

中信证券股份有限公司
关于
广东东箭汽车科技股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市
之
发行保荐工作报告

保荐人（主承销商）



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

二〇二一年二月

目 录

目 录.....	1
声 明.....	2
释 义.....	3
第一节 项目运作流程	4
一、保荐机构项目审核流程.....	4
二、项目立项审核主要过程.....	6
三、项目执行主要过程.....	7
第二节 项目存在问题及其解决情况	19
一、立项评估决策.....	19
二、尽职调查过程中发现的主要问题及处理情况.....	19
三、内部核查部门关注的主要问题.....	23
四、内核小组会议关注的主要问题.....	100
五、对发行人利润分配政策和未来分红回报规划的核查意见.....	110
六、对相关责任主体所作承诺的核查意见.....	110
七、对其他证券服务机构出具的专业意见核查情况.....	111

声 明

中信证券股份有限公司接受广东东箭汽车科技股份有限公司的委托，担任广东东箭汽车科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的保荐机构，为本次发行出具发行保荐工作报告。

本保荐机构及指定的保荐代表人根据《中华人民共和国公司法》（以下简称“《公司法》”）、《中华人民共和国证券法》（以下简称“《证券法》”）、《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》（以下简称“《注册管理办法》”）、《证券发行上市保荐业务管理办法》等有关法律、法规和中国证券监督管理委员会（以下简称“中国证监会”）、深圳证券交易所的有关规定，诚实守信，勤勉尽责，严格按照依法制订的业务规则、行业执业规范和道德准则出具发行保荐工作报告，并保证所出具文件的真实性、准确性、完整性和及时性。若因本保荐机构为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本保荐机构将依法赔偿投资者损失。

释 义

本发行保荐工作报告中，除非文义另有所指，有关术语的释义内容与招股说明书一致。

第一节 项目运作流程

一、保荐机构项目审核流程

本机构根据中国证监会《证券公司内部控制指引》(证监机构字[2003]260号)、《证券发行上市保荐业务管理办法》(第170号令)及《上市公司并购重组财务顾问业务管理办法》(第54号令)等有关法律、法规和规范性文件的要求,制定了《投资银行委员会项目立项管理办法》《辅导工作管理暂行办法》《证券发行上市业务尽职调查工作管理办法》《<保荐代表人尽职调查工作日志>管理暂行办法》《内部审核工作管理办法》《持续督导工作管理暂行办法》等相关规定,根据前述规定,本机构的内部项目审核流程主要包括如下环节:

(一) 立项审核

中信证券投资银行管理委员会(以下简称“投行委”)下设项目立项委员会,立项委员会由投行委各部门、公司其他相关部门(内核部等)相关人员组成。

项目组按照投行委的相关规定完成立项文件,经项目所属投行部门行政负责人同意后,向投行委质量控制组(以下简称“质控组”)正式提交立项申请材料。

质控组对立项申请文件进行全面审核,并提出审核意见。质控组在立项申请文件审核通过后组织召开立项会。

项目立项会由7名委员参加,通过现场和电话方式参会的人数不少于5人(含5人)即可召开会议。立项委员会的表决实行一人一票,项目须经委员5票以上(含5票)同意方能通过立项。

(二) 内核流程

中信证券设内核部,负责本机构投资银行类项目的内核工作。内核部根据《证券法》、《证券公司从事股票发行主承销业务有关问题的指导意见》、《证券发行上市保荐业务管理办法》等法律法规,并结合本机构风险控制体系的要求,对项目进行跟踪了解及核查,对项目发行申报申请出具审核意见,揭示项目风险并督促项目组协调发行人予以解决,必要时通过采取终止项目审核、督促项目组撤消项目等相关措施,以达到控制本机构保荐风险的目标。

中信证券保荐类项目内核流程具体如下:

1、项目现场审核

本机构投行项目组在项目启动正式进场后，须依据尽职调查、辅导阶段的跟踪程序相关规定及时把项目相关情况通报内核部。内核部将按照项目所处阶段以及项目组的预约对项目进行现场审核，即内核部将指派审核人员通过现场了解发行人的生产经营状况、复核尽调过程中的重点问题、抽查项目组工作底稿、访谈发行人高管等方式进行现场内核工作。项目现场审核结束后，审核人员将根据现场内核情况撰写现场审核报告留存归档。

2、项目发行内核申报及受理

经项目所属投行部门行政负责人同意后，项目工作底稿经质量控制组验收通过后，项目组可正式向内核部报送内核材料。

项目组将项目申报材料报送内核部，内核部将按照内核工作流程及相关规定对申报材料的齐备性、完整性和有效性进行核对。对不符合要求的申报材料，内核部将要求项目组按照内核规定补充或更换材料直至满足申报要求。

3、项目申报材料审核

内核部在受理项目申报材料之后，将指派专职审核人员分别从法律和财务角度对项目申请文件进行初审，同时内核部还外聘律师和会计师分别从各自的专业角度对项目申请文件进行审核，为本机构内核部提供专业意见支持。审核人员将依据初审情况和外聘律师和会计师的意见向项目组出具审核反馈意见，在与项目组进行沟通的基础上，要求项目人员按照审核意见要求对申请文件进行修改和完善。审核人员将对审核工作中形成的重要书面文件，包括：初审意见、外聘会计师及律师的专业意见，以内核工作底稿形式进行归档。

审核过程中，若审核人员发现项目存在重大问题，审核人员在汇报本机构内核负责人之后将相关重大问题形成风险揭示函或备忘录，提交至投行业务负责人和相关公司领导，并督促项目组协调发行人予以解决和落实，必要时将通过采取终止项目审核、督促项目组撤消项目等相关措施，以达到控制本机构保荐风险的目标。

项目审核期间，由内核部审核人员召集该项目的签字保荐代表人、项目负责人履行问核程序，询问该项目的尽职调查工作情况，并提醒其未尽到勤勉尽责的法律后果。

4、项目内核会议

内核部将根据项目进度召集和主持内核会议审议项目发行申报申请。内核会前，审核人员将根据初审意见及申报材料的修改、补充情况，把项目审核过程中发现的主要问题形成书面的《项目审核情况报告》，在内核会上报告给内核会各位参会委员，同时要求保荐代表人和项目组对问题及其解决措施或落实情况进行解释和说明。在对项目主要问题进行充分讨论的基础上，由全体内核委员投票表决项目申请文件是否可以上报监管机构。

内核会委员分别由本机构内核部、合规部、风险管理部、质量控制组等内控部门的相关人员及外聘会计师、律师、评估师组成。内核委员投票表决意见分为三类：无条件同意、有条件同意、反对。每位内核委员对每个项目有一票表决权，可任选上述三类意见之一代表自己对该项目的意见，内核委员如选择有条件同意、反对需注明相关理由。每个项目所获赞成票数须达到参会委员表决票总数的三分之二以上，视为其发行申报申请通过内核会议审核；反之，视为未通过内核会议审核。内核会表决通过的项目的表决结果有效期为六个月。

5、会后事项

内核会后，内核部将向项目组出具综合内核会各位委员意见形成的内核会决议，并由项目组进行答复。对于有条件通过的项目，须满足内核会议反馈意见要求的相关条件后方可申报。对于未通过内核会审核的项目，项目组须按照内核会反馈意见的要求督促发行人对相关问题拟订整改措施并加以落实，同时补充、修改及完善申报材料，内核部将根据项目组的申请及相关问题整改落实情况再次安排内核会议进行复议。

项目申报材料报送监管机构后，项目组还须将监管机构历次书面及口头反馈意见答复等文件及时报送内核部审核。

6、持续督导

内核部将对持续督导期间项目组报送的相关文件进行审核，并关注发行人在持续督导期间出现的重大异常情况。

二、项目立项审核主要过程

立项申请时间：	2020年8月4日
立项评估决策机构成员：	李纪蕊；石路朋；杜克；张欢；胡璇；王荣鑫；刘东红

立项评估决策时间：	2020年8月10日
-----------	------------

三、项目执行主要过程

（一）项目组构成及进场工作时间

项目保荐代表人：费威、吴仁军

项目协办人：熊志兵

项目其他主要执行人员：曹文洋、李查德、王州杰、张伟鹏

进场工作时间：项目组于2020年7月开始陆续进场工作，尽职调查工作贯穿于整个项目执行过程。

（二）尽职调查主要过程

1、尽职调查的主要方式

（1）向发行人及相关主体下发了尽职调查文件清单

尽职调查文件清单根据《保荐人尽职调查工作准则》、《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第28号——创业板公司招股说明书》、《证券发行上市保荐业务工作底稿指引》等相关规定制作，列出保荐人作为发行人本次发行及上市的保荐人和主承销商所需了解的问题，形成尽职调查文件清单。

（2）审阅尽职调查搜集的文件和其他证券服务机构的相关文件、补充清单

收集到发行人提供的资料后，审阅的文件包括发行人历史沿革，发行人股东，发行人的各项法律文件、登记及备案，发行人主要财产（土地、房产、设备、知识产权）、业务与技术情况，高级管理人员与核心技术人员，劳动关系及人力资源，法人治理结构及内部控制，同业竞争及关联交易，财务与会计，税务，业务发展与规划，募集资金运用，环境保护，重大合同，债权债务和担保，诉讼、仲裁及行政处罚等方面内容。

分析取得的资料，记录各类异常和疑点，初步确定下一步的核查重点；针对重点问题，制定进一步的核查计划。

（3）复核发行人前次保荐机构的保荐工作文件及相关底稿

1) 发行人更换保荐机构的原因

东箭科技首次公开发行股票并在创业板上市的原保荐机构为广发证券股份有限公司（以下简称“广发证券”或“原保荐机构”）。

2020年7月20日，广发证券收到中国证券监督管理委员会广东监管局《关于对广发证券股份有限公司采取责令改正、限制业务活动、责令限制高级管理人员权利监管措施的决定》（中国证券监督管理委员会广东监管局行政监管措施决定书[2020]97号）。广发证券在从事康美药业股份有限公司2014年非公开发行优先股项目、2016年非公开发行股票项目中未勤勉尽职，尽职调查环节基本程序缺失，缺乏应有的执业审慎，内部质量控制流于形式，未按规定履行持续督导义务，上述行为违反了《证券发行上市保荐业务管理办法》（证监会令58号，根据证监会令第63号修改）第四条、第二十四条、第三十五条的规定，按照《证券公司监督管理条例》第七十条，《证券发行上市保荐业务管理办法》第六十六条、第六十七条的规定，中国证券监督管理委员会广东监管局决定：在2020年7月20日至2021年1月19日期间，暂停广发证券保荐机构资格。

鉴于上述情况，为保障本次发行上市的进程、维护股东的根本利益，经内部讨论并与原保荐机构友好协商，发行人决定更换本次发行上市的保荐机构。本次更换保荐机构不属于因发行人不配合原保荐机构履行保荐职责、或原保荐机构认为发行人不符合发行上市条件而主动终止保荐协议的情形，亦不属于发行人非因保荐机构执业受限而主动与保荐机构终止保荐协议的情形。

中信证券接受东箭科技的委托，接替广发证券担任发行人首次公开发行股票并在创业板上市的保荐机构。

2) 中信证券对广发证券出具的核查文件及底稿资料之复核程序

中信证券根据《保荐人尽职调查工作准则》、《关于实施〈关于保荐项目尽职调查情况问核程序的审核指引〉的通知》（发行监管函（2011）75号）、《关于保荐项目尽职调查情况问核程序的审核指引》的要求，对原保荐机构保荐工作文件及相关底稿进行了复核，复核范围主要为原保荐机构广发证券出具的核查文件及底稿资料，包括尽职调查底稿、辅导工作的完备性等内容；复核对象主要为发行人和原保荐机构；复核程序主要包括对原保荐机构的尽调底稿进行复核，补充走访、函证、穿行测试等核查程序，具体复核情况如下：

I. 针对原保荐机构对发行人的辅导情况，项目组查阅原保荐机构与发行人签订的辅导协议、原保荐机构出具的辅导备案文件以及辅导总结文件；查阅原保荐机构的辅导工作底稿，关注原保荐机构关于辅导实施效果、原保荐机构对辅导对象公司治理及规范运作程度进行判断是否具有合理且充足的依据；与发行人被辅

导对象进行访谈，查阅发行人对原保荐机构辅导工作的评价意见；与原保荐机构辅导人员进行访谈。

II. 项目组已完成与原保荐机构的工作和底稿资料的交接，并根据《保荐人尽职调查工作准则》的要求，编制了中信证券底稿检查目录，对原保荐机构底稿进行了核查，并完成了底稿的收集、整理以及复核工作；

III. 项目组获取了原保荐机构出具的保荐业务相关文件，并结合底稿，核查保荐工作相关文件出具的真实性、准确性、完整性，并根据相关法律法规的要求，完成了中信证券保荐工作相关文件的出具；

IV. 项目组根据《保荐人尽职调查工作准则》、《关于实施<关于保荐项目尽职调查情况问核程序的审核指引>的通知》（发行监管函（2011）75号）、《关于保荐项目尽职调查情况问核程序的审核指引》的要求，项目组针对发行人部分重点问题进行了重点核查。

（4）走访与发行人及其董事、监事、高级管理人员相关的部门

项目组根据《保荐人尽职调查工作准则》、《关于实施<关于保荐项目尽职调查情况问核程序的审核指引>的通知》（发行监管函（2011）75号）的要求，走访了国家知识产权局、国家商标总局、发行人办公所在地的市场监督管理局、税务局、银行、法院等单位，了解了发行人及董事、监事、高级管理人员有关情况。

（5）现场参观了解发行人的研发、生产等方面的经营情况

项目组在现场期间多次参观发行人的办公及生产场所，了解发行人主要业务的研发、生产和销售情况，详细了解发行人产品及服务的特性、经营模式及生产经营情况。

（6）了解发行人主要竞争对手、访谈发行人的主要客户及供应商

项目组以现场或视频方式访谈发行人主要客户、供应商，通过公开资料了解竞争对手情况等方式，了解发行人的产品竞争力、行业变动趋势、产品及主要原材料变动趋势等。

（7）访谈发行人高级管理人员、核心技术人员

与发行人的高级管理人员、核心技术人员进行访谈，了解发行人技术来源、核心竞争力、高级管理人员及核心技术人员的任职经历、竞业禁止情况，发行人管理层对研发、采购、生产、销售、财务等方面的认识和规划，并对行业特点、产品技术等方面做进一步了解。

（8）现场核查及重点问题外部核查

根据《保荐人尽职调查工作准则》、《关于实施〈关于保荐项目尽职调查情况问核程序的审核指引〉的通知》（发行监管函（2011）75号）并参照《创业板保荐项目尽职调查问核程序指引》（2011年7月1日）的要求，走访发行人生产、采购、质控、销售、财务等职能部门，并对各部门有关负责人员进行访谈，考察有关经营场所、实地查看有关制度执行情况、抽查有关会计文件及资料等；并针对发现的问题，进行专题核查。与发行人律师、会计师配合对收入、应收款项、重大合同、银行贷款及抵押情况进行调查。

（9）协调发行人及相关主体出具相应调查表、承诺及说明

针对自然人是否存在代持股份情况，股东股权无质押、无纠纷情况，避免同业竞争，关联交易情况，董事、监事、高级管理人员、核心技术人员任职资格、兼职、对外投资情况、在主要供应商和销售客户中的权益情况、发行人的独立性等重要事项，项目组在访谈了解情况、核对身份的基础上，由发行人及相关主体出具相应的调查表、承诺与声明。

2、尽职调查的主要内容

依据《保荐人尽职调查工作准则》（证监发行字（2006）15号）等有关规定要求，项目组对发行人主要的尽职调查内容描述如下：

（1）基本情况尽职调查

项目组收集并查阅了发行人历次变更的工商登记文件，包括企业法人营业执照、公司章程、三会文件、年度检验资料、政府部门批准文件、验资报告、审计报告等资料，调查了解发行人改制成为股份公司以前的历史沿革、股权变更情况，核查发行人增资、股东变动的合法合规性等情况。

项目组取得了发行人历次增资的三会文件、增资协议、公司章程、政府批复及批准证书，取得了增资股东的营业执照、公司章程等工商登记文件，并访谈了发行人管理人员、新增股东的相关人员，并对最近一次新增股东的入股价格、定价依据等情况进行了详细核查。

项目组通过查阅发行人员工名册、劳动合同、工资等资料，调查发行人员工的年龄、教育、专业等结构分布情况及近年来的变化情况，分析其变化的趋势；通过查阅主管部门出具的证明性文件，调查发行人在执行国家用工制度、劳动保护制度、社会保障制度、住房制度和医疗保障制度等方面情况。

通过查阅发行人缴税、完税凭证、纳税申报表及相关资料、银行单据、贷款合同及供销合同及其执行情况，调查发行人是否按期缴纳相关税费及合同履行情况，关注发行人是否存在重大违法、违规或不诚信行为，了解发行人的商业信用。

（2）业务与技术调查

发行人的主营业务为车侧承载装饰系统产品、车辆前后防护系统产品、车载互联智能机电系统产品、车顶装载系统产品及车辆其他系统产品的工业设计、研发、生产和销售。项目组收集了行业主管部门及其它相关部门发布的各种相关法律、法规及政策文件，了解行业监管体制和政策趋势。

通过收集行业杂志、行业研究报告，查阅相关上市公司年报、招股说明书、重大临时公告，咨询行业专家及主要竞争对手相关人员意见，了解发行人所处行业的市场环境、市场容量、细分应用领域、市场化程度、进入壁垒、供求状况、市场竞争格局、行业利润水平和未来变动趋势，判断行业的发展前景及对行业发展的有利因素和不利因素，了解行业内主要企业及其市场份额情况，调查竞争对手情况，分析发行人在行业中所处的竞争地位及其变动情况。

通过查阅行业分析报告等研究资料，咨询行业研究员及公司核心技术人员、市场人员，调查发行人所处行业的技术水平及技术特点，分析行业的周期性、区域性或季节性特征。

了解发行人经营模式，调查行业内企业采用的主要采购模式、销售模式、盈利模式；并对照发行人所采用的模式，判断其主要风险及对未来的影响。

通过查询相关研究资料，分析发行人的产品和服务在上下游价值链的作用，通过对该行业与其上下游行业的关联度、上下游行业的发展前景、产品用途的广度、产品替代趋势等进行分析论证，分析上下游行业变动趋势对发行人所处行业的有利和不利影响。

通过与发行人采购部门人员、主要供应商人员沟通，查阅相关研究报告，调查发行人主要原材料、所需能源动力的市场供求状况。分析主要原材料和所需能源动力的价格变动、可替代性、供应渠道变化等因素对发行人生产成本的影响，调查发行人的采购模式及其采购是否受到资源或其他因素的限制。

通过查询审计报告、发行人会计资料和采购资料，取得发行人主要供应商的相关资料，判断是否存在严重依赖个别供应商的情况。

通过与发行人采购部门、生产部门、项目部门人员沟通，调查发行人采购部

门与生产、项目部门的衔接情况、原材料的安全储备量情况，关注是否存在严重的原材料缺货风险。通过查阅原材料类存货的资料，判断是否存在原材料积压风险，并实地调查存货中原材料、产成品减值的情况。通过查阅发行人的存货管理制度，并访谈相关部门人员，了解存货的管理流程及安全保障情况。

查阅发行人生产流程资料，结合生产核心技术或关键生产环节，分析评价发行人生产工艺、技术在行业中的领先程度。

查阅发行人主要产品的设计生产能力和历年产量有关资料并进行比较，与生产部门人员沟通，分析发行人各生产环节的瓶颈制约。

通过现场观察、查阅财务资料等方法，核查发行人主要设备、房产等资产的成新率和剩余使用年限；核查设备租赁、抵押等情况。

查阅发行人土地使用权等主要无形资产资料，分析其剩余使用期限或保护期情况，关注其对发行人生产经营的重大影响。

查阅发行人历年产品成本信息，成本核算方法、计算主要产品的毛利率、贡献毛利占当期主营业务利润的比重指标；根据发行人报告期内的上述指标，分析发行人主要产品的盈利能力，分析单位成本中构成要素的变动情况，计算发行人产品的主要原材料、制造费用的比重，分析重要原材料价格的变动趋势，并分析评价可能给发行人销售和利润所带来的重要影响。

通过与发行人质量管理部门人员沟通、查阅产品质量标准文件及质量管理体系文件、现场实地考察，了解发行人质量管理的组织设置、质量管理体系及实施情况。

取得发行人安全生产及以往安全事故处理等方面的资料，调查发行人是否存在重大安全隐患、是否采取保障安全生产的措施，成立以来是否发生过重大的安全事故以及受到处罚的情况。

结合发行人的行业属性和企业规模等情况，了解发行人的销售模式，分析其采用该种模式的原因和可能引致的风险；查阅发行人产品的注册商标，了解其市场认知度和信誉度，评价产品的品牌优势。

通过与发行人销售部门负责人沟通、获取市场调研机构的报告等方法，调查发行人产品的市场定位、客户的市场需求状况等。搜集发行人主要产品市场的地域分布和市场占有率资料，结合行业排名、竞争对手等情况，对发行人主要产品的行业地位进行分析。调查报告期内发行人产品销售价格的变动情况。调查发行

人产品的销售领域，分析发行人产品应用行业是否存在明显的周期性，是否对发行人的业务有重大影响。

调查发行人报告期内对主要客户的销售额占年度销售总额的比例及回款情况，分析发行人销售是否过分依赖某一客户；抽查重要客户的销货合同等销售记录，分析其主要客户的回款情况。

调查发行人研发体制、研发机构设置、激励制度、研发人员资历等资料，调查发行人的研发模式和研发系统的设置和运行情况，分析是否存在良好的技术创新机制，是否能够满足发行人未来发展的需要。

调查发行人拥有的专利、非专利技术、技术合作协议等，对核心技术人员进行访谈，分析发行人主要产品的核心技术，考察其技术水平、技术成熟程度、同行业技术发展水平及技术进步情况；分析发行人主要产品生产技术所处的阶段；核查核心技术的取得方式及使用情况，调查发行人具体的技术保护措施和实际的保护状况；特别关注对发行人未来经营存在重大影响的关键技术，通过从法院及公开渠道搜集信息，调查发行人核心技术是否与其他单位或个人存在纠纷或潜在纠纷。

了解发行人核心技术人员的奖励制度等资料，调查发行人对关键技术人员实施的有效约束和激励，以及避免关键技术人才流失和技术秘密外泄的措施。查阅发行人主要研发成果、在研项目、研发目标等资料，调查发行人历年研发费用占发行人主营业务收入的比重、自主知识产权的数量与质量、技术储备等情况，对发行人的研发能力进行分析。

（3）同业竞争与关联交易调查

项目组通过分析发行人、主要股东及其控制的企业财务报告及经营范围、主营业务构成等相关数据，调查发行人主要股东及其控制的企业实际业务范围、业务性质、客户对象、与发行人产品的可替代性等情况，判断是否构成同业竞争。

通过与发行人高管人员谈话、咨询中介机构、查阅发行人及其主要股东的股权结构和组织结构、查阅发行人重要会议记录和重要合同等方法，按照《公司法》和《企业会计准则》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等文件的规定，确认发行人的关联方及关联方关系，调查关联方的工商登记资料。

调查发行人高管人员及核心技术人员是否在关联方单位任职、领取薪酬，是否存在由关联方单位直接或间接委派等情况。

（4）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员调查

项目组查阅了三会文件以及公司章程中与董事、监事、高管人员任职有关的内容，收集并查阅了董事、监事、高级管理人员、核心技术人员的简历和调查表，并与其沟通交流，调查了解董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的相关情况。

（5）组织结构和内部控制调查

项目组收集查阅了发行人的章程、三会文件、三会议事规则、董事会委员会工作制度、董事会秘书工作制度等公司治理制度文件，与发行人高管进行交流，对发行人组织结构和公司治理制度运行情况进行调查和了解。

项目组收集查阅了发行人重要的业务制度和内部控制制度，与发行人高管进行交流，调查了解发行人内部控制环境以及运行情况。

（6）财务与会计调查

项目组取得并查阅了发行人的原始报告、审计报告、评估报告等财务报告，并与发行人高管、财务人员以及发行人审计机构交流，调查了解发行人的会计政策和财务状况。

项目组对发行人报告期内重要财务数据进行对比分析，并对重要指标进行测算比较，结合发行人经营情况、市场环境分析判断发行人的资产负债、盈利及现金流状况。

项目组对发行人收入结构和利润来源进行分析，判断其盈利的贡献因素。通过对毛利率、净资产收益率、净利率等指标进行计算，通过分析发行人竞争优势和未来发展潜力，并结合行业发展前景，判断发行人盈利能力的持续性和成长性。

报告期内，发行人的经营规模保持相对稳定。项目组对发行人报告期内资产负债率、流动比率、速动比率、利息保障倍数等指标进行计算，结合发行人的现金流量状况、负债等情况，分析发行人各年度偿债能力及其变动情况，判断发行人的偿债能力和偿债风险；项目组计算发行人报告期内存货周转率、应收账款周转率等，结合市场发展、行业竞争状况、发行人生产模式、销售模式、销售特点及客户对象等情况，分析发行人各年度营运能力及其变动情况，判断发行人经营风险和持续经营能力。

项目组对发行人产品销售的地域分布、季节分布进行调查了解，并查阅发行人主要产品报告期内销量变动资料，调查了解发行人收入变化的情况，并通过询

问会计师，查阅银行存款、应收账款、销售收入等相关科目等方法调查了解发行人收入确认的方法和收款的一般流程，分析销售收入、应收账款、经营活动现金流的配比及变动情况。项目查阅了应收款项明细表和账龄分析表，调查了解发行人对客户的信用政策及其对应收账款变动的影响。

项目组根据发行人的生产流程了解发行人产品成本核算情况，并查阅了报告期内产品的成本明细表，了解产品成本构成及变动情况，结合销售价格情况分析发行人毛利率情况。

项目组收集查阅了发行人销售费用明细表、管理费用明细表和财务费用明细表，通过与发行人高管、财务等人员交流，并与发行人销售规模、研发投入、人员变动情况等因素结合分析调查费用构成、变动情况及对利润的影响。

存货是发行人的主要资产，项目组查阅了发行人报告期内各期末库存产品、发出商品的构成表，并与发行人生产、财务人员交流，调查了解发行人库存及发出商品情况。

项目组查阅了发行人主要银行借款合同，了解银行借款状况，并对其他负债科目进行了查看和了解。

发行人享受一定税收优惠政策。项目组查阅了发行人报告期的纳税申报表以及税收优惠、财政补贴资料，查阅了非经常性损益的明细资料，分析了税收优惠政策对发行人经营业绩的影响。

（7）未来发展规划

通过与发行人高级管理人员访谈，查阅发行人董事会会议纪要、未来三至五年的发展计划和业务发展目标等资料，分析发行人是否已经建立清晰、明确、具体的发展战略。通过了解竞争对手的发展战略，将发行人与竞争对手的发展战略进行比较，并对发行人所处行业、市场、竞争等情况进行分析，调查发行人的发展战略是否合理、可行。

通过与高管人员及员工、主要供应商、主要销售客户访谈等方法，调查发行人未来发展目标是否与发行人发展战略一致；分析发行人在管理、产品、人员、技术、市场等方面是否制定了具体的计划，这些计划是否与发行人未来发展目标相匹配；分析未来发展目标实施过程中存在的风险；分析发行人未来发展目标和具体计划与发行人现有业务的关系。

取得发行人募集资金投资项目的可行性研究报告、通过访谈发行人高管人员、

咨询行业专家等方法，调查募集资金投向与发行人发展战略、未来发展目标是否一致，分析其对发行人未来的经营的影响。

（8）募集资金运用调查

通过查阅发行人关于本次募集资金投资项目的决策文件、项目可行性研究报告等方法，根据项目的环保、实施地点等方面的安排情况，结合目前其他同类企业对同类项目的投资情况、产品市场容量及其变化情况，对发行人本次募集资金投资项目是否符合国家产业政策和环保要求、技术和市场的可行性以及项目实施的不确定性等进行分析；分析募集资金数量是否与发行人规模、主营业务、实际资金需求、资金运用能力及发行人业务发展目标相匹配；查阅发行人关于募集资金运用对财务状况及经营成果影响的详细分析，分析本次募集资金对发行人财务状况和经营业绩的影响，核查发行人是否审慎预测项目效益，是否已分别说明达产前后的效益情况，以及预计达产时间，预测基础、依据是否合理。

结合对发行人现有各类产品在报告期内的产能、产量、销量、产销率、销售区域，项目达产后各类产品年新增的产能、产量、销售区域，以及行业的发展趋势，有关产品的市场容量，主要竞争对手等情况的调查结果，对发行人募集资金投资项目的市场前景做出判断。

调查发行人固定资产变化与产能变动的匹配关系，并分析新增固定资产折旧对发行人未来经营成果的影响。

（9）风险因素及其他重要事项调查

项目组在进行上述方面尽职调查时注意对相关风险因素的调查和分析，对发行人作为技术先导型企业在新产品开发、市场竞争等方面的风险情况进行了解和分析，调查相关风险因素对发行人经营业绩的影响。

（10）财务报告审计截止日后事项的核查情况

发行人财务报告审计截止日为 2020 年 6 月 30 日。保荐机构核查了发行人财务报告审计截止日至本保荐工作报告签署日的经营情况，具体核查程序如下：

访谈发行人管理层并查阅国家和行业主管部门发布的产业政策，查询同行业上市公司公开披露信息，发行人所处行业的产业政策无重大不利变化；发行人所处行业发展趋势良好，业务模式及竞争趋势未发生重大不利变化；

网络核查中美贸易摩擦最新进展情况，访谈发行人国际销售部门负责人，了解中美贸易摩擦对发行人的影响以及应对策略，中美贸易摩擦不会对发行人

持续经营能力产生重大不利影响，发行人进出口业务未受到重大限制；

访谈发行人报税人员并查阅税务主管部门的最新政策，发行人相关税收政策未出现重大变化；

访谈发行人采购人员并查阅发行人采购相关合同、单据，发行人主要原材料的采购规模及采购价格不存在异常变动；查阅发行人主要业务合同及结算单据，主要产品的生产、销售规模及销售价格不存在异常变动；发行人主要客户及供应商的构成，重大合同条款及实际执行情况等方面均未发生重大不利变化；

访谈发行人投资者关系部并查询裁判文书网等公开信息，截至本保荐工作报告签署日，发行人不存在对未来经营可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项，未发生重大安全事故；

查阅申报会计师出具的 2020 年度《审阅报告》，了解发行人经营财务数据；

经核查，发行人财务报告审计截止日后的经营状况良好，发行人生产经营的内外部环境未出现重大不利变化。

（三）保荐代表人主要参与过程及工作时间情况

中信证券指定曹文洋作为广东东箭汽车科技股份有限公司 IPO 项目的负责人，全过程参与了相关的尽职调查和申请材料准备工作。

中信证券指定费威、吴仁军担任广东东箭汽车科技股份有限公司 IPO 项目的保荐代表人。两位保荐代表人均参与了尽职调查和申请材料准备工作。

中信证券指定熊志兵为项目协办人，李查德、王州杰、张伟鹏为项目主要执行人员，该等人员均参与了相关的尽职调查、辅导和申请材料准备工作，按业务、财务、法律分块负责相关尽职调查和申报材料准备工作。

2020 年 9 月 10 日，中信证券内核小组、质量控制组、签字保荐代表人及保荐业务部门负责人履行了问核程序。保荐代表人就项目问核中的相关问题尽职调查情况进行陈述，两名签字保荐代表人在问核时填写《关于保荐项目重要事项尽职调查情况问核表》，誊写该表所附承诺事项并签字确认，保荐业务部门负责人参加问核程序并签字确认。

（四）内核部审核本次证券发行项目的主要过程

内核部审核人员：	武璟、唐经娟
现场核查次数：	1 次

现场核查内容:	对项目的进展及执行情况进行现场核查的方式, 主要包括: 对项目工作底稿、申请文件(初稿)、保荐代表人尽职调查情况等进行现场检查; 参观发行人生产基地和发行人高管进行访谈等
现场内核工作日期:	2020年8月18日-2020年8月25日, 现场工作持续8天

(五) 内核会审核本次证券发行项目的主要过程

委员构成:	朱洁、武璟、唐经娟、杨曼、李纪蕊、李颖、吴琥、徐振、王秀萍
会议日期:	2020年9月11日
会议形式:	现场会议
会议决议:	东箭科技IPO项目有条件通过中信证券内核委员会的审议
内核会意见:	同意东箭科技IPO项目申请文件上报监管机构审核

第二节 项目存在问题及其解决情况

一、立项评估决策

（一）立项评估决策机构成员意见

同意立项。

（二）立项评估决策机构成员审议情况

立项委员会各成员一致同意本项目立项。

二、尽职调查过程中发现的主要问题及处理情况

1、问题描述

请关注境内外疫情、贸易摩擦、汽车市场整体下行情况下，发行人 2020 年上半年收入、利润基本未受影响的合理性，与所在细分市场实际情况是否相符。

2、解决情况

（1）中美贸易摩擦对发行人的影响

自 2018 年 9 月 24 日起，美国对从中国进口的约 2,000 亿美元商品加征 10% 关税后，由于发行人产品在该清单内，发行人与主要客户经协商，发行人通过往来邮件方式确定向美国客户发送调价通知，后经客户邮件确认，双方对产品价格调整达成一致。

假定不考虑同期汇率波动因素，本次加征关税，导致公司 2018 年度净利润减少 1,061.99 万元。但受同期汇率波动等因素影响，2018 年度，公司的营业收入和净利润保持增长，本次加征 10% 关税未对发行人经营构成重大不利影响。

自 2019 年 5 月 10 日起，美国对从中国进口的 2000 亿美元商品加征的关税由 10% 提高到 25% 后，发行人与客户再次协商，发行人通过往来邮件方式向美国客户发送调价通知，后经客户邮件确认，双方对产品价格调整达成一致。截至目前，发行人已经与美国主要客户就关税承担达成一致。

