

**立信会计师事务所（特殊普通合伙）**  
**关于神通科技集团股份有限公司**  
**向不特定对象发行可转换公司债券的**  
**审核中心意见落实函的回复**

信会师函字[2023]第 ZF195 号

上海证券交易所：

由浙商证券股份有限公司转来贵所于 2023 年 4 月 7 日出具的《关于神通科技集团股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券的审核中心意见落实函》（上证上审（再融资）（2023）196 号）（以下简称“落实函”）已收悉。对此，我们作了认真研究，并根据落实函的要求，对落实函中涉及申报会计师的相关问题进行了逐项核查，相关事项回复如下：

如无特殊说明，本回复使用的简称与《神通科技集团股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券募集说明书》中的释义相同。

一、关于落实函问题“问题 2、根据申报材料，1）“汽车内外饰件扩产项目”、“汽车动力产品扩产项目”及“汽车智能产品生产建设项目”达到预定可使用状态日期已申请延期至 2024 年 1 月；2）公司“汽车动力产品扩产项目”和“汽车内外饰件扩产项目”在原实施主体神通科技的基础上，增加公司全资子公司沈阳神通汽车部件有限公司为其实施主体，对应增加的实施地点为沈阳市大东区。请发行人说明：（1）前次募投项目新增实施主体、延期的原因及合理性，是否履行相关程序，项目实施环境是否发生变化；（2）前次募投项目当前实施进展及后续使用计划，募集资金是否按变更后计划投入。请保荐机构及申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

（一）发行人说明

1、前次募投项目新增实施主体、延期的原因及合理性，是否履行相关程序，项目实施环境是否发生变化

（1）前次募投项目新增实施主体、延期的原因及合理性

1) 前次募投项目新增实施主体、延期的具体情况

公司于 2021 年 1 月 20 日在上海证券交易所首次公开发行上市，截至本回复

出具之日，公司首次公开发行股票募投项目“汽车内外饰件扩产项目”、“汽车动力产品扩产项目”及“汽车智能产品生产建设项目”新增实施主体、延期的具体情况如下：

序号	项目名称	原实施主体	新增实施主体	原达到预定可使用状态日期	延期后达到预定可使用状态日期
1	汽车内外饰件扩产项目	神通科技	沈阳神通、上海鸣羿	2023年1月	2024年1月
2	汽车动力产品扩产项目	神通科技	沈阳神通	2023年1月	2024年1月
3	汽车智能产品生产建设项目	神通科技	-	2023年1月	2024年1月

## 2) 前次募投项目新增实施主体、延期的原因及合理性

### ①前次募投项目新增实施主体的原因及合理性

2021年7月14日，根据公司IPO募投项目“汽车内外饰件扩产项目”和“汽车动力产品扩产项目”实际需要，新增实施主体沈阳神通，新增实施地点为沈阳市大东区，沈阳神通成立于2021年1月4日，新增实施主体原因主要为公司客户华晨宝马汽车有限公司位于沈阳的生产基地是宝马集团全球规模最大的生产基地，拥有大东、铁西两座整车厂、一座动力总成工厂以及一个研发中心，公司为了便于就近供货，因此在沈阳市大东区设立沈阳神通实施募投项目。

2023年2月1日，根据公司IPO募投项目“汽车内外饰件扩产项目”实际需要，在上述2021年7月新增实施主体沈阳神通的基础上，再新增实施主体上海鸣羿，新增实施地点为中国（上海）自由贸易试验区临港新片区，上海鸣羿成立于2022年11月29日，新增实施主体原因主要为公司A客户生产基地亦位于上海临港新片区，公司为了便于供货，因此在上海临港新片区设立上海鸣羿实施募投项目。

综上，公司前次募投项目新增实施主体主要系公司为提高服务质量和响应速度，所布局的下游客户配套项目，具有合理性。

### ②前次募投项目延期的原因及合理性

2021年7月发行人新增沈阳神通实施募投项目“汽车动力产品扩产项目”和“汽车内外饰件扩产项目”。募投项目开始实施后，原定于2023年1月结项，由于以下几方面原因延期至2024年1月：A.由于外部不利因素影响，致使工程物资采购、物流运输、人员施工等比原计划延缓；B.由于沈阳建设海绵城市和燃气安全新规定等要求，致使建设工程配套设施预计2023年5月才能完成验收；

C.供给宝马公司的发动机罩盖和座椅护罩两款产品需于 2023 年下半年方能完成产品试生产；D.2023 年 2 月，新增上海鸣羿实施募投项目“汽车内外饰件扩产项目”，配套 A 客户产品，预计于 2023 年 6 月开始产品试生产，也是“汽车内外饰件扩产项目”延期的主要原因之一。

