书等公开资料；

注 2：松原安全机器设备原值为其通用设备及专用设备原值。

由上表可知，公司单位机器设备产值与同行业可比公司存在较大差异，主要原因系：

（1）产品结构及生产工艺存在差异，公司主要产品为座椅通风、加热、按摩、腰托、SBR、方向盘加热及 HOD 等，可比公司产品为汽车座椅紧固件、安全带及安全气囊等，不同产品结构使得生产工艺和生产设备存在差异；

（2）设备购置方式存在差异，针对关键生产环节的自动化设备，公司具备自主研发、生产及调试能力，通过向上游产业链延伸降低了设备采购与维护成本，保障了生产过程的稳定性与柔性响应能力；

（3）生产组织方式存在差异，为满足客户供货及时性需求、应对季节波动以及临时性产能不足，公司综合考虑供货灵活性、人员招聘及管理、员工稳定性等因素，公司将 PCBA 加工、风扇充磁及动平衡校准、线束组装等部分非核心工序通过委托加工方式进行生产。

三、报告期内预付土地款对应地块的具体情况，包括购置土地位置、面积、用途、交易对象、购置进展、预计完成时间、是否存在推进重大障碍，是否存在预付土地款延迟转入无形资产的情形

2023 年末公司子公司河北安闻预付土地款金额为 2,189.20 万元，2025 年末公司子公司摩洛哥安闻预付土地款金额为 1,153.49 万元。此外，公司子公司天津安闻科技于 2025 年度购入土地并已入账至无形资产。该等新增土地对应的土地

位置、面积、用途、交易对象、购置进展、预计完成时间情况如下：

购买主体	土地位置	面积（m²）	土地性质	交易对象	购置进展/预计完成时间	权证号	转入固定资产/无形资产时间	用途
河北安闻	河北省廊坊市经济技术开发区	30,223.71	工业用地	廊坊经济技术开发区自然资源和规划局	2024 年 1 月取得产权证书	冀（2024）廊坊开发区不动产权证 0001301 号	2024 年 1 月转入无形资产	募投项目“汽车电子零部件生产项目”用地
天津安闻科技	天津市武清区	56,126.20	工业用地	天津市规划和自然资源局武清分局	2026 年 4 月取得产权证书	津（2026）武清区不动产权第 0176377 号	2025 年 12 月转入无形资产	募投项目“天津汽车零部件生产及研发项目”用地
摩洛哥安闻	摩洛哥丹吉尔市	19,939.00	工业用地	SOCIETE D'AMENAGEMENT TANGER TECH	2026 年 1 月取得产权证书	境外产权证书（编号 61/109030）	2026 年 1 月转入固定资产	摩洛哥生产基地用地

1、河北安闻土地使用权

2023 年河北安闻与廊坊经济技术开发区自然资源和规划局签订《国有建设用地使用权出让合同》并预付土地款及契税款合计 2,189.20 万元，该土地 2024 年 1 月交付完成并于交付当月转入无形资产，该土地作为募投项目“汽车电子零部件生产项目”用地，目前该项目正在施工建设过程中。

2、天津安闻科技土地使用权

2025 年，天津安闻科技与天津市规划和自然资源局武清分局签订《国有建设用地使用权出让合同》并支付土地款 3,970.00 万元，该土地 2025 年 12 月交付完成并于交付当月转入无形资产，该土地作为募投项目“天津汽车零部件生产及研发项目”用地。

3、摩洛哥安闻土地使用权

2025 年，摩洛哥安闻与 SOCIETE D'AMENAGEMENT TANGER TECH 签订土地买卖合同并预付土地款 1,153.49 万元，该土地于 2026 年 1 月办妥境外土地所有权产权登记。公司 2025 年末将支付的款项作为预付土地款并于办妥所有权证书当月即 2026 年 1 月转入固定资产，该土地用于摩洛哥安闻生产基地建设。

综上所述，公司购买的土地均与公司战略规划及实际情况相匹配，不存在推

进的重大障碍。针对境内土地使用权，公司在土地交付当月转入无形资产；针对境外土地使用权，公司在办妥所有权证书当月转入固定资产，不存在预付土地款延迟转入无形资产或固定资产的情况。