假定不考虑同期汇率波动因素，本次加征关税，将导致公司 2019 年度净利润减少 4,723.74 万元，对发行人当期经营业绩构成一定的不利影响。

如考虑到汇率波动、双方议价及发行人应对措施等因素，则美国加征关税对发行人影响分析具体如下：

1) 汇率波动

中美贸易摩擦除直接影响关税外，也会对美元人民币的汇率造成影响。自2018年4月2日以来，中美产生贸易摩擦之后，人民币汇率已经从6.28下跌至2019年12月31日的6.97，贬值幅度高达10.99%。而且，由于发行人出口至美国在内的国外市场的产品以美元结算为主，因此在人民币贬值且其他因素保持不变的情况下，发行人出口产品价格换算为人民币后价格将上涨。

2) 发行人具有较强的议价能力

基于发行人所处的行业特性、综合竞争优势、客户合作粘度等因素，发行人具有产品品类丰富、产品质量稳定、供货响应速度快等综合竞争优势，美国客户在中短期内难以寻找更为合适的供应商。此外，公司产品的终端消费者对产品价格敏感度相对较低，未对客户经营造成明显影响。因此，发行人在与美国客户谈判议价中具有较强的议价能力。

3) 发行人针对中美贸易摩擦采取的应对措施

为尽可能降低中美贸易摩擦对发行人经营产生的不利影响，发行人拟采取的主要措施如下：

一方面，基于良好的客户合作关系、公司综合竞争优势等因素，发行人与主要客户通过协商共同承担关税等方式，降低由于关税税率上升导致的不利影响。

另一方面，发行人后续将充分论证采取将部分产能转移至未受此次关税影响的亚太国家或地区等相关措施。

综上所述，发行人在行业内拥有较强的综合竞争力，美国主要客户对公司产品也具备较强的粘性，同时公司已筹划采取相关措施来降低中美贸易摩擦对公司出口美国业务的整体影响。因此，中美贸易摩擦不会对公司持续盈利能力构成重大不利影响。

(2) 新冠疫情对发行人的影响

1) 国内新冠疫情对发行人的影响

2020年1-6月，虽然疫情对全球部分行业影响较为严重，但我国复产复工情况较全球为领先，对发行人影响较小。

2) 美国新冠疫情对发行人的影响

2020年1月31日，美国政府宣布进入公共卫生紧急状态，然而美国联邦政府和大多数州及地方政府几乎没有采取行动干预人们的正常经济和社会生活。3

月下旬，美国各州相继执行“居家令”。5月1日美国已有12个州复工复产，到5月20日美国50个州已不同程度地重启了经济活动。

与此同时，美国民众的网购规模大幅上升。据营销平台 Emarsys 和分析平台 GoodData 的数据显示，2020 年一季度，美国和加拿大的纯电子商务零售商的电子商务订单数量同比增长 52%，销售额同比增长 34%。除在线销售的增长外，取货订单也在增加。Adobe Analytics 数据显示，2月24日至3月24日期间，美国消费者在网上购买和在实体店购买的订单数量也同比增长了 62%。2020 年二季度，亚马逊营业收入 889 亿美元，同比增长 40%；净利润 52 亿美元，是去年同期的两倍，创公司史上单季最高纪录。

报告期内，发行人在美国的销售收入分别为 55,017.13 万元、64,411.51 万元、64,474.82 万元及 30,902.54 万元，占当期主营业务收入比例分别为 36.69%、40.55%、41.99%及 49.70%。发行人出口美国产品主要包括车侧承载装饰系统产品和车辆前后防护系统产品，各期占美国地区销售收入合计比例分别为 93.28%、93.13%、92.44%和 91.71%。2020 年 1-6 月，车侧承载装饰系统产品、车辆前后防护系统产品在美国的相关销售情况如下：

车侧承载装饰系统产品			
项目	2020 年 1-6 月	同比变动 (%)	2019 年 1-6 月
毛利率 (%)	41.66	0.06	41.60
平均单价 (元/套)	619.95	0.88	614.56
销售额 (万元)	16,781.67	-2.93	17,288.07
销量 (万套)	27.07	-3.77	28.13
车辆前后防护系统产品			
项目	2020 年 1-6 月	同比变动 (%)	2019 年 1-6 月
毛利率 (%)	35.01	1.67	33.34
平均单价 (元/套)	856.17	4.46	819.60
销售额 (万元)	11,558.00	1.08	11,434.33
销量 (万套)	13.50	-3.24	13.95

由上表可知，2020 年 1-6 月，发行人在美国销售的主要产品的销售额、毛利率等数据受新冠疫情和中美贸易摩擦的影响较小，主要原因如下：

①针对美国加征关税，发行人与主要客户经协商通过调整产品价格的方式共同承担。同时，自中美贸易摩擦开始，人民币兑美元汇率持续下行，产生的汇兑

损益在一定程度上对冲了加征关税的负面影响。

②美国政府应对新冠疫情未采取强硬措施。美国各州颁布“居家令”较晚且持续时间短，对经济活动的影响相对较小。此外，疫情促进了美国电商行业快速发展。发行人的美国客户以汽车零配件品牌商为主，主要面向终端消费者。其中 Truck Hero, Inc.、Tyger Auto Inc.、Better Automotive Inc.、Turn5, Inc.等美国客户均具备较为成熟的线上销售能力，为居家的美国民众在闲暇时间升级改造汽车提供了便利。

③美国系全球重要的汽车生产消费市场。根据 SEMA 发布的《2020 SEMA Market Report》，美国汽车售后改装配件市场过去 6 年每年均呈平稳增长态势，2019 年市场规模约 462 亿美元。根据世界银行发布的 2019 年全球 20 个主要国家千人汽车保有量数据显示，美国千人汽车保有量为 837 辆，全球排名第一，是中国的近 5 倍。基于不同的汽车消费文化，发行人外销产品侧重于功能性、实用性，相关产品主要面向存量车市场。根据 2019 年 10 月 SEMA 协会发布的《SEMA Accessory Opportunity Report: Top Cars and Trucks》有关汽车改装件的机会报告，美国存量车每年报废数量均低于新车投放速度，使得汽车售后改装市场不断增长，并且改装时点存在于汽车生命周期任何阶段；无论新车、二手车，车主一般会在车辆购买后数月才进行改装、加装饰品。相对国内市场，国内消费者一般会在新车购买阶段选择改装、加装饰品，并由 4S 店代为安装。因此，美国汽车后装产品受新车销量波动及服务行业停工的影响较小。

（3）下游汽车行业变化对发行人的影响

1) 全球汽车行业挑战与机遇并存

未来一定时期内，在宏观经济形势、贸易政策、新排放标准、新冠疫情等多方面因素带来的压力下，汽车行业仍面临着前所未有的挑战。然而挑战与机遇并存，全球汽车行业的细分市场仍具备较大成长空间。

2) 国内经济长期向好，车市将重回增长轨道

我国汽车市场曾保持超过 20 年的连续增长，汽车产销量蝉联全球第一超过 10 年，自 2018 年出现下滑标志着产业进入了阶段性调整的平台期。据东吴证券研究所分析，借鉴日本结合我国国情，基于中国经济增长仍具有韧性，全面放开二胎助于缓解中国新生人口数量下降速度，以及国内个性化消费潜力依然强劲，未来 10 年中国乘用车虽进入低增长时代，销售增长中枢或为 3%，但仍然有上升

空间；或出现第二次销量峰值 3,000 万辆。因此，未来国内汽车消费潜力依然较大。基于上述判断，结合购置税补贴带来的透支效应经过 2018-2019 年调整已反应充分，并且全国依然有 18 个省/市汽车千人保有量低于平均值，未来汽车消费潜力依然较大，预计 2020-2021 年乘用车需求有望逐步回升至 2018 年水平（复合增速 4%）。

3) 二手车交易活跃持续推动市场发展

近年来，随着限迁政策的逐步放开，为国内二手车市场开启了快速发展的动力。根据中国汽车流通协会统计，2019 年我国累计完成二手车交易台次 1,492.28 万辆，累计同比增长 7.96%，交易金额达到 9,356.86 亿元，累计同比增长 8.76%。二手车活跃的交易，有助于提高消费者的增换购交易需求，从而推动新车市场的增长，也为汽车改造、维修、美容等多元化后市场服务需求提供了一定发展空间。

4) 汽车保有量仍存在较大成长空间

我国人均汽车保有量仍有较大成长空间。根据世界银行发布的 2019 年全球 20 个主要国家千人汽车保有量数据显示，2019 年千人汽车保有量我国仅为 173 辆，位列第 17 位，美国千人汽车保有量为 837 辆、澳大利亚为 747 辆，排名第一的美国千人汽车保有量是中国的近 5 倍。随着国内新型工业化和城镇化进程的加快发展，居民消费不断升级，未来我国汽车保有量仍具有较大成长空间。

综上所述，自 2018 年起国内外汽车产销量均出现一定程度的下滑，未来一段时间内全球汽车市场将面临挑战与机遇并存的局面，但国内汽车市场在阶段性调整后有望重回增长轨道，同时在国内二手车交易及汽车保有量持续增长的支撑下，发行人所处行业未出现持续性衰退，外部环境未发生明显不利变化，发行人未因行业周期导致 2020 年上半年收入、利润基本未受较大影响，存在一定合理性。

三、内部核查部门关注的主要问题

（一）关于本次申报

本项目系承接广发已申报项目，请项目组说明本次对报告和反馈回复履行的复核程序和结论，请说明所履行的尽调程序、范围和结论以及尽调程序是否充分；

回复：

项目组根据《保荐人尽职调查工作准则》、《关于实施<关于保荐项目尽职调查情况问核程序的审核指引>的通知》（发行监管函（2011）75号）、《关于保荐项目尽职调查情况问核程序的审核指引》的要求，对前次保荐机构保荐工作文件及相关底稿进行了复核，复核范围主要为原保荐机构广发证券出具的核查文件及底稿资料，包括尽职调查底稿、辅导工作的完备性等内容；复核对象主要为发行人和原保荐机构；复核程序主要包括对原保荐机构的尽调底稿进行复核，补充走访、函证、穿行测试等核查程序，具体复核情况如下：

①针对原保荐机构对发行人的辅导情况，项目组查阅原保荐机构与发行人签订的辅导协议、原保荐机构出具的辅导备案文件以及辅导总结文件；查阅原保荐机构的辅导工作底稿，关注原保荐机构关于辅导实施效果、原保荐机构对辅导对象公司治理及规范运作程度进行判断是否具有合理且充足的依据；与发行人被辅导对象进行访谈，查阅发行人对原保荐机构辅导工作的评价意见；与原保荐机构辅导人员进行访谈。

②项目组已完成与原保荐机构的工作和底稿资料的交接，并根据《保荐人尽职调查工作准则》的要求，编制了中信证券底稿检查目录，对原保荐机构底稿进行了核查，并完成了底稿的收集、整理以及复核工作；

③项目组获取了原保荐机构出具的保荐业务相关文件，并结合底稿，核查保荐工作相关文件出具的真实性、准确性、完整性，并根据相关法律法规的要求，完成了中信证券保荐工作相关文件的出具；

④项目组根据《保荐人尽职调查工作准则》、《关于实施<关于保荐项目尽职调查情况问核程序的审核指引>的通知》（发行监管函（2011）75号）、《关于保荐项目尽职调查情况问核程序的审核指引》的要求，项目组针对发行人部分重点问题进行了重点核查。

除此之外，我方针对重点事项重新执行了核查程序，具体如下：

（1）独立走访了发行人主要客户及供应商。其中外销客户因疫情影响，主要采用视频走访的方式，在视频中要求访谈对方出示名片、工服或办公场所标识，取得对方盖章或签字确认的访谈纪录及关联关系确认函、合同及订单等材料；项目组主要采用现场走访的方式对发行人供应商及内销客户进行核查，现场取得了访谈记录、关联关系确认函、访谈对象名片及客户/供应商营业执照、抽取了客户/供应商与发行人之交易合同、订单等材料；

(2) 对报告期发行人与客户、供应商之交易金额、往来款项余额等进行了独立函证，各期发函比例超过 90%，回函比例超过 85%；

(3) 对报告期内发行人全部银行账户进行独立函证，截至本保荐工作报告出具之日，报告期内发行人各期回函比例超过 95%；

(4) 现场取得发行人及其子公司企业信用报告；现场打印发行人及发行人子公司银行流水账户，对发行人报告期内超过 10 万元的公司银行流水进行大额流水抽凭，现场取得发行人实际控制人及主要关联方个人流水，并对发行人董事、监事、高级管理人员及其主要关联方个人流水进行核查；

(5) 对发行人报告期财务数据进行独立核查程序，包括但不限于：①对生产循环、采购循环、销售循环、资金循环及现金交易进行穿行测试；②对发行人采购、销售、期间费用进行截止性测试；③对发行人应收款项进行第三方回款测试；④对发行人运输费用进行穿行测试；

(6) 客户应收账款期后回款核查。项目组会同申报会计师对发行人报告期各期期后回款情况进行专项核查，通过分析判断发行人期后回款情况。

(7) 客户退换货核查。项目组获取发行人客户管理制度、退换货明细表，核查报告期内发行人退换货金额及占比情况，核查退换货的真实原因。

(8) 对发行人主要固定资产及存货进行现场盘点；

(9) 独立取得发行人董监高、员工持股平台股东调查表、访谈发行人董监高、主要股东及关联方。取得发行人董监高无犯罪证明、发行人及其子公司主管部门无违规证明、走访发行人主管部门等；网络核查发行人及其关联方、发行人董监高、发行人客户供应商工商信息、诉讼情况、违法违规情况等；

(10) 对发行人独立性进行了核查，包括但不限于：①网络核查发行人商标、专利情况，取得发行人主要知识产权、及不动产权属证明文件；②核查发行人财务及业务系统；③取得发行人员工花名册及工资表；④核查发行人及发行人董事、监事高级管理人员与发行人客户、供应商董监高关联关系；

(11) 对于发行人外销收入，项目组对海关数据执行了以下核查程序：

①取得发行人报告期内依据海关流程申请报关数据调取的申请材料，现场监督发行人转发的海关人员公共邮箱发送发行人的报关数据（原币及本币），并将取得数据与发行人报关台账进行比对；

②取得发行人与佛山电子口岸沟通情况、现场取得发行人经关务系统查询的

报关数据明细及汇总（仅原币），并将取得数据与发行人报关台账进行比对；

③现场取得发行人通过广东省电子税务局导出的出口退税申报数据及免抵退税申报汇总表，并与发行人纳税申报表进行比对；

如上所述复核程序，我方已充分复核原保荐机构工作，复核报告已明确复核的范围、对象、程序、实施过程和相关结论，并且我方已明确发表复核意见，待内核会审议通过后，我方相关负责人将在复核报告中签字，符合《发行监管问答—首次公开发行股票申请审核过程中有关中止审查等事项的要求》相关要求。关于复核过程，详见《中信证券股份有限公司关于广东东箭汽车科技股份有限公司首次公开发行股票并上市更换保荐机构之复核报告》（以下简称“《复核报告》”）。

（2）发行人变更保荐机构和审计机构后，我方针对重点事项重新执行了核查程序，主要核查工作包括：客户及供应商实地走访、客户销售收入及应收账款函证、供应商采购金额及应付账款函证、银行询证函、银行流水核查、大额异常银行流水核查、企业信用情况核查、各类穿行测试、合法合规性核查、董监高访谈、关联关系核查等。除此之外，我方基于原保荐机构的工作底稿，全面复核了其工作底稿，针对 2020 年半年报相关情况进行独立核查。结合《复核报告》所述的核查过程和程序，我方核查结论如下：

根据中国证监会《发行监管问答—首次公开发行股票申请审核过程中有关中止审查等事项的要求》的相关规定，本保荐机构按照《证券法》、《管理办法》、《保荐人尽职调查工作准则》等法律、法规的规定，对东箭科技首次公开发行股票并在创业板上市项目重新履行完整的保荐工作程序，重新出具了《发行保荐书》及《保荐工作报告》等保荐文件，并在保荐文件中对新出具的文件与原保荐机构出具的文件内容是否存在重大差异发表了明确意见。

经重新履行完整的保荐工作程序，本保荐机构认为：

①原保荐机构对发行人实施的核查工作符合《证券发行上市保荐业务管理办法》等法规的要求。原保荐机构已经较好地履行了核查义务，本保荐机构出具的核查结论同前次保荐机构文件不存在重大差异；

②本保荐机构同意承担保荐机构职责，并履行尽职调查义务，承诺对广发证券及其签字保荐代表人签署的相关文件均予以认可并承担相应法律责任，并对今后签署材料的真实性、准确性、完整性承担相应法律责任，确保相关文件不存在虚假记载、误导性陈述和重大遗漏；

③截止复核报告出具之日, 发行人本次发行申请符合《证券法》、《管理办法》等法律法规规定的首次公开发行 A 股股票并上市的条件。

(二) 关于收入

1. 关于出口收入: 报告期内, 发行人外销收入分别为 90,714.70 万元、103,659.61 万元、104,662.68 万元和 42,509.48 万元, 占当期主营业务收入比例分别为 60.50%、65.26%、68.17%和 68.37%, 占比较高。请说明: (1) 项目组对外销收入与海关数据、出口退税金额、中国出口信用保险公司数据的对比情况的核查情况, 如有异常, 请说明原因及合理性; (2) 项目组对出口销售真实性的核查程序、金额及比例以及是否存在关联方关系的核查程序, 请说明报告期 ODM 模式下受托生产销售的主要汽车用品品牌情况和 OES 客户一级供应商情况, 以及对终端销售的抽查情况; (3) 发行人出口美国的收入占当期主营业务收入比例分别为 36.69%、40.55%、41.99%和 49.70%, 受贸易战影响, 公司出口美国的产品已被列入加征关税清单, 请结合目前经营情况及在手订单、加征关税对产品成本及与竞争对手比较优势的影响等说明中美贸易战对公司的影响、公司应对措施及有效性, 是否会对发行人未来生产经营构成重大不利影响, 相应风险揭示是否充分; (4) 请说明境内出口业务以办妥报关手续确认收入, 境外子公司销售以发货确认收入的原则与合同约定的风险报酬转移时点或者控制权转移时点是否一致, 与行业处理方式是否一致, 是否符合企业会计准则;

回复:

一、项目组对外销收入与海关数据、出口退税金额、中国出口信用保险公司数据的对比情况的核查情况, 如有异常, 请说明原因及合理性

1、海关数据验证

对于海关数据调取, 项目组已进行如下核查程序: ①独立访谈顺德海关人员, 了解调取海关报关数据的申请流程; ②复核发行人申请海关数据的申请流程, 取得发行人调取的海关报关数据; ③通过关务软件独立取得发行人海关报关数据之明细及汇总金额; ④复核前保荐机构对海关数据验证之核查程序, 包括访谈底稿、沟通底稿、数据明细等。并将前述数据与发行人当期出口收入进行匹配, 以验证出口收入的真实性。

报告期内, 发行人出口销售收入与海关数据差异情况如下:

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度	小计
公司外销金额	42,509.48	104,662.68	103,659.61	90,714.70	341,546.47
减：境外子公司销售金额	11,548.32	20,366.52	15,636.45	11,879.68	59,430.96
加：境内向境外子公司销售金额	7,753.09	12,572.77	12,584.81	9,471.27	42,381.93
小计（还原出口销售额）	38,714.25	96,868.93	100,607.97	88,306.29	324,497.44
海关出口数据	34,341.04	96,746.83	100,299.83	88,586.89	319,974.59
差异	4,373.21	122.10	308.14	-280.60	4,522.85
差异率	11.30%	0.13%	0.31%	-0.32%	1.39%

注 1：由于公司存在境外子公司 MKI，因此公司向海关申报的还原出口销售额推算过程为：合并外销金额-境外子公司销售金额+境内向境外子公司销售金额；

注 2：表中 2020 年 1-6 月海关出口数据仅为广州海关出口统计数据，未包括广州以外其他关区出口数据。

报告期各期，发行人经还原后的出口收入与海关数据差异率分别为-0.32%、0.31%、0.13%和 11.30%，其中，2020 年上半年差异率相对较大，主要原因系：由于海关系统改革，保荐机构向发行人所属辖区的广州海关查询发行人报关数据时，保荐机构通过广州海关仅能够现场获取 2020 年上半年发行人通过广州海关及其辖区内其他海关的出口数据，未能获得发行人通过广州海关管辖辖区以外其他关区出口的数据；为保证 2020 年 1-6 月海关数据核查的完整性，保荐机构进一步从关务管理系统中获取 2020 年 1-6 月发行人的全部报关数据并进行比对，经比对发行人 2020 年 1-6 月的海关报关出口金额为 38,868.04 万元，相较发行人还原出口销售额的金额大 153.79 万元，差异率为-0.40%，差异较小。

综上所述，报告期各期，发行人经还原后的出口收入与海关数据总体差异率较小，相关差异主要系发行人账面出口收入以报关时点确认收入，而海关数据一般以结关时点统计数据，二者存在 3 到 5 天时间差所致。

2、出口退税核查

项目组获取了发行人报告期内免抵退申报表，核查发行人报告期内出口退税情况，与其境外销售规模进行匹配，以验证出口收入的真实性。

报告期内，发行人出口退税金额与公司出口收入之间的匹配关系如下：

单位：万元

项目	序号	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度	小计
还原出口销售额	A	38,714.25	96,868.93	100,607.97	88,306.29	324,497.44
单证齐全出口销售额	B	38,441.84	96,102.85	107,766.37	87,243.97	329,555.03

项目	序号	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度	小计
出口销售额乘征退税率之差	C	1.80	9.40	34.47	39.53	85.19
申报退税额	D=B*退税率	4,995.64	14,526.40	18,000.09	14,791.95	52,314.08
当期免抵税额	E	3,562.97	10,851.11	13,371.02	10,447.72	38,232.82
出口退税额	F=D-E	1,432.67	3,675.29	4,629.07	4,344.23	14,081.26
出口退税占出口销售额比例	G=F/A	3.70%	3.79%	4.60%	4.92%	4.34%
单证齐全比例	H=B/A	99.30%	99.21%	107.12%	98.80%	101.56%

注 1: 报告期内, 公司无免税购进原材料, 因此免抵退税额抵减额为 0, 免抵退税不得免征和抵扣税额抵减额为 0。

注 2: 报告期内, 当期期末留抵税额均小于当期免抵退税额, 因此当期应退税额=当期期末留抵税额, 当期免抵税额=当期免抵退税额-当期应退税额。

公司出口退税额是以单证齐全出口销售额为基础计算, 并受内销销项税与采购进项税形成的留抵税额的影响。报告期各期, 发行人出口退税占当期出口销售额比例分别为 4.92%、4.60%、3.79%和 3.70%, 总体相对稳定。由于公司出口销售收入确认时点与获取齐全单证进行申报的时点存在时间差, 一般单证齐全出口销售额会较出口销售收入确认略晚。因此出口销售额与单证齐全出口销售额存在差异, 报告期各期, 各年单证齐全出口销售额占出口销售额比例分别为 98.80%、107.12%、99.21%和 99.30%, 总体差异较小, 未见异常。

经核查, 项目组认为, 发行人不同类型客户销售模式划分准确、完整, 相关收入确认真实、准确、完整, 不存在明显异常; 相关经销产品实现了最终销售, 不存在向经销商压货以扩大收入的情形; 发行人出口收入与海关数据差异较小, 相互匹配, 出口产品退税金额与外销收入相互匹配, 发行人海外销售真实、准确、完整。

3、中国出口信用保险公司数据比对

2017 年, 发行人主要根据出口销售额向中国出口信用保险公司购买商业保险; 2018 年, 中国出口信用保险公司针对公司实际情况给出了保费更有吸引力、保障范围更广的方案, 公司 2018 年开始保险范围调整为按客户设定债权限额投保, 具体如下:

年份	投保方式	保险申报的具体操作方式
2017年度	按照外销销售额的比例投保, 每年的比例依实际情况有所调整	发行人按月汇总需要投保客户的销售收入明细数据并逐笔报送中信保, 中信保核实后分笔确定应缴保费。后续风险发生时, 中信保将对应核实该笔收入的回款是否属于前期已投保的销售收入,

年份	投保方式	保险申报的具体操作方式
		并决定是否赔付。因此2017年的保险覆盖率为当期投保的外销销售收入发生额占当期外销总收入的比例。
2018年至今	按每个外销客户情况区别评估，对部分具有一定回款风险的客户才进行投保，公司参照该客户的近期应收账款的余额水平对保险人申报设定债权限额，按照该限额进行投保	中信保对发行人需投保客户的应收账款回款风险实行大包干制保障，每年中信保在评估发行人需投保的客户的应收账款风险水平后拟订应缴保费金额并一次缴纳。后续业务中，发行人每月月末汇总需投保的客户应收账款投保额度并报送中信保审批备案；在风险发生时，中信保按照最近一期报送的额度情况，在相应客户的报送额度内对未回款部分进行赔付。因此2018年及后续的保险覆盖率为当期期末发行人申报的保险额度占期末应收账款余额的比例。

依上述投保方式在实际业务实施时的差异情况，发行人各期的外销回款投保覆盖率如下：

单位：万美元

项目	2020年6月末	2019年末	2018年末	2017年度
当期投保额度	2,220.93	2,451.42	2,879.81	8,428.86
期末外销应收账款余额/当期外销收入	2,721.08	2,573.54	3,301.20	13,405.92
保险覆盖比例	81.62%	95.25%	87.36%	62.87%

注：上述计算中，2017年度的保险覆盖比例为当期投保额度/当期外销收入，2018年及以后的保险覆盖比例为当期投保额度/期末外销应收账款余额。

根据发行人与中信保约定的保险条款及实际投保覆盖情况看，发行人并未对所有客户的应收账款投保，而是仅针对金额较大或存在一定回款风险（如经营规模相对较小、地区政治经济局势存在波动等）的客户进行投保，且针对各期已投保的客户，发行人也会依据客户前期回款情况和当期的业务经营、交易规模等实际情况相应调整投保额，因此保险覆盖比例未达100%。

报告期内，2018年保险覆盖比例较2017年增长较大，主要系2017年发行人按照外销收入选择购买保险，而2018年至2020年6月间，发行人按照应收外销客户余额选择购买保险。

2020年6月末，发行人应收账款的保险覆盖比率较2019年末有所下降，主要为受疫情影响，发行人外销客户整体回款速度有所减缓，及部分外销客户因期末集中发货导致其应收账款余额超过期末投保额度所致。2020年6月末与发行人交易量较大的客户中，BETTER AUTOMOTIVE INC.、TURN5, INC.、Wheel Group Holdings, LLC、Rough Country, LLC 四家外销客户的应收账款余额大于期

未投保额度，主要系 2020 年 5-6 月国外市场居家令逐步解除、经济反弹后，外销客户集中向发行人采购，但发行人向中信保申报调增投保额度的审批尚未完成，导致期末应收账款余额大于投保额度；截至 2020 年 8 月 31 日，发行人调增投保额度的申请已经审批完成，上述四家客户中，BETTER AUTOMOTIVE INC.、Rough Country, LLC 的期后回款比例超过 80%，TURN5, INC.、Wheel Group Holdings, LLC 的期后回款比例超过 65%，外销客户整体的期后回款比例超过 75%，回款情况较为良好。

经核查，项目组认为，发行人与主要客户的交易具有合理的业务背景，中信保的投保数据与发行人的销售收入、应收账款余额基本匹配，应收账款回收情况良好、回收风险较低，发行人海外销售真实、准确、完整，不存在明显异常。

二、项目组对出口销售真实性的核查程序、金额及比例以及是否存在关联方关系的核查程序，请说明报告期 ODM 模式下受托生产销售的主要汽车用品品牌情况和 OES 客户一级供应商情况，以及对终端销售的抽查情况；

1、出口核查

关于发行人出口销售真实性以及关联关系核查，项目组履行了如下核查程序：

(1) 内部访谈。项目组已与业务部门、财务部门及管理层进行多次沟通，了解公司业务模式和客户类型的全貌，了解不同模式下与客户结算时点、方式的差异，了解不同模式下财务核算的区别，并已获取相关财务制度。

(2) 检查销售合同。项目组获取了报告期内不同模式不同客户类型主要销售合同，核查销售合同及与客户的其他约定，是否包括影响收入确认时点的特殊条款，判断收入确认时点是否符合《企业会计准则》的规定；核查销售合同及与客户的其他约定，是否包含关于金额的或有条款，判断收入确认金额是否准确。

(3) 资信信息查询。项目组通过查询境内外交易所网站获取发行人部分境内外上市公司客户的基本信息；通过中国进出口信用保险公司获取境外客户《海外资信报告》等，核查发行人部分境外客户背景资料。判断该等客户向发行人采购相关产品是否合理，采购规模与业务规模是否匹配。

(4) 独立走访了发行人主要客户及供应商。其中外销客户因疫情影响，主要采用视频走访的方式，在视频中要求访谈对方出示名片、工服或办公场所标识，取得对方盖章或签字确认的访谈纪录及关联关系确认函、合同及订单等材料；项目组主要采用现场走访的方式对发行人供应商及内销客户进行核查，现场取得了

访谈记录、关联关系确认函、访谈对象名片及客户/供应商营业执照、抽取了客户/供应商与发行人之交易合同、订单等材料；

客户总计走访 47 家，其中实地走访 20 家，视频走访 27 家，走访具体覆盖金额比例情况如下：

收入走访汇总	2020 年 6 月	2019 年	2018 年	2017 年
全口径走访比例	67.38%	68.59%	68.80%	63.92%
外销走访比例	73.23%	74.61%	77.20%	77.34%
内销走访比例	54.73%	55.69%	53.02%	43.36%
直销走访比例	67.53%	68.56%	68.80%	64.81%
经销走访比例	57.20%	60.50%	55.22%	47.62%
代销走访比例	73.89%	77.37%	84.99%	79.26%

供应商总计走访 54 家，其中实地走访 35 家，视频走访 19 家，走访具体覆盖金额比例情况如下：

单位：元

采购走访汇总	2020 年 6 月	2019 年	2018 年	2017 年
走访比例	70.10%	66.44%	54.98%	50.95%

5、函证。原保荐机构、原申报会计师对报告期内销售额及往来款余额等数据，向发行人客户进行独立函证，总发函数量为超过 400 家，2017-2019 年，销售收入发函比例（发函金额/销售金额）分别为 91.01%、94.60%和 92.72%，回函比例（回函金额/发函金额）分别为 95.29%、98.30%和 99.08%，回函不符部分主要系双方入账时间差异等原因，已实施替代程序。

项目组复核了原保荐机构函证资料，并针对报告期内销售额及往来款余额等数据，向发行人客户进行独立函证，总发函数量接近 400 家，2017-2020 年 1-6 月，销售收入发函比例（发函金额/销售金额）分别为 84.12%、90.86%、90.04%、90.67%，回函比例（回函金额/发函金额）分别为 87.18%、89.50%、90.47%、82.83%，回函不符部分主要系双方入账时间差异等原因，已实施替代程序。

（6）客户应收账款期后回款核查。项目组对发行人报告期各期期后回款情况进行专项核查，通过分析判断发行人期后回款情况。报告期各期末，发行人应收账款期后回款情况总体良好，2017 年末、2018 年末和 2019 年末，85%以上的应收账款可以在期后半年回款；2020 年 6 月末，截至 2020 年 8 月末的回款比例超过 60%。

(7) 针对销售及收款循环进行穿行测试：

对于外销客户，国外客户通常通过邮件形式下单，发行人保留了客户邮件的截图及邮件所附的订单，保荐机构、申报会计师针对重要客户进行了抽查。此外，还获取了发行人的系统订单、出库单、报关单、出口发票、物流台账、物流单、相对应的记账凭证、收款凭证等底稿资料。

(8) 发行人客户销售抽样测试。项目组获取了报告期内发行人销售明细账，对各期主要客户实施销售抽样检查，检查其合同/订单、出库单、货运公司签收单、客户签收确认单、发票、银行进账单等原始单据，确认发行人与客户之间交易真实情况。

(9) 收入截止性测试。项目组获取了报告期内发行人销售明细账，对报告期内主要客户各期末销售收入进行收入截止性测试，检查其出库单、发运凭证、客户签收确认单、发票、银行进账单、记账凭证等相关凭证，确认发行人对该等客户销售收入确认是否真实、准确、完整，是否存在提前或推迟确认销售收入的情形。

(10) 客户退换货核查。项目组获取了发行人客户管理制度、退换货明细表，核查报告期内发行人退换货金额及占比情况，核查退换货的真实原因。报告期各期，发行人退货金额分别为 1,844.59 万元、1,441.47 万元、1,964.65 万元和 668.96 万元，占当期销售收入比例分别为 1.23%、0.91%、1.28%和 1.08%，金额较小，比例很低，不存在大额异常退换货情形；相关退货主要系产品质量问题、表面破损、安装不良等原因所致。

(11) 银行流水核查。项目组获取了发行人及子公司银行账户开户清单、报告期内发行人及子公司所有银行账户的流水清单、银行日记账，对发行人及子公司交易金额在 10 万元及以上的银行对账单和银行日记账的一致性进行了比对核查，核查交易对手、交易金额、交易内容摘要等信息一致性；对客户、供应商单笔 300 万元以上往来款大额抽凭，查验记账凭证、交易单据、银行日记账以及收付款单明细表等相关信息一致性。

(12) 第三方回款核查。项目组获取了报告期内发行人及子公司所有银行账户的流水清单、银行日记账以及所有账户网银记录，通过双向比对及访谈财务人员，对发行人第三方代收代付款项进行核查。保荐机构、申报会计师已对发行人单笔回款人民币 5 万元以上或者单笔回款 1 万美元以上进行抽凭，核查第三方回