“汽车智能产品生产建设项目”原定于 2023 年 1 月结项，公司在立项时定位于高端智能化产品，比如智能进入系统等，产品由下游整车厂客户选装（选装是指下游整车厂客户造车时非必须装配零部件，而是在造车时将智能产品装配到部分高配版车型上或者由 4S 店负责给车辆用户安装），该项目由于客户需求尚未全面释放，与原定预期存在一定的时间差异，因此延期至 2024 年 1 月，具体分析如下：公司智能化产品原定于 2023 年 1 月结项时会有量产订单，但目前该项目处于下游客户开发推广阶段，有少量样件订单，项目开发进度会随着下游整车厂客户需求确认。随着客户开发工作持续推进，预计 2023 年下半年会有量产订单，届时生产设备会根据下游整车厂具体车型需求采购，项目建设资金也会按照使用计划逐步投入，因此公司将该项目延期至 2024 年 1 月。

上述募投项目的实施进展与后续建设计划参见本问题“2、前次募投项目当前实施进展及后续使用计划，募集资金是否按变更后计划投入”之“（2）前次募投项目当前实施进展及后续使用计划”的具体内容。

综上，公司前次募投项目新增实施主体系公司为提高服务质量和响应速度，所布局的下游客户配套项目，前次募投项目延期主要系相关项目建设计划推进有所延迟、城市建设和安全需求、产品试生产时间需配套客户需求进度等原因所致，公司前次募投项目新增实施主体、延期具有合理性。

## **（2）前次募投项目新增实施主体、延期是否履行相关程序**

公司前次募投项目新增实施主体、延期均履行了相关程序，具体情况如下：

### **1) 前次募投项目新增实施主体履行的程序**

#### **①新增实施主体沈阳神通履行的程序**

公司于 2021 年 7 月 14 日召开了第一届董事会第十六次会议及第一届监事会第九次会议，审议通过了《关于部分募投项目增加实施主体及实施地点的议案》，同意将公司“汽车动力产品扩产项目”和“汽车内外饰件扩产项目”在原实施主体神通科技的基础上，增加公司全资子公司沈阳神通为实施主体，对应增加的实

施地点为沈阳市大东区。监事会、独立董事、保荐机构对上述事项发表了同意的意见，公司并于 2021 年 7 月 15 日发布了《关于部分募投项目增加实施主体及实施地点的公告》。上述事项无需提交公司股东大会审议。

## ②新增实施主体上海鸣羿履行的程序

公司于 2023 年 2 月 1 日召开了第二届董事会第十五次会议及第二届监事会第十四次会议，审议通过了《关于部分募投项目新增实施主体、实施地点及实施方式的议案》，同意将公司“汽车内外饰件扩产项目”在原实施主体神通科技和公司全资子公司沈阳神通的基础上，增加公司全资子公司上海鸣羿为本募投项目实施主体，对应增加其经营场所为募投项目实施地点；同意公司将神通科技已购置的本募投项目涉及的部分设备按照公允价格租赁给上海鸣羿，或上海鸣羿根据募投项目进展情况使用募集资金自行采购部分设备以及支付相关募投项目支出的方式，由上海鸣羿在其场所实施本募投项目。监事会、独立董事、保荐机构对上述事项发表了同意的意见，公司并于 2023 年 2 月 2 日发布了《关于部分募投项目新增实施主体、实施地点及实施方式的公告》。

根据《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——规范运作》6.3.15 之规定，变更募集资金投资项目实施方式视为募集资金用途变更，2023 年 2 月 17 日，公司 2023 年第一次临时股东大会审议通过了《关于部分募投项目新增实施主体、实施地点及实施方式的议案》。

## 2) 前次募投项目延期履行的程序

公司于 2023 年 3 月 21 日召开第二届董事会第十七次会议和第二届监事会第十六次会议，审议通过了《关于部分首次公开发行股票募投项目延期的议案》，根据募集资金实际使用以及募投项目实施情况，将首次公开发行股票募投项目“汽车内外饰件扩产项目”、“汽车动力产品扩产项目”、“汽车智能产品生产建设项目”预定达到可使用状态时间由 2023 年 1 月调整为 2024 年 1 月。监事会、独立董事、保荐机构对上述事项发表了同意的意见，公司并于 2023 年 3 月 22 日发布了《关于部分首次公开发行股票募投项目延期的公告》。上述事项无需提交公司股东大会审议。

## (3) 项目实施环境是否发生变化

### 1) 宏观经济和行业发展等外部因素未出现重大不利变化

宏观经济方面，国民经济的稳定健康增长是项目实施的良好基础。今年的政府工作报告提出，2023年国内生产总值增长的预期目标是5%左右，《投资蓝皮书：中国投资发展报告（2023）》指出，今年我国宏观经济运行有望呈现“前升后稳”格局。预计今年社会消费品零售总额增速在7%左右，固定资产投资累计同比增速有望达到4.5%。

行业方面，2023年以来，影响汽车行业的部分不利因素已得到有效缓解，国内汽车行业整体恢复良好，尤其是在国务院支持国内汽车行业发展等一系列稳增长、促消费政策的有效拉动下，全国乘用车市场销售回暖，带动汽车零部件行业复苏。中国汽车工业协会预计，2023年汽车市场将继续呈现稳中向好发展态势，实现3%左右增长。截至2022年底，我国汽车保有量达3.19亿辆，占机动车总量76.59%，同比增长5.81%。千人汽车保有量达到225辆，平均每百户家庭拥有汽车达到60辆，与发达国家还有一定差距。未来随着居民收入的不断提高，消费的不断升级，汽车市场还有较大的增长空间。