四、中介机构核查情况

（一）核查程序

保荐人、申报会计师主要执行了以下核查程序：

1、获取发行人在建工程台账及募投项目可行性研究报告，了解主要在建工程项目核算内容、预计工期、预计投资总额、实际投资金额、转固时间与标准等；

2、抽查发行人在建项目的主要施工合同、付款申请、发票等资料，确认在建工程记录金额的准确性和完整性。获取发行人工程项目各期完成进度核验表，检查在建工程转固金额和时点是否正确，向主要供应商针对合同内容与工程及付款进度进行函证；

3、对发行人报告期末在建工程实施监盘，实地查看在建工程，了解在建工程建设进度；

4、取得并查阅发行人机器设备清单、产能、产量及销量情况并查阅同行业可比公司机器设备与产值情况，分析差异原因；

5、取得并查阅土地购置的出让合同或购地协议、缴款凭证、发票及不动产权证书；核对预付土地款各期末余额及转入无形资产或固定资产的会计处理，检查转入时点是否满足确认条件；

6、取得并查阅《建设工程施工合同》及补充协议、工程结算单、验收单、发票及付款凭证，检查采购流程及内部控制。

（二）核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为：

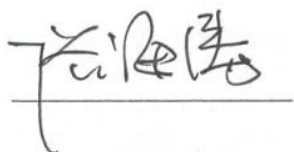
1、报告期内，发行人在建工程核算准确，在达到预定可使用状态的时点进行转固、转固依据充分，不存在延迟转固的情形；相关项目建设完成后将有序扩张发行人产能，发行人已形成相关产能消化计划；

2、报告期内，发行人机器设备规模与主要产品产能、产销量变动趋势相匹配，单位机器设备产值及与同行业公司对比存在一定差异，主要系产品结构及生产工艺、设备购置方式及生产组织方式存在差异所致，具有合理性；

3、报告期内发行人购置的土地与公司战略规划及实际情况相匹配且均已取得权属证书，不存在推进的重大障碍，不存在预付土地款延迟转入无形资产或固定资产的情形。

（本页无正文，为安闻科技集团股份有限公司《关于安闻科技集团股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市申请文件的审核问询函的回复》之签章页）

发行人董事长：



张海涛

安闻科技集团股份有限公司

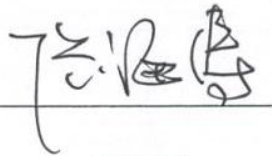


2026 年 8 月 31 日

发行人董事长声明

本人已认真阅读《关于安闻科技集团股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市申请文件的审核问询函的回复》全部内容，确认回复的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

发行人董事长：



张海涛

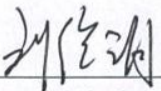
安闻科技集团股份有限公司



2026 年 8 月 31 日

（本页无正文，为广发证券股份有限公司《关于安闻科技集团股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市申请文件的审核问询函的回复》之签章页）

保荐代表人签名：


刘俊清


梁 鑫



2026 年 8 月 31 日

保荐人法定代表人声明

本人已认真阅读《关于安闻科技集团股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市申请文件的审核问询函的回复》全部内容，了解回复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，审核问询函回复不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

保荐人法定代表人：



林传辉



广发证券股份有限公司

2026 年 8 月 31 日

（本页无正文，为北京市金杜律师事务所《关于安闻科技集团股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市申请文件的审核问询函的回复》之签章页，仅对审核问询函中需要发行人律师发表意见的事项发表核查意见）

北京市金杜律师事务所



经办律师：

A handwritten signature in black ink, appearing to be "陈伟" (Chen Wei), written over a horizontal line.

陈 伟

A handwritten signature in black ink, appearing to be "周浩" (Zhou Hao), written over a horizontal line.

周 浩

单位负责人：

A handwritten signature in black ink, appearing to be "龚牧龙" (Gong Mulong), written over a horizontal line.

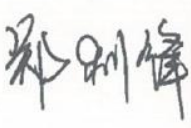
龚牧龙

二〇二六年 八月三十一日

(本页无正文,为中汇会计师事务所(特殊普通合伙)《关于安闻科技集团股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市申请文件的审核问询函的回复》之签章页)



中国注册会计师:  

中国注册会计师:  

报告日期: 2026 年 8 月 31 日