款金额、占比及原因，统计第三方代付授权金额及比例，分析其合理性。报告期内，发行人第三方回款金额分别为 2,588.70 万元、3,513.95 万元、2,616.23 万元和 762.12 万元，占当期营业收入比例分别为 1.71%、2.18%、1.67%和 1.20%，金额较小，占比较低。

(13) 海关数据验证。对于海关数据调取，项目组已进行如下核查程序：①独立访谈顺德海关人员，了解调取海关报关数据的申请流程；②复核发行人申请海关数据的申请流程，取得发行人调取的海关报关数据；③通过关务软件独立取得发行人海关报关数据之明细及汇总金额；④复核前保荐机构对海关数据验证之核查程序，包括访谈底稿、沟通底稿、数据明细等。并将前述数据与发行人当期出口收入进行匹配，以验证出口收入的真实性。

(14) 出口退税核查。项目组获取了发行人报告期内免抵退申报表，核查发行人报告期内出口退税情况，与其境外销售规模进行匹配，以验证出口收入的真实性。

(15) 检查发行人及关联方工商档案，实际控制人、董监高调查表，通过公开信息核查发行人关联方情况，取得海外客户出具的关联关系确认函，确认是否存在关联关系。

经核查，项目组认为，发行人海外销售真实、准确、完整，相关境外客户与发行人不存在关联关系。

2、报告期 ODM 模式下受托生产销售的主要汽车用品品牌情况和 OES 客户一级供应商情况，以及对终端销售的抽查情况

(1) ODM 模式下受生产销售的主要汽车用品品牌情况和 OES 客户一级供应商情况

ODM 是公司外销的主要业务模式，系公司根据客户要求的产品型号、规格等需求，自主进行设计、开发、试装和生产产品，经客户对产品检验通过并贴上客户指定品牌，将产品以卖断的方式销售给客户，客户再通过其自身的销售网络销售给消费者。该模式下的销售对象主要是出口国家或地区的知名品牌商，主要出口国家和地区包括北美洲、大洋洲、欧洲等。

OES 客户是面向出口国家或地区汽车整车厂的一级供应商，公司作为二级供应商，根据一级供应商对产品型号、规格等需求，按照客户提供的设计图纸进行产品生产后交付给一级供应商，再由一级供应商最终销售给下游的汽车整车厂。

报告期内，发行人各主要产品前十大客户中国外 ODM 客户、国外 OES 客户基本情况如下：

序号	客户名称	客户类型	销售模式	成立时间	注册地	主营业务	主要股东及持股比例
1	Westin Automotive Products, Inc.	国外 ODM 客户	直销	1977 年	美国	汽车零部件研发、生产和销售	Wedgestone Corporation 100%
2	Oakmoore Pty Ltd.	国外 OES 客户	直销	1973 年	澳大利亚	汽车零部件研发、生产和销售	Rod Horwill 50%、Greg Horwill 50%
3	TAP Worldwide LLC	国外 ODM 客户	直销	1956 年	美国	汽车改装产品经销商	Polaris Industries Inc 100%
4	Truck Hero, Inc	国外 ODM 客户	直销	2007 年	美国	汽车零部件销售	Truck Holdings, Inc.
5	Rhino Rack Australia Pty. Ltd	国外 ODM 客户	直销	2006 年	澳大利亚	汽车零部件研发、生产和销售	Cropley Holdings Pty. Ltd 100%
6	Turn5, Inc.	国外 ODM 客户	直销	2000 年	美国	汽车用品线上销售	Stephen C Voudouris; Andrew Voudouris
7	Tyger Auto Inc.	国外 ODM 客户	直销	2010 年	美国	汽车用品线上销售	Ming Li; Hong Zhao
8	CURT Manufacturing, LLC	国外 ODM 客户	直销	1994 年	美国	汽车零部件研发、生产和销售	Audax Management Company LLC 100%
9	Keystone Automotive Operations Inc.	国外 ODM 客户	直销	1971 年	美国	皮卡、SUV 车型改装配件产品销售	LKQ Corporation 100%
10	Aeroklas Co., Ltd.	国外 ODM 客户	直销	1992 年	泰国	汽车零部件生产和销售	Eastern Polymer Group Public Company Limited 100%
11	Gulf States Toyota, Inc.	国外 ODM 客户	直销	1969 年	美国	汽车及汽车用品销售	Friedkin Companies, Inc 100%
12	Better Automotive Inc.	国外 ODM 客户	直销	2016 年	美国	汽车零部件销售	Dawei Shi 100%
13	Abdullatif Jameel Import and Dist. Co., Ltd.	国外 ODM 客户	直销	1990 年	沙特阿拉伯	汽车及汽车用品销售	Abdullatif Jameel Company Limited 100%
	NSV Trading LLC	国外 OES 客户	直销	1990 年	阿联酋	汽车零部件研发、生产和销售	Abdullatif Jameel Commercial Development Company 99%、Abdullatif Jameel Trading Company Ltd.1%
14	Rough Country, LLC	国外 ODM 客户	直销	1986 年	美国	汽车悬挂系统的生产和销	Gridiron Capital LLC 100%

序号	客户名称	客户类型	销售模式	成立时间	注册地	主营业务	主要股东及持股比例
						售	
15	BBT International Inc.	国外 ODM 客户	直销	1997 年	美国	汽车零部件销售	Fadi Ajam 100%
16	Wheel Group Holdings,LLC	国外 ODM 客户	直销	1969 年	美国	汽车后饰件生产、销售	未披露
17	Mountain Top Industries ApS	国外 OES 客户	直销	1995 年	丹麦	汽车零部件研发、生产和销售	Mountain Top Group ApS 100%
18	Mohamed Saud Bahwan Trading LLC (FZC)	国外 ODM 客户	直销	2014 年	阿曼	汽车及汽车零部件销售	International Dawn Automotive FZC 51%、Elite Automotive FZC 49%
19	Bragan Transport Services Ltd.	国外 ODM 客户	直销	2005 年	爱尔兰	汽车零部件销售	Nigel Mullen
20	Al Doha General Trading	国外 ODM 客户	直销	1994 年	阿联酋	汽车零部件销售	MR.Abdullah Hussain 100%
21	Danik Industries Ltd.	国外 ODM 客户	直销	1991 年	加拿大	汽车零部件销售	Jim、Jan Morris、Perry Grago
22	Toyomisu Inc.	国外 ODM 客户	直销	2015 年	美国	汽车用品销售	Ylagan,Eladio III N.51%、Jung Chu Wang 16%、I-Nan-Tu 16%、Batan,Timoteo G.10%、Brillantes,Romulus T.7%
23	K2 Motor Corporation	国外 ODM 客户	直销	2003 年	美国	汽车用品销售	The Chan Family

注：表中客户成立时间、注册地、主营业务、股权结构等信息系根据中国进出口信用保险公司出具的《海外资信报告》、客户官网、现场走访、境内企业工商登记档案、国家企业信用信息公示系统等相关信息整理所得。

上述客户自身业务规模以及向发行人采购情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	业务规模	数据来源
1	Westin Automotive Products, Inc.	3,976.99	11,259.55	13,401.92	12,243.97	该公司成立于 1977 年，系北美具有影响力的品牌售后产品制造商，其母公司品牌包括 FEY、Wade、Brute、	第三方网站

序号	客户名称	2020年 1-6月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	业务规模	数据来源
						HDX 和 Snyder 等越野产品。营业收入约 6,000 万美元/年。	
2	Oakmoore Pty Ltd.	2,404.84	11,159.13	11,987.00	10,406.05	该公司成立于 1973 年，总部位于澳大利亚，为全球数十家汽车制造企业提供高端的汽车配件，年营业收入约 2.5-3 亿/年美元。	客户邮件确认
3	TAP Worldwide LLC	2,752.43	7,037.03	7,856.68	8,763.23	该公司成立于 1956 年，系美国领先的轻型皮卡、四驱驱动改装、SUV、JEEP 改装产品的品牌商和经销商之一，年营业收入约 6.42 亿美元。	第三方网站
4	Truck Hero, Inc.	4,513.46	7,424.56	7,455.27	5,698.92	该公司成立于 2007 年，为美国当地汽车配件知名电子商务公司，主要围绕不同车型提供各类配件，年营业收入约 4 亿美元。	客户官网介绍
5	Rhino Rack Australia Pty. Ltd	1,551.52	6,404.18	5,495.76	4,164.50	该公司成立于 2006 年，具有很强的研发实力，系澳大利亚地区主导品牌，在当地售后市场、主机厂业务领域具有很强的竞争力，2018 财年收入约 5,800 万澳元。	第三方网站、客户网站
6	Turn5, Inc.	3,757.17	3,878.21	4,942.26	2,686.51	该公司成立于 2000 年，为美国当地汽车配件知名电子商务公司，既销售自身品牌产品，也为美国当地知名品牌提供线上销售平台，年营业收入约 2.3 亿美元。	第三方网站、客户网站
7	Tyger Auto Inc.	2,819.25	5,214.66	4,313.47	3,219.70	成立于 2010 年，为美国线上汽车用品知名品牌经销商，年营业收入约 1,000 万美元。	第三方网站、客户网站
8	CURT Manufacturing, LLC	916.84	2,489.76	4,254.08	3,115.17	该公司所属集团是领先的销售、市场分销、工程和分销商，其牵引产品和卡车配件适用于乘用车到商用卡车的所有类型的车辆，经营包括 CURT 在内的多个品牌，营业收入约 3.54 亿美元/年。	第三方网站、客户网站
9	Keystone Automotive Operations Inc.	1,527.44	6,204.25	4,163.22	5,817.94	该公司成立于 1971 年，拥有近 50 年的历史，是北美最大的仓库经销商之一，在美国和加拿大经营多个仓库和无库存的交叉码头，营业收入约 7 亿美元/年。	第三方网站、客户网站
10	Aeroklas Co., Ltd.	955.91	3,752.59	3,368.58	4,023.41	该公司主要负责制造“AEROKLAS”汽车配件，如保温管和板材、窗彩、卡车和造型配件、卡车车身、冰箱等，产品主要供应给泰国和海外市场的当地汽车相关制	海外资信报告

序号	客户名称	2020年 1-6月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	业务规模	数据来源
						造商。2017年营业收入约30亿泰铢。	
11	Gulf States Toyota, Inc.	341.97	2,586.51	3,236.20	2,840.66	该公司成立于1969年，总部位于美国德克萨斯州，系日本丰田汽车在美国的经销商，年营业收入约3.1亿美元。	第三方网站、客户网站
12	Better Automotive Inc.	2,810.98	4,559.78	2,738.54	991.08	该公司系美国线上汽车用品品牌经销商，主要通过亚马逊、e-bay（易贝）、沃尔玛等网络平台进行线上销售，旗下拥有TAC和BA两大品牌，两大品牌在线上销售及行业展会均获得了广泛认可。	-
13	Abdullatif Jameel For Import and Distribution Company Ltd.	516.54	1,989.18	1,113.88	1,773.50	Abdullatif Jameel For Import and Distribution Company Ltd.成立于1990年，总部位于沙特阿拉伯，系丰田汽车在沙特阿拉伯的独家代理商；NSV Trading LLC成立于1990年，总部位于阿联酋，为中东地区丰田、日产代理商，于2016年被Abdul Latif Jameel收购。上述两家企业均被Abdul Latif Jameel集团所实际控制，该集团总部位于沙特阿拉伯，是一家深根于中东地区多元化企业，业务领域涵盖交通、工程制造、金融、房地产、能源、环保、消费品、传媒等多个领域，发行人仅就工程制造领域中的汽车零部件业务与对方开展合作。	客户网站
	NSV Trading LLC	393.22	934.10	979.01	1,178.01		
14	Rough Country, LLC	2,087.40	3,213.70	1,423.22	761.10	该公司成立于1986年，是最先进的悬架产品制造商之一，是高质量越野设备的主要供应商，年营业收入约3,500万美元/年。	客户网站
15	BBT International Inc.	592.66	1,371.06	1,276.25	1,092.26	该公司主要经营美式前杠、U型前杠、踏板、侧杠等，年营业收入约530万美元/年。	第三方网站、客户网站
16	Wheel Holdings, LLC Group	913.52	580.56	1,108.03	847.94	该公司成立于1969年，是一家汽车用品制造商和分销商，专门从事汽配汽车车轮、保险杠和配件，总部位于美国，在美国和加拿大的主要城市设有多个分销网络，年营业收入约4,000万美元。	客户官网介绍
17	Mountain Top Industries ApS	343.18	867.07	920.70	829.88	该公司成立于1995年，总部位于欧洲，是全球皮卡市场的主要配件生产商之一，年营业收入约6,900万美元。	第三方网站、客户网

序号	客户名称	2020年 1-6月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	业务规模	数据来源
							站
18	Mohamed Saud Bahwan Trading LLC	141.36	611.81	701.76	891.14	其母公司 Saud Bahwan Group 在阿曼代理多个汽车品牌，包括丰田和雷克萨斯。其业务范围涉及汽车、重型车辆、建筑设备、特种设备、市政及市政服务、旅游及旅游等多个领域。	客户网站
19	Bragan Transport Services Ltd.	130.88	341.56	622.70	443.71	该公司是一家电子商务零售商，其平台销售各式卡车，厢式货车，4 驱车，SUV 和 MPV 的零配件及车载照明设备。	客户网站
20	Al Doha General Trading	22.42	226.73	315.21	353.40	营业收入约 2,700 万美元/年。	客户网站
21	Danik Industries Ltd.	72.66	40.12	178.50	117.17	营业收入约 240 万美元/年。	第三方网站
22	Toyomisu Inc.	77.16	886.34	657.23	133.58	该公司成立于 2015 年，菲律宾地区知名汽车用品企业，销售额约 1,000 万美元/年。	客户访谈
23	K2 Motor Corporation	754.75	798.11	1,154.73	932.96	该公司成立于 2003 年，美国线上汽车用品零售商。	客户访谈

注：表中客户业务规模数据系根据中国进出口信用保险公司出具的《海外资信报告》、中国汽车流通协会公布的汽车经销商百强榜数据、上市公司公告、相关客户官网介绍、现场走访等信息综合整理所得。

上表所列发行人主要产品前十大客户中，境外客户以 ODM、OES 渠道为主，该类产品系根据客户要求贴上指定品牌。

上述境外客户大部分在汽车及汽车零部件领域发展多年，部分客户甚至在业内经历了几十年发展，汽车外饰件采购与销售系其众多业务领域的一部分，其业务规模与向发行人采购量相匹配。

3、终端销售的抽查情况

发行人国外 ODM 客户主要系出口国家或地区的知名品牌商。

对于拥有电子商务渠道的 ODM 客户，如 Better Automotive Inc.、Tyger Auto Inc.，其部分订单由发行人代为发货至终端客户，项目组抽查了部分单据予以确认。

对于非电商渠道的 ODM 客户，其下游客户主要为当地批发商，再由批发商分销至各区域零售店，最终销售至终端消费者。该部分客户产品销售至终端消费者往往会经过几个环节，核查难度较大；此外，出于商业机密的考虑，该部分客户一般不会提供其下游客户信息。

发行人最大 OES 客户为 Oakmoore Pty Ltd.，发行人对其销售额占所有 OES 客户销售额比例约 75%-80%左右。发行人相关产品最终销售给下游的汽车整车厂。项目组通过核查各汽车厂商车型网站，查验发行人相关产品基本信息。

三、发行人出口美国的收入占当期主营业务收入比例分别为 36.69%、40.55%、41.99%和 49.70%，受贸易战影响，公司出口美国的产品已被列入加征关税清单，请结合目前经营情况及在手订单、加征关税对产品成本及与竞争对手比较优势的影响等说明中美贸易战对公司的影响、公司应对措施及有效性，是否会对发行人未来生产经营构成重大不利影响，相应风险揭示是否充分

（一）中美贸易摩擦涉及发行人产品及销售情况

发行人出口美国的产品包括车侧承载装饰系统产品、车辆前后防护系统产品等，上述出口美国产品均被列入本次加征关税产品清单范围。报告期内，发行人出口美国收入分别为 55,017.13 万元、64,411.51 万元、64,474.82 万元和 30,902.54 万元，占当期主营业务收入比例分别为 36.69%、40.55%、41.99%和 49.70%，系发行人主要出口国家和地区之一。

（二）中美贸易摩擦对发行人报告期内主要财务数据的影响情况、发行人对此采取的措施及与竞争对手的比较优势

1、发行人对中美贸易摩擦采取的主要措施

基于良好的客户合作关系、公司综合竞争优势等因素，双方通过协商共同承担关税等方式，降低由于关税税率上升导致的不利影响。针对发行人在美国地区的不同销售情形，具体如下：

第一类，对于发行人将产品直接销售给美国客户，由于发行人境内出口业务

与客户主要采用 FOB 结算，发行人将货物交给客户指定的承运人并办理出口清关手续即完成交货，货物到岸后需缴纳的关税等费用由客户承担，关税承担方为客户。针对该部分业务，发行人主要应对措施为：发行人通过给予客户一定的折扣承担部分关税。

第二类，对于美国子公司 MKI 销售给美国客户的产品，系由发行人出口至 MKI，再由 MKI 将产品销售给美国客户，由于关税向美国进口商征收，因此美国政府加征关税由 MKI 缴纳承担。针对该部分业务，发行人主要应对措施为：MKI 通过向客户提高产品售价，降低加征关税带来的影响。

2、中美贸易摩擦对发行人报告期内主要财务数据的影响情况

自 2018 年 9 月 24 日起，美国对从中国进口的约 2,000 亿美元商品加征 10% 关税后，由于发行人产品在该清单内，发行人与主要客户经协商，发行人通过往来邮件方式确定向美国客户发送调价通知，后经客户邮件确认，双方对产品价格调整达成一致。

假定不考虑同期汇率波动因素，本次加征关税，导致公司 2018 年度净利润减少 1,061.99 万元。但受同期汇率波动等因素影响，2018 年度，公司的营业收入和净利润保持增长，本次加征 10% 关税未对发行人经营构成重大不利影响。

自 2019 年 5 月 10 日起，美国对从中国进口的 2000 亿美元商品加征的关税由 10% 提高到 25% 后，发行人与客户再次协商，发行人通过往来邮件方式向美国客户发送调价通知，后经客户邮件确认，双方对产品价格调整达成一致。截至目前，发行人已经与美国主要客户就关税承担达成一致。

假定不考虑同期汇率波动因素，本次加征关税，将导致公司 2019 年度净利润减少 4,723.74 万元，对发行人当期经营业绩构成一定的不利影响。

3、发行人与竞争对手比较优势

（1）行业特点

发行人产品具有“多品种、小批量、定制化”的特点，个性化程度比较高，再加上发行人销往美国的产品绝大部分属于金属材质类为主的产品。一方面，美国劳动力成本比较高，美国当地企业并不直接从事相关产品生产，而是将生产加工环节转移至劳动力成本相对较低的中国、泰国等国家。另一方面，在美国对中国产品加征关税之前，美国已经对其他国家征收了铁铝制品的额外关税，导致当地制造成本有所增加。而与中国同样具有制造成本优势的国家，如泰国等东南亚

国家，由于面对“多品种、少批量、定制化”的行业现状，客户非常注重供应商的反应速度，东南亚相关国家的同行业企业在产品研发设计、生产制造方面与发行人相差较大，反应速度普遍较慢。发行人部分澳洲客户就曾有类似产品在泰国生产经历，但是由于接受不了当地反应速度，纷纷转移到了发行人处生产，而面对美国市场新老车型几千上万个产品开发型号，东南亚国家相关企业反应速度普遍跟不上，尤其是对于成规模的美客户更愿意选择与发行人合作。

（2）发行人竞争优势明显

一方面，发行人深耕美国市场十余年，拥有丰富的产品知识积累，在产品的设计、研发、制造方面具有非常丰富的经验，供应链弹性较高，远超过同行业竞争对手。以发行人最近一年第一大客户 Westin Automotive Products, Inc.（以下简称“Westin”）为例，双方合作时间已超过十年，Westin 在发行人循环下单的产品编号超过 3,000 个，同时超过 70%产品每次每月下单小于 20 套，每个产品编号涉及的物料从几十种到上百种，并且要求做到及时跟进、按时交货、品质稳定，这对供应商制造灵活性、综合管控能力均提出了非常高的要求。另一方面，经过多年经营，发行人拥有非常丰富的模治具积累，建立了强大的 IT 系统。发行人产品众多，基本上每个产品都会涉及到工装、检具、模具，从几套到几十套甚至上百套，总体数量庞大，这些均是发行人和客户多年合作过程中的长期积淀，并且经过与发行人现有工艺、机器设备磨合配套才能产出质量稳定的产品，其他地区厂家在短时间内满足上述诸多要求难度很大。

（3）客户合作黏度高

发行人与美国主要大客户合作时间基本都超过 10 年，双方形成了良好的合作关系。一方面，客户长期依赖发行人设计、研发产品，包括工业造型设计、产品研发设计画图、样板、产品试装、完善产品销售信息、更新车型年份、更新产品说明书等，客户除使用自身品牌、渠道进行销售外，发行人主动为客户承担了很多工作，双方形成了相互信任、相互依赖的战略合作关系。即使在中美贸易摩擦大背景下，客户即便想要转移订单，面对多品种、小批量的产品特点，美国客户也需要付出巨大的成本。而发行人已考虑到关税影响，为发展良好合作关系，针对主要战略客户也主动对产品进行降价，客户转移订单可能性大幅度降低。

（三）发行人在手订单的情况影响情况

报告期各期末，公司在手订单情况如下：

单位：万元、%

产品类别	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
车侧承载装饰系统产品	4,060.74	33.92	5,054.48	33.96	7,482.48	38.82	6,128.49	40.19
车辆前后防护系统产品	5,590.84	46.70	6,352.85	42.69	8,417.83	43.67	6,550.63	42.96
车载互联智能机电系统产品	75.76	0.63	88.57	0.60	99.12	0.51	31.94	0.21
车顶装载系统产品	921.64	7.70	1,409.80	9.47	1,634.54	8.48	1,251.34	8.21
其他系统产品	1,322.42	11.05	1,977.36	13.29	1,640.32	8.51	1,286.76	8.44
总计	11,971.40	100.00	14,883.05	100.00	19,274.29	100.00	15,249.16	100.00

(四) 中美贸易摩擦对发行人未来持续盈利能力的影 响情况

假设未来公司销往美国的产品结构、数量、金额均与 2019 年度一致，主营业务成本保持不变，公司自 2019 年 1 月 1 日开始出口美国产品被加征 25% 关税，基于公司与客户就加征 25% 关税已确定的价格调整方式，公司 2019 年度的测算业绩情况如下：

单位：万元

类型	对主营业务 收入的影响	主营业务收 入变动比率	新增 关税成本	对利润总额 的影响	利润总额变动 比率
加征 25% 关税	-1,629.86	-1.05%	3,888.52	-5,518.38	-21.85%

如考虑到汇率波动、双方议价及发行人应对措施等因素，则美国加征关税对发行人影响分析具体如下：

1、汇率波动

中美贸易摩擦除直接影响关税外，也会对美元人民币的汇率造成影响。自 2018 年 4 月 2 日以来，中美产生贸易摩擦之后，人民币汇率已经从 6.28 下跌至 2019 年 12 月 31 日的 6.97，贬值幅度高达 10.99%。而且，由于发行人出口至美国在内的国外市场的产品以美元结算为主，因此在人民币贬值且其他因素保持不变的情况下，发行人出口产品价格换算为人民币后价格将上涨。

2、发行人具有较强的议价能力

基于发行人所处的行业特性、综合竞争优势、客户合作粘度等因素，发行人具有产品品类丰富、产品质量稳定、供货响应速度快等综合竞争优势，美国客户在中短期内难以寻找更为合适的供应商。此外，公司产品的终端消费者对产品价格敏感度相对较低，未对客户经营造成明显影响。因此，发行人在与美国客户谈判议价中具有较强的议价能力。

3、发行人针对中美贸易摩擦采取的应对措施

为尽可能降低中美贸易摩擦对发行人经营产生的不利影响，发行人拟采取的主要措施如下：

一方面，基于良好的客户合作关系、公司综合竞争优势等因素，发行人与主要客户通过协商共同承担关税等方式，降低由于关税税率上升导致的不利影响。

另一方面，发行人后续将充分论证采取将部分产能转移至未受此次关税影响的亚太国家或地区等相关措施。

综上所述，发行人在行业内拥有较强的综合竞争力，美国主要客户对公司产品也具备较强的粘性，同时公司已筹划采取相关措施来降低中美贸易摩擦对公司出口美国业务的整体影响。因此，中美贸易摩擦不会对公司持续盈利能力构成重大不利影响。

（五）相关风险提示

发行人已在招股说明书之“重大事项提示”、“第四节 风险因素”之“一、市场风险”中对“中美贸易摩擦加剧的风险”披露如下：

“报告期内，发行人出口美国收入分别为 55,017.13 万元、64,411.51 万元、64,474.82 万元和 30,902.54 万元，占当期主营业务收入比例分别为 36.69%、40.55%、41.99%和 49.70%，美国系发行人最主要出口国家和地区之一。

自 2018 年以来，中美贸易摩擦持续升温。2018 年 9 月 18 日，美国政府宣布实施对从中国进口的约 2,000 亿美元商品加征关税的措施，自 2018 年 9 月 24 日起加征关税税率为 10%。2019 年 5 月 9 日，美国政府宣布，自 2019 年 5 月 10 日起，对从中国进口的 2,000 亿美元清单商品加征的关税税率由 10%提高到 25%。公司出口美国的产品均被列入本次加征关税清单

受此影响，公司出口美国收入将可能出现下滑，给公司未来的经营业绩带来一定的不利影响。如果未来中美贸易摩擦进一步加剧，出台新的加征关税措施，则可能对公司经营业绩造成不利影响。”

四、请说明境内出口业务以办妥报关手续确认收入，境外子公司销售以发货确认收入的原则与合同约定的风险报酬转移时点或者控制权转移时点是否一致，与行业处理方式是否一致，是否符合企业会计准则；

1、销售商品收入确认和计量的具体方法

公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方；既没有保留通常与

所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；收入的金额能够可靠地计量；相关的经济利益很可能流入企业；相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时，确认营业收入实现。

收入确认具体原则：公司客户类型及业务模式相对多样化，具体业务模式对应的收入确认原则如下表所示：

内外销	产品应用领域	客户类型/ 业务模式	销售模式	收入确认原则
海外销售	汽车后装产品	ODM 客户	直销	境内出口业务以办妥报关手续确认收入，境外子公司销售以发货确认收入
		OEM 客户	直销	
	汽车前装产品	OES 客户	直销	
国内销售	汽车后装产品	4S 店客户	直销为主，代销为辅	直销模式以发货并签收确认收入，代销模式以取得对方代销清单或对账单确认收入
		经销商	卖断式经销	发货并签收确认收入
		主机厂	直销	发货并签收确认收入
		其他客户	直销	发货并签收确认收入
	汽车前装产品	主机厂	直销	以主机厂装车领用数据确认收入

2、境外子公司销售以发货确认收入的原则与合同约定的风险报酬转移时点或者控制权转移时点是否一致，与行业处理方式是否一致，是否符合企业会计准则

报告期内，公司境外子公司销售以发货确认收入，主要依据如下：

(1) 相关客户均系直销客户，受美国本部贸易习惯的影响，发行人境外子公司 MKI 对其主要客户的销售合同/订单中一般未明确约定货物控制权转移的相关条款。由于 MKI 发货方式一般是委托第三方物流发货或客户自提，物流运输时间较短，客户在正常收货后不会反馈至 MKI。境外子公司 MKI 发货后，已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方；既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；收入的金额能够可靠地计量；相关的经济利益很可能流入企业；相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量，因此，MKI 以发货确认收入。

原保荐机构已实地走访公司境外子公司部分重要客户，项目组通过视频形式对部分客户亦予以访谈，通过访谈了解双方的交易习惯，确认交易的真实性，并执行细节测试，抽样检查了销售订单、发货单、发票等关键交易单据。

(2) 退货金额很小，占比极低。报告期各期，公司退货金额分别为 1,844.59 万元、1,441.47 万元、1,964.65 万元和 668.96 万元，占当期销售收入比例分别为 1.23%、0.91%、1.28%和 1.08%，其中，境外子公司 MKI 退货金额年平均仅 100 余万元，金额很小，占当期销售收入比例极低，不存在大额异常退货情形。

(3) 与相关上市公司会计处理方式一致。

项目组查找了相关已上市公司境外子公司收入确认政策，经核查，不存在重大差异。其中：

莱伯泰科（688056.SH）关于境外子公司收入确认依据具体描述如下：“发行人境外子公司在境外直接销售，需要安装调试的以客户验收完毕出具的验收单进行收入的确认，无需安装调试的以发货作为收入确认的依据。”

康隆达（603665.SH）关于境外子公司收入确认依据具体描述如下：“境外子公司产品经由第三方运输公司发货后即确认收入。”

经核查，发行人境外子公司 MKI 对其主要客户的销售合同/订单中一般未明确约定货物控制权转移的相关条款；发行人境外子公司收入确认依据合理，与相关上市公司收入确认不存在重大差异，收入确认符合《企计准则第 14 号—收入》的相关规定。

2. 关于国内销售收入：(1)报告期国内销售收入金额分别为 59,217.36 万元、55,174.90 万元、48,877.37 万元和 19,664.56 万元，占主营业务收入的比例分别为 39.50%、34.74%、31.83%和 31.63%，请说明国内各客户类型收入都逐年下降的原因，与同行业趋势是否一致，请说明公司所处行业环境是否有不利变化，请结合国内整车销售趋势等说明是否存在持续下降的风险，相应风险揭示是否充分；

主要客户类型	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
国内 4S 店客户	14,660.37	23.58%	35,782.11	23.30%	39,653.05	24.97%	41,380.23	27.60%
国内经销商	3,149.28	5.07%	8,094.79	5.27%	9,659.30	6.08%	10,267.17	6.85%
国内主机厂	1,404.16	2.26%	3,789.58	2.47%	4,623.82	2.91%	6,174.10	4.12%

(2) 根据说明书, 报告期国内直销客户主要是国内 4S 店、主机厂等, 请说明对其收入真实性以及是否存在关联方关系的核查程序; (3) 报告期国内经销收入占主营业务收入的比例分别为 6.85%、6.08%、5.27%和 5.07%, 请说明: 1) 报告期内经销商的增减变动数量、对经销商的区域管理政策、库存管理及终端销售管理政策及执行、销售定价原则、信用政策等; 2) 经销商是否为买断销售, 退换货原则, 报告期内实际退换货金额及核查情况; 3) 项目组对经销商的终端销售核查情况, 取得经销商进销存、销售发票或出库单据的金额、比例, 经销商期末库存量/金额及其合理性; 4) 报告期国内代销收入占主营业务收入的比例分别为 3.42%、5.07%、5.12%和 5.74%, 请说明代销模式下收入确认依据是否与函证金额一致, 报告期期末对应的寄存存货金额及核查程序;

回复:

一、说明国内各客户类型收入都逐年下降的原因, 与同行业趋势是否一致, 请说明公司所处行业环境是否有不利变化, 请结合国内整车销售趋势等说明是否存在持续下降的风险, 相应风险揭示是否充分

1、说明国内各客户类型收入都逐年下降的原因, 与同行业趋势是否一致

报告期内, 公司主营业务收入按客户类型构成情况如下:

单位: 万元

客户类型	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
国外 ODM 客户	36,280.30	58.35%	82,869.00	53.97%	82,305.30	51.82%	71,794.51	47.88%
国外 OBM 客户	2,958.67	4.76%	7,569.87	4.93%	6,699.78	4.22%	6,280.43	4.19%
国外 OES 客户	3,270.32	5.26%	14,223.80	9.26%	14,658.57	9.23%	12,589.18	8.40%
国内 4S 店客户	14,660.37	23.58%	35,782.11	23.30%	39,653.05	24.97%	41,380.23	27.60%
国内经销商	3,149.28	5.07%	8,094.79	5.27%	9,659.30	6.08%	10,267.17	6.85%
国内主机厂	1,404.16	2.26%	3,789.58	2.47%	4,623.82	2.91%	6,174.10	4.12%
其他客户	450.95	0.73%	1,210.89	0.79%	1,234.68	0.78%	1,446.44	0.96%
合计	62,174.04	100.00%	153,540.05	100.00%	158,834.51	100.00%	149,932.06	100.00%

由上表可知, 报告期内, 国内 4S 店客户、国内经销商、国内主机厂等国内各客户类型收入均呈现逐年下降趋势, 主要受国内整车销售下滑以及部分产品市

市场竞争激烈影响叠加影响所致。

报告期内，发行人及可比公司营业收入情况如下：

单位：万元

公司名称	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
兆丰股份	25,434.85	55,919.66	49,738.70	60,847.33
钧达股份	30,857.51	82,673.41	90,243.40	115,275.26
敏实集团	484,915.40	1,319,818.90	1,255,320.20	1,138,449.50
威尔弗	1,981.94	4,811.89	5,812.98	6,603.73
可比公司平均	543,189.69	1,463,223.87	1,401,115.29	1,321,175.83
发行人	63,379.84	156,559.59	161,415.31	151,317.24

由上表可知，报告期内，发行人营业收入与可比公司平均营业收入水平变动趋势基本一致，其中，部分年份、个别公司收入变动方向与发行人收入变动方向相反，主要系自身经营效率差异所致，具有合理性。