因此，无论是宏观经济环境还是市场环境均有利于募投项目的实施。

## 2) 公司前次募投项目实施的内部环境未发生重大不利变化

公司主营业务为汽车非金属部件及模具的研发、生产和销售，主要产品包括汽车动力系统零部件、饰件系统零部件和模具类产品等。公司经营管理及核心技术团队稳定，拥有高素质员工团队、持续的技术研发能力、丰富的客户资源以及强大的市场开发能力。报告期内，公司营业收入稳定，公司与主要客户保持了长期稳定的合作关系，通过多年业务深耕，公司除供货给上汽通用、一汽-大众、上汽通用五菱、日产、宝马、北京现代、上汽大众、吉利控股、广汽集团、奇瑞捷豹路虎、东风公司、长城汽车等知名整车厂及延锋汽车饰件、佛吉亚、李尔、恩坦华等国内外知名汽车零部件企业外，也成功进入了新能源汽车领域，陆续获得蔚来汽车、A客户等知名新能源汽车客户的认可并批量供货。基于公司现有客户年度采购协议、提名信及实际项目情况并结合行业数据进行预计，公司2023年度在手订单约18亿元，预计2023年度实现营业收入150,000.00万元至160,000.00万元，其中来自于新项目订单预计转化收入金额约为30,000.00万元至33,000.00万元。公司不断围绕客户需求进行新产品开发和适配，持续取得积极成效。公司与主要客户合作稳定，在手订单储备丰富，并且新项目订单较多，

公司能够紧跟市场趋势覆盖各类车型满足客户需求，公司具备良好的持续经营能力。具体详见本回复之“问题三、关于经营业绩”之“二、结合下游领域发展情况、公司业务发展规划、与主要客户的合作情况及在手订单等情况，分析毛利率、净利润未来可预见的变动趋势”之“（三）与主要客户的合作情况及在手订单情况”。

因此，公司前次募投项目实施的内部环境未发生重大不利变化。

### 3) 公司前次募投项目正在有序推进

截至 2023 年 3 月 31 日，公司首次公开发行股票募投项目“汽车内外饰件扩产项目”、“汽车动力产品扩产项目”、“汽车智能产品生产建设项目”正在有序推进，前次募投项目延期具有合理性，项目实施预计不存在障碍，上述募投项目募集资金使用进度如下表：

单位：万元

序号	项目名称	实施主体	拟使用募集资金投入金额	募集资金累计投入金额	募集资金使用进度
1	汽车内外饰件扩产项目	神通科技、沈阳神通、上海鸣羿	5,374.93 <sup>注</sup>	3,146.15	58.53%
2	汽车动力产品扩产项目	神通科技、沈阳神通	14,030.13	11,095.75	79.09%
3	汽车智能产品生产建设项目	神通科技	3,323.18	2,653.35	79.84%

注：5,374.93 万元包含“汽车高光外饰件扩产项目”转入的 2,064.05 万元。

综上，公司前次募投项目实施环境未发生重大不利变化。

## 2、前次募投项目当前实施进展及后续使用计划，募集资金是否按变更后计划投入

### （1）前次募投项目当前实施进展

截至 2023 年 3 月 31 日，公司首次公开发行股票所募集资金使用情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	拟使用募集资金金额	实际使用金额	使用进度
1	汽车内外饰件扩产项目	19,310.88	5,374.93	3,146.15	58.53%
2	汽车动力产品扩产项目	17,622.84	14,030.13	11,095.75	79.09%
3	汽车智能产品生产建设项目	5,323.18	3,323.18	2,653.35	79.84%
4	汽车高光外饰件扩产项目	12,931.86	10,867.81	10,970.21	100.94%
5	研发中心建设项目	10,618.98	2,618.98	2,642.23	100.89%
6	补充流动资金项目	5,000.00	5,000.00	5,000.00	100.00%

1) 已结项项目

上表中的“补充流动资金项目”募集资金已于 2021 年 4 月使用完毕（详见公司 2021 年 4 月 14 日发布的《关于部分募集资金账户注销的补充更正公告》）；“研发中心建设项目”募集资金已使用完毕，已于 2023 年 3 月结项并投入使用（详见公司 2023 年 3 月 22 日发布的《关于部分首次公开发行股票募投项目结项并将剩余募集资金投资其他募投项目的公告》）；“汽车高光外饰件扩产项目”已于 2023 年 3 月结项并投入使用，公司将剩余募集资金人民币 2,064.05 万元（具体金额以该项目募集资金转出之日银行实际余额为准）全部转入在建募投项目“汽车内外饰件扩产项目”的建设使用（详见公司 2023 年 3 月 22 日发布的《关于部分首次公开发行股票募投项目结项并将剩余募集资金投资其他募投项目的公告》）。