综上所述，发行人国内客户销售收入下降主要受国内整车销售下滑以及部分产品市场竞争激烈影响叠加影响所致，与同行业趋势一致。

2、请说明公司所处行业环境是否有不利变化，请结合国内整车销售趋势等说明是否存在持续下降的风险，相应风险揭示是否充分

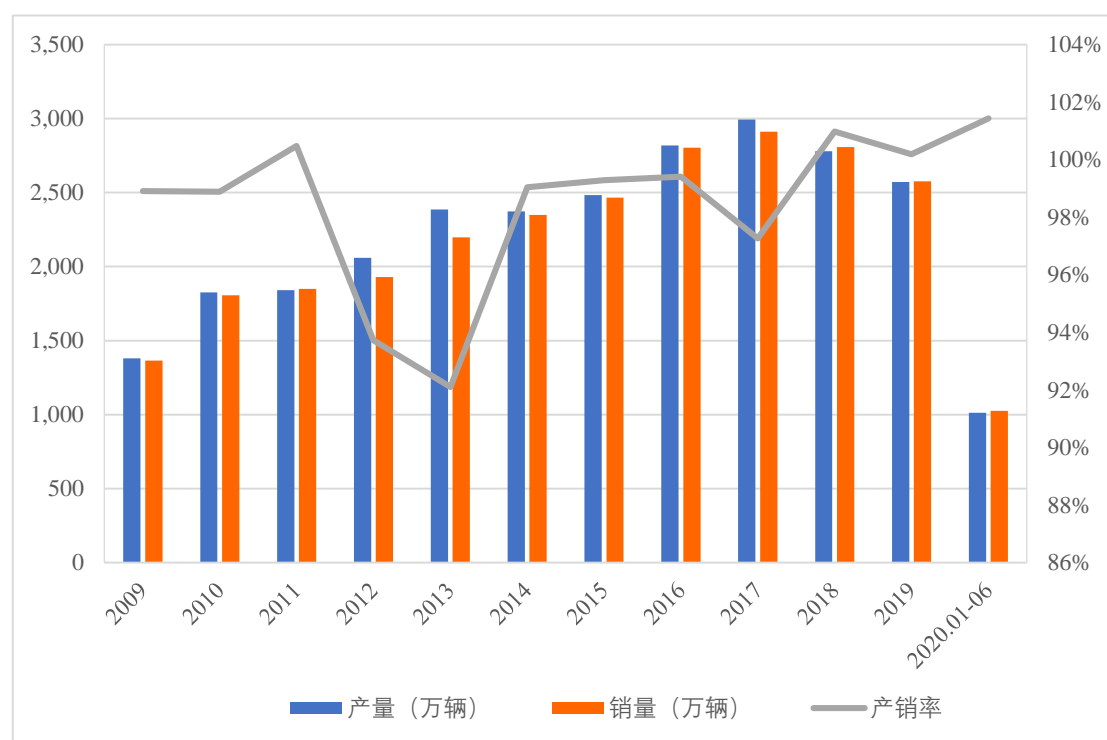
(1) 国内汽车行业情况

1) 国内汽车产销量概况

我国自 2009 年首次正式超越美国，跃居成为全球汽车产销第一大国，国内汽车产量和销量从 2009 年的 1,379.10 万辆和 1,364.48 万辆上升到 2017 年的 2,901.54 万辆和 2,887.89 万辆。但自 2017 年以来，国内汽车产销量增速比往年同期有所减缓，2017 年国内汽车产量和销量分别为 2,901.54 万辆和 2,887.89 万辆，产销量同比分别增长 3.19%和 3.04%，增速比上年同期回落 11.27%和 10.61%。2018 年国内汽车产量和销量分别为 2,780.92 万辆和 2,808.06 万辆，产销量同比分别下降 4.16%和 2.76%。2019 年国内汽车产量和销量分别为 2,572.10 万辆和 2,576.90 万辆，产销量比上年同期分别下降 7.51%和 8.23%。2020 年 1-6 月，国内汽车产量和销量分别为 1,011.20 万辆和 1,025.70 万辆，同比分别下降 16.65%和 16.77%。

2009 年以来，我国汽车产销量情况如下：

2009-2020年1-6月我国汽车产销情况



数据来源：wind 资讯

2) 国内汽车行业的发展

发行人产品以面向汽车后市场为主并延伸至汽车前市场领域，其业务发展情况与汽车工业发展情况紧密相关，而汽车工业景气度与宏观经济周期性紧密相关。发行人产品主要功能为提升汽车的安全性、便捷性、美观性等属性，属于汽车市场中的进一步消费升级的产品，以使用中高档汽车为主，在追求性价比的经济型汽车中的消费空间相对较小。因此，国内宏观经济及汽车市场增速放缓甚至负增长将在一定程度上压缩公司产品需求。

虽然国内汽车自 2017 年以来增速出现一定减缓，但得益于中国经济快速增长、居民收入水平持续提升、城镇化水平提高等影响，从中长期来看，国内汽车市场仍具有很大的发展空间。

①行业政策支持

汽车产业是世界上规模最大的产业之一，对工业结构升级和相关产业发展有很强的带动作用。为发展汽车工业和维护本国汽车工业在国际竞争中的有利地位，各国政府出台了一系列法规、政策，从而对本国汽车产业的发展产生了重要的影响。

近年来，我国也相继出台了一系列扶持汽车及相关产业的产业政策，尤其是

2018年下半年以来，国务院及相关部委陆续出台了一系列支持促进汽车消费优化升级的政策体系，将有利于促进汽车消费平稳增长，也会相应带动发行人产品的销售。

2018年8月，国务院办公厅发布《关于印发完善促进消费体制机制实施方案（2018—2020年）的通知》，指出完善促进实物消费结构升级的政策体系，其中包括支持促进汽车消费优化升级的政策体系；继续实施新能源汽车车辆购置税优惠政策，研究制定促进智能汽车创新发展的政策措施；积极发展汽车赛事、旅游、文化、改装等相关产业，深挖汽车后市场潜力。

2019年1月，发改委、工信部等部门发布《进一步优化供给推动消费平稳增长 促进形成强大国内市场的实施方案》，提出引导企业顺应居民消费升级大趋势，加快转型升级提升供给质量和水平，以高质量的供给催生创造新的市场需求，促进形成强大国内市场，推动消费平稳增长。其中，第一条即是多措并举促进汽车消费，更好满足居民出行需要：一是有序推进老旧汽车报废更新；二是持续优化新能源汽车补贴结构；三是促进农村汽车更新换代；四是稳步推进放宽皮卡车进城限制范围；五是加快繁荣二手车市场；六是进一步优化地方政府机动车管理措施。

2019年8月，国务院办公厅发布《关于加快发展流通促进商业消费的意见》，提出释放汽车消费潜力，实施汽车限购的地区要结合实际，探索推行逐步放宽或取消限购的具体措施。

2020年1月以来，尽管受新冠肺炎疫情影响，短期内对国内汽车行业产生较大不利影响，但在疫情爆发后，佛山、广州、湘潭、长沙、珠海等多地陆续出台了鼓励汽车消费的一系列政策。2020年3月，发改委、中宣部、财政部、商务部等二十三个部门联合印发《关于促进消费扩容提质加快形成强大国内市场的实施意见》，实施意见提出加快完善促进消费体制机制，进一步改善消费环境，发挥消费基础性作用，助力形成强大国内市场。实施意见提出要促进汽车限购向引导使用政策转变，鼓励汽车限购地区适当增加汽车号牌限额。

综上所述，上述政策层面的一系列措施，将有利于拉动汽车消费，进而带动发行人产品的销售。

②消费升级推动产品需求增长

得益于近年来中国经济快速增长、收入水平持续提升、就业形势稳定等因素，

中国居民消费进入中高速增长的新周期，消费市场规模快速增长。中国居民消费结构的持续升级，同时也促进了汽车消费结构的升级，一方面表现为乘用车增购换购人群持续增长，使中国乘用车销量增加；另一方面表现为超豪华、豪华以及中高端品牌乘用车的市场份额因中国居民的购买力上升而增长。

发行人专注于从汽车智能、安全、健康、个性化定制等方面提升汽车驾乘体验，产品主要适配于中高档汽车，在汽车市场消费需求下滑但结构升级的情况下，将有机会迎来新的成长空间。

③国内空间巨大

随着我国经济的持续发展，居民生活水平不断提高，我国居民对汽车的消费需求逐渐增大，汽车逐渐成为“日常消费品”。受利于汽车消费量的不断提升，市场消费升级和主要消费人群年轻化趋势，消费者对汽车消费也呈现出个性化、差异化的特点。随着今后消费对国内经济发展的基础性作用的增强，发挥消费对经济平稳运行的“压舱石”作用，汽车消费作为“十大扩消费”行为，必将推动居民对汽车的消费量及升级改造需求，进一步推进汽车消费升级步伐，预计也将为汽车后市场带来发展机遇。

④汽车保有量发展空间巨大

从人均汽车保有量来看，虽然我国汽车产销量连续多年居全球第一，汽车保有量居全球第二，但 2019 年我国千人汽车保有量为 173 辆，与美国、日本、德国等发达国家的千人汽车保有量仍有很大差距（美国 2019 年每千人汽车拥有量甚至超过 800 辆）。由此可见，与主要发达国家相比，我国汽车人均保有量仍然较低，尤其是在三、四线城市和中西部地区，我国仍处于汽车消费的发展期。随着国内新型工业化和城镇化进程的加快发展，居民消费不断升级，再加上海外新兴汽车市场的发展，未来我国汽车市场仍具有一定的增长空间。

综上所述，国内汽车产销量下降，将压缩发行人产品的市场需求；但受政策支持、汽车消费升级、存量市场等一系列有利因素，长期来看，发行人所处行业仍具有很大的发展空间。

（2）相关行业变化不会对发行人持续盈利能力造成重大影响

如上所述，国内新车下滑虽然对发行人业绩造成负面影响，但不会对发行人持续盈利能力造成重大影响，具体分析如下：

首先，从整体国内汽车市场容量来看，汽车后市场容量仍然巨大，相比于庞

大的新车和存量车市场容量，发行人的业务渗透率较低，特别是在存量车方面，仍然存在较大的增量空间，发行人也在通过创新的营销策略，积极寻求新车渗透率的增长与存量车市场的突破。发行人与主要 4S 渠道联合开展存量车拓展活动，后续发行人将进一步扩大国内销售渠道的存量车拓展活动，进一步挖掘存量车市场的潜力。

其次，从车市数据分析可以看出，并非全部车系销量都有下滑，而是呈现两极分化，部分车系销量甚至出现大幅增长，而发行人覆盖车型广、品类多，能从一定程度上分散车市下滑带来的风险。针对国内重点客户，发行人从集团店面规模、车型品牌与公司产品匹配度、整车销量、回款情况等方面进行评分梳理，筛选出北京众联晟通国际贸易有限公司、广汇汽车服务集团股份公司等重点汽车销售集团，发行人针对上述重点汽车销售集团推出重点客户提产方案，通过业务培训、产品促销、员工激励等多方面深挖销售渠道潜力，从而促进重点客户单店提产。

再有，发行人产品的销售情况除了受到汽车销量的影响外，还与产品的营销力度及产品的竞争力有关，如 2019 年，国内市场奔驰 GLC 的销量同比增长 20.71%，但发行人适配该车型的产品销售额同比下降 23.91%；奔驰 GLE 的销量同比下降 21.86%，但发行人适配该车型的产品销售额同比上升 507.95%。因此，汽车产销量是发行人产品销售的基础，但最终的销售情况还受到产品营销力度及竞争力的影响。发行人市场营销能力的不断提升，将在一定程度上缓冲车市下行带来的负面影响。

最后，发行人具备较强的新品开发能力，创新型的产品开发，将为发行人带来持续的销售增长。例如，发行人目前重点开发的产品之一自动侧开门项目，可适配市面上约 20 款超豪华及豪华车型，汽车后市场尚无同类产品，因此发行人具备市场定价权，预计正式投产后将带来较大的增量销售收入。

(3) 相关风险提示

发行人已在招股说明书之“重大事项提示”以及“第四节 风险因素”之“一、市场风险”中对“汽车产销量增速减缓的风险”披露如下：

“2017 年以来，全球和我国汽车产销量增速比往年同期有所减缓，2018 年度，全球汽车产量和销量分别为 9,563.46 万辆和 9,505.59 万辆，同比下降 1.71% 和 1.81%；国内汽车产量和销量分别为 2,780.92 万辆和 2,808.06 万辆，同比下降

4.16%和 2.76%。2019 年度，全球汽车产量和销量分别为 9,178.69 万辆和 9,129.67 万辆，同比下降 4.02%和 3.95%；国内汽车产量和销量分别为 2,572.10 万辆和 2,576.90 万辆，同比下降 7.51%和 8.23%，下滑幅度较上年有所扩大。2020 年 1-6 月，国内汽车产量和销量分别为 1,011.20 万辆和 1,025.70 万辆，同比分别下降 16.65%和 16.77%。如果未来全球及国内汽车产销量增速进一步下降，将会对汽车科技产品的需求产生负面影响，从而对公司的业务造成不利影响。”

二、根据说明书，报告期国内直销客户主要是国内 4S 店、主机厂等，请说明对其收入真实性以及是否存在关联方关系的核查程序

针对国内客户销售收入真实性以及关联关系，项目组履行了如下核查程序：

(1) 内部访谈。项目组已与业务部门、财务部门及管理层进行多次沟通，了解公司业务模式和客户类型的全貌，了解不同模式下与客户结算时点、方式的差异，了解不同模式下财务核算的区别，并已获取相关财务制度。

(2) 检查销售合同。项目组获取了报告期内不同模式不同客户类型主要销售合同，核查销售合同及与客户的其他约定，是否包括影响收入确认时点的特殊条款，判断收入确认时点是否符合《企业会计准则》的规定；核查销售合同及与客户的其他约定，是否包含关于金额的或有条款，判断收入确认金额是否准确。

(3) 资信信息查询。项目组通过查询天眼查或全国企业信用信息公示系统、调取发行人部分境内客户的工商登记及变更资料、互联网查询和走访了解发行人境内客户的背景资料等；通过境内外交易所网站获取发行人部分境内外上市公司客户的基本信息。判断该等客户向发行人采购相关产品是否合理，采购规模与业务规模是否匹配。

(4) 现场走访。原保荐机构、原申报会计师实地走访客户（含部分视频访谈，下同）112 家（含下游终端客户），其中：国内 4S 店客户 33 家，国内主机厂客户 7 家；走访对象基本覆盖各期直销模式前二十大客户，2017-2019 年全口径收入覆盖率分别为 76.17%、79.24%和 78.17%，直销客户覆盖率平均达 75%以上。

项目组复核了原保荐机构走访资料，并独立走访客户，其中国内客户主要采用现场走访的形式，疫情影响下国外客户主要采用视频走访的形式。项目组共计走访国内外客户 47 家，其中：国内 4S 店客户 14 家，国内主机厂客户 3 家；报告期各期全口径收入覆盖率分别为 63.92%、68.80%、68.59%、67.38%；国内客

户覆盖率平均达 50%以上，直销客户覆盖率平均达 65%以上。同时，项目组通过访谈了解客户基本情况，确认交易真实性、核实其关联关系。

5、函证。原保荐机构、原申报会计师对报告期内销售额及往来款余额等数据，向发行人客户进行独立函证，总发函数量为超过 400 家，2017-2019 年，销售收入发函比例（发函金额/销售金额）分别为 91.01%、94.60%和 92.72%，回函比例（回函金额/发函金额）分别为 95.29%、98.30%和 99.08%，回函不符部分主要系双方入账时间差异等原因，已实施替代程序。

项目组复核了原保荐机构函证资料，并针对报告期内销售额及往来款余额等数据，向发行人客户进行独立函证，总发函数量接近 400 家，2017-2020 年 1-6 月，销售收入发函比例（发函金额/销售金额）分别为 84.12%、90.86%、90.04%、90.67%，回函比例（回函金额/发函金额）分别为 87.18%、89.50%、90.47%、82.83%，回函不符部分主要系双方入账时间差异等原因，已实施替代程序。

（6）客户应收账款期后回款核查。项目组对发行人报告期各期期后回款情况进行专项核查，通过分析判断发行人期后回款情况。报告期各期末，发行人应收账款期后回款情况总体良好，2017 年末、2018 年末和 2019 年末，85%以上的应收账款可以在期后半年回款；2020 年 6 月末，截至 2020 年 8 月末的回款比例超过 60%。

（7）针对销售及收款循环进行穿行测试：

①对于主机厂客户（前装），保荐机构、申报会计师获取了全套销售合同、系统订单、出库单、物流单、第三方仓库收发货记录、发行人与主机厂客户每月对账记录、主机厂客户供应商平台数据（装车领用数据）、发票、PPAP（生产件批准程序）最终审批文件（PSW 零件提交保证书）、相对应的记账凭证、收款凭证、第三方仓库定期盘点记录等底稿资料；

②对于其他直销客户，保荐机构、申报会计师获取了销售合同、系统订单、出库单（客户签回联）、物流单、发行人与直销客户每月对账记录、发票、相对应的记账凭证、收款凭证等底稿资料，对于大型集团客户，获取其供应商平台数据（如有）作为印证数据。

（8）发行人客户销售抽样测试。项目组获取了报告期内发行人销售明细账，对各期主要客户实施销售抽样检查，检查其合同/订单、出库单、货运公司签收单、客户签收确认单、发票、银行进账单等原始单据，确认发行人与客户之间交

易真实情况。

(9) 收入截止性测试。项目组获取了报告期内发行人销售明细账，对报告期内主要客户各期末销售收入进行收入截止性测试，检查其出库单、发运凭证、客户签收确认单、发票、银行进账单、记账凭证等相关凭证，确认发行人对该等客户销售收入确认是否真实、准确、完整，是否存在提前或推迟确认销售收入的情形。

(10) 客户退换货核查。项目组获取了发行人客户管理制度、退换货明细表，核查报告期内发行人退换货金额及占比情况，核查退换货的真实原因。报告期各期，发行人退货金额分别为 1,844.59 万元、1,441.47 万元、1,964.65 万元和 668.96 万元，占当期销售收入比例分别为 1.23%、0.91%、1.28%和 1.08%，金额较小，比例很低，不存在大额异常退换货情形；相关退货主要系产品质量问题、表面破损、安装不良等原因所致。

(11) 银行流水核查。项目组获取了发行人及子公司银行账户开户清单、报告期内发行人及子公司所有银行账户的流水清单、银行日记账，对发行人及子公司交易金额在 10 万元及以上的银行对账单和银行日记账的一致性进行了比对核查，核查交易对手、交易金额、交易内容摘要等信息一致性；对客户、供应商单笔 300 万元以上往来款大额抽凭，查验记账凭证、交易单据、银行日记账以及收付款单明细表等相关信息一致性。

(12) 第三方回款核查。项目组获取了报告期内发行人及子公司所有银行账户的流水清单、银行日记账以及所有账户网银记录，通过双向比对及访谈财务人员，对发行人第三方代收代付款项进行核查。保荐机构、申报会计师已对发行人单笔回款人民币 5 万元以上或者单笔回款 1 万美元以上进行抽凭，核查第三方回款金额、占比及原因，统计第三方代付授权金额及比例，分析其合理性。报告期内，发行人第三方回款金额分别为 2,588.70 万元、3,513.95 万元、2,616.23 万元和 762.12 万元，占当期营业收入比例分别为 1.71%、2.18%、1.67%和 1.20%，金额较小，占比较低。

(15) 检查发行人及关联方工商档案，实际控制人、董监高调查表，通过公开信息核查发行人关联方情况，确认是否存在关联关系。

经核查，项目组认为，发行人国内销售真实、准确、完整，相关客户与发行人不存在关联关系。

三、报告期国内经销收入占主营业务收入的比例分别为 6.85%、6.08%、5.27% 和 5.07%，请说明：1) 报告期内经销商的增减变动数量、对经销商的区域管理政策、库存管理及终端销售管理政策及执行、销售定价原则、信用政策等；2) 经销商是否为买断销售，退还货原则，报告期内实际退还货金额及核查情况；3) 项目组对经销商的终端销售核查情况，取得经销商进销存、销售发票或出库单据的金额、比例，经销商期末库存量/金额及其合理性；4) 报告期国内代销收入占主营业务收入的比例分别为 3.42%、5.07%、5.12%和 5.74%，请说明代销模式下收入确认依据是否与函证金额一致，报告期期末对应的寄存存货金额及核查程序；

1、报告期内经销商的增减变动数量、对经销商的区域管理政策、库存管理及终端销售管理政策及执行、销售定价原则、信用政策等

(1) 经销商的增减变动情况

报告期各期，发行人尚在合作中的经销商数量由 2017 年的约 340 家下降至 2020 年上半年的约 120 家（按合并披露口径统计），总体呈现下降趋势，主要原因系：

2017 年之前，国内车市处于高速增长阶段，为快速抢占增量市场，在拓展 4S 店等渠道时，公司主要追求客户数量和渠道的广度，力求在短时间内快速与更多数量的 4S 店等客户建立合作。2017 年之后，国内车市增长趋于平稳，但对不同品牌的 4S 店销车能力也出现两极分化。同时，在不同 4S 店之间，经营效率、销售业绩和回款能力也有高下之分。鉴于市场环境的变化，公司在 4S 店等渠道策略进行了调整，从追求客户数量到追求客户质量，从追求渠道广度到追求渠道深度，专注于做大做强优质客户。对于经营效率高、销车量大、回款稳定的优质客户，公司持续跟进，推动客户提产。对于经营效率低、销车量少，回款不稳定的客户，则持续减少资源投入或停止合作。通过渠道策略的调整，公司的销售资源均向优质客户倾斜，保证公司投入回报的最大化。

报告期各期，与发行人合作的 4S 店客户和经销商客户中，上述 4S 店客户中的 KA 集团客户数量近 20 家、经销商客户中的 A 类经销商近 30 家，该类客户与发行人保持多年的合作关系，总体数量相对稳定。4S 单店客户、经销商客户中的 B 类经销商则合作数量众多，各年受市场开拓、门店变动、业绩考量等方面影响，报告期各期的进入、退出数量相对较多，波动数量较大。

（2）销售定价原则

对于国内经销商客户，国内产品定价的基本原则是按照客户类型设置最低限价，并综合考量客户销售模式、物流及售后成本、安装服务、回款时间等各种因素对客户进行个性化定价。此外，定价策略并非一成不变，为保持市场竞争力，公司对于不同产品、不同客户会根据实际客户情况、市场情况、竞品情况、产品生命周期等情况，动态进行价格调整。

（3）信用政策

报告期内，发行人与国内经销商客户均采用经销合作模式，主要向其销售智能电动类产品。发行人与国内经销商客户一般会签署经销协议或者年度框架合同，就销售区域、销售目标、结算方式、退换货、返利、折扣等主要交易条款进行约定。对于国内经销商客户，发行人通常会采取当月发货、次月对账开票，给予客户 1 个月左右信用期。

（4）经销商的区域管理政策、库存管理及终端销售管理政策

发行人与国内经销商客户一般会签署经销协议或者年度框架合同，就销售区域进行约定。发行人经销商客户销售区域一般会限定某一区域；发行人对其实行卖断式销售，库存管理以及终端销售主要由经销商自己负责。

2、经销商是否为买断销售，退换货原则，报告期内实际退换货金额及核查情况

报告期内，发行人实行卖断式经销，发货并签收后确认收入。发行人与主要经销商均签署了框架协议，协议中关于退换货条款会作出类似“发行人错发货物、运输破损或质量问题等特殊情况下，经审批同意后，可予以退货或换货”约定，除上述特定情形以外，不予退换货。

报告期各期，发行人经销商退货金额分别为 278.61 万元、201.28 万元、238.80 万元和 99.63 万元，发行人经销商退货金额很小，占比很低。

3、项目组对经销商的终端销售核查情况，取得经销商进销存、销售发票或出库单据的金额、比例，经销商期末库存量/金额及其合理性

项目组对发行人主要经销商进行了现场走访（含部分视频访谈，下同），并随机抽取 1-2 家经销商下游客户进行走访，核查其最终销售实现情况。原保荐机构、原申报会计师共走访国内经销商 14 家，终端客户 25 家，2017-2019 年经销商客户走访比例分别为 60.75%、68.52%、70.07%，基本覆盖各期前十大主要经销

客户。项目组对原保荐机构走访资料进行了复核，并独立走访（含视频访谈）国内经销商 8 家，各经销商走访终端客户 1-2 家，2017 至 2020 年 1-6 月经销客户走访比例分别为 47.62%、55.22%、60.50%、57.20%。

项目组获取了主要经销商期末库存数据，查验了实物仓储情况，了解相关产品最终销售情况，确认经销商采购真实性、销售规模与自身库存匹配性。

经统计测算，项目组获取的经销商库存明细情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
核查经销商数量（家数）	13 家	13 家	13 家	11 家
公司对核查经销商销售收入	2,154.40	5,700.49	6,427.11	6,048.65
公司经销渠道收入	3,149.28	8,094.79	9,659.30	10,267.17
核查经销商销售收入占公司经销渠道收入比例	68.41%	70.42%	66.54%	58.91%
核查经销商库存金额	1,085.10	1,445.31	1,255.41	1,245.31
核查经销商库存金额占公司对该等核查经销商销售收入比例	25.18%	25.35%	19.53%	20.59%
核查经销商库存周转月数	3.02	3.04	2.34	2.47

注：核查经销商库存周转月数=12 个月*核查经销商库存金额占公司对该等核查经销商销售收入比例。

从上表可见，项目组核查经销商库存比例，即公司对核查经销商销售收入占公司经销渠道收入比例分别为 58.91%、66.54%、70.42%和 68.41%，核查比例较高。经测算，核查经销商库存周转月数分别为 2.47 个月、2.34 个月、3.04 个月和 3.02 个月，该等结果基本与经销商存货周转一般为 2-3 个月左右相符合。

综上所述，项目组认为，发行人经销商的库存余额和库存周转情况均处于合理范围，与经销商经营情况和行业特征相符，经销产品实现了最终销售，整体上不存在向经销商压货以扩大收入的情形。

4、报告期国内代销收入占主营业务收入的比例分别为 3.42%、5.07%、5.12% 和 5.74%，请说明代销模式下收入确认依据是否与函证金额一致，报告期期末对应的寄存存货金额及核查程序

发行人代销模式以取得对方代销清单或对账单作为收入确认依据。

报告期内，发行人前五大代销客户销售金额分别为 4,677.34 万元、7,418.54 万元、6,712.26 万元和 3,025.40，占当期代销模式收入金额比例分别为 91.29%、92.19%、85.31%和 84.81%。

针对报告期内销售额及往来款余额等数据，项目组向主要代销客户进行了独立走访及收入及往来款函证程序。

针对发行人代销仓管理的存货，前保荐机构履行了如下核查程序：

(1) 访谈公司相关人员和查阅公司内部控制制度，了解公司采购与付款相关业务流程，生产与仓储相关业务流程，检查主要业务环节的关键控制文件和单据，评价采购与付款、生产与仓储内部控制有效性。

(2) 获取并检查公司报告期内各期末存货库龄明细表，结合抽盘和监盘程序，对较长库龄及其他单项计提坏账准备的存货进行重点检查，对存货进行实质性分析程序，分析存货跌价准备计提的充分性。

(3) 对公司期末原材料、在产品、库存商品执行监盘和抽盘程序，对由第三方仓库保管的存货进行盘点及函证。

(4) 获取报告期各期末存货余额明细，了解分析变动趋势；访谈公司管理层，了解公司采购、生产周期、及存货管理政策。

(5) 获取报告期各期末库存商品期后销售明细表，核查公司库存商品期后销售和结转情况，分析与业务的匹配性。

同时，发行人会计师对代销仓存货进行了独立函证程序。报告期各期末，发行人代销仓存货金额分别为 787.19 万元、776.43 万元、1,142.62 万元和 945.30 万元，原保荐机构、原申报会计师 2017-2019 年发函比例分别为 80.02%、85.24%、71.57%，现申报会计师发函比例分别为 77.11%、80.56%、70.95%和 69.46%。项目组针对代销仓存货复核了前保荐机构底稿及申报会计师函证底稿。

经核查，项目组认为：报告期内公司已建立健全存货盘点制度并有效执行；发行人各期末存货余额构成合理，库龄准确；发行人期末存货余额与业务相匹配。

3. 第三方回款：请说明对报告期第三方回款的核查情况及其业绩的真实性，根据资金流水底稿，存在个人回款，请说明是否为第三方回款，说明书披露的三方回款数据是否准确；

回复：

一、请说明对报告期第三方回款的核查情况及其业绩的真实性

针对报告期内的第三方回款，项目组实施了以下核查程序：

①获取报告期内公司及子公司银行账户的流水清单、银行日记账等记录并进行双向比对，检查回款方是否存在非公司交易客户的情形；获取公司的应收账款

明细及回款记录，逐笔检查回款人与客户不一致的相关记录的回款人身份及了解回款原因，同时访谈财务人员了解该回款模式的合理性；

②对于报告期内三方回款金额超过5万元人民币或1万美元的款项进行抽凭查验，检查回款的真实性；

③对三方回款中回款方与客户存在关联关系的，通过国家企业信用信息公示系统、企查查等工具进行查证；对于无法通过公开信息查证的，获取三方回款的授权委托书，报告期各期取得相关方授权书的合计回款金额为1,773.41万元、2,635.47万元、2,106.88万元和610.96万元，占当期第三方回款金额的比例为68.51%、75.00%、80.53%和80.17%；

④检查公司及关联方工商档案，实际控制人、董监高调查表，核查发行人及其实际控制人、董监高或其他关联方与第三方回款的支付方是否存在关联关系或其他利益安排，未发现存在此情况；

⑤查询国家企业信用信息公示系统、中国裁判文书网等网站，了解发行人是否存在与第三方回款相关的法律诉讼，未发现存在此情况。

综上，项目组对公司第三方回款的情况进行审慎核查，公司大部分的销售收入回款均来自销售客户，各期第三方回款金额占比较低，主要源于通过境外金融机构回款、客户以车抵债、通过进出口服务商回款、客户指定员工代付、发行人员工等，单次采购金额相对较小，符合行业经营特点，具有合理性，且公司及其实际控制人、董监高或其他关联方与第三方回款的支付方不存在关联关系或其他利益安排，同时报告期内的三方回款情况未导致经济纠纷，公司的三方回款不会对业绩真实性造成重大影响。

二、根据资金流水底稿，存在个人回款，请说明是否为第三方回款，说明书披露的三方回款数据是否准确。

报告期内，公司的销售客户存在一些零散个人，但其销售收入占比不足0.5%，占比极低。除个人客户外，公司的第三方回款中，个人回款主要包括客户的实际控制人或法定表人代为回款、以车抵债的购车车主回款、客户亲属代为回款、客户业务人员或财务人员代为回款等情形。项目组已依照首发审核问答的相关要求将公司回款方与客户不一致的回款中符合条件的记录在第三方回款统计金额中予以体现，第三方回款金额披露完整。

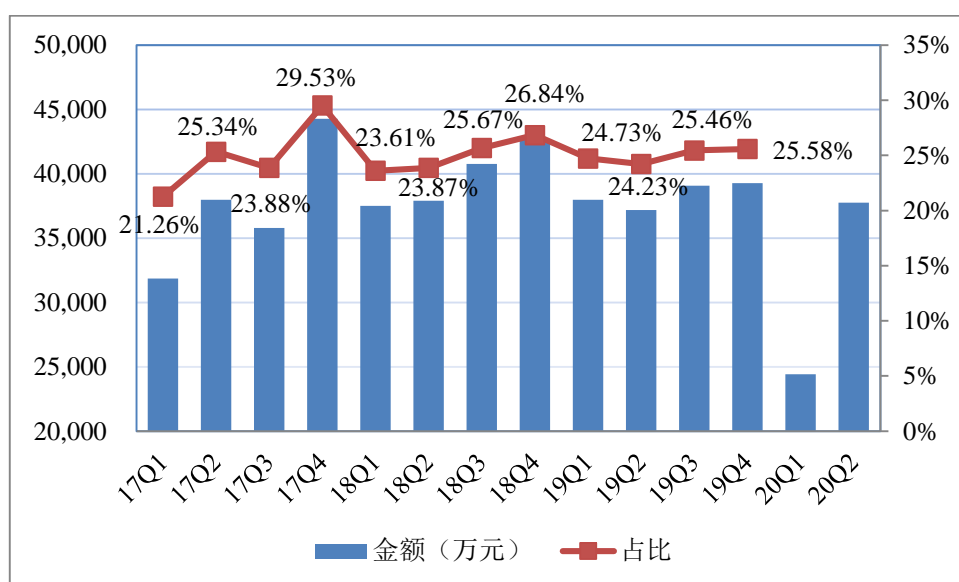
报告期内，公司的第三方回款金额分别为2,588.70万元、3,513.95万元、

2,616.23 万元和 762.12 万元，占当期营业收入的比例分别为 1.71%、2.18%、1.67% 和 1.20%，占比较低。

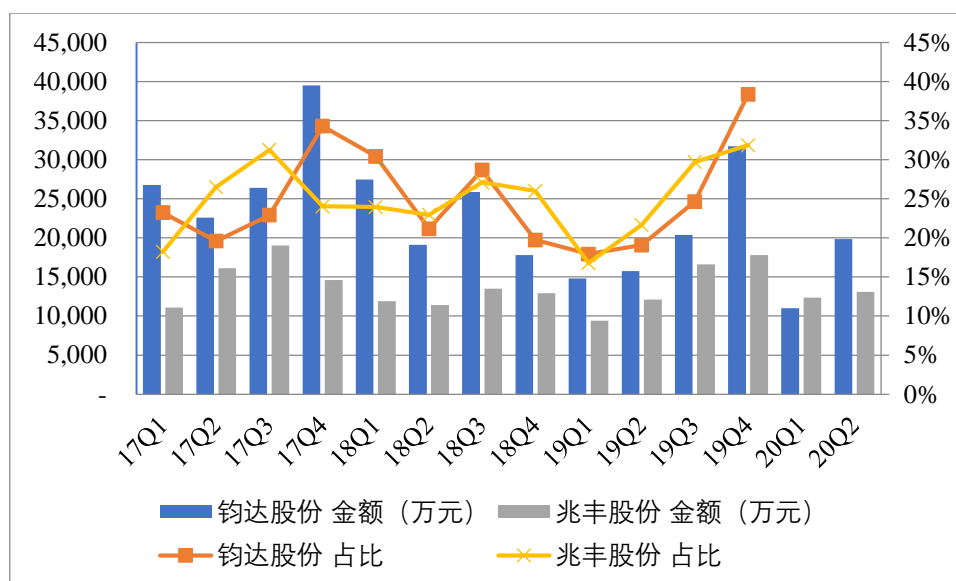
4. 收入季节性：根据说明书披露，报告期内公司主营业务收入在一、二季度占比相对较低，请对比同行业公司说明公司收入季节性是否可比，是否存在突击确认收入的情形；

回复：

公司的主营业务开展无明显季节性特征，但受春节假期、美国贸易政策变动等外部因素影响，报告期内公司主营业务收入在一、二季度占比相对较低；公司 2020 年一季度销售收入较低，主要系受新冠疫情影响，市场需求下滑导致销售收入下降。公司主营业务收入各季度收入及占比情况如下：



可比公司中，威尔弗、敏实集团均未披露一季度报告、三季度报告，钧达股份、兆丰股份主营业务收入各季度收入及占比情况如下：



由上表可知，公司钧达股份、兆丰股份主营业务收入亦无明显季节性，不同季度间有所波动。

综上所述，报告期内，公司的主营业务开展无明显的季节性特征，收入季节性可比性较弱，不存在突击确认收入的情形。

(三) 关于资金流水核查

1. (1) 请说明银行流水的核查范围及核查情况，是否存在与发行人的客户、供应商之间的资金往来，是否存在为发行人虚构收入或代垫成本费用等情形；(2) 根据公司银行流水，存在个人供应商和客户，请说明具体情况、包括但不限于原因及合理性、个人采购和销售的规模及占比，是否符合行业惯例，业绩真实性、交易价格的公允性、是否与发行人控股股东、实控人、董监高、股东及关联方和亲属存在关联方关系，是否存在前员工情形。

回复：

一、请说明银行流水的核查范围及核查情况，是否存在与发行人的客户、供应商之间的资金往来，是否存在为发行人虚构收入或代垫成本费用等情形。

针对发行人报告期内的银行流水，项目组执行了以下核查程序：

①获取了发行人及子公司银行账户开户清单，比照开户清单获取了报告期内发行人及子公司所有银行账户的流水、银行日记账；

②对发行人及子公司交易金额在 10 万元及以上的银行对账单和银行日记账的一致性进行了比对核查，核查交易对手、交易金额、交易内容摘要等信息一致性，同时关注是否存在与公司实际控制人、董监高等关联方的往来，及往来对象

中是否存在非发行人客户、供应商的情况；

③对客户、供应商的收、付款记录中单笔 300 万元以上的大额款项进行抽凭，查验记账凭证、交易单据、银行日记账以及收付款单明细表等相关信息一致性，确认该笔资金收付是否有真实的交易背景。

④核查了发行人实际控制人及其关系密切的亲属，以及其他董事、监事、高级管理人员报告期内个人银行流水，核查了个人银行流水主要收支的背景，访谈相关账户持有人并取得了相关支持性底稿。

经项目组核查，除正常交易产生的资金结算款外，发行人未与客户和供应商存在其他资金往来，不存在为发行人虚构收入或代垫成本费用的情况。

二、根据公司银行流水，存在个人供应商和客户，请说明具体情况、包括但不限于原因及合理性、个人采购和销售的规模及占比，是否符合行业惯例，业绩真实性、交易价格的公允性、是否与发行人控股股东、实控人、董监高、股东及关联方和亲属存在关联方关系，是否存在前员工情形。

报告期内，公司存在与部分个体客户销售和个体供应商交易，报告期各期发行人向个体客户销售金额占当期营业收入的比例在 0.35%-0.50%间，向个体供应商采购金额占当期采购总额比例在 0.4%-1.20%之间，占比均较低。

公司下游存在的个体客户主要为向发行人零星采购零配件、从事汽车改修工作的个人或经营汽车改修店的个体户，与我国汽配维修改装市场中仍存在较多零散个体经营商户的实际情况吻合，报告期内该部分客户的交易额较小，符合行业惯例。

公司上游存在的个体供应商主要为发行人各办事处在急需部分配件但未及时向母公司调货时，产生的向个体经营商户的零星采购，报告期内向该部分供应商的采购额较小，符合行业惯例。

针对个体客户和供应商，项目组访谈业务部门、财务部门相关人员了解原因和背景，并获取发行人报告期内的销售明细和采购明细，比对向个体客户销售及向个体供应商采购产品的单价是否与同类型产品存在差异，同时比对发行人的关联方清单、员工名册检查是否存在潜在关联方或前员工的情形，经核查未发现重大异常。

经核查，项目组认为报告期各期发行人向个体客户销售和向个体供应商采购的金额较小，符合行业惯例，销售和采购价格相比其他同类型产品的交易价格不

存在重大差异，对发行人收入确认的准确性和业绩真实性不存在重大影响。

（四）关于固定资产

（1）根据披露，发行人机器设备的折旧年限是 5-20 年，同行业一般是 5-10 年或者 10 年，请说明公司折旧政策与同行业比较是否足够谨慎。

回复：

（1）固定资产构成及变动情况

报告期各期末，公司固定资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	原值	净值	原值	净值	原值	净值	原值	净值
房屋建筑物	18,106.55	13,070.72	18,088.79	13,479.96	16,000.44	12,196.41	16,006.43	12,961.32
机器设备	18,902.81	9,664.37	18,526.75	10,026.36	17,617.30	10,263.77	17,016.74	10,060.51
模具	10,619.53	4,386.27	10,409.95	5,003.32	9,308.84	5,683.11	9,679.83	6,326.51
运输工具	1,824.60	530.06	1,789.87	586.92	1,786.69	724.02	1,737.74	611.40
电子设备及其他设备	1,986.47	494.04	2,080.21	586.47	1,974.60	544.85	1,853.53	565.18
合计	51,439.97	28,145.47	50,895.57	29,683.02	46,687.87	29,412.16	46,294.26	30,524.93

公司固定资产以房屋建筑物、机器设备和模具为主。

报告期各期末，公司房屋建筑物的原值分别为 16,006.43 万元、16,000.44 万元、18,088.79 万元和 18,106.55 万元。其中 2019 年末房屋建筑物原值较 2018 年末增加 2,088.35 万元，主要系公司子公司东之御高明二期厂房建成转为固定资产所致。

报告期各期末，公司机器设备的原值分别为 17,016.74 万元、17,617.30 万元、18,526.75 万元和 18,902.81 万元。其中 2019 年末公司机器设备原值较 2018 年末增加 909.45 万元，主要系公司 2019 年购进激光切割机、机器人抛光机等生产设备所致。

报告期内，公司固定资产使用状况良好，不存在需计提减值准备情形。

（2）重要固定资产折旧年限与同行业比较

固定资产类别	折旧年限（年）			
	东箭科技	兆丰股份	钧达股份	威尔弗
房屋建筑物	20	5-20	20	-
机器设备	5-20	5-10	10	10
模具	5	-	-	3

注：同行业可比公司的固定资产折旧政策来源于其公开披露的年度报告，可比公司敏实集团未在其年度报告中披露固定资产折旧政策。

报告期内，公司主要固定资产折旧年限与同行业可比公司不存在重大差异。

（3）各期固定资产折旧计提情况

报告期内，公司各项固定资产具体折旧情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
房屋、建筑物	427.00	804.81	758.91	573.56
机器设备	849.17	1,694.10	1,692.74	1,590.56
运输工具	91.64	198.89	218.88	252.83
模具	1,001.38	1,901.83	1,882.59	1,481.29
电子设备及其他设备	112.68	224.20	224.97	220.79
合计	2,481.87	4,823.82	4,778.10	4,119.03

报告期内，公司固定资产折旧金额分别为 4,119.03 万元、4,778.10 万元、4,823.82 万元和 2,481.87 万元，呈现上升趋势。公司固定资产折旧金额变化主要受新建房屋建筑物投入使用以及机器设备、模具增加影响。

报告期内，公司固定资产使用状况良好，不存在计提减值准备情形；相关固定资产折旧计提情况符合《企业会计准则》规定，与企业实际运营情况相符。

（4）核查程序

项目组获取了发行人固定资产清单、主要产品生产工艺图、销售统计表、固定资产管理相关制度等材料，核查发现：

①发行人主要产品生产工艺没有发生重大变化，淡旺季不明显，相关设备没有出现长期闲置情形；

②发行人相关设备损坏或磨损至无法维修时，使用部门会及时申请报废处理，并提出新增设备以满足市场需求；

③发行人建立了“多品种、小批量、定制化”的柔性生产模式，主要设备可用于多款产品生产；产品升级换代后，相关设备仍然可以使用；相关模具则会定

期清理；

④根据《固定资产管理规定》，发行人财务部会定期对固定资产进行实地盘点，并向使用部门了解资产状态，闲置资产会及时进行清理；项目组于期末对发行人主要固定资产实施了监盘程序，未发现长期闲置设备。

综上所述，经核查，项目组认为，公司已按照《企业会计准则》和谨慎性原则，结合行业特点与自身业务经营模式的实际情况，制定了上述相关固定资产具体折旧政策，符合法规规定与企业实际情况；与同行业相比，公司折旧政策相对谨慎，部分机器设备的折旧年限设置为 20 年符合其实际使用年限；若按照同行业折旧政策测算，新增折旧额不会对发行人利润造成重大不利影响。

(2) 报告期公司模具类型金额如下：

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	原值	净值	原值	净值	原值	净值	原值	净值
模具	10,619.53	4,386.27	10,409.95	5,003.32	9,308.84	5,683.11	9,679.83	6,326.51

请项目组说明：1) 发行人模具金额较大的原因及合理性，结合模具的具体使用寿命、模具对应产品周期等说明公司列支在固定资产核算是否符合企业会计准则，与同行业的处理方式是否一致，相应折旧年限是否合理；2) 公司产品具有小批量的特点，请结合模具在报告期实际使用情况以及所对应具体产品的收入利润情况，说明是否存在闲置模具或者使用所产生的利润远低于账面价值的情形，相应减值计提是否充分；

回复：

一、发行人模具金额较大的原因及合理性，结合模具的具体使用寿命、模具对应产品周期等说明公司列支在固定资产核算是否符合企业会计准则，与同行业的处理方式是否一致，相应折旧年限是否合理

1、发行人模具金额较大的原因及合理性

报告期各期，发行人模具账面原值分别为 9,679.83 万元、9,308.84 万元、10,409.95 万元和 10,619.53 万元，金额较大，主要系公司产品种类繁多，具体产品超过 20,000 款，涉及车型超过 500 种，其中大多数产品的生产，包括常规踏板、侧杠、塑料前后护杠、电动尾门、电动踏板、空气净化器、电动折叠后视镜等产品类型存在注塑、吹塑等工艺流程，上述类型产品中各型号的生产均需要对应的模具配合，导致发行人各期末的模具原值较大。

项目组获取了各期末公司的模具明细清单，并相应检查该模具与所生产产品的匹配情况及相关产品的生产、销售情况，未发现重大异常。

2、结合模具的具体使用寿命、模具对应产品周期等说明公司列支在固定资产核算是否符合企业会计准则，与同行业的处理方式是否一致，相应折旧年限是否合理

本着谨慎性原则，报告期内，公司对于原值在 2 万元以下的模具直接计入当期费用；对于原值在 2 万元以上的模具计入固定资产，并按照 5 年进行折旧，该折旧年限为发行人根据模具对应产品的经济适用情况数据、历史的报废情况，并参照部分同行业公司标准综合考虑后制定，具体如下：

①模具的经济适用情况

发行人模具的经济适用周期与产品寿命周期相关，而产品寿命周期与对应车型的销售周期及后续存量车的售后、改装需求周期相对应。由于一款车型上市销售后一般存在 3 年左右的销售周期才会被新款车型完全替代而退出新车销售市场、且市场保有量一般能够提供 3-10 年的售后改装需求，因此发行人的产品一般在一款车型正式开售到其存量车型基本退出市场的 10 年间均有一定的需求量，相对应的模具经济适用期间也远超 5 年的折旧期间。

项目组获取了 2016 年以来发行人的销售明细数据，经核查发现其中 2014 款、2015 款、2016 款车型对应的专用产品在期后 2016 年至 2020 年 6 月各期仍有一定的销售量，如 15 款车型的相关配件，虽销售收入占比在 2020 年 1-6 月较 2016 年有所下滑，但市场仍有一定的需求，说明相关模具的经济适用性可达到 5 年及以上。

②模具的物理寿命情况

经项目组访谈资产管理部门人员了解，发行人的模具通常由五金、橡塑或 CNC 工装等材质、工艺制成，且发行人的生产工艺流程中模具参与的环节并非消耗性流程，故发行人的模具物理寿命一般较长，可达 5-8 年。发行人报告期内报废或处置相关模具，一般为该模具对应的车型销量、市占率下降，经评估后认为继续生产、销售相关产品的获益较低所致。

截至 2020 年 6 月末，发行人的模具已使用寿命的分布情况如下：

单位：万元

已使用年限	原值	净值	原值占比
1年以内	1,154.85	1,048.37	10.87%
1-2年	1,314.43	942.19	12.38%
2-3年	2,626.68	1,312.16	24.73%
3-4年	2,708.28	827.24	25.50%
4年以上	2,815.28	256.31	26.51%
总计	10,619.53	4,386.27	100.00%

经项目组现场实施固定资产抽盘，大部分使用年限较长的模具仍处于正常使用状态，说明整体上看，发行人的模具物理寿命较长。

③模具折旧政策的同行业对比情况

因同行业可比公司兆丰股份、敏实集团均未单独披露模具金额，项目组选取了发行人同行业内的钧达股份、威尔弗、模塑科技、常熟汽饰、新泉股份等公司进行比较，行业内普遍采用的模具摊销方式主要有两种：第一种采用年限法摊销，基本在5年内分摊完毕；第二种采用工作量法进行分摊。发行人产品主要面向后装市场，且种类繁多，较难在量产之初就获取预计总产量，故发行人采用的第一种摊销方式，且发行人的摊销期限与模塑科技、威尔弗等公司相比不存在重大差异。

报告期各期末，公司面向前装客户的模具原值和净值占比均较低，即使该部分模具采用工作量法，对发行人报告期的年摊销额影响不大。

综上所述，发行人的模具使用寿命和经济适用寿命一般超过5年，与同行业公司双林股份、模塑科技的折旧政策基本一致，具有合理性。

二、公司产品具有小批量的特点，请结合模具在报告期实际使用情况以及所对应具体产品的收入利润情况，说明是否存在闲置模具或者使用所产生的利润远低于账面价值的情形，相应减值计提是否充分

报告期内，公司未对模具计提减值准备，具体原因如下：

公司的产品种类繁多，具体产品超过20,000款，涉及车型超过500种，而公司在生产中运用的模具接近1,500种，且公司的部分模具存在用于同一大类的多种产品的情况、用于生产通用配件并可用于跨品类的多种产品的情况，无法就具体模具出发对其各期产生的销售收入、利润进行分析。项目组从模具的主要用途出发对模具当期对应的销售收入、销售毛利进行配比分析，发现报告期内各期，

公司的模具原值占销售收入的比例约在 11%-13%间，占销售毛利的比例在 26%-29%间，总体波动较小。

从模具原值占销售毛利的比例上看，公司各期末的模具原值合计占当期对应产品的销售毛利比例约在 25%至 30%间，以销售毛利出发计算的模具投资回收期较短，虽公司的销售净利率低于销售毛利率，但仍足以在 5 年内收回模具相关投资。

根据上述情况，项目组进一步在各期末的固定资产盘点中抽取部分金额较大或账龄较长的模具进行现场查看，经检查模具的使用情况良好、仍具备持续生产能力。

综上，项目组认为公司的模具使用情况良好，各期对应产品的销售收入、销售毛利等业绩指标与公司总体业绩不存在显著差异，公司未对模具计提减值准备具有合理性。

（五）关于股份支付

请说明发行人股份激励对象确定的标准、股权回购的相关约定，员工出资资金来源的核查情况、是否存在来源于发行人、实际控制人、控股股东及其他关联方的情形，是否存在代持或其他利益安排，入股后员工持股平台的变动情况及原因，是否存在争议或潜在纠纷；请说明股份支付公允价值的确定依据，与同期或接近日期的外部股东入股价格是否可比及差异的合理性；员工服务期的判断是否准确，摊销期是否合理，相应会计处理是否符合会计准则的规定；请说明股份支付事项进行追溯调整的原因、依据及影响，是否影响股改的有效性及其应对情况；

回复：

一、请说明发行人股份激励对象确定的标准、股权回购的相关约定。

发行人实施股权激励的主要目的为在实现中高层管理人员的利益与股东的利益挂钩的基础上，进一步调动中高层和核心基层管理人员的积极性，实现股东利益、公司利益和员工利益一致，以保证能够吸引和保留关键人才，故本次选择针对中高层管理人员及核心基层管理人员进行激励。

经项目组查阅公司的股权激励方案和协议，上述两次股权激励未约定股权回购的相关条款。

二、员工出资资金来源的核查情况、是否存在来源于发行人、实际控制人、控股股东及其他关联方的情形，是否存在代持或其他利益安排。

针对作为 2016 年股权激励对象的员工持股平台的员工入股出资情况，项目组逐一访谈员工并请其填列相关说明，了解员工入股持股平台时的资金来源，同时获取并检查员工入股时的缴款凭证，确认相关股权款已缴纳到位。经核查，员工入股员工持股平台的资金均为自筹资金，不存在来源于发行人、实际控制人、控股股东及其他关联方的情形，也不存在股权代持或其他利益安排。

三、入股后员工持股平台的变动情况及原因，是否存在争议或潜在纠纷。

自成立以来，员工持股平台的股权变动情况如下：

(1) 新余东诚

变更事项	变更时间	变更内容
合伙企业成立	2016-02-17	合伙企业成立
合伙企业股份转让	2016-07-12	有限合伙人尹良周将新余东诚 2.3127%的出资权属的 100%转让给普通合伙人马彩媚
合伙企业股份转让	2018-07-19	有限合伙人张青山将新余东诚 4.8933%的出资权属的 100%转让给普通合伙人马彩媚

(2) 新余东信

变更事项	变更时间	变更内容
合伙企业成立	2016-02-17	合伙企业成立
合伙企业股份转让	2016-09-29	有限合伙人金波将新余东信 0.2883%的出资权属的 100%转让给普通合伙人何飞
合伙企业股份转让	2019-03-08	有限合伙人朱俊喜将新余东信 3.9934%出资权属的 100%转让给其亲兄弟朱忠忠

(3) 新余东恒

变更事项	变更时间	变更内容
合伙企业成立	2016-02-17	合伙企业成立
合伙企业股份转让	2017-06-16	有限合伙人王相雨将新余东恒 1.0570%的出资权属的 100%转让给普通合伙人陈桔

员工持股平台自成立以来的上述股权转让均是因为出让方从公司离职所致，截至目前不存在争议或潜在纠纷。

四、请说明股份支付公允价值的确定依据，与同期或接近日期的外部股东入股价格是否可比及差异的合理性。

对于上述股权激励事宜，公司依据截至 2015 年 12 月 31 日经具有证券从业资格的资产评估机构深圳市鹏信资产评估土地房地产估价有限公司以收益法评

估的东箭科技全体股东权益公允价值作为股份支付公允价值确定依据。根据《股东全部权益追溯性资产评估报告》（鹏信资评报字[2020]第 S076 号），截至 2015 年 12 月 31 日，公司全体股东权益公允价值为 100,400.00 万元，每股净资产公允价值为 8.37 元，对应 2015 年度已实现扣除非经常性损益后净利润的市盈率约为 8.77 倍。

与本次股份支付确认同期的外部股东入股事项为 2016 年 10 月公司引入祥禾涌安、涌创铎兴、上海泓成、上海聚澄投资入股，入股价格为 20.40 元/股，高于公司股份支付确认的公允价值，主要原因如下：

①内部高管出资事实上系 2011 年的股票期权激励协议在法律层面的显名化

2016 年初发行人对四名高级管理人员的股权激励事项事实上是发行人对四名高级管理人员 2011 年期权激励协议内容在法律层面的显名化，系发行人在工商登记层面落实 2011 年 10 月授予四名高级管理人员的股票期权，四名高级管理人员实质接受股权激励的时点要远早于 2016 年初，虽然不能依据 2011 年的期权激励协议签署时点在法律形式上确认四名高管的股东权利并据此计提股份支付费用，但在考虑高管 2016 年 2 月入股时点的企业估值时，综合考虑将发行人自 2011 年以来四名高级管理人员在企业服务期间企业的实际盈利情况作为 PE 倍数估值的基础更为合理、公允。

发行人 2011-2015 年度的平均净利润约 4,849 万元，如果按照上述评估值计算，该估值约为上述年度平均净利润的 20.71 倍，相对此后 2016 年 10 月外部投资机构入股时的 15 倍 PE，该评估值的 PE 倍数并不低。

此外，发行人 2016 年 2 月在法律层面落实四名高级管理人员持股时，发行人尚无外部股东，作为非上市企业，股权流动性尚相对较弱，股权价值相对较低。

除四名高级管理人员外，发行人三家员工持股平台取得发行人股权系 2015 年下半年开始筹划，仅是落实到工商变更登记层面的时间较晚，其实际入股时间也要早于上海泓成等外部投资者的入股时间。

②上海泓成等 4 家外部投资者入股时，发行人盈利水平有较大提升

上海泓成等 4 家外部投资者 2016 年 10 月以发行人预计 2016 年度净利润约 2 亿元为基础协商确定其入股价格，评估机构本次评估则是基于四名高级管理人员以及三家员工持股平台在入股时以发行人 2015 年度净利润作为参照、以 2015 年 12 月 31 日作为基准日进行评估。

随着国内外汽车行业稳步快速发展,汽车后装市场热度的不断攀升以及发行人自身业务规模、管理水平不断提升,发行人净利润自 2015 年的 1.15 亿元增加到 2016 年的约 1.8 亿元,盈利水平明显提升。因此,外部投资者出资时点的估值水平较四名高级管理人员入股时有所提高是对企业实际盈利能力变化以及汽车后装市场投资热度攀升的反映。

③与同期上市公司并购案例的实际市盈率情况相比处于合理水平

本次评估值约为发行人 2015 年扣除非经常性损益后的净利润的 8.77 倍,同时期上市公司并购部分汽车零部件类资产的市盈率情况如下:

项目	评估基准日	收购标的公司的市盈率
渤海活塞收购启程车轮 49%的股权	2015 年 12 月 31 日	9.59
康尼机电收购康尼新能源 8.12%的股权	2015 年 12 月 31 日	12.57
郑煤机收购亚新科凸轮轴 63%股权、亚新科双环 63%股权、亚新科仪征铸造 70%股权、亚新科山西 100%股权、亚新科 NVH 100% 等	2015 年 12 月 31 日	11.96-14.05
腾龙股份收购大钧精密 80%的股权	2016 年 1 月 31 日	6.95

由于我国 A 股市场目前没有与发行人业务完全类似的上市公司,所以无法与直接进行比较,但如上表所示,本次评估的预评估值与同时期上市公司并购部分汽车零部件类资产的市盈率相比,处于相对合理水平。

综上所述,发行人高管入股时点与后序外部投资人入股时点的估值存在的差异的原因主要是发行人前后盈利能力发生了较大变化以及发行人高管入股实质为将之前期权激励协议进行法律层面的显名化,因此,前后两次估值差异合理,发行人 2015 年 12 月 31 日的估值较为公允的反应了发行人在当时的公允价值。因此,依据此公允价值计提的相关股份支付金额合理。

五、员工服务期的判断是否准确,摊销期是否合理,相应会计处理是否符合会计准则的规定。

对于四位高管,根据该等高管与东箭有限及其实际控制人马永涛于 2016 年在工商层面明确四名高级管理人员入股发行人的相关协议约定,自 2016 年 3 月起算,四名高级管理人员在公司服务期应不少于 36 个月。根据以上四名高级管理人员相关服务期限的约定,公司将四名高级管理人员入股确认的股份支付分别在约定服务期限内作为经常性损益分摊计入利润表。因三家员工持股平台涉及人

员未约定服务期，公司将该等股份支付费用于 2016 年度内一次性计提并计入非经常性损益。发行人上述股份支付的会计处理，符合首发审核问答和会计准则的相关要求。

六、请说明股份支付事项进行追溯调整的原因、依据及影响，是否影响股改的有效性应对情况。

公司在前期确认股份支付时，依据 2011 年签署股权激励协议的时点作为确认股份支付公允价值的时点，具体如下：

类别	受让方	转让比例	出资额	转让价款	转让单价	股份支付处理
员工持股平台	新余东诚	0.3358%	50.37	69.72	1.3841 元/ 出资额	以立信评估对公司截至 2015 年 12 月 31 日的全部股东权益按收益法评估的评估值 74,894.66 万元作为公允价值标准并持续计算至 2016 年 3 月 31 日，公司全部股东权益公允价值为 58,384.77 万元，据此在 2016 年度确认股份支付 902.95 万元，计入当期管理费用
	新余东信	1.5376%	230.64	319.24		
	新余东恒	0.5266%	78.99	109.33		
	小计	2.4000%	360.00	498.29		
高级管理人员	罗军	7.2191%	1,082.87	1,498.83		以立信评估对公司截至 2010 年 12 月 31 日的全部股东权益按收益法评估的评估值 28,209.23 万元作为公允价值标准并持续计算至 2011 年 10 月 31 日，公司全部股东权益公允价值为 29,809.76 万元，据此在 2011 年度确认股份支付 1,895.20 万元
	陈梓佳	4.9379%	740.69	1,025.21		
	夏炎华	4.9379%	740.69	1,025.21		
	余强华	3.8517%	577.76	799.69		
	小计	20.95%	3,142.01	4,348.94		
合计		23.3466%	3,501.99	4,847.22	-	-

2020 年 4 月 15 日、4 月 30 日，经公司第一届董事会第二十次会议以及 2020 年第二次临时股东大会决议，公司基于谨慎性原则，根据上述主体的工商入股时间、定价依据、相关协议约定等，对上述股份支付公允价值重新进行了计算，委托鹏信评估以为公司四名高级管理人员及三家员工持股平台入股确认股份支付提供价值参考为目的，以 2015 年 12 月 31 日为基准日采用收益法对公司全部股东权益进行估值并出具“鹏信资评报字[2020]第 S076 号”《评估报告》，全部股东权益的评估值为 100,400.00 万元。公司据此进行持续计算，截至 2016 年 2 月 29 日的全部股东权益价值为 82,364.22 万元，作为确认上述股份支付时全部股东权益的公允价值，对应每股公允价值为 5.4909 元，对前期确认的股份支付费用进行追溯调整。

对于四位高级管理人员，依照相关协议安排，四名高级管理人员在工商层面登记确认为公司股东后，自 2016 年 3 月起算，其在公司的服务期应不少于 36 个

月。因此，公司根据经鹏信评估并持续计算的每股公允价值 5.4909 元，将四名高级管理人员入股确认的股份支付分别在约定服务期限内作为经常性损益分摊计入利润表，在 2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年度分别确认股份支付金额 3,584.33 万元、4,301.19 万元、4,301.19 万元和 716.87 万元，计入各年度的管理费用。

因三家员工持股平台涉及人员未约定服务期，公司将该等股份支付费用于 2016 年度内一次性计提并计入非经常性损益，根据经鹏信评估并持续计算的每股公允价值 5.4909 元，公司在 2016 年度确认股份支付金额 1,478.45 万元，计入当年管理费用。

上述会计差错更正对公司股改时(2017 年 3 月 31 日)的财务数据影响如下：

项目	实收资本	资本公积	盈余公积	未分配利润	净资产
东箭有限股改财务报表金额（调整前）	166,666,667.00	351,433,072.73	56,828,016.63	9,206,346.79	584,134,103.15
东箭有限股改财务报表金额（调整后）	166,666,667.00	384,832,388.88	51,592,886.90	4,681,938.00	607,773,880.78

据上表，本次调整后，公司股改并未发生资本公积补亏的情况，不影响公司前期股改的有效性。

（六）关于成本费用和采购

（1）营业成本：报告期直接材料占主营业务成本的比重分别为 66.66%、68.10%、64.60%和 60.59%，请量化说明直接材料占比先升后逐年下降的原因，与同行业趋势是否一致；（2）关于销售费用：1）请进一步说明销售费用率明显高于同行业的原因及合理性；2）请结合数量和金额等量化分析报告期运费及配送费、出口费用与收入的匹配性；（3）关于采购：1）请说明供应商以贸易商居多的原因，是否符合行业惯例，采购价格是否公允，是否存在利益输送，请结合核查说明供应商与发行人控股股东、实控人、董监高、股东及关联方是否存在关联方关系，是否存在前员工为供应商股东的情形；

回复：

一、报告期直接材料占主营业务成本的比重分别为 66.66%、68.10%、64.60%和 60.59%，请量化说明直接材料占比先升后逐年下降的原因，与同行业趋势是否一致

1、直接材料占比先升后降原因

报告期内，公司主营业务成本构成情况如下：

单位：万元、万套、元/套

项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
直接材料	22,049.03	60.59	59,646.16	64.60	66,419.55	68.10	60,290.77	66.66
直接人工	4,777.79	13.13	11,457.67	12.41	11,273.51	11.56	9,722.41	10.75
制造费用	9,562.11	26.28	21,229.94	22.99	19,837.00	20.34	20,425.65	22.59
小计	36,388.93	100.00	92,333.77	100.00	97,530.06	100.00	90,438.83	100.00
销售数量	68.76	-	167.00	-	183.44	-	170.31	-
单位直接材料	320.69	-	357.17	-	362.07	-	354.00	-
单位直接人工	69.49	-	68.61	-	61.46	-	57.09	-
单位制造费用	139.08	-	127.13	-	108.14	-	119.93	-

注：表中销售数量数据已剔除包围套件、主机厂电尾套件、智能变动辅助、智能其他品类以及其他系统产品的影响。

报告期内，公司主营业务成本结构较为合理，以直接材料为主，直接材料占主营业务成本的比重分别为 66.66%、68.10%、64.60%和 60.59%，直接材料先升后降，主要原因系：2017-2018 年，随着金属类、纸箱纸板类等部分原材料价格的上涨，公司直接材料占主营业务成本呈现小幅上升的趋势；2019 年，公司直接材料占主营业务成本比重略有下降，主要系当期主要产品产量、销量同比有所下降，主营业务成本中直接材料金额总体规模亦相应下降所致；2020 年上半年，受新冠疫情影响，主要产品产量、销量同比有所下降，加之，金属类等主要原材料价格较 2019 年有所下降，因此，主营业务成本中直接材料金额总体规模有所下降，占比亦相应有所下降。

2、公司主要产品直接材料变动分析

单位：万元、万套、元/套

产品类别	项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
		金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
车侧承载装饰系统产品	直接材料	7,504.74	56.44	20,518.58	61.99	23,173.46	68.05	20,486.44	66.24
	直接人工	1,489.85	11.20	3,816.60	11.53	3,594.28	10.55	3,126.63	10.11
	制造费用	4,302.30	32.36	8,763.13	26.48	7,286.45	21.40	7,314.05	23.65
	小计	13,296.89	100.00	33,098.32	100.00	34,054.20	100.00	30,927.12	100.00
车辆	直接	6,125.87	50.15	16,083.23	52.56	18,074.48	55.63	15,274.93	53.71

产品类别	项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
		金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
前后防护系统产品	材料								
	直接人工	2,440.45	19.98	5,760.53	18.83	5,966.44	18.36	4,805.74	16.90
	制造费用	3,648.90	29.87	8,753.28	28.61	8,449.22	26.01	8,360.27	29.40
	小计	12,215.22	100.00	30,597.04	100.00	32,490.13	100.00	28,440.94	100.00
车载互联智能机电系统产品	直接材料	4,799.46	83.72	12,284.45	84.93	14,428.14	85.79	14,106.95	84.03
	直接人工	394.93	6.89	900.90	6.23	769.74	4.58	853.38	5.08
	制造费用	538.32	9.39	1,279.58	8.85	1,619.64	9.63	1,828.03	10.89
	小计	5,732.72	100.00	14,464.93	100.00	16,817.51	100.00	16,788.36	100.00
车顶装载系统产品	直接材料	870.20	54.89	3,218.60	66.45	2,941.70	65.45	2,760.00	64.26
	直接人工	237.08	14.96	523.64	10.81	442.96	9.86	406.85	9.47
	制造费用	477.97	30.15	1,101.28	22.74	1,110.08	24.70	1,128.06	26.27
	小计	1,585.25	100.00	4,843.51	100.00	4,494.74	100.00	4,294.91	100.00

发行人主要产品主营业务成本以材料成本为主，受产品结构和产量的影响，产品成本料、工、费构成有所波动。

(1) 车侧承载装饰系统产品

车侧承载装饰系统产品单位成本构成明细如下：

单位：元/套

项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度
	金额	增减额	金额	增减额	金额	增减额	金额
单位直接材料	200.22	-27.88	228.10	-7.39	235.49	11.43	224.06
单位直接人工	39.75	-2.68	42.43	5.90	36.53	2.33	34.20
单位制造费用	114.78	17.37	97.42	23.37	74.05	-5.95	79.99
单位成本	354.76	-13.19	367.95	21.88	346.06	7.81	338.25