2) 尚在实施项目

前次募投项目“汽车内外饰件扩产项目”、“汽车动力产品扩产项目”和“汽车智能产品生产建设项目”当前实施进展与后续建设计划如下：

项目名称	项目或工作内容	预计完成时间	目前进展
汽车内外饰件扩产项目	项目前期工作	2021 年 6 月	已完成
	土建工程	2022 年 11 月	已完成
	设备订货采购	2022 年 8 月	已完成
	设备安装调试	2023 年 3 月	已完成
	人员招聘培训	2023 年 7 月	进行中
	试生产/投产	2023 年 8 月	进行中
汽车动力产品扩产项目	项目前期工作	2021 年 6 月	已完成
	土建工程	2022 年 11 月	已完成
	设备订货采购	2022 年 10 月	已完成
	设备安装调试	2023 年 6 月	进行中
	人员招聘培训	2023 年 6 月	进行中
	试生产/投产	2023 年 7 月	进行中
汽车智能产品生产建设项目	项目前期工作	2021 年 12 月	已完成
	土建工程	2022 年 10 月	已完成
	设备订货采购	2023 年 10 月	进行中
	设备安装调试	2023 年 11 月	进行中
	人员招聘培训	2023 年 9 月	进行中
	试生产/投产	2023 年 12 月	进行中

如上表所示，上述三个项目正在按计划有序投入，总体进度符合项目预期。

## (2) 募集资金后续使用计划

上述三个项目募集资金的后续使用计划如下表所示：

单位：万元

募集资金后续使用计划 <sup>注1</sup>								
项目名称	项目投资总额	拟使用募集资金金额	已使用金额	尚未使用金额	2023年8月前募集资金使用计划		2024年1月前募集资金使用计划	
					金额	比例	金额	比例
汽车内外饰件扩产项目 <sup>注2</sup>	19,310.88	5,374.93	3,146.15	2,228.78	2,100.00	97.60%	128.78	100.00%
汽车动力产品扩产项目	17,622.84	14,030.13	11,095.75	2,934.38	2,600.00	97.62%	334.38	100.00%
汽车智能产品生产建设项目	5,323.18	3,323.18	2,653.35	669.83	376.48	91.17%	293.35	100.00%

注 1：上述募集资金安排系根据项目目前建设情况预测，不构成相关承诺，实际投资进度将视项目实际建设进度情况而定。未来使用计划金额未考虑利息和手续费因素。

注 2：“汽车内外饰件扩产项目”拟使用募集资金金额已考虑“汽车高光外饰件扩产项目”转入的 2,064.05 万元。

## (3) 募集资金是否按变更后计划投入

“汽车内外饰件扩产项目”和“汽车动力产品扩产项目”于 2021 年 7 月新增实施主体沈阳神通，并签订了募集资金专户存储监管协议，具体账户开立情况如下：

开户主体	开户行	募集资金专户账号	对应募集资金投资项目
沈阳神通汽车	中国农业银行股份	39613001040019017	汽车动力产品扩产项目
部件有限公司	有限公司余姚市支行	39613001040018993	汽车内外饰件扩产项目

“汽车内外饰件扩产项目”于 2023 年 2 月新增实施主体上海鸣羿，目前募集资金专户存储监管协议正在签署中。

上述项目目前正在有序进行，预期实施进度详见本回复“2、前次募投项目当前实施进展及后续使用计划，募集资金是否按变更后计划投入”之“(1)前次募投项目当前实施进展”之“2)尚在实施项目”，募集资金正按变更后计划逐步投入。



## （二）会计师核查情况

### 1、执行的核查程序

针对上述事项，申报会计师主要实施了以下核查程序：

（1）现场实地查看了前次募投项目进展状况；查阅了前次募集资金可行性分析报告；查阅了发行人募集资金使用进度；

（2）就前次募投项目建设进度、募投项目变更及延期的原因及合理性等事项对发行人相关人员进行了访谈；

（3）查阅了《上海证券交易所上市公司自律监管指引第1号——规范运作》；查阅了发行人披露的关于前次募投项目的相关公告以及相关的三会决议文件；

（4）查阅了公司董事会关于前次募集资金使用情况的专项报告。

### 2、核查意见

经执行上述核查程序，我们认为：

（1）公司前次募投项目新增实施主体系公司为提高服务质量和响应速度，所布局的下游客户配套项目，前次募投项目延期主要系相关项目建设计划推进有所延迟、城市建设和安全需求、产品试生产时间需配套客户需求进度等原因所致，公司前次募投项目新增实施主体、延期具有合理性；公司已经履行相关程序，项目实施环境未发生重大不利变化；

（2）公司前次募投项目中的“补充流动资金项目”募集资金已于2021年4月使用完毕；“研发中心建设项目”募集资金已使用完毕，已于2023年3月结项并投入使用；“汽车高光外饰件扩产项目”已于2023年3月结项并投入使用。前次募投项目中的“汽车内外饰件扩产项目”、“汽车动力产品扩产项目”和“汽车智能产品生产建设项目”正在按计划有序投入，总体进度符合项目预期。募集资金正按变更后计划逐步投入。