报告期内，发行人车侧承载装饰系统产品单位直接材料成本分别为 224.06 元/套、235.49 元/套、228.10 元/套、200.22 元/套，先升后降。其中：①2018 年，车侧承载装饰系统产品单位直接材料同比增加 11.43 元/套，涨幅 5.10%，主要系铁材质、不锈钢原材料价格持续上涨所致。②2019 年，车侧承载装饰系统产品单位直接材料同比减少 7.39 元/套，下降 3.14%，主要系：铁侧杠、铁骨架常规

踏板等产品越来越受市场欢迎，销量占比有所增加，导致车侧承载装饰系统产品单位产品铁材质耗用量有所增加，不锈钢、铝材质耗用量有所减少，而相比不锈钢、铝材质，铁材质价格要便宜很多，而发行人铁材质原材料平均采购价格较2018年略有下降。③2020年上半年，车侧承载装饰系统产品单位直接材料较2019年减少27.88元/套，下降12.22%，主要系：铁侧杠、铁骨架常规踏板等铁材质产品销量占比较2019年有所增加，而铁材质等金属类原材料采购均价较2019年有所下降，上述因素综合造成2020年上半年车侧承载装饰系统产品单位直接材料较2019年有所下降。

(2) 车辆前后防护系统产品

车辆前后防护系统产品单位成本构成明细如下：

单位：元/套

项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度
	金额	增减额	金额	增减额	金额	增减额	金额
单位直接材料	293.90	-21.51	315.42	7.98	307.43	26.80	280.63
单位直接人工	117.09	4.11	112.97	11.49	101.49	13.19	88.29
单位制造费用	175.07	3.40	171.67	27.95	143.72	-9.88	153.60
单位成本	586.06	-14.00	600.05	47.42	552.64	30.12	522.52

报告期内，车辆前后防护系统产品单位直接材料成本分别为280.63元/套、307.43元/套、315.42元/套和293.90元/套，呈先升后降趋势。分析如下：

车辆前后防护系统产品主要为泵把、五金前后护杠、防翻架和塑料前后护杠，其各期销售情况如下表：

单位：万元、万套

中类产品	项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度
		数量/金额	变动率	数量/金额	变动率	数量/金额	变动率	数量/金额
泵把	销售数量	4.96	-0.14%	9.94	1.49%	9.80	47.26%	6.65
	销售收入	8,474.67	-10.62%	18,962.73	13.14%	16,760.94	33.80%	12,526.51
五金前后护杠	销售数量	9.46	-12.04%	21.52	-14.81%	25.26	3.29%	24.46
	销售收入	6,071.41	-6.41%	12,974.25	-15.08%	15,278.21	1.53%	15,047.32
防翻架	销售数量	1.45	-56.40%	6.63	-7.35%	7.16	30.82%	5.47
	销售收入	1,382.86	-54.98%	6,143.30	-5.88%	6,527.28	25.18%	5,214.26
塑料	销售数量	2.42	-21.93%	6.21	-27.13%	8.52	-13.83%	9.89

中类产品	项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度
		数量/金额	变动率	数量/金额	变动率	数量/金额	变动率	数量/金额
前后护杠	销售收入	1,415.58	-18.64%	3,479.83	-24.91%	4,634.02	-13.47%	5,355.61

注：2020年1-6月相关产品变动率已年化处理。

从上表可以看出，耗用铁材质为主的泵把销售量增加较大，导致车辆前后防护系统产品铁材质原材料单位耗用量持续增加。其中，2018年单位直接材料增加，主要系金属类原材料价格上涨、铁材质的耗用增加而其他金属材料耗用减少的综合影响所致；2019年单位直接材料成本较2018年略有增加，主要系不锈钢、铝材质原材料采购均价较2018年有所增加，以及单位产品金属类原材料耗用量略有波动综合影响所致；2020年上半年单位直接材料成本较2019年下降幅度较大，主要系金属类等主要原材料价格较2019年均有所下降，而铁材质产品销售占比较2019年有所增加叠加影响所致。

（3）车载互联智能机电系统

车载互联智能机电系统产品单位成本构成明细如下：

单位：元/套

项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度
	金额	金额	金额	增减额	金额	增减额	金额
单位直接材料	527.16	-78.52	605.68	-84.12	689.80	-36.95	726.75
单位直接人工	43.38	-1.04	44.42	7.62	36.80	-7.16	43.96
单位制造费用	59.13	-3.96	63.09	-14.34	77.43	-16.74	94.18
单位成本	629.67	-83.52	713.19	-90.85	804.04	-60.85	864.89

报告期内，车载互联智能机电系统产品单位直接材料成本分别为726.75元/套、689.80元/套、605.68元/套、527.16元/套，呈逐年下降趋势，主要系：一方面，车载智能机电系统产品系公司最近几年发力和转型的产品，随着产品开发及供应链逐步趋于成熟以及原材料采购量的增加，公司议价能力有所增强，加之产品设计优化，ECU、电机等电动控制类原材料的采购单价总体呈下降趋势；另一方面，核心部件ECU从原来的硬件、软件集成采购，逐渐演变为硬件外购、软件自主研发，外购成本有所降低。上述因素综合导致车载互联智能机电系统产品单位成本逐年下降。

（4）车顶装载系统产品

车顶装载系统产品单位成本构成明细如下：

单位：元/套

项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度
	金额	增减额	金额	增减额	金额	增减额	金额
单位直接材料	203.80	-89.11	292.91	12.49	280.43	36.66	243.77
单位直接人工	55.52	7.87	47.65	5.43	42.23	6.29	35.93
单位制造费用	111.94	11.72	100.22	-5.60	105.82	6.19	99.63
单位成本	371.26	-69.53	440.79	12.31	428.47	49.14	379.33

报告期内，发行人车顶装载系统产品单位直接材料成本分别为 243.77 元/套、280.43 元/套、292.91 元/套和 203.80 元/套，呈先升后降趋势。其中，2018 年单位直接材料较 2017 年有所增加，主要系当期金属类原材料价格同比上涨所致；2019 年单位直接材料成本较 2018 年略有增加，主要系行李架销量增加，价格相对较高的铝材质耗用量增加所致；2020 年上半年单位直接材料较 2019 年降幅较大，主要系：一方面，金属类等主要原材料价格较 2019 年均呈现不同程度下降；另一方面，受新冠疫情影响，金属类原材料耗用量相对较大的外销行李架销量下滑明显，其销量占比由 2019 年 52.67% 下降至 2020 年上半年 34.22%，上述因素综合导致 2020 年上半年车顶装载系统产品单位直接材料成本较 2019 年有所下降。

经核查，发行人可比公司未披露报告期内主营业务成本料工费构成情况；公司直接材料占主营业务成本先升后降主要与当期原材料价格波动、产品结构变动等因素有关，系变动具有合理性

二、请进一步说明销售费用率明显高于同行业的原因及合理性。

报告期内，公司的销售费用率分别为 12.66%，12.26%、12.14%和 12.03%，高于同行业可比公司，主要原因如下：

①业务经营模式的差异

同行业可比公司中，钧达股份、敏实集团虽产品形态与公司相似，但业务经营模式存在差异。钧达股份和敏实集团在开展业务时，主要面对汽车前装市场，即汽车生产厂家，该类模式因交易量大、合作周期长、定制性高等特点，在确立合作关系后，生产厂商一般不会轻易更换配件供应商，故钧达股份、敏实集团在与相关厂商确立供应关系后，后续的客户维护难度较低，所需的人力投入较少，且客户所在地相对固定也有利于节约运输成本，相应销售费用率低于公司。

②经营产品类型的差异

同行业可比公司中，兆丰股份为专营汽车轮毂轴承单元的汽车零配件细分市

场制造企业，虽然其与公司均主要面向汽车后装市场，但因兆丰股份产品类型单一且汽车品牌、型号覆盖全面，技术水平行业领先，在细分行业内地位极高，大部分国内经销商、厂商及较多美国大型汽车零部件连锁企业在汽车轮毂轴承配件的供应上均与兆丰股份合作，故兆丰股份在市场开拓和维护难度较低，投入的人力、物力资源较少，相应销售费用率低于公司。

③经营规模的差异

同行业可比公司中，威尔弗在产品形态上与公司相似，且与公司均主要面向汽车后装市场，但报告期内其经营规模限制低于公司，在经营的地域范围、客户层次上相应与公司存在差异，导致销售费用率存在差异。

三、请结合数量和金额等量化分析报告期运费及配送费、出口费用与收入的匹配性。

报告期内，发行人的运费及配送费、出口费用具体构成如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
运费及配送费：	986.15	2701.94	3,204.97	2,899.49
国际运输配送费	27.68	157.64	275.62	181.68
国内运输配送费	958.47	2,544.30	2,929.35	2,717.81
出口费用：	1,811.53	4,383.81	3,845.95	2,851.43
境内运费、拖车费、码头处理费等	637.83	1,601.51	1,513.95	1,373.86
海运费	1,000.01	1,842.05	1,590.76	1,016.11
清关费	173.69	940.25	741.24	461.46
合计	2,797.68	7,085.75	7,050.92	5,750.92

其中，项目组对上述各项费用与对应的销售收入、销量等指标进行配比分析，具体如下：

①国际运输配送费

发行人大部分外销业务采用 FOB 报价方式，报关装船后的运输费用均由客户承担，发行人的国际运输配送费大部分为美国子公司 MKI 在当地销售的运费。因 MKI 在当地销售时的运费大多也由客户承担，故发行人的国际运输配送费较少，各期占子公司 MKI 销售收入的比例分别为 1.45%、1.68%、0.76%和 0.24%，占比较低；2019 年起国际运输配送费占 MKI 销售收入比例逐年下降的原因为：①近两年来美国市场通过电商平台购买汽车配件的销售模式愈加火爆，特别是新

冠疫情爆发以来电商类客户的销售收入显著上升,在消费者通过电商平台向 MKI 下单购买产品时,一般由电商平台负责物流配送,无需 MKI 承担运费,电商客户的占比上升导致运费占比有所下滑;②对于直接下单的客户, MKI 一般采用达到一定采购量、采购额等标准以上的订单才承担运费的方式,受中美贸易战的影响,部分客户的采购量、采购频次、采购结构等有所变化,导致各年的运费支出有所波动。

②国内运输配送费

报告期内,发行人的境内销售业务的运费通常由发行人承担。为分析国内运费的合理性,项目组从发行人的实际情况出发,将国内运输配送费与内销销售数量进行配比分析如下:

单位:万元

项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
国内运输配送费	958.47	2,544.30	2,929.35	2,717.81
国内销售数量(万套)	16.61	39.92	47.58	49.07
平均单位运费(元/套)	57.70	63.73	61.56	55.39

据上表,发行人报告期各期的国内平均单位运输配送费分别为 55.39 元/套、61.56 元/套、63.73 元/套和 57.70 元/套,呈现先升后降的趋势,主要原因系:① 2018 年单位费用较 2017 年有所上升,主要系与发行人合作的广汇集团、利星行等大型汽车经销商集团销售金额占比有所上升所致,该类客户合作模式下发行人需为其提供产品的中途运输、配送至旗下 4S 店相关服务,费用相对较高。②2020 年 1-6 月单位费用较 2019 年有所下滑,主要是受中美贸易战和新冠疫情影响,国内的运输需求有所下滑,导致运输公司的业务量下降,为提振业务水平,不少运输公司主动降低运输费率或运输单价,如海邦物流的运输单价在不同省市地区存在 5%至 25%不等的降幅,导致 2020 年 1-6 月的单位费用有所下滑。

③境内运费、拖车费、码头处理费等

由于公司的外销业务主要采用 FOB 报价方式,在该类报价方式下公司仅负责发货到港口装船时的运费及相关拖车费、码头处理费等费用,各期的费用情况与总柜量的配比情况如下:

单位:万元

项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
境内运费、拖车费、码头处	637.83	1,601.51	1,513.95	1,373.86

项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
理费等				
运输总柜量（个）	2,112	5,227	5,357	4,347
平均单柜运费	0.30	0.31	0.28	0.32

综上，报告期内出货到港口的运费、拖车费、码头处理费等费用的平均单柜运费较为平稳，各年间的小幅波动主要为公司各期依出货的实际情况需要，所使用的货柜尺寸结构、不同港口的货柜数量结构等存在差异所致。

④海运费

海运费系核算东箭科技销售给美国子公司 MKI 产生的运输费用，发生时统一计入出口费用，其与运输的货柜量配比情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
海运费	1,000.01	1,842.05	1,590.76	1,016.11
母公司至 MKI 货柜量	406	722	660	442
平均单柜运费	2.46	2.55	2.41	2.30

综上，报告期内海运费的平均单柜运费波动较小。

⑤清关费

清关费为公司外销货物通过所需清缴的费用，主要由通关关税构成。

报告期内公司清关费占外销收入的比例均小于 1%，但占比在 2017 年至 2019 年间逐年提升，主要系受中美贸易战影响，美国提高了对发行人部分产品的进口关税税率。

综上，公司的运输及配送费、出口费用基本与相关业务、财务指标相匹配。

四、说明供应商以贸易商居多的原因，是否符合行业惯例，采购价格是否公允，是否存在利益输送，请结合核查说明供应商与发行人控股股东、实控人、董监高、股东及关联方是否存在关联方关系，是否存在前员工为供应商股东的情形；

（一）供应商以贸易商居多的原因，是否符合行业惯例

报告期内，发行人供应商主要为贸易商的主要原因如下：

1、发行人主要供应商中为贸易商的供应商，主要供应金属类等原材料。对于钢铁厂商而言，发行人年采购规模较小，较难从钢铁厂商取得较优的供货价格；此外，对于钢铁厂商而言，普遍采用代理或者经销的销售模式，采购条款限制条

件较多。而贸易商较为专业，下游客户较多形成一定的团购议价能力，可保证供应价格合理、供货及时。

2、发行人地处珠三角地区，民营经济活跃，制造业发达，催生了良好的贸易基础。发行人所在的佛山市顺德区乐从镇，是全国的重要钢材贸易集散地，乐从钢铁市场也是国内大型钢铁交易中心之一，周边贸易商众多。发行人在综合衡量原材料品质、价格的基础上，择优选择供应商进行合作，既有利于保障原材料交易及售后服务，还有利于节约采购成本。

3、发行人产品个性化程度较高，品类多达上千种，导致原材料种类繁多，且单一原材料占比相对较低，行业跨度大，专业性要求高，单一供应商难以同时满足发行人的多种采购需求。出于经济效益的考虑，发行人向贸易商采购原材料，有利于化繁为简，以更高的效率完成多品类原材料采购的目标。

（二）发行人与主要供应商中的贸易商的交易价格公允性

1、向贸易商采购铁材质类原材料的交易价格公允性

报告期内，发行人向主要供应商中的贸易商采购铁材质类原材料的交易价格，与同类原材料供应商广东华钢贸易有限公司、佛山市通天金属制品有限公司的交易价格对比情况如下：

单位：万元、元/公斤

时间	供应商名称	采购内容	采购金额	采购单价	当年同类原材料采购均价
2020年 1-6月	广州金博物流贸易集团有限公司	铁材质类	2,088.89	3.20	3.63
	广东华钢贸易有限公司	铁材质类	1,382.88	4.32	3.63
	佛山市浦钢贸易有限公司	铁材质类	501.63	3.62	3.63
	佛山市顺德区荣其贸易有限公司	铁材质类	66.25	3.76	3.63
	佛山市祈海贸易有限公司	铁材质类	46.44	3.67	3.63
	佛山市通天金属制品有限公司	铁材质类	51.72	4.00	3.63
	佛山市众晟贸易有限公司	铁材质类	7.24	3.50	3.63
2019 年度	广州金博物流贸易集团有限公司	铁材质类	5,236.10	3.45	3.83
	广东华钢贸易有限公司	铁材质类	2,648.15	4.40	3.83
	佛山市浦钢贸易有限公司	铁材质类	1,240.22	3.94	3.83
	佛山市顺德区荣其贸易有限公司	铁材质类	348.90	3.99	3.83
	佛山市祈海贸易有限公司	铁材质类	312.76	3.54	3.83
	佛山市通天金属制品有限公司	铁材质类	263.11	4.12	3.83

时间	供应商名称	采购内容	采购金额	采购单价	当年同类原材料采购均价
	佛山市众晟贸易有限公司	铁材质类	58.52	3.81	3.83
2018年度	佛山市祈海贸易有限公司	铁材质类	2,794.93	3.95	4.07
	广州金博物流贸易集团有限公司	铁材质类	2,721.29	3.60	4.07
	广东华钢贸易有限公司	铁材质类	2,527.57	4.52	4.07
	佛山市众晟贸易有限公司	铁材质类	845.52	4.07	4.07
	佛山市顺德区荣其贸易有限公司	铁材质类	816.23	4.20	4.07
	佛山市通天金属制品有限公司	铁材质类	594.28	4.35	4.07
	佛山市浦钢贸易有限公司	铁材质类	72.23	3.71	4.07
2017年度	佛山市祈海贸易有限公司	铁材质类	3,428.70	3.51	3.79
	佛山市顺德区荣其贸易有限公司	铁材质类	1,513.08	3.96	3.79
	佛山市众晟贸易有限公司	铁材质类	1,406.84	3.62	3.79
	佛山市通天金属制品有限公司	铁材质类	1,296.17	4.04	3.79

注 1：上表所列佛山市众晟贸易有限公司与佛山市通天金属制品有限公司系同一实际控制人控制的企业，佛山市众晟贸易有限公司为贸易商，佛山市通天金属制品有限公司为焊管、焊管制品的制造商，为便于对比分析，因此上表分别列示各自采购额。

注 2：上表所列供应商采购金额未含发行人暂估入库与实际开票金额之间的少量差异（以下同）。

报告期内，发行人向贸易商采购铁材质类原材料的采购价格略低，主要原因系：广东华钢贸易有限公司、佛山市通天金属制品有限公司属于生产性供应商，主要供应铁制管材，由铁板加工而成，因此价格略高；而其他主要贸易型供应商以铁板材料为主，因此价格略低。不同贸易型供应商之间的采购价格略有差异，主要系供货结构、采购数量、采购时点等因素所致。

总体而言，发行人向贸易商采购铁材质类原材料采购价格与当期同类型铁材质类原材料价格走势一致，与同类原材料供应商不存在重大差异。

2、向贸易商采购不锈钢类原材料的交易价格公允性

报告期内，发行人向主要供应商中的贸易商佛山市意鑫隆不锈钢有限公司采购不锈钢类原材料的交易价格，与同类原材料供应商佛山市恒裕顺贸易有限公司、佛山市中成不锈钢管业有限公司的交易价格对比情况如下：

单位：万元、元/公斤

时间	供应商名称	采购内容	采购金额	采购单价	当年同类原材料采购均价
2020年 1-6月	佛山市恒裕顺贸易有限公司	不锈钢类	783.46	12.42	11.54
	佛山市中成不锈钢管业有限公司	不锈钢类	448.31	10.32	11.54

时间	供应商名称	采购内容	采购金额	采购单价	当年同类原材料采购均价
	佛山市意鑫隆不锈钢有限公司	不锈钢类	363.32	11.01	11.54
2019年度	佛山市恒裕顺贸易有限公司	不锈钢类	2,511.90	13.05	12.83
	佛山市中成不锈钢管业有限公司	不锈钢类	1,602.62	13.00	12.83
	佛山市意鑫隆不锈钢有限公司	不锈钢类	1,283.99	12.41	12.83
2018年度	佛山市恒裕顺贸易有限公司	不锈钢类	3,069.94	13.45	12.80
	佛山市中成不锈钢管业有限公司	不锈钢类	1,855.58	12.24	12.80
	佛山市意鑫隆不锈钢有限公司	不锈钢类	1,532.08	12.38	12.80
2017年度	佛山市恒裕顺贸易有限公司	不锈钢类	2,723.83	13.79	12.50
	佛山市中成不锈钢管业有限公司	不锈钢类	1,762.04	12.22	12.50
	佛山市意鑫隆不锈钢有限公司	不锈钢类	1,149.67	10.49	12.50

报告期内，发行人向贸易商佛山市意鑫隆不锈钢有限公司的采购价格略低，主要原因系：佛山市意鑫隆不锈钢有限公司供应材料为不锈钢板材，而佛山市恒裕顺贸易有限公司、佛山市中成不锈钢管业有限公司主要供应由不锈钢板材加工而成的管材，管材与板材的表面处理、切割等加工工艺存在差异，故发行人对上述供应商的采购单价均存在一定差异。

总体而言，发行人向贸易商采购不锈钢类原材料的价格主要根据市场价格、采购类别决定，与同类原材料供应商不存在重大差异。

（三）供应商与发行人控股股东、实控人、董监高、股东及关联方是否存在关联方关系，是否存在前员工为供应商股东的情形

针对供应商，项目组访谈业务部门、财务部门相关人员了解原因和背景，并获取发行人报告期内的销售明细和采购明细，比对向供应商采购产品的单价是否与同类型产品存在差异，同时比对发行人的关联方清单、员工名册检查是否存在潜在关联方或前员工的情形。经核查，除佛山市盈讯塑料科技有限公司，发行人主要供应商与发行人控股股东、实控人、董监高、股东及关联方不存在关联方关系，不存在前员工为主要供应商股东的情形。

（七）关于毛利率

（1）报告期内，公司主营业务毛利率分别为 39.68%、38.60%、39.86%和 41.47%，请说明最近一期毛利率上升的原因，请进一步说明公司毛利率远高于同行业可比公司但低于业务类型比较相似的兆丰股份的合理性；（2）请说明境内

与境外销售的毛利率的合理的合理性，与同行业公司是否存在差异及合理性；

回复：

一、报告期内，公司主营业务毛利率分别为 39.68%、38.60%、39.86%和 41.47%，请说明最近一期毛利率上升的原因，请进一步说明公司毛利率远高于同行业可比公司但低于业务类型比较相似的兆丰股份的合理性

1、最近一期毛利率上升的原因

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 39.68%、38.60%、39.86%和 41.47%，2020 年上半年公司主营业务毛利率较 2019 年有所上升，主要原因系：一方面，2020 年上半年主要金属类原材料、电动控制类等原材料较 2019 年价格均有所下降，主要产品单位成本较 2019 年有所下降；另一方面，收入占比较高的车侧承载装饰系统产品、车辆前后防护系统产品单位售价较为稳定；加之，2020 年上半年人民币兑美元汇率总体呈现贬值，汇率的波动影响到外销产品的人民币折算单价，上述因素综合导致公司 2020 年上半年主营业务毛利率较 2019 年有所上升。

2、公司毛利率远高于同行业可比公司但低于业务类型比较相似的兆丰股份的合理性

报告期内，公司与同行业可比公司综合毛利率对比情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
兆丰股份	45.88%	47.69%	44.15%	53.63%
钧达股份	29.29%	28.79%	26.35%	24.60%
敏实集团	26.56%	31.23%	32.05%	33.81%
威尔弗	15.77%	10.06%	19.62%	22.76%
可比公司平均	29.37%	29.44%	30.54%	33.70%
发行人	41.74%	40.26%	38.87%	39.97%

注：同行业可比公司的财务数据来源于其公开披露的年度报告及半年度报告。

报告期内，公司的综合毛利率与同行业可比公司存在一定差异，主要原因系：

①主要面向的客户群体及市场的差异

公司超过 85%的收入来源于汽车后装市场，而汽车后装市场的毛利率一般高于竞争激烈的汽车前装市场，这也是以汽车售后市场作为主要目标市场的兆丰股份毛利率高于钧达股份、敏实集团等以汽车前装市场作为主要目标市场的可比上市公司的主要原因之一。

汽车前装市场的需求特点是：单纯的功能性消费，对成本敏感，对品质稳定

性要求高，对未经市场验证的新技术应用较为谨慎，需要经过较长周期的测试验证、达到所需的可靠性之后才会应用到量产车型上。从供应商管理的角度来说，主机厂在供应商资质审核、供应商研发过程管控、供应商的供应链体系稳定性、供应商的品质管理全过程、成本控制能力等领域有着非常成熟、专业的管理和审查经验，供应商较难体现出品牌溢价。

汽车后装市场的需求特点是：购买者以个人消费者为主，市场需求的层次多、差异大、批次多、批量小。后装市场的用户对品牌知名度、好感度、新技术、新体验等方面更为敏感，消费特征是功能消费与品牌消费相结合。公司在后装市场具有较好的品牌沉淀和口碑，对后装市场产品具有自主定价权。

②公司通过“精益生产”，不断降低成本

公司通过“精益生产”，利用优化工程工艺、引入大型自动化设备，缩短工艺流程，提升生产效益，降低生产成本：

A.工程工艺优化：通过工程能力的分析，应用精益生产的工具、方法将多个工艺/工序合并重组，缩短加工工艺与物流路线，实现人、机、物的有效结合，加快周转速度。

B.引入大型高精度设备进行工艺升级：引入大型的二维、三维激光设备与技术，从原来的多工艺加工升级为一体加工工艺技术。应用大型数控和成型技术代替传统分散式的加工工序，提升制造能力。

C.半自动化与自动化应用：用自动化代替人工作业，机器人焊接、机器人抛光、机器人切割等技术的应用，提升了工作效率和工作精度，降低了人工成本。

③产品种类及结构的差异

汽车零部件的产品种类繁多、差异较大，兆丰股份主营产品为汽车轮毂轴承单元，钧达股份主营产品为仪表板、保险杠、门护板等，敏实集团主营产品为装饰条、装饰件、门框、座椅骨架等，与公司具体产品种类存在较大差异。

④规模化程度的差异

一般而言，规模化程度越高，固定成本能够更有效摊薄，公司议价能力也更强，从而导致毛利率也越高。威尔弗的产品种类虽与公司更为接近，但威尔弗2017年度、2018年度和2019年度的营业收入分别为0.66亿元、0.58亿元和0.48亿元，与公司规模体量存在一定差距。

综上所述，发行人综合毛利率与同行业可比公司存在一定差异，具有合理性。

二、请说明境内与境外销售的毛利率的合理的合理性，与同行业公司是否存在差异及合理性

1、境内与境外销售的毛利率的合理的合理性

报告期内，公司主要产品境内、境外销售毛利率情况如下：

项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	境内	境外	境内	境外	境内	境外	境内	境外
车侧承载装饰系统产品	52.79%	41.37%	49.03%	39.61%	48.98%	40.50%	47.50%	42.42%
车辆前后防护系统产品	34.96%	34.13%	34.30%	32.01%	31.71%	30.54%	33.92%	30.80%
车载互联智能机电系统产品	50.65%	50.36%	47.78%	47.89%	43.27%	40.93%	43.90%	39.66%
车顶装载系统产品	45.05%	33.74%	44.08%	40.95%	42.32%	38.75%	44.22%	38.83%

由于我国和美国、澳大利亚等发达国家汽车消费文化具有较大差异，且汽车消费市场的成熟度有所不同，因此发行人在境内外销售的产品品类差别较大。除常规踏板和行李架两类产品以外，其他的主要产品都是差异化销售，内外销基本不重叠。

报告期内，发行人同类产品境内销售的毛利率总体略高于境外销售的毛利率，其中，常规踏板境内销售的毛利率为48%-52%左右，境外销售的毛利率为44%-48%左右；行李架境内销售的毛利率为45%左右，境外销售的毛利率2017-2019年为40%左右，2020年上半年为21.45%。上述境内销售毛利率略高于境外销售毛利率，主要原因在于：1、服务要求不同：外销客户基本不需要安装服务，内销的主要客户类型4S店客户通常对营销服务、配送服务、售后服务、安装服务要求相对较高，综合服务成本较高；2、产品结构差异：发行人境内外销售的行李架在结构设计和材料选用上有所不同，生产成本及售价亦有所差异；3、2020年上半年，外销行李架毛利率降幅较大，主要原因系一方面受新冠疫情影响，部分单价相对较高客户销售占比下滑，导致外销行李架单价下降；另一方面受东之御产量下降影响，其生产的行李架分摊的制造费用上升，导致单位成本有所上升。

综上所述，发行人同类产品境内销售的毛利率总体略高于境外销售的毛利率具有合理性。

2、公司毛利率与同行业公司是否存在差异及合理性

报告期内，公司与同行业可比公司综合毛利率对比情况如下：

项 目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
兆丰股份	45.88%	47.69%	44.15%	53.63%
钧达股份	29.29%	28.79%	26.35%	24.60%
敏实集团	26.56%	31.23%	32.05%	33.81%
威尔弗	15.77%	10.06%	19.62%	22.76%
可比公司平均	29.37%	29.44%	30.54%	33.70%
发行人	41.74%	40.26%	38.87%	39.97%
其中：内销毛利率	48.20%	45.83%	43.15%	43.78%
外销毛利率	38.36%	37.08%	36.17%	37.01%

注：同行业可比公司的财务数据来源于其公开披露的年度报告及半年度报告。

如前文所述，发行人境内毛利率高于同行业境内销售为主的可比公司毛利率主要系：面向的客户群体及市场的差异、发行人通过“精益生产”不断降低成本、产品种类及结构的差异、规模化程度的差异等因素综合所致。

其中：兆丰股份与公司类似以汽车后装市场为主要业务市场，其中又以美欧市场为主，与发行人的业务模式和经营地域存在相似之处，且同属汽车零部件及配件制造业，但其产品所属明细分类与公司存在差异；钧达股份主要以国内的汽车前装市场为主要业务市场，主要产品分仪表板、保险杠总成、饰板等类型，其中保险杠总成与发行人的车辆前后防护系统中部分明细产品在分类上存在相似之处，但业务模式、客户群体等存在差异；敏实集团以汽车前装市场为主要业务市场，业务覆盖中美欧等地区，主要产品为汽车饰条、饰件、结构件类产品，其中的行李架产品与公司车顶装载系统中部分明细产品在分类上存在相似之处，但具体业务模式存在差异；威尔弗以国内的汽车外饰件销售为主业，主要面向汽车后装市场，主要产品为 SUV、MPV、吉普车、皮卡车等用的踏板，及防护杠、行李架、挡泥胶（板）、排气管等配件，与公司的多项明细产品在分类上存在相似之处，目前经营规模与公司相比仍较小。

综上所述，公司境内毛利率高于同行业境内销售为主的可比公司毛利率具有合理性。

（八）关于关联方及关联交易

请说明（1）按照 2020 年新准则要求来核查关联方及关联交易，2020 年 1-6 月是否存在新增关联方，若有说明核查情况、关联交易发生的原因及公允性。（2）发行人的实际控制人的亲属持股多家公司，请说明对上述公司的核查方式，是否与发行人存在同业竞争或潜在同业竞争，是否与发行人存在资金往来或交易，是否为发行人代垫成本。

回复：

（1）是否按照 2020 年新准则要求来核查关联方及关联交易，2020 年 1-6 月是否存在新增关联方，若有说明核查情况、关联交易发生的原因及公允性。

一、2020 年 1-6 月新增关联方

项目组已按照 2020 年新准则要求来核查关联方及关联交易情况，招股说明书已完整披露了发行人报告期内的关联方和关联交易。

2020 年 1-6 月，公司新增 3 家关联企业，基本情况如下：

序号	关联方名称	与公司的关联关系	是否发生关联交易
1	广州凌玮科技股份有限公司	公司独立董事李伯侨担任独立董事	否
2	佛山市国星光电股份有限公司	公司独立董事李伯侨担任独立董事	否
3	佛山市顺康医疗用品有限公司	原为参股子公司，发行人于 2020 年 5 月末收购其为全资子公司，于 2020 年 6 月将其纳入合并范围。	是

上述第 1-2 项系发行人第一届董事会换届改聘李伯侨担任独立董事，其新增的 2 家兼职企业认定为发行人关联方；第 3 项系顺康医疗被发行人于 2020 年 6 月合并前认定为关联方。

二、2020 年 1-6 月与新增关联方顺康医疗的关联交易原因及公允性

1、采购商品

2020 年 2 至 5 月，发行人向参股子公司顺康医疗采购口罩，金额为 119.27 万元。项目组选取了顺康医疗向无关联第三方奥美医疗用品股份有限公司（以下简称“奥美医疗”）销售同类产品的交易情况进行对比，具体如下：

单位：万元、元/件

销售产品	销售对象	2020 年 1-5 月销售额	2020 年 1-5 月
口罩	发行人	119.27	1.44

销售产品	销售对象	2020年1-5月销售额	2020年1-5月
	奥美医疗	102.21	1.46

由上表可知,发行人向顺康医疗采购口罩的单价与顺康医疗向无关联第三方奥美医疗的销售单价接近。因此,发行人与顺康医疗发生的商品采购不存在显失公允的情形,不会对发行人的经营业绩产生重大影响。

2、提供劳务

顺康医疗于2020年2月设立之初受新冠疫情影响人员无法及时到位,生产亟需之下存在从发行人处借调部分人员的情形,该部分借调人员主要为管理、生产等岗位员工,其工资由顺康医疗支付给发行人后由发行人代发。顺康医疗稳定运营后,上述借调员工除必要的管理岗位继续由发行人员工兼职,并由顺康医疗通过向发行人支付兼职补贴外,其他生产员工均回到发行人处工作。2020年2-5月上述金额为16.68万元,定价参照顺康医疗的计时工资标准予以确定,不存在显失公允情形。

3、关联租赁

2020年2-5月,发行人向顺康医疗提供生产场所并收取租金等费用共计8.42万元。报告期内,发行人不存在向顺康医疗以外的第三方出租物业的情形,以发行人向无关联第三方租用附近厂房的租赁情况对比如下:

单位:平方米、元/平方米/月

序号	承租方名称/姓名	出租方名称	用途	单价	面积	租赁期间
1	顺康医疗	发行人	厂房	18.00	740.00	2020.02.12-2022.02.11
2	发行人	张溢钿	厂房	12.54	10,790.00	2018.07.01-2020.06.30

报告期内,发行人向顺康医疗出租厂房的价格高于发行人向无关联第三方张溢钿租用厂房的价格,主要系顺康医疗租用的厂房为无尘、无菌、恒温、恒湿车间,装修及基础设备配置较高,而发行人租用张溢钿的场所为一般工业厂房,故价格存在一定差异。综上所述,发行人向顺康医疗出租厂房不存在显失公允情形。