二、关于落实函问题“问题3、根据申报材料，报告期主要产品毛利率变动主要系产品结构变化所致，主要包括：上汽通用别克昂科威部分车型存在停产情况，上汽通用别克GL8、别克英朗、上汽通用五菱五菱宏光等车型对应的整车厂对公司零部件的订单量下降导致公司产量下降。请发行人说明：（1）结合部分车型停产及订单量下降的背景说明报告期内产品结构变动的原因及合理性，与上汽通用等主要客户合作的可持续性，是否存在对特定客户或特定车型的重大依赖；（2）结合下游领域发展情况、公司

业务发展规划、与主要客户的合作情况及在手订单等情况，分析毛利率、净利润未来可预见的变动趋势。请保荐机构及申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

### （一）发行人说明

1、结合部分车型停产及订单量下降的背景说明报告期内产品结构变动的原因及合理性，与上汽通用等主要客户合作的可持续性，是否存在对特定客户或特定车型的重大依赖

（1）结合部分车型停产及订单量下降的背景说明报告期内产品结构变动的原因及合理性

#### 1) 公司业绩变动情况及影响因素

报告期各期，公司实现净利润分别为 11,664.75 万元、9,510.02 万元和 4,504.98 万元，2022 年度公司净利润较 2021 年度下降幅度较大。

2022 年度公司主要财务数据与 2021 年度变动比较分析如下：

单位：万元

项目	2022 年度	变动金额	变动比例	2021 年度
营业收入	142,883.68	5,014.61	3.64%	137,869.07
营业成本	114,996.19	7,836.47	7.31%	107,159.72
毛利率	19.52%		-2.76%	22.27%
营业毛利	27,887.50	-2,821.85	-9.19%	30,709.35
其中：销售费用	2,351.47	-169.21	-6.71%	2,520.68
管理费用	10,872.12	494.18	4.76%	10,377.94
研发费用	8,337.40	1,836.49	28.25%	6,500.91
财务费用	-551.90	-309.85	128.01%	-242.05
资产减值损失（损失以“—”号填列）	-3,230.68	-1,588.54	96.74%	-1,642.14
营业利润	3,454.60	-7,104.95	-67.28%	10,559.55
利润总额	3,577.89	-6,887.36	-65.81%	10,465.25
净利润	4,504.98	-5,005.04	-52.63%	9,510.02
归属于上市公司股东的净利润	4,504.98	-5,078.18	-52.99%	9,583.16

由上表可知，公司 2022 年度实现净利润 4,504.98 万元，较 2021 年度同比下降-52.99%，公司业绩变动主要系：一是由于产品结构变动导致营业毛利发生变动，二是研发费用增长导致期间费用增加，三是资产减值损失计提增加导致营业

利润总额减少所致。

其中，研发费用和资产减值损失对公司 2022 年度业绩影响的分析详见《神通科技集团股份有限公司公开发行可转换公司债券申请文件反馈意见回复》问题 9 第（3）小问回复的具体内容。

下文仅对产品结构变动对公司毛利率及毛利变动的影响进行分析。

## 2) 产品结构变动对公司毛利率及毛利影响情况

①公司报告期内收入和利润主要来自门护板、车身饰件、仪表板和进气系统四类产品

报告期内，公司主营业务收入按照产品类别构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度		
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	
饰 件 系 统	门护板	37,816.37	26.79%	41,382.96	30.58%	45,813.46	31.33%
	车身饰件	35,018.07	24.81%	32,179.50	23.78%	24,423.96	16.70%
	仪表板	16,852.41	11.94%	15,851.49	11.71%	19,790.01	13.53%
	其他	882.12	0.62%	861.06	0.64%	971.54	0.66%
	小计	90,568.97	64.16%	90,275.01	66.72%	90,998.96	62.22%
动 力 系 统	进气系统	20,676.72	14.65%	20,543.80	15.18%	21,992.50	15.04%
	润滑系统	11,488.99	8.14%	11,266.72	8.33%	13,554.01	9.27%
	正时系统	4,598.65	3.26%	4,323.04	3.19%	5,944.40	4.06%
	动力罩盖	2,178.65	1.54%	1,718.03	1.27%	1,632.25	1.12%
	冷却系统	367.55	0.26%	326.09	0.24%	858.99	0.59%
	小计	39,310.56	27.85%	38,177.69	28.21%	43,982.14	30.07%
模具类	9,761.13	6.91%	5,303.70	3.92%	10,502.89	7.18%	
其他	1,530.71	1.08%	1,554.08	1.15%	759.17	0.52%	
合计	141,171.37	100.00%	135,310.48	100.00%	146,243.17	100.00%	

由上表可见，公司报告期内饰件系统产品和动力系统产品销售占比较高，两者合计占主营业务收入的比例均在 90%以上。

报告期内，公司收入和利润主要来自门护板、车身饰件、仪表板和进气系统四类产品，上述四类产品合计占主营业务收入的比例达 75%以上，其他产品实现的主营业务收入和毛利占比相对较低，对主营业务综合毛利率影响较小，此处仅对主要产品的毛利率变动进行分析。

②公司报告期内产品结构变动对综合毛利率影响分析

报告期各期，公司综合毛利率分别为 23.04%、22.27%和 19.52%，2021 年度毛利率较 2020 年度变动较小，2022 年度毛利率较 2021 年度变动幅度相对较大。

2022 年度，公司主要产品的毛利率变动情况如下：

产品	2022 年度		2021 年度
	毛利率	变动	毛利率
门护板	16.51%	-2.14%	18.65%
车身饰件	21.25%	-6.21%	27.47%
仪表板	22.62%	-1.44%	24.06%
进气系统	16.80%	-2.74%	19.54%

上述主要产品 2022 年度毛利率变动原因具体分析如下：

产品	毛利率变动分析
门护板	2022 年，门护板类产品毛利率下降 2.14%，主要系①受上汽通用别克昂科威部分车型于 2021 年 12 月停产影响，公司配套别克昂科威车型的立柱饰板和尾门饰板总成收入占比下降，带动该类产品综合毛利率下降 2.12%；②淋涂生产线转入固定资产增加，公司为上汽集团凯迪拉克配套的立柱饰板等产品成本上升，带动该类产品综合毛利率下降 0.82%
车身饰件	2022 年，车身饰件类产品毛利率下降 6.21%，主要系①来自上汽通用别克 GL8 车型订单量下降，公司配套的毛利率较高的塑料车窗等产品收入占比下降，带动该类产品综合毛利率下降 4.10%；②受下游上汽通用别克英朗整车销量下降影响，公司配套的车身饰件产品收入占比下降，带动该类产品综合毛利率下降 1.00%
仪表板	波动相对平稳
进气系统	2022 年，公司进气系统类产品毛利率较 2021 年下降 2.74%，主要系①2022 年供给上汽通用五菱相关车型的 N15 发动机的毛利率较高的进气歧管收入占比下降，带动该类产品毛利率下降 1.85%；②配套 515K 发动机平台的毛利率较高的进气歧管产品收入占比下降，带动该类产品毛利率下降 0.91%

2022 年度，公司毛利率变动主要系产品结构变化所致，主要包括：上汽通用别克昂科威部分车型于 2021 年末停产，导致公司立柱饰板、尾门饰板总成和导流件总成产品销量下降；上汽通用别克 GL8 订单量下降导致公司塑料车窗产品销量下降；上汽通用别克英朗整车产量下降导致公司车身饰件销量下降；上汽通用五菱相关车型对应的整车销量下降，进而对公司零部件的订单量下降导致公

公司产品销量下降等。

### ③公司产品结构变动对营业毛利影响分析

从营业毛利变动来看，2022年度公司营业毛利较2021年度下降2,821.85万元，主要系产品结构变动导致毛利变动所致。2022年度与2021年度相比，公司分产品对应车型的产品结构变动对公司营业毛利金额的影响列表分析如下：

单位：万元

产品种类	产品小类	配套车型	2022年度毛利影响金额
门护板	立柱饰板和尾门饰板总成	上汽通用别克昂科威	-897.28
门护板	立柱饰板	上汽集团凯迪拉克	-369.40
车身饰件	塑料车窗等	上汽通用别克GL8车型	-1,064.63
	车身饰件	上汽通用别克英朗	-312.78
进气系统	进气歧管	上汽通用五菱相关车型的 N15发动机	-378.87
	进气歧管	515K发动机平台	-184.66
合计			-3,207.62

注：上表中“上汽通用”指上汽集团与通用合营企业，“上汽通用五菱”为上海汽车集团股份有限公司（简称“上汽集团”）所属品牌。

由上表可知，2022年度，公司毛利减少主要受上汽通用和上汽集团下属部分终端车型采购的公司对应汽车零部件产品的产品结构变动所致。

### 3) 公司对上汽通用等客户产品销量下降与其终端车型销量变动趋势相符

公司与下游客户具有长期的合作关系，未发生重大质量事故或产品纠纷，合作情况良好。

但与此同时，受下游客户上汽通用、上汽集团及其下属公司的部分车型或发动机平台销量下降影响，公司相关产品销量有所下降。

2022年度，公司对上汽通用、上汽集团的销售产品对应终端车型销量变动情况如下：

单位：万辆

客户名称	主要车型	2022年度销量	变动比例	2021年度销量
上汽集团与通用合营企业	别克GL8	116,257	-31.62%	170,011
	全新英朗	63,744	-75.76%	263,017
	昂科威	172,479	17.75%	146,476
上海汽车集团股份有限公司	五菱荣光	119,717	-33.56%	180,189

客户名称	主要车型	2022 年度销量	变动比例	2021 年度销量
	五菱之光	24,008	-40.04%	40,039
	宝骏系列	189,810	-14.46%	221,897
	凯迪拉克	215,233	-7.65%	233,119

注 1：上表数据来源于乘联会，全称为“乘用车市场信息联席会”，英文简称 CPCA，成立于 1994 年，原名全国轿车市场信息联谊会。乘联会也是中国流通协会下属的汽车市场研究分会。

注 2：上表中别克昂科威车型销量数据为多款细分车型的合计销量，乘联会合并统计，未披露细分车型的销量数据。

注 3：上表中五菱荣光和五菱之光销量数据来源于同花顺行业数据，乘联会未公布对应细分车型的销量数据。

由上表可知，除昂科威车型外，2022 年度，公司客户上汽通用、上汽集团对应车型的销量呈下降趋势，与公司对前述客户的零部件销量变动趋势相符，符合公司实际情况。

根据行业销售数据，昂科威系列车型 2022 年度销量较 2021 年度上升 17.75%，但公司对昂科威车型的零部件收入有所下降，与行业变动趋势有所差异，主要系行业销售数据包含昂科威多款车型的总体销量，但公司仅供应昂科威部分车型，个别车型停产致使对应的客户采购需求下降，使公司对应的收入减少，虽然昂科威其他车型对公司的采购量有所增加，但未能完全弥补前述停产车型的销售收入和毛利下滑缺口，因此，总体来看，2022 年度公司对昂科威产品的收入下降符合公司实际情况，具有合理性。

#### 4) 部分车型停产及订单量下降的背景说明

2022 年度，公司对上汽通用、上汽集团相关车型配套产品销量下降与下游车型销量变动有关。下游部分车型停产及订单量下降，主要系相关车型产品迭代更新，消费者对旧款车型的购买需求降低，以及同品牌相似车型推出或市场同级别竞争车型增多所致。此外，市场上新能源车型逐渐增多，也挤占了一部分传统燃油车的市场份额。具体分析如下：

产品中类	销量受影响的主要产品	下游客户所属集团	下游产品销量变动情况	对应车型的性质	部分车型停产及订单量下降的背景
门护板、车身饰件	立柱饰板、尾门饰板总成、导流件总成	上汽集团与通用合营企业	别克昂科威部分车型于 2021 年 12 月停产	燃油车/SUV	①别克昂科威 2015 款车型随着新车型的推出逐渐停产； ②市场竞争产品增多，竞争激烈
车身饰件	车身防护板、导流件总成等		别克英朗整车产量下降	燃油车/轿车	①别克英朗车型原定生命周期接近尾声； ②别克品牌下属相似车型与别克英朗产生竞争关系，汽车市场上同级别竞争产品较多，竞争激烈
车身饰件	塑料车窗		上汽通用别克 GL8 车型产量下降	燃油车/MPV	①MPV 市场竞争加剧，上汽通用别克 GL8 车型市场推出以来，市场竞争对手较少，成为明星产品，但近两年大众、丰田、起亚、现代等合资品牌逐渐入局 MPV 市场，与此同时中国汽车品牌 MPV（岚图梦想家、腾势 D9、极氪 009 为代表的高端新能源 MPV）的加入导致竞争产品增多，也对 MPV 市场中原占优势地位的别克 GL8 的销量产生一定的冲击； ②别克 GL8 主要生产基地位于上海，2022 年上半年部分期间产量减少
进气系统	进气歧管	上海汽车集团股份有限公司	N15、B15 发动机平台配套产品产量下降，对应车型主要为上汽通用五菱相关车型	燃油车	受到市场竞争加剧、消费者需求变化、产品迭代等因素影响，五菱相关车型产销量下降

①新能源汽车市场占有率快速增长，挤占了传统燃油车的市场份额

2020 年以来，国内新能源汽车市场占有率快速增长，具体情况如下：

单位：万辆

年份	新能源汽车		传统燃油车		总产量
	产量	占比	产量	占比	
2020 年度	118.82	5.96%	1,875.68	94.04%	1,994.50
2021 年度	335.00	15.65%	1,804.90	84.35%	2,139.90
2022 年度	705.80	29.61%	1,677.80	70.39%	2,383.60

数据来源：中国汽车工业协会

由上表可知，2020 年以来，新能源汽车市场份额增长较快，2022 年度其市场份额达到 29.61%，产量较 2021 年度增长 110.69%，与之对应的传统燃油车产量市场份额快速下降至 70.39%。

新能源汽车市场份额的增长挤压了传统燃油车的市场份额，而导致公司毛利下降的主要终端车型均为燃油车，公司相关产品销量下降，与燃油车市场份额下降的趋势相符。

②新车型竞争产品增加，相关车型市场份额有所减少

近年来，受市场竞争加剧以及客户需求变化等因素影响，国内汽车市场新车型推出数量持续增长。2022 年全球共上市 131 款全新车型，其中有 62 款新车型都在中国市场，占比达 47%，平均每个月有 5 款全新车型在中国市场上市。

此外，一款新车的生命周期大约在 5 年左右，近年来随着我国汽车消费市场升级换代速度加快，并伴随着品牌化、高端化、个性化的演变，新车型生命周期大幅缩短，品牌车型和中高端车型愈发普及。

新车型推出数量增加和车型生命周期的缩短，加剧了市场竞争，导致相关车型市场份额有所减少。

5) 公司与下游整车厂进行新车型零部件持续共同研发，新项目订单不断转化，但目前公司仍以燃油车零部件收入为主，总体毛利率短期内预计难以明显改善，公司已采取扩大营收规模等方式，提升总体盈利水平

①基于公司较好的产品开发技术优势和产品交付能力，公司能够与下游整车厂进行新车型零部件持续共同研发，新项目订单不断转化

公司是国内知名的汽车非金属零部件一级配套供应商，拥有较强的技术研发能力及创新能力。公司具备产品与整车厂同步开发和模具自主开发能力，并已在



核心技术领域形成多项自主知识产权。

公司与整车厂形成了长期合作关系，存量业务稳定性相对较高。根据公司与下游整车厂的合作经验，公司成为整车厂的合格供应商后，当整车厂继续推出新车型时，对于同类零部件产品，通常会优先选取本公司进行同步研发，因此，公司一般能够持续取得存量客户新车型订单。

2022 年度，虽然公司下游主要客户的部分车型终端销量有所下滑，但公司仍能够持续获得新项目订单，预计 2023 年度产生收入的新项目具体情况如下：

客户名称	开始合作时间	2022 年度主要合作的产品	2022 年度主要合作车型/发动机平台	预计 2023 年度产生收入的新项目
上汽集团与通用合营企业	自主开发，自 2007 年合作至今，曾合作过或正在合作别克昂科威车型、别克威朗车型等配套项目	立柱饰板、塑料车窗、落水槽、防擦条/轮眉总成、导流件总成、发动机罩盖、进气歧管、尾门饰板总成等	别克昂科威、别克 GL8、别克君威、别克英朗、凯迪拉克、雪佛兰探界者等	别克 E5、凯迪拉克 GT4、凯迪拉克新款纯电 SUV、别克 GL8 世纪等的配套产品
中国第一汽车股份有限公司	自主开发，自 2005 年合作至今，曾合作过或正在合作宝来 NF 车型、探岳车型等配套项目	手套箱、立柱饰板、进气管、护板总成、储物盒总成、油气分离器、落水槽等	奥迪 A4L、EA211 发动机平台、奥迪 A6L、新速腾、ID.6Croz、探歌、探岳等	ID.7、新款 EA211 发动机平台等的配套产品
上海汽车集团股份有限公司	自主开发，自 2005 年合作至今，曾合作过或正在合作雪佛兰 ONIX 车型、五菱宝骏车型等配套项目	进气歧管、门开启把手总成、链条导轨等	D20、EA888、N15 发动机平台等	荣威 D-Sedan 等的配套产品
大众汽车股份有限公司	自主开发，自 2005 年合作至今，曾合作过或正在合作 EA211 发动机平台、EA888 发动机平台等配套项目	进气歧管、油底壳、进气管、油气分离器、链条导轨等	EA211、EA888 发动机平台等	新款 EA211 发动机平台的配套产品
A 客户	自主开发，自 2020 年合作至今，曾合作过或正在合作某车型配套项目	落水槽、立柱饰板等	某车型一、某车型二等	某车型二新款的配套产品
长城汽车股份有限公司	自主开发，自 2018 年合作至今，曾合作过或正在合作 HoverF5 车型、VV7 车型等	立柱饰板等	哈弗 H6 等	坦克 700、摩卡 DHT-PHEV、魏牌 MPV 等的配套产品

客户名称	开始合作时间	2022 年度主要合作的产品	2022 年度主要合作车型/发动机平台	预计 2023 年度产生收入的新项目
	配套项目			
蔚来控股有 限公 司	自主开发，自 2016 年合作至今，曾合作过或正在合作蔚来 ES8 车型、蔚来 ES6 车型等配套项目	立柱饰板、外立柱饰板等	蔚来 ES6、蔚来 ES8 等	蔚来新款 ES8、蔚来 EC6、蔚来 EC7 等的配套产品

②公司目前以燃油车零部件收入为主，总体毛利率短期内预计难以明显改善。从目前公司的存量客户及业务来看，公司收入仍以传统燃油车汽车零部件为主，客户也主要为燃油车客户，受到市场竞争车型增多以及新能源汽车冲击的影响，部分车型销量有所下降，从而导致公司对部分客户（如上汽通用、上汽集团等）的相应汽车零部件收入及毛利有所下降。

从公司的增量业务来看，公司与主要客户能够保持持续合作，持续获得主要客户新项目订单，新能源汽车零部件业务收入占比进一步提升，减少了前述部分原有车型受到车型迭代、市场竞品增多等不利因素对公司业绩的影响。

基于公司现有客户年度采购协议、提名信及实际项目情况并结合行业数据进行预计，公司 2023 年度在手订单约 18 亿元，预计 2023 年度可实现营业收入 150,000.00 万元至 160,000.00 万元，其中来自于新项目订单预计转化收入金额约为 30,000.00 万元至 33,000.00 万元。

由于新项目订单收入规模仍低于存量订单收入规模，公司短期内仍以燃油车零部件收入为主，总体毛利率短期内预计难以明显改善。

③公司已采取扩大营收规模等方式，提升公司总体盈利水平

报告期内，公司新能源汽车零部件收入呈现较快增长趋势，2021 年度至 2022 年度，公司分别实现新能源汽车零部件收入 8,194.73 万元和 14,512.63 万元，占公司汽配板块销售收入比例由 6.30%提升至 11.04%。2023 年度，公司预计可实现新能源汽车零部件收入占比进一步提升至约 18%。新能源汽车收入占比的提升，有助于改善公司盈利