4、资金拆借

2020年4月,为解决顺康医疗临时资金周转,发行人向顺康医疗拆出资金500万元。经各方友好协商,上述资金已按2020年3月20日中央人民银行公布的一年期LPR利率4.05%收取利息2.91万元(合并前利息),相关本息已于2020年6月9日前已全部归还。由于该等资金拆借金额较小、时间较短,并已按约定

收取利息，该资金拆借不存在显失公允情形。

三、核查程序

项目组对照《上市公司信息披露管理办法》和拟上市证券交易所股票上市规则界定关联方，获取发行人实际控制人、自然人股东、董事、监事、高级管理人员等相关人员填写的调查表；通过在“天眼查”、“全国企业信用信息公示系统”或网络核查发行人实际控制人、自然人股东、董事、监事、高级管理人员的投资企业。此外，项目组核查发行人与关联方之间的关联交易明细表、相关交易合同、支付凭证、单据等资料，综合对比交易条件，第三方价格等因素，核查相关交易发生的必要性、合理性，并分析交易价格的公允性。

四、核查结论

2020年1-6月，发行人存在新增关联方广州凌玮科技股份有限公司、佛山市国星光电股份有限公司及佛山市顺康医疗用品有限公司，其中与佛山市顺康医疗用品有限公司存在的相关交易具备必要性、合理性及公允性。

(2) 发行人的实际控制人的亲属持股多家公司，请说明对上述公司的核查方式，是否与发行人存在同业竞争或潜在同业竞争，是否与发行人存在资金往来或交易，是否为发行人代垫成本。

一、发行人的实际控制人的亲属持股公司的基本情况

发行人实际控制人马永涛的关系密切的家庭成员控股或控制的其他企业具体情况如下：

序号	名称	经营范围	与发行人关系
1	新余东裕	投资管理、投资咨询（不含金融、证券、期货、保险业务）。	马汇洋（实际控制人马永涛侄子）、马永江（实际控制人马永涛之胞兄）与刘奕（马永江的前妻）合计持有100%财产份额，各自持有份额比例分别为90.48%、2.71%和6.81%，且马永江担任执行事务合伙人。
2	广东物联天下投资有限公司	对房地产业、工业进行投资，房地产中介服务，企业形象策划、市场调研服务，企业并购及管理服务，投资咨询服务。（法律、行政法规禁止的项目不得经营；法律、行政法规限制的项目须取得有效许可后方可经营）	实际控制人马永涛之胞兄马永波控制的企业，持股情况为广东物联天下产业园有限公司和马永波各自持股50%和50%，且马永波担任执行董事。
3	天津通城邻里网络工程有限公司	网络工程；物联网技术、电子信息技术、计算机软硬件技术开发、转让、服务及咨询；计算机系统集成；商务信息咨询；知识产权代理服务；互联网零售；网上贸易代理；日用百货、机械设备、机电设备、电子产品的零售。	实际控制人马永涛之胞兄马永波控制的企业，持股情况为广东物联天下信息科技有限公司持股60%，且马永波担任董事。

序号	名称	经营范围	与发行人关系
4	物联天下科技集团股份有限公司	物联网技术开发、技术转让；对工业、商业、房地产行业投资；资产管理；投资咨询服务；国内商业、物资供销业。（经营范围不含法律、行政法规和国务院决定禁止或应经许可经营的项目）	实际控制人马永涛之胞兄马永波控制的企业，持股情况为广东物联天下投资有限公司与佛山市智源投资咨询有限公司分别持股 50%，且马永波担任董事长。
5	广东物联天下信息科技有限公司	物联网技术、电子、信息技术、计算机软硬件的技术开发、技术转让、技术服务、技术培训、技术承包、技术中介、科技咨询。	实际控制人马永涛之胞兄马永波控制的企业，持股情况为物联天下科技集团股份有限公司持股 100%。
6	佛山顺德新城科技产业孵化有限公司	为高新技术创业提供信息交流、技术咨询、技术孵化、技术培训服务；对房地产业、工业投资；信息化技术研究、开发及应用（以上涉及应经许可的项目必须凭有效许可证经营）。	实际控制人马永涛之胞兄马永波控制的企业，持股情况为物联天下科技集团股份有限公司持股 100%。
7	广东物联天下产业园有限公司	对产业园投资、开发与经营管理、集群企业住所托管、物业管理、物业租赁；对土地开发、基础建设投资；国内商业、物资供销业。	实际控制人马永涛之胞兄马永波控制的企业，持股情况为物联天下科技集团股份有限公司和广东物联天下投资有限公司各自持股 90%和 10%。
8	广东物联天下物联网应用研发中心有限公司	对外投资；软件开发及应用；信息化技术研究、开发及应用；物联网研究、开发及应用；国内商业、物资供销业。	实际控制人马永涛之胞兄马永波控制的企业，持股情况为物联天下科技集团股份有限公司和广东物联天下投资有限公司各自持股 90%和 10%。
9	广东物联软通信息技术有限公司	软件开发及应用；信息系统集成；信息技术咨询；数据处理和存储；信息技术服务；网络工程管理服务；科技中介服务；科技推广和应用服务业。（以上项目不涉及外商投资准入特别管理措施）	实际控制人马永涛之胞兄马永波控制的企业，持股情况为广东物联天下产业园有限公司和广东物联天下物联网应用研发中心有限公司各自持股 45.9%和 5.1%。
10	广东创智谷投资发展有限公司	一般经营项目：对房地产投资与开发，高新技术产业园及基础设施建设投资；房地产中介服务；自有房屋租赁；物业管理；园林、建筑和装饰工程的设计与施工；与经营相关的咨询业务。许可经营项目：无。（一般经营项目可以自主经营；许可经营项目凭批准文件、证件经营）	实际控制人马永涛之胞兄马永波控制的企业，持股情况为广东物联天下产业园有限公司和广东物联天下物联网应用研发中心有限公司各自持股 70%和 30%。
11	广东帝弘数据技术有限公司	传感器网络信息服务，物联网信息服务；计算机软件开发；计算机信息系统集成；计算机信息技术咨询服务；计算机数据处理和存储服务；计算机科学技术研究服务；旅游管理服务；票务代理服务；信息科技咨询；投资管理咨询；汽车租赁信息服务。	实际控制人马永涛之胞兄马永波控制的企业，持股情况为广东物联天下物联网应用研发中心有限公司和广东物联天下产业园有限公司各自持股 60.80%和 18.00%，且马永波担任董事。
12	广东省华南物联网应用研究院	物联网产学研合作服务；物联网技术研发、技术服务、技术转让、技术咨询、技术培训；物联网信息服务、中介服务。	举办单位系广东物联天下物联网应用研发中心有限公司，实际控制人马永涛之胞兄马永波担任法定代表人。
13	佛山市信达企业信息咨询服务部	企业信息咨询服务，房地产中介服务。	实际控制人马永涛之胞兄马永波系该企业的投资人。
14	佛山市智源投资咨询有限公司	对房地产业、工业进行投资，房地产中介服务，企业形象策划、市场调研服务，企业并购及管理服务，投资咨询服务。	实际控制人马永涛之胞兄马永波的配偶毕敏仪持股 50%。
15	佛山市顺德区乐从镇长远贸	国内商业、物资供销业。	实际控制人马永涛之胞兄马永江控制的企业，持股情况为马永江持股 70%，

序号	名称	经营范围	与发行人关系
	易发展有限公司		且担任执行董事、经理。
16	佛山市顺德区杏坛镇合隆塑料经营部	零售：塑料	实际控制人马永涛配偶刘少容的胞弟刘永谷为经营者。
17	顺德区大良友喜町百货商行	零售：日用百货；无实体店铺的网络经营：食品（凭有效许可证经营）	实际控制人马永涛之胞兄马永江的女儿马楚茵为经营者。

二、核查程序

针对上述事项，项目组履行了如下核查程序：

1、取得了发行人的实际控制人及其亲属的基本情况调查表，并访谈了实际控制人及其部分亲属，了解实际控制人亲属持股公司的基本情况；

2、查阅发行人实际控制人亲属持股公司的工商登记档案资料，并检索了相关公司在天眼查或全国企业信用信息公示系统公开披露的工商登记信息，并实地走访了部分关联公司，了解其生产经营基本情况；

3、获取了发行人的实际控制人亲属持股的公司的主要资产清单、供应商清单、客户清单、员工名册、财务报表或审计报告、所得税纳税申报表等相关资料，核查是否存在与发行人共用采购和销售渠道的情况；

4、走访发行人主要客户或供应商，了解该等客户或供应商是否与发行人的关联企业共用采购和销售渠道；

5、获取发行人及相关关联企业出具的关于不存在共用采购和销售渠道等事项的声明函；

6、查阅发行人报告期的审计报告、相关交易合同、支付凭证、单据并取得发行人的交易记录及交易金额在 10 万元以上的银行流水，核查实际控制人的亲属持股的企业是否与发行人及实际控制人存在资金往来或为发行人分担成本费用的情形。

三、核查结论

上述发行人实际控制人的亲属持股的公司与发行人不存在同业竞争或潜在同业竞争；报告期内，除新余东裕投资合伙企业（有限合伙）作为发行人股东从发行人处取得现金分红款，广东物联天下产业园有限公司因向发行人及下属单位出租办公用房收取租金及租赁押金外，上述其他公司与发行人不存在资金往来、交易或为发行人代垫成本的情形。

（九）关于诉讼仲裁

（1）报告期内发行人存在 2 项因质量问题发生的大额纠纷，说明纠纷的具体情形及解决方式、是否涉及发行人产品质量问题；（2）Antonio Caballero 案件中涉及 ORS31.800 相关规定的具体内容，相关核心条款是否属于行业惯例，境内外销售产品是否均存在该类售后赔偿，是否充分提示风险；（3）发行人承担责任的范围，报告期内是否存在相关支出（4）说明境内外发行人产品的行业标准，是否具备全部必要的证书或客户转入资质。（5）尚未了结的诉讼仲裁事项的基本情况，对发行人业务、技术、资产是否存在重大不利影响。

回复：

（1）报告期内发行人存在 2 项因质量问题发生的大额纠纷，说明纠纷的具体情形及解决方式、是否涉及发行人产品质量问题；

①汉腾汽车售后索赔事项

发行人与汉腾汽车有限公司（以下简称“汉腾汽车”）于 2016 年开始合作，汉腾汽车以 2016 年 12 月至 2019 年 4 月期间发行人销售的产品保修等质量问题向发行人索赔 293.41 万元，发行人与汉腾汽车就售后索赔事项已达成和解，最终确定赔偿金额 213.41 万元，发行人以冲减汉腾汽车同等金额应付货款方式处理。目前，该索赔事项已处理完毕。该纠纷非发行人严重产品质量问题所致，相关索赔金额不会对发行人经营业绩产生重大不利影响。

②发行人境外产品责任纠纷

TATYANAMOROZOVA 作为 Antonio Caballero 的遗产代理人作为案件原告诉前保险杠销售商 Precision 4 Wheel Drive Products & Accessories, Inc.、Westin Automotive Products, Inc.、Westin Automotive, Inc.、Steve Mccollum 等被告，主张在 2015 年发生的车祸中 Antonio Caballero 的死亡系因上述被告所售前保险杠产品具有不合理危险而造成，因此原告请求对所有被告以及每一位被告作出如下判决：（1）对 Antonio Caballero 遭受的痛苦和折磨，赔偿非经济损害，由理性的事实认定审判者判定总额不超过 100 万美元的赔偿金额；（2）赔偿非经济损害，以公正、公平、合理地赔偿遗产受益人丧失 Antonio Caballero 的社会交往、陪伴和照顾的损失，由理性的事实认定审判者判定总额不超过 200 万美元的赔偿金额；（3）赔偿经济损害，以公正、公平、合理地赔偿遗产代理人的财产损失，由理

性的事实认定审判者判定总额不超过 100 万美元的赔偿金额，即被继承人的收益损失以及/或丧失收益能力损失的现值；（4）支付原告因本诉状产生的费用和垫付款；（5）支持原告可证明其有权正当获得的其他和进一步法律救济和衡平救济。上述被告中 Westin Automotive Products, Inc.系东箭股份客户，Westin Automotive Products, Inc.、Westin Automotive, Inc.在该诉讼中以第三方原告身份诉东箭股份，第一救济主张如果认定其应对原告担责，其有权根据 ORS31.800 等要求东箭股份分担；第二救济主张东箭股份为其销售的任何保险杠的上游生产商和/或经销商，根据俄勒冈州法律，其有权要求东箭股份进行抗辩和赔偿，因此如认定其应对原告担责，其请求判令东箭股份承担所有此等损害赔偿，并判赔其因本诉状产生的费用、垫付款和律师费。

2020 年 1 月 9 日，俄勒冈州巡回法院摩特诺玛郡法庭法官作出驳回判决生效，取消了先前安排的审判，并不可再诉的驳回针对发行人的起诉，原告不能以与被驳回的相同主张对发行人再次提起诉讼。原告必须在 2020 年 2 月 7 日前向俄勒冈上诉法院提出上诉。截至目前，原告没有提起上诉，即原告不能再继续起诉发行人。

综上所述，上述产品质量纠纷中，争议方未有明确证据证明发行人产品存在重大产品质量问题，不会对发行人财务状况、经营活动等产生重大不利影响，不会对发行人本次发行上市构成实质性障碍；除上述产品质量纠纷外，发行人报告期内不存在其他产品质量方面的重大纠纷或潜在纠纷，不存在系统性产品质量问题。

（2）Antonio Caballero 案件中涉及 ORS31.800 相关规定的具体内容，相关核心条款是否属于行业惯例，境内外销售产品是否均存在该类售后赔偿，是否充分提示风险；

Antonio Caballero 案件中涉及 ORS31.800 系美国俄勒冈州的一个针对侵害行为的法律条款，是指两个或者两个以上的人对同一个案件有责任的情况下，责任人有权和其他责任方一起担责，多个责任人各自的担责比例取决于在这个案件中各方相对的过错程度和责任大小，系原告提起上诉使用的法律条款之一，不属于行业惯例。

报告期内，除上述 2 项诉讼，发行人的境内外销售产品均不存在该类售后赔偿事项。发行人已在招股说明书之“重大事项提示”、“第四节 风险因素”之

“二、经营风险”中对“产品质量控制风险”披露如下：

“（四）产品质量控制风险

报告期内，公司客户类型包括知名品牌商、汽车 4S 店、主机厂、经销商等，客户对相关产品有着严格的质量要求。如果公司不能有效做好质量控制，有可能出现因为公司产品质量问题而给终端客户带来使用上的不方便，甚至有可能会带来人身和财产的损失，从而影响公司品牌和市场形象，且让公司面临赔偿甚至不能继续为客户供货的风险。因此，公司存在面临产品质量控制的风险。”

（3）发行人承担责任的范围，报告期内是否存在相关支出；

发行人与不同客户签订框架协议时，针对质量条款大同小异，主要强调发行人需要根据买方(ODM 客户)的客户需求来制造产品，如产品的材质、技术标准等，大部分未提及保质期。针对发行人如未按照买方的要求生产而导致的质量问题需由买方承担，如赔偿（扣款或者补货或者配件），退货（由于运输和进出口问题一般都不会采用退货形式）。个别客户会在框架协议增加主要大类产品规定一个保修期限，如 304 不锈钢需要保证 3 年不生锈，201 不锈钢需要保证 1 年不生锈，铁喷粉产品需要保证 3 年不生锈。

报告期内，发行人发生的退货金额及占主营业务收入的比例情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
退货金额	668.96	1,964.65	1,441.47	1,844.59
主营业务收入	62,174.04	153,540.05	158,834.51	149,932.06
占主营业务收入比例	1.08%	1.28%	0.91%	1.23%

如上表所示，报告期各期，发行人发生的退货金额分别为 1,844.59 万元、1,441.47 万元、1,964.65 万元和 668.96 万元，占当期主营业务收入比例分别为 1.23%、0.91%、1.28%和 1.08%，金额及占比均较低，不存在大额异常退货情形。

（4）说明境内外发行人产品的行业标准，是否具备全部必要的证书或客户转入资质

①发行人产品的行业标准

发行人及其下属单位所属行业适用的国内行业标准包括：

序号	标准名称	标准编号	执行标准的产品名称
1	《汽车防护杠》	QC/T905-2013	汽车前后杠

序号	标准名称	标准编号	执行标准的产品名称
2	《汽车顶部装载装置》	QC/T948-2013	汽车行李架、行李框
3	《汽车用踏踏板》	QC/T1018-2015	汽车踏板

上述行业标准系发行人作为起草单位之一参与撰写。

发行人生产、销售等各环节适用严格的企业内部标准，针对产品质量控制制定了《产品安全管理规定》、《生产物料供应商考核及管理流程》、《不合格品处理流程》、《质量手册》、《内部审核管理规定》等内部控制制度并严格执行，同时针对自身不同项目量身定制了相应的质量控制方案，细化到项目的设计、采购、生产、运输等环节，品质职能覆盖了产品策划、供应商管理、来料控制、成品控制、客户服务、可靠性测试等业务流程，推行全面质量管理，报告期内发行人及下属单位不存在因产品不符合行业标准或质量问题导致的行政处罚，除上述 2 项产品质量纠纷外，不存在其他因不符合行业标准及质量问题导致的其他大额纠纷或潜在纠纷，也不存在因此产生的重大产品责任事故。

②发行人的生产资质

根据我国目前法律、法规及相关行业规定，发行人及其境内下属单位从事主营业务需取得的必备资质文件包括出境竹木草制品生产企业注册登记证书对外贸易经营者备案文件、海关报关单位注册登记证、出入境检验检疫报检企业备案、增值电信业务经营许可证等。

此外，发行人及境内下属单位境外销售产品包括车侧承载装饰系统产品、车辆前后防护系统产品、车载互联智能机电系统产品、车顶装载系统产品及车辆其他系统产品等产品，主要销售区域包括北美洲、大洋洲、欧洲、亚洲等区域。发行人及境内下属单位于前述欧洲、澳大利亚、美国地区从事销售业务，需依据当地地区/国家法律法规要求取得相应产品认证；截至本报告出具之日，其他主要销售地区有关法律法规未对发行人前述销售业务做特殊的资质许可要求。

除上述资质证件、认证证书外，依据有关计量体系、环境管理体系、质量管理体系、知识产权管理体系等各项相关法律法规及规范性文件规定，目前，发行人持有的计量体系合格证书（编号：粤[2017]222005 号）已于 2020 年 7 月 31 日到期，发行人正在重新办理相关认证手续，该体系对应的相应人员、设备、环境等硬件及相应体系管理等均未发生重大变化，该证书续期不存在实质性障碍；除此之外，发行人及其下属单位在生产经营管理涉及的计量、环境、质量、知识产

权等主要方面体系建设均已符合有关标准规范并取得相应认证证书。

(5) 尚未了结的诉讼仲裁事项的基本情况，对发行人业务、技术、资产是否存在重大不利影响。

一、尚未了结的诉讼或仲裁事项中的金额较大的新增诉讼事项

序号	法院名称	案号	原告	被告	案由	诉讼请求	处理情况
1	佐治亚州福赛斯县法院	20SC-0601-A	Saia Motor Freight Line, LLC; MKI (反诉原告)	MKI; TAMMY H.LEAL, JOHN OR JANE DOES 1-5 (第三方被告)	合同纠纷	Saia Motor Freight Line 作为原告请求法院判决 MKI: 1、支付原告运费损失 916,156.50 美元; 2、向原告支付判决前后产生的相关利息; 3、向原告支付因本诉讼产生的律师费及其他费用。MKI 以反诉原告及第三方诉讼原告的身份反诉原告并追加起诉第三方被告 TAMMY H.LEAL, JOHN OR JANE DOES 1-5, 请求法院判决支持反诉原告针对原告的如下诉请并保留管辖权异议及针对第三方被告的主张: 1、原告欺诈; 2、原告违反佐治亚州《诈骗影响和腐败组织法》O.C.G.A. & 16-14-1, et seq. 条款; 3、原告违反合同; 4、原告违反禁止反言承诺; 5、原告严重干扰契约关系; 6、审判需由十二人组成陪审团; 7、原告赔偿被告律师费和诉讼费用; 8、原告赔偿被告法院认为合理而适当的其他损失。	正在审理中

根据 Colling Partners 出具关于 MKI 的法律意见书，该案件不涉及 MKI 核心资产，不影响 MKI 持续经营，不会对 MKI 产生重大不利影响，也不会对发行人产生重大不利影响。因此，保荐机构认为上述案件不会对发行人业务、技术、资产产生重大不利影响，不会对发行人本次发行上市构成实质性障碍。

二、诉讼或仲裁对发行人业务、技术、资产是否存在重大不利影响

上述案件涉及的金额较小，且上述案件不涉及发行人核心资产或权益，不会对发行人业务、技术、资产造成重大不利影响，不会对发行人本次发行上市构成实质性障碍。

四、内核小组会议关注的主要问题

(一) 结合发行人上半年境内外经营情况，对比行业情况，参考市场研究报告，进一步分析下游汽车市场发展状况、疫情影响、中美贸易摩擦等因素对

发行人生产经营的影响，是否存在业绩持续下降的风险，并进行重大风险提示。

回复：

一、汽车行业的影响

（一）全球及国内汽车行业发展情况

受新冠肺炎疫情影响，2020年上半年，全球汽车市场出现一定程度的萎缩。根据中国乘用车市场信息联席会统计，2020年1-6月全球70个汽车主要销售国家的销量同比下滑29%，其中美国销量为663万辆，同比下滑24%，澳大利亚销量为44万辆，同比下滑20%。据欧洲汽车制造商协会（ACEA）统计，2020年1-6月欧洲自由贸易联盟（EFTA）和英国乘用车销售数量共计510万辆，同比下降39.5%。

受新冠肺炎疫情影响，2020年上半年，国内汽车产销量同比均出现一定程度的下滑。根据中国汽车工业协会统计，2020年1-6月，国内汽车产量和销量分别为1,011.20万辆和1,025.70万辆，同比分别下降16.65%和16.77%。2020年3月以来，随着新冠肺炎疫情在国内得到有效的控制，企业生产经营逐渐恢复。根据中国汽车工业协会统计，2020年6月国内汽车产销分别完成232.5万辆和230.0万辆，环比分别增长6.3%和4.8%，同比分别增长22.5%和11.6%。

（二）汽车行业发展趋势及影响

1、全球汽车行业挑战与机遇并存

未来一定时期内，在宏观经济形势、贸易政策、新排放标准、新冠疫情等多方面因素带来的压力下，汽车行业仍面临着前所未有的挑战。

2019年6月，德国杜伊斯堡-埃森大学的德国汽车研究中心发布研究报告称，在美国加征关税、中国汽车市场下行以及2021年后欧洲推行强制使用出行代价高昂的电动汽车的背景下，预计全球汽车销量将持续低迷，直到2022年才会恢复到2018年的水平。突如其来的新冠疫情进一步加剧了全球汽车市场的下滑趋势。根据英国市场研究公司IHS Markit预测，2020年全球新车销量为7,889万辆比2019年减少12%。

然而挑战与机遇并存，全球汽车行业的细分市场仍具备较大成长空间。以发行人产品的主要出口国美国和澳大利亚为例，美国作为全球最大的汽车消费市场，近年来在拥有位居世界第一汽车保有量的同时还保持了较高的新车销量，为汽车

后市场提供了巨大的挖潜空间。根据 SEMA 发布的《2020 SEMA Market Report》，2020 年美国汽车售后改装配件市场的增长态势将暂时逆转，预计 2020 年市场规模约 407 亿美元，随后将逐步恢复增长趋势。澳大利亚汽车售后市场协会(AAAA)于 2019 年 6 月发布的《Positive Outlook For Automotive Manufacturing》称，澳大利亚拥有约 300 家汽车制造企业，有 86%从事与四驱越野车改加装相关的业务，年营业额超过 40 亿澳元；其中 84%来自于澳大利亚境内，且大部分来自汽车后市场；四驱越野车改加装在澳大利亚极度流行，已成为澳大利亚最重要的汽车细分市场，预测未来收入将持续增长。

综上所述，未来一定时期内全球汽车行业挑战与机遇并存，发行人所处的细分行业仍具备较高的成长空间。

2、国内经济长期向好，车市将重回增长轨道

我国汽车市场曾保持超过 20 年的连续增长，汽车产销量蝉联全球第一超过 10 年，自 2018 年出现下滑标志着产业进入了阶段性调整的平台期。据东吴证券研究所分析，借鉴日本结合我国国情，基于中国经济增长仍具有韧性，全面放开二胎助于缓解中国新生人口数量下降速度，以及国内个性化消费潜力依然强劲，未来 10 年中国乘用车虽进入低增长时代，销售增长中枢或为 3%，但仍然有上升空间；或出现第二次销量峰值 3,000 万辆。因此，未来国内汽车消费潜力依然较大。

3、二手车交易活跃持续推动市场发展

近年来，随着限迁政策的逐步放开，为国内二手车市场开启了快速发展的动力。根据中国汽车流通协会统计，2019 年我国累计完成二手车交易台次 1,492.28 万辆，累计同比增长 7.96%，交易金额达到 9,356.86 亿元，累计同比增长 8.76%。二手车活跃的交易，有助于提高消费者的增换购交易需求，从而推动新车市场的增长，也为汽车改造、维修、美容等多元化后市场服务需求提供了一定发展空间。

4、汽车保有量仍存在较大成长空间

根据公安部相关统计数据显示，截至 2019 年末，全国汽车保有量达 2.6 亿辆，比 2018 年增加 2,122 万辆，增长 8.83%。其中私家车保有量首次突破 2 亿辆，达 2.07 亿辆。

然而，我国人均汽车保有量仍有较大成长空间。根据世界银行发布的 2019 年全球 20 个主要国家千人汽车保有量数据显示，2019 年千人汽车保有量我国仅

为 173 辆，位列第 17 位，美国千人汽车保有量为 837 辆、澳大利亚为 747 辆，排名第一的美国千人汽车保有量是中国的近 5 倍。随着国内新型工业化和城镇化进程的加快发展，居民消费不断升级，未来我国汽车保有量仍具有较大成长空间。

综上所述，虽然国内外汽车产销量均出现一定程度的下滑，未来一段时间内全球汽车市场将面临挑战与机遇并存的局面，国内汽车市场在阶段性调整后有望重回增长轨道，同时在国内二手车交易及汽车保有量持续增长的支撑下，发行人所处行业未出现持续性衰退，外部环境未发生明显不利变化，不会构成本次发行障碍。

发行人已在招股说明书之“重大事项提示”以及“第四节 风险因素”之“一、市场风险”中对“汽车产销量增速减缓的风险”披露如下：

“（一）汽车产销量增速减缓的风险”

2017 年以来，全球和我国汽车产销量增速比往年同期有所减缓，2018 年度，全球汽车产量和销量分别为 9,563.46 万辆和 9,505.59 万辆，同比下降 1.71%和 1.81%；国内汽车产量和销量分别为 2,780.92 万辆和 2,808.06 万辆，同比下降 4.16%和 2.76%。2019 年度，全球汽车产量和销量分别为 9,178.69 万辆和 9,129.67 万辆，同比下降 4.02%和 3.95%；国内汽车产量和销量分别为 2,572.10 万辆和 2,576.90 万辆，同比下降 7.51%和 8.23%，下滑幅度较上年有所扩大。2020 年 1-6 月，国内汽车产量和销量分别为 1,011.20 万辆和 1,025.70 万辆，同比分别下降 16.65%和 16.77%。如果未来全球及国内汽车产销量增速进一步下降，将会对汽车科技产品的需求产生负面影响，从而对公司的业务造成不利影响。”

二、新冠肺炎疫情的影响

（一）境外市场

2020 年上半年，新冠肺炎疫情对全球经济带来极大的负面影响。新冠肺炎疫情以惊人的速度对全球经济发展带来巨大的打击，导致许多国家经济出现显著下滑。根据世界银行组织于 2020 年 6 月发布的《Global Economic Prospect》，2020 年全球 GDP 预计同比下降 5.2%。随着新冠肺炎疫情逐渐缓和并得到控制，该报告也预计 2021 年全球 GDP 将反弹上升 4.2%。

美国是发行人外销主要出口地区。美国 2020 年 GDP 预计将同比下降 6.1%。美国整体经济在上半年受到巨大冲击，相关专家认为，随着新冠肺炎疫情逐渐得到控制，美国经济将在 2020 年下半年有逐步恢复的趋势。随着更多大规模的刺

激政策落地，预计美国 2021 年 GDP 将会反弹上升 4%。

美国汽车行业产销情况有所恢复。根据 SEMA 发布的《2020 SEMA Market Report》，汽车行业在 2020 年一季度经济衰退的影响后，随着经济逐步企稳复苏以及需求释放，行业产销情况在 5、6 月份有所反弹。生产方面，5 月份机动车组装量约为 21.7 万辆，较 4 月份的 4,770 辆有大幅增长，5 月份汽车零部件产量环比增长 24.5%。销售方面新车销量也大幅回升，5 月份全美汽车销量为 108.7 万辆，新车销量较前一个月增长 5.7%。

（二）境内市场

与境外国家情况相似，上半年中国整体经济由于新冠肺炎疫情的原因受到打击，经济增长下滑明显，根据世界银行组织发布的《Global Economic Prospect》，中国的 GDP 增长率将从 2019 年的 6.1% 下降至 2020 年的 1%。不过，由于中国在防止新冠肺炎疫情扩散和蔓延方面的防疫措施布局全面，落实到位，目前国内的疫情影响程度较年初已呈现出明显减轻，前述报告预测中国经济发展将会随着境内外需求的反弹而逐步恢复，据预计，2021 年中国的 GDP 增长率将达到 6.9%。

国内汽车行业未来会朝着良好态势发展。JPMORGAN 认为，从目前情况来看，由于人们更在乎预防疫情传染和扩散，人们对私家车而非公共交通的使用需求趋势将会在未来一段时间得到维持。相应地，目前国内的汽车销售情况正在逐步恢复。尽管国内汽车销售受到 2、3 月份停工停市的影响，但是从 4 月份起，周销售额增长率在 2020 年 4 月份实现同比上升，这是自 2018 年下半年开始连续 21 周同比下降后的首次上升，所以国内的汽车销售趋势正朝着积极的方向发展。

（三）相关风险提示

针对本次新冠疫情的影响，公司已在招股说明书之“重大事项提示”以及“第四节 风险因素”之“十、新型冠状病毒肺炎病疫情对经营业绩的影响”中披露本次疫情对公司经营业绩的影响，具体如下：

“2020 年 1 月以来，国内外爆发了新型冠状病毒感染肺炎疫情。受疫情影响，公司 2020 年春节后较以往延迟复工，而且疫情也影响到国内外经贸及人员往来、业务开拓等，造成公司产品的下游市场需求出现一定程度的下滑或延迟。报告期内，公司外销收入占比分别为 60.50%、65.26%、68.17%和 68.37%，外销收入占比较高，出口国家和地区包括北美洲、大洋洲、欧洲、南美洲、中东、东南亚等。受本次新冠疫情影响，公司 2020 年上半年的营业收入、净利润等财务

指标相较 2019 年同期均有所下降,预计将对公司 2020 年全年经营业绩造成较大不利影响。若疫情持续蔓延且得不到有效控制,或者今后出现其他公共性突发事件,均可能对公司生产经营构成重大不利影响。”

三、中美贸易摩擦的影响

(一) 发行人采取的措施及影响

基于良好的客户合作关系、公司综合竞争优势等因素,双方通过协商共同承担关税等方式,降低由于关税税率上升导致的不利影响。如果美国未来进一步加征关税,发行人后续也将充分论证采取将部分产能转移至未受此次关税影响的亚太国家或地区等相关措施。通过上述措施,发行人有效降低了中美贸易摩擦对发行人的不利影响。自 2018 年 9 月 24 日美国首次加征关税至今,发行人 2018 年度、2019 年度、2020 年上半年的业绩均未出现重大不利变化。

(二) 中美贸易摩擦对发行人未来持续盈利能力的影响情况

假设未来公司销往美国的产品结构、数量、金额均与 2019 年度一致,主营业务成本保持不变,公司自 2019 年 1 月 1 日开始出口美国产品被加征 25%关税,基于公司与客户就加征 25%关税已确定的价格调整方式,预计主营业务收入将减少 1,629.86 万元,利润总额将减少 5,518.38 万元。

如考虑到汇率波动、双方议价及发行人应对措施等因素,则美国加征关税对发行人影响分析具体如下:

1、汇率波动

中美贸易摩擦除直接影响关税外,也会对美元人民币的汇率造成影响。自 2018 年 4 月 2 日以来,中美产生贸易摩擦之后,人民币汇率已经从 6.28 下跌至 2019 年 12 月 31 日的 6.97,贬值幅度高达 10.99%。而且,由于发行人出口至美国在内的国外市场的产品以美元结算为主,因此在人民币贬值且其他因素保持不变的情况下,发行人出口产品价格换算为人民币后价格将上涨。

2、发行人具有较强的议价能力

基于发行人所处的行业特性、综合竞争优势、客户合作粘度等因素,发行人具有产品品类丰富、产品质量稳定、供货响应速度快等综合竞争优势,美国客户在中短期内难以寻找更为合适的供应商。此外,公司产品的终端消费者对产品价格敏感度相对较低,未对客户经营造成明显影响。因此,发行人在与美国客户谈判议价中具有较强的议价能力。

3、发行人针对中美贸易摩擦采取的应对措施

如上所述，为尽可能降低中美贸易摩擦对发行人经营产生的不利影响，发行人采取了相关应对措施，也有效降低了中美贸易摩擦对发行人的不利影响。

综上所述，发行人在行业内拥有较强的综合竞争力，美国主要客户对公司产品也具备较强的粘性，同时公司已筹划采取相关措施来降低中美贸易摩擦对公司出口美国业务的整体影响。因此，中美贸易摩擦不会对公司持续盈利能力构成重大不利影响。

（三）相关风险提示

发行人已在招股说明书之“重大事项提示”、“第四节 风险因素”之“一、市场风险”中对“中美贸易摩擦加剧的风险”披露如下：

“报告期内，发行人出口美国收入分别为 55,017.13 万元、64,411.51 万元、64,474.82 万元和 30,902.54 万元，占当期主营业务收入比例分别为 36.69%、40.55%、41.99%和 49.70%，美国系发行人最主要出口国家和地区之一。

自 2018 年以来，中美贸易摩擦持续升温。2018 年 9 月 18 日，美国政府宣布实施对从中国进口的约 2,000 亿美元商品加征关税的措施，自 2018 年 9 月 24 日起加征关税税率为 10%。2019 年 5 月 9 日，美国政府宣布，自 2019 年 5 月 10 日起，对从中国进口的 2,000 亿美元清单商品加征的关税税率由 10%提高到 25%。公司出口美国的产品均被列入上述加征关税清单。

受此影响，公司出口美国收入将可能出现下滑，给公司未来的经营业绩带来一定的不利影响。如果未来中美贸易摩擦进一步加剧，出台新的加征关税措施，则可能对公司经营业绩造成进一步的不利影响。”

（二）发行人出口美国的收入占比较高，请进一步说明对出口收入（尤其是美国）数据真实性的核查，核查手段不限于海关数据、中国出口信用保险公司数据等。

1、对海关数据验证

对于海关数据调取，项目组已进行如下核查程序：①独立访谈顺德海关人员，了解调取海关报关数据的申请流程；②复核发行人申请海关数据的申请流程，取得发行人调取的海关报关数据；③通过关务软件独立取得发行人海关报关数据之明细及汇总金额；④复核前保荐机构对海关数据验证之核查程序，包括访谈底稿、

沟通底稿、数据明细等。

经核验匹配，报告期内，发行人出口销售收入与海关数据差异情况如下：

单位：万元

项目	2020年 1-6月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	小计
公司外销金额	42,509.48	104,662.68	103,659.61	90,714.70	341,546.47
减：境外子公司销售金额	11,548.32	20,366.52	15,636.45	11,879.68	59,430.96
加：境内向境外子公司销售金额	7,753.09	12,572.77	12,584.81	9,471.27	42,381.93
小计（还原出口销售额）	38,714.25	96,868.93	100,607.97	88,306.29	324,497.44
海关出口数据	34,341.04	96,746.83	100,299.83	88,586.89	319,974.59
差异	4,373.21	122.10	308.14	-280.60	4,522.85
差异率	11.30%	0.13%	0.31%	-0.32%	1.39%

注 1：由于公司存在境外子公司 MKI，因此公司向海关申报的还原出口销售额推算过程为：合并外销金额-境外子公司销售金额+境内向境外子公司销售金额；

注 2：表中 2020 年 1-6 月海关出口数据仅为广州海关出口统计数据，未包括广州以外其他关区出口数据。

报告期各期，发行人经还原后的出口收入与海关数据差异率分别为-0.32%、0.31%、0.13%和 11.30%，其中，2020 年上半年差异率相对较大，主要原因系：由于海关系统改革，保荐机构向发行人所属辖区的广州海关查询发行人报关数据时，保荐机构通过广州海关仅能够现场获取 2020 年上半年发行人通过广州海关及其辖区内其他海关的出口数据，未能获得发行人通过广州海关管辖辖区以外其他关区出口的数据；为保证 2020 年 1-6 月海关数据核查的完整性，保荐机构进一步从关务管理系统中获取 2020 年 1-6 月发行人的全部报关数据并进行比对，经比对发行人 2020 年 1-6 月的海关报关出口金额为 38,868.04 万元，相较发行人还原出口销售额的金额大 153.79 万元，差异率为-0.40%，差异较小。

综上所述，报告期各期，发行人经还原后的出口收入与海关数据总体差异率较小，相关差异主要系发行人账面出口收入以报关时点确认收入，而海关数据一般以结关时点统计数据，二者存在 3 到 5 天时间差所致。

2、出口退税核查

项目组独立自税务系统调取了发行人报告期内免抵退申报表及出口退税明细，并将发行人报告期内出口退税情况与其境外销售规模进行匹配，以验证出口收入的真实性。

报告期内，发行人出口退税金额与公司出口收入之间的匹配关系如下：

单位：万元

项目	序号	2020年 1-6月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	小计
还原出口销售额	A	38,714.25	96,868.93	100,607.97	88,306.29	324,497.44
单证齐全出口销售额	B	38,441.84	96,102.85	107,766.37	87,243.97	329,555.03
出口销售额乘征退税率之差	C	1.80	9.40	34.47	39.53	85.19
申报退税额	D=B*退税率	4,995.64	14,526.40	18,000.09	14,791.95	52,314.08
当期免抵税额	E	3,562.97	10,851.11	13,371.02	10,447.72	38,232.82
出口退税额	F=D-E	1,432.67	3,675.29	4,629.07	4,344.23	14,081.26
出口退税占出口销售额比例	G=F/A	3.70%	3.79%	4.60%	4.92%	4.34%
单证齐全比例	H=B/A	99.30%	99.21%	107.12%	98.80%	101.56%

注 1：报告期内，公司无免税购进原材料，因此免抵退税额抵减额为 0，免抵退税不得免征和抵扣税额抵减额为 0。

注 2：报告期内，当期期末留抵税额均小于当期免抵退税额，因此当期应退税额=当期期末留抵税额，当期免抵税额=当期免抵退税额-当期应退税额。

公司出口退税额是以单证齐全出口销售额为基础计算，并受内销销项税与采购进项税形成的留抵税额的影响。报告期各期，发行人出口退税占当期出口销售额比例分别为 4.92%、4.60%、3.79%和 3.70%，总体相对稳定。由于公司出口销售收入确认时点与获取齐全单证进行申报的时点存在时间差，一般单证齐全出口销售额会较出口销售收入确认略晚。因此出口销售额与单证齐全出口销售额存在差异，报告期各期，各年单证齐全出口销售额占出口销售额比例分别为 98.80%、107.12%、99.21%和 99.30%，总体差异较小，未见异常。

经核查，项目组认为，发行人不同类型客户销售模式划分准确、完整，相关收入确认真实、准确、完整，不存在明显异常；相关经销产品实现了最终销售，不存在向经销商压货以扩大收入的情形；发行人出口收入与海关数据差异较小，相互匹配，出口产品退税金额与外销收入相互匹配，发行人海外销售真实、准确、完整。

3、中国出口信用保险公司数据核查

项目组通过中国出口信用保险公司（以下简称“中信保”）等途径获取境外客户《海外资信报告》等信息，核查公司主要境外客户背景资料，同时获取了报告期内发行人外销收入明细和中信保的投保明细，检查了各期投保协议的相关条款，发行人各期的投保情况如下：

报告期各期，发行人的对外销回款的投保方式存在变化，具体如下：

年份	投保方式	保险申报的具体操作方式
2017年度	按照外销销售额的比例投保，每年的比例依实际情况有所调整	发行人按月汇总需要投保客户的销售收入明细数据并逐笔报送中信保，中信保核实后分笔确定应缴保费。后续风险发生时，中信保将对应核实该笔收入的回款是否属于前期已投保的销售收入，并决定是否赔付。因此2017年的保险覆盖率为当期投保的外销销售收入发生额占当期外销总收入的比例。
2018年至今	按每个外销客户情况区别评估，对部分具有一定回款风险的客户才进行投保，公司参照该客户的近期应收账款的余额水平对保险人申报设定债权限额，按照该限额进行投保	中信保对发行人需投保客户的应收账款回款风险实行大包干制保障，每年中信保在评估发行人需投保的客户的应收账款风险水平后拟订应缴保费金额并一次缴纳。后续业务中，发行人每月月末汇总需投保的客户应收账款投保额度并报送中信保审批备案；在风险发生时，中信保按照最近一期报送的额度情况，在相应客户的报送额度内对未回款部分进行赔付。因此2018年及后续的保险覆盖率为当期期末发行人申报的保险额度占期末应收账款余额的比例。

依上述投保方式在实际业务实施时的差异情况，发行人各期的外销回款投保覆盖率如下：

单位：万美元

项目	2020年6月末	2019年末	2018年末	2017年度
当期投保额度	2,220.93	2,451.42	2,879.81	8,428.86
期末外销应收账款余额/当期外销收入	2,721.08	2,573.54	3,301.20	13,405.92
保险覆盖比例	81.62%	95.25%	87.36%	62.87%

注：上述计算中，2017年度的保险覆盖比例为当期投保额度/当期外销收入，2018年及以后的保险覆盖比例为当期投保额度/期末外销应收账款余额。

根据发行人与中信保约定的保险条款及实际投保覆盖情况看，发行人并未对所有客户的应收账款投保，而是仅针对金额较大或存在一定回款风险（如经营规模相对较小、地区政治经济局势存在波动等）的客户进行投保，且针对各期已投保的客户，发行人也会依据客户前期回款情况和当期的业务经营、交易规模等实际情况相应调整投保额，因此保险覆盖比例未达100%。

报告期内，2018年保险覆盖比例较2017年增长较大，主要系2017年发行人按照外销收入选择购买保险，而2018年至2020年6月间，发行人按照应收外销客户余额选择购买保险。

2020年6月末，发行人应收账款的保险覆盖比率较2019年末有所下降，主要为受疫情影响，发行人外销客户整体回款速度有所减缓，及部分外销客户因期

未集中发货导致其应收账款余额超过期末投保额度所致。2020年6月末与发行人交易量较大的客户中，BETTER AUTOMOTIVE INC.、TURN5, INC.、Wheel Group Holdings,LLC、Rough Country, LLC 四家外销客户的应收账款余额大于期末投保额度，主要系2020年5-6月国外市场居家令逐步解除、经济反弹后，外销客户集中向发行人采购，但发行人向中信保申报调增投保额度的审批尚未完成，导致期末应收账款余额大于投保额度；截至2020年8月31日，发行人调增投保额度的申请已经审批完成，上述四家客户中，BETTER AUTOMOTIVE INC.、Rough Country, LLC 的期后回款比例超过80%，TURN5, INC.、Wheel Group Holdings,LLC 的期后回款比例超过65%，外销客户整体的期后回款比例超过75%，回款情况较为良好。

综上，项目组认为发行人与主要客户的交易具有合理的业务背景，中信保的投保数据与发行人的销售收入、应收账款余额基本匹配，应收账款回收情况良好、回收风险较低，发行人海外销售真实、准确、完整。

五、对发行人利润分配政策和未来分红回报规划的核查意见

本保荐人认为，发行人制订的《公司章程（草案）》中的利润分配政策及未来分红回报规划符合中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》和《上市公司监管指引第3号-上市公司现金分红》的规定，着眼于公司的长远和可持续发展，注重给予投资者持续、稳定的合理投资回报，有利于保护投资者的合法权益；《公司章程（草案）》及招股说明书对利润分配事项的规定和信息披露符合有关法律、法规、规范性文件的规定；发行人股利分配决策机制健全、有效，有利于保护公众股东合法权益。

六、对相关责任主体所作承诺的核查意见


本保荐人认为，发行人及其控股股东、董事、监事、高级管理人员，以及本次发行相关中介机构已经根据《关于进一步推进新股发行体制改革的意见》出具了相关承诺，并履行了必要的内部决策程序。相关责任主体就其未能履行前述承诺提出了必要的约束措施，该等约束措施具有可操作性，能够得到及时执行与实施。上述承诺已经相关责任主体或其授权代表签署，相关承诺及约束措施合法、合理、有效。


七、对其他证券服务机构出具的专业意见核查情况

经本保荐机构核查，发行人原保荐机构、律师、会计师、验资机构、资产评估机构出具的相关核查意见、法律意见书及律师工作报告、审计报告、验资报告、资产评估报告中有关专业意见与保荐机构所作的判断并无差异。

(此页无正文,为《中信证券股份有限公司关于广东东箭汽车科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市之发行保荐工作报告》之签字盖章页)

保荐代表人: 
 费威 2021 年 2 月 18 日

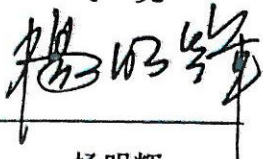

 吴仁军 2021 年 2 月 18 日

项目协办人: 
 熊志兵 2021 年 2 月 18 日

内核负责人: 
 朱洁 2021 年 2 月 18 日

保荐业务部门负责人: 
 张锦胜 2021 年 2 月 18 日

保荐业务负责人: 
 马尧 2021 年 2 月 18 日

总经理: 
 杨明辉 2021 年 2 月 18 日

法定代表人: 
 张佑君 2021 年 2 月 18 日

中信证券股份有限公司(公章)

2021 年 2 月 18 日



(此页无正文,为《中信证券股份有限公司关于广东东箭汽车科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市之发行保荐工作报告》之签字盖章页)

项目组其他成员:


曹文洋


李查德


王州杰


张伟鹏


中信证券股份有限公司
2021年2月18日

附件：关于保荐项目重要事项尽职调查情况问核表

发行人	广东东箭汽车科技股份有限公司		
保荐机构	中信证券股份有限公司	保荐代表人	吴、李、洋
一	尽职调查的核查事项		
(一)	发行人主体资格		
1	发行人生产经营和本次募集资金项目符合国家产业政策情况	核查情况	查验了募投项目可研报告、备案材料，并比照了国家相关产业政策及行业目录
2	发行人拥有或使用的专利	是否实际核验并走访国家知识产权管理部门取得专利登记簿副本	
	核查情况	是 <input checked="" type="checkbox"/>	否 <input type="checkbox"/>
	备注	走访了国家知识产权管理部门、查询了国家知识产权局网站、取得了发行人专利缴费单据	
3	发行人拥有或使用的商标	是否实际核验并走访国家工商行政管理总局商标局取得相关证明文件	
	核查情况	是 <input checked="" type="checkbox"/>	否 <input type="checkbox"/>
	备注	走访了国家工商行政管理总局商标局，查询了发行人拥有的注册商标的状态情况、取得了发行人相关商标权属证明材料	
4	发行人拥有或使用的计算机软件著作权	是否实际核验并走访国家版权部门取得相关证明文件	
	核查情况	是 <input checked="" type="checkbox"/>	否 <input type="checkbox"/>
	备注	项目组走访了国家版权部门	
5	发行人拥有或使用的集成电路布图设计专有权	是否实际核验并走访国家知识产权局取得相关证明文件	
	核查情况	是 <input type="checkbox"/>	否 <input type="checkbox"/>
	备注	不适用	
6	发行人拥有的采矿权和探矿权	是否实际核验发行人取得的省级以上国土资源主管部门核发的采矿许可证、勘查许可证	
	核查情况	是 <input type="checkbox"/>	否 <input type="checkbox"/>
	备注	不适用	
7	发行人拥有的特许经营权	是否实际核验并走访特许经营权颁发部门取得其出具的证书或证明文件	
	核查情况	是 <input type="checkbox"/>	否 <input type="checkbox"/>
	备注	不适用	
8	发行人拥有与生产经营相关资质（如生产许可证、安全生产许可证、卫生许可证等）	是否实际核验并走访相关资质审批部门取得其出具的相关证书或证明文件	
	核查情况	是 <input checked="" type="checkbox"/>	否 <input type="checkbox"/>
	备注	核查了发行人及其子公司与生产经营相关的资质情况及相关证明文件	
9	发行人曾发行内部职工股情况	是否以与相关当事人当面访谈的方式进行核查	

10	发行人曾存在工会、信托、委托持股情况，目前存在一致行动关系的情况	是否以与相关当事人当面访谈的方式进行核查	
	核查情况	是 <input type="checkbox"/>	否 <input type="checkbox"/>
	备注	不适用	
(二)	发行人独立性		
11	发行人资产完整性	实际核验是否存在租赁或使用关联方拥有的与发行人生产经营相关的土地使用权、房产、生产设施、商标和技术等的情形	
	核查情况	是 <input checked="" type="checkbox"/>	否 <input type="checkbox"/>
	备注	取得了不动产权证书、商标证书、专利证书等；访谈了公司实际控制人；报告期内，发行人以及子（孙）公司佛山猎酷汽车配件科技有限公司、广东东锐投资有限公司、广东东驰投资有限公司、广东创意车街互动科技有限公司租赁关联方房产作为办公用房外，除上述租赁外，发行人不存在其他租赁或使用关联方拥有的与生产经营相关的土地使用权、房产、生产设施、商标和技术等的情形。	
12	发行人披露的关联方	是否实际核验并通过走访有关工商、公安等机关或对有关人员进行当面访谈等方式进行核查	
	核查情况	是 <input checked="" type="checkbox"/>	否 <input type="checkbox"/>
	备注	项目组走访工商局并取得了发行人及其子公司全套工商资料，对发行人关联方进行全面核查；	
13	发行人报告期关联交易	是否走访主要关联方，核查重大关联交易金额真实性和定价公允性	
	核查情况	是 <input checked="" type="checkbox"/>	否 <input type="checkbox"/>
	备注	查验了主要关联交易协议，走访主要关联方	
14	关联交易非关联化、关联方转让或注销的情况	核查情况	
		项目组获取了发行人控股股东、实际控制人及其近亲属控制的其他企业的全部历史沿革工商资料；对发行人实际控制人、其他持股 5%以上的股东进行了访谈，相关人员出具了确认函。	
(三)	发行人业绩及财务资料		
15	发行人的主要供应商、经销商	是否全面核查发行人与主要供应商、经销商的关联关系	
	核查情况	是 <input checked="" type="checkbox"/>	否 <input type="checkbox"/>
	备注	项目组取得了报告期内发行人供应商清单、客户清单，并对重要客户、重要供应商进行了走访，并对其与公司之间是否存在关联关系进行了书面确认。同时，公司还获得了上述重要客户和供应商的工商登记资料。	
16	发行人最近一个会计年度并一期是否存在新增客户	是否以向新增客户函证方式进行核查	
	核查情况	是 <input checked="" type="checkbox"/>	否 <input type="checkbox"/>
	备注	项目组已对报告期内主要新增的客户进行了函证和走访。	
17	发行人的重要合	是否以向主要合同方函证方式进行核查	

	同								
	核查情况	是 <input checked="" type="checkbox"/>		否 <input type="checkbox"/>					
	备注	走访、函证了发行人主要合同方							
18	发行人的会计政策和会计估计	如发行人报告期内存在会计政策或会计估计变更,是否核查变更内容、理由和对发行人财务状况、经营成果的影响							
	核查情况	是 <input checked="" type="checkbox"/>		否 <input type="checkbox"/>					
	备注	根据关于印发修订《企业会计准则第 16 号—政府补助》的通知(财会[2017]15 号)、《企业会计准则第 42 号—持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》的通知(财会〔2017〕13 号)、《关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》(财会〔2017〕30 号)、《关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》(财会〔2018〕15 号)《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》(财会[2019]6 号)、《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》(2019 修订)(财会〔2019〕8 号)、《企业会计准则第 12 号——债务重组》(2019 修订)(财会〔2019〕9 号)、《企业会计准则第 14 号——收入》(财会[2017]22 号)公司执行新的会计政策,项目组核查了对公司财务状况、经营成果的影响。							
19	发行人的销售收入	是否走访重要客户、主要新增客户、销售金额变化较大客户,核查发行人对客户所销售的金额、数量的真实性		是否核查主要产品销售价格与市场价格对比情况		是否核查发行人前五名客户及其他主要客户与发行人及其股东、实际控制人、董事、监事、高管和其他核心人员之间是否存在关联关系		是否核查报告期内综合毛利率波动的原因	
	核查情况	是 <input checked="" type="checkbox"/>	否 <input type="checkbox"/>	是 <input checked="" type="checkbox"/>	否 <input type="checkbox"/>	是 <input checked="" type="checkbox"/>	否 <input type="checkbox"/>	是 <input checked="" type="checkbox"/>	否 <input type="checkbox"/>
	备注	项目组已走访重要客户、主要新增客户、销售金额变化较大客户等。经核查,发行人与主要客户、新增客户之间的交易真实合理。		项目组通过客户访谈、毛利率分析、可比公司公开数据等方式了解价格的公允性。		项目组现场走访、核查了重要客户工商登记信息。对重要客户取得了关于是否存在关联关系的书面承诺函。		项目组已核查报告期内综合毛利率波动的原因,并在招股说明书中对毛利率波动的原因进行了分析。	
20	发行人的销售成本	是否走访重要供应商或外协方,核查公司当期采购金额和采购量的完整性和真实性		是否核查重要原材料采购价格与市场价格对比情况		是否核查发行人前五大及其他主要供应商或外协方与发行人及其股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员和其			

				他核心人员之间是否存在关联关系
	核查情况	是 <input checked="" type="checkbox"/> 否 <input type="checkbox"/>	是 <input checked="" type="checkbox"/> 否 <input type="checkbox"/>	是 <input checked="" type="checkbox"/> 否 <input type="checkbox"/>
	备注	项目组已走访了报告期内各年主要供应商, 经核查, 发行人与主要供应商之间交易金额真实、完整。	通过对比报告期内发行人向不同供应商采购的重要原材料的价格, 以及市场公开数据, 核查其采购价格的公允性。	项目组已现场走访了报告期内重要供应商、并核查其工商登记信息; 以及对重要供应商进行了关联关系的书面确认。
21	发行人的期间费用	是否查阅发行人各项期间费用明细表, 并核查期间费用的完整性、合理性, 以及存在异常的费用项目		
	核查情况	是 <input checked="" type="checkbox"/>	否 <input type="checkbox"/>	
	备注	项目组已取得期间费用明细表, 对报告期内发行人期间费用进行了截止性测试, 并与同行业期间费用率进行对比。经核查, 发行人期间费用披露完整, 合理, 不存在异常的费用项目。		
22	发行人货币资金	是否核查大额银行存款账户的真实性, 是否查阅发行人银行帐户资料、向银行函证等	是否抽查货币资金明细账, 是否核查大额货币资金流出和流入的业务背景	
	核查情况	是 <input checked="" type="checkbox"/> 否 <input type="checkbox"/>	是 <input checked="" type="checkbox"/> 否 <input type="checkbox"/>	
	备注	项目组获取了发行人及子公司银行账户开立清单以及报告期内全部银行账户流水, 并向银行进行了函证, 确认大额银行存款账户的真实性。	项目组获取了发行人及子公司报告期内的银行账户流水以及发行人银行存款日记账, 对大额货币资金流出和流入进行核查。经核查, 发行人大额货币资金流出和流入均有相应的业务背景支撑, 不存在异常资金流转。	
23	发行人应收账款	是否核查大额应收款项的真实性, 并查阅主要债务人名单, 了解债务人状况和还款计划	是否核查应收款项的收回情况, 回款资金汇款方与客户的一致性	
	核查情况	是 <input checked="" type="checkbox"/> 否 <input type="checkbox"/>	是 <input checked="" type="checkbox"/> 否 <input type="checkbox"/>	
	备注	项目组取得了发行人期末应收账款客户明细表, 对大额应收款项进行了函证, 查阅对应的业务合同或订单, 了解应收账款的真实性, 并通过网络查询和现场走访, 了解主要债务人的资信情况。	项目组核查了发行人及子公司大额应收款项的回款的原始凭证, 核对回款资金的汇款方与客户是否一致。经核查, 除个别客户存在第三方回款以外, 发行人主要客户回款资金汇款方与客户一致。	
24	发行人的存货	是否核查存货的真实性, 并查阅发行人存货明细表, 实地抽盘大额存货		
	核查情况	是 <input checked="" type="checkbox"/>	否 <input type="checkbox"/>	

	备注	项目组取得了发行人期末存货余额明细表，实地抽盘了部分存货。			
25	发行人固定资产情况	是否观察主要固定资产运行情况，并核查当期新增固定资产的真实性			
	核查情况	是 <input checked="" type="checkbox"/>	否 <input type="checkbox"/>		
	备注	现场查看发行人生产及办公场所，并参与发行人固定资产盘点。			
26	发行人银行借款情况	是否走访发行人主要借款银行，核查借款情况		是否查阅银行借款资料，是否核查发行人在主要借款银行的资信评级情况，存在逾期借款及原因	
	核查情况	是 <input checked="" type="checkbox"/>	否 <input type="checkbox"/>	是 <input checked="" type="checkbox"/>	否 <input type="checkbox"/>
	备注	项目组对发行人开户银行进行了询证。		项目组取得了发行人及子公司的中国人民银行征信中心企业信用报告。发行人及子公司不存在逾期借款。	
27	发行人应付票据情况	是否核查与应付票据相关的合同及合同执行情况			
	核查情况	是 <input checked="" type="checkbox"/>	否 <input type="checkbox"/>		
	备注	项目组查阅了发行人应付票据明细账、相关合同。			
(四)	发行人的规范运作、内部控制或公司治理的合规性				
28	发行人的环保情况	发行人是否取得相应的环保批文；是否实地走访发行人主要经营所在地核查生产过程中的污染情况、了解发行人环保支出及环保设施的运转情况			
	核查情况	是 <input checked="" type="checkbox"/>	否 <input type="checkbox"/>		
	备注	项目组已取得发行人相关的守法证明，实地走访了发行人主要经营所在地，访谈了相关负责人有关环保相关事宜，同时了解发行人环保支出及环保设施的运转情况。			
29	发行人、控股股东、实际控制人违法违规事项	是否实际校验并走访工商、税收、土地、环保、海关等有关部门进行核查			
	核查情况	是 <input checked="" type="checkbox"/>	否 <input type="checkbox"/>		
	备注	项目组已取得了国税、地税、工商、环保、社保管理部门、公积金中心、土地管理部门出具的无重大违法违规的证明文件，并实地走访核验上述证明文件的真实性。			
30	发行人董事、监事、高管任职资格情况	是否以与相关当事人当面访谈、登陆有关主管机关网站或互联网搜索方式进行核查			
	核查情况	是 <input checked="" type="checkbox"/>	否 <input type="checkbox"/>		
	备注	1、项目组已取得了董事、监事和高级管理人员有关任职资格的声明确认函； 2、项目组要求董事、监事和高级管理人员办理并取得其户籍所在地的派出所出具的无犯罪证明文件； 3、项目组登陆中国证监会、证券交易所官方网站查询相关当事人是否存在违反证券监督管理方面的记录或信息。			
31	发行人董事、监事、高管遭受行政处罚、交易所公开谴责、被立案侦查或调查情况	是否以与相关当事人当面访谈、登陆监管机构网站或互联网搜索方式进行核查			

	核查情况	是 <input checked="" type="checkbox"/>	否 <input type="checkbox"/>
	备注	项目组访谈了发行人董事、监事、高级管理人员，查询了全国裁判文书网、全国法院被执行人信息查询系统网站及中国证监会、证券交易所官方网站	
32	发行人税收缴纳	是否全面核查发行人纳税的合法性，并针对发现问题走访发行人主管税务机关	
	核查情况	是 <input checked="" type="checkbox"/>	否 <input type="checkbox"/>
	备注	项目组查看发行人高新技术企业资质，确定税收优惠是否合法合规，取得了发行人报告期内主要税种的纳税申报表、主管税务机关出具的无违规证明，以及走访发行人主管税务机关。	
(五)	发行人其他影响未来持续经营及其不确定事项		
33	发行人披露的行业或市场信息	是否独立核查或审慎判断招股说明书所引用的行业排名、市场占有率及行业数据的准确性、客观性，是否与发行人的实际相符	
	核查情况	是 <input checked="" type="checkbox"/>	否 <input type="checkbox"/>
	备注	项目组已经将所引用的相关行业数据来源进行了核查，关注出具方在行业内的影响力。	
34	发行人涉及的诉讼、仲裁	是否实际核验并走访发行人注册地和主要经营所在地相关法院、仲裁机构	
	核查情况	是 <input checked="" type="checkbox"/>	否 <input type="checkbox"/>
	备注	项目组走访了发行人注册地和主要经营所在地相关法院、仲裁机构，并进行了网络查询，已在招股说明书披露了发行人涉及的诉讼、仲裁。	
35	发行人实际控制人、董事、监事、高管、其他核心人员涉及诉讼、仲裁情况	是否走访有关人员户口所在地、经常居住地相关法院、仲裁机构	
	核查情况	是 <input checked="" type="checkbox"/>	否 <input type="checkbox"/>
	备注	项目组走访了发行人所在地相关法院、仲裁机构，登陆全国裁判文书网、全国法院被执行人信息查询系统网站，并取得了发行人董事、监事、高级管理人员户籍所在地的派出所出具的无犯罪证明文件。	
36	发行人技术纠纷情况	是否以与相关当事人当面访谈、互联网搜索等方式进行核查	
	核查情况	是 <input checked="" type="checkbox"/>	否 <input type="checkbox"/>
	备注	项目组访谈了各类业务负责人，并通过网络搜索方式进行了核查，未发现发行人有技术纠纷。	
37	发行人与保荐机构及有关中介机构及其负责人、董事、监事、高管、相关人员是否存在股权或权益关系	是否由发行人、发行人主要股东、有关机构及其负责人、董事、监事、高管和相关人员出具承诺等方式进行核查	
	核查情况	是 <input checked="" type="checkbox"/>	否 <input type="checkbox"/>
	备注	项目组已取得了相关的承诺函，确认不存在股权或权益关系。	
38	发行人的对外担	是否通过走访相关银行进行核查	

	保		
	核查情况	是 <input checked="" type="checkbox"/>	否 <input type="checkbox"/>
	备注	项目组走访了发行人开户银行及取得的银行询证函资料、贷款卡，截至报告期末，发行人不存在对外担保情况。	
39	发行人律师、会计师出具的专业意见	是否对相关机构出具的意见或签名情况履行审慎核查，并对存在的疑问进行了独立审慎判断	
	核查情况	是 <input checked="" type="checkbox"/>	否 <input type="checkbox"/>
	备注	项目组审阅了发行人律师、会计师出具的相关文件，对相关机构出具的意见或签名情况履行审慎核查，其发表的意见与保荐机构出具的文件所发表的意见，不存在实质性差异。	
40	发行人从事境外经营或拥有境外资产情况	核查情况	
		项目组访谈了发行人控股股东、实际控制人，了解其境外经营情况及拥有境外资产情况，走访了其重要客户。	
41	发行人控股股东、实际控制人为境外企业或居民	核查情况	
		项目组通过访谈控股股东、实际控制人，取得控股股东、实际控制人身份证件等方式核实控股股东、实际控制人身份。经核查，发行人控股股东、实际控制人马永涛为中国国籍，无境外永久居留权。	
二	本项目需重点核查事项：无		
三	其他事项：无		

保荐代表人承诺：我已根据《证券法》、《证券发行上市保荐业务管理办法》和《保荐人尽职调查工作准则》等规定认真、忠实地履行尽职调查义务，勤勉尽责地对发行人有关事项进行了核查验证，认真做好了招股说明书的验证工作，确保上述问核事项和招股说明书中披露的信息真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述和重大遗漏，并将对发行人进行持续跟踪和尽职调查，及时、主动修改和更新申请文件并报告修改更新情况。我及近亲属、特定关系人与发行人之间不存在直接或间接的股权关系或者通过从事保荐业务谋取任何不正当利益。如违反上述承诺，我自愿接受中国证监会根据有关规定采取的监管措施或行政处罚。

保荐代表人：


 费威

保荐代表人承诺：我已根据《证券法》、《证券发行上市保荐业务管理办法》和《保荐人尽职调查工作准则》等规定认真、忠实地履行尽职调查义务，勤勉尽责地对发行人有关事项进行了核查验证，认真做好了招股说明书的验证工作，确保上述问核事项和招股说明书中披露的信息真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述和重大遗漏，并将对发行人进行持续跟踪和尽职调查，及时、主动修改和更新申请文件并报告修改更新情况。我及近亲属、特定关系人与发行人之间不存在直接或间接的股权关系或者通过从事保荐业务谋取任何不正当利益。如违反上述承诺，我自愿接受中国证监会根据有关规定采取的监管措施或行政处罚。

保荐机构保荐业务（部门）负责人签名：


 张锦胜

职务：执行总经理



2021年2月18日

保荐代表人承诺：我已根据《证券法》、《证券发行上市保荐业务管理办法》和《保荐人尽职调查工作准则》等规定认真、忠实地履行尽职调查义务，勤勉尽责地对发行人有关事项进行了核查验证，认真做好了招股说明书的验证工作，确保上述问题事项和招股说明书中披露的信息真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述和重大遗漏，并将对发行人进行持续跟踪和尽职调查，及时、主动修改和更新申请文件并报告修改更新情况。我及近亲属、特定关系人与发行人之间不存在直接或间接的股权关系或者通过从事保荐业务谋取任何不正当利益。如违反上述承诺，我自愿接受中国证监会根据有关规定采取的监管措施或行政处罚。

保荐代表人： 吴仁军
吴仁军

我已根据《证券法》、《证券发行上市保荐业务管理办法》和《保荐人尽职调查工作准则》等规定认真、忠实地履行尽职调查义务，勤勉尽责地对发行人有关事项进行了核查验证，认真做好了招股说明书的验证工作，确保上述问题事项和招股说明书中披露的信息真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述和重大遗漏，并将对发行人进行持续跟踪和尽职调查，及时、主动修改和更新申请文件并报告修改更新情况。我及近亲属、特定关系人与发行人之间不存在直接或间接的股权关系或者通过从事保荐业务谋取任何不正当利益。如违反上述承诺，我自愿接受中国证监会根据有关规定采取的监管措施或行政处罚。

保荐机构保荐业务（部门）负责人签名：

张锦胜

职务：执行总经理

张锦胜



2021年2月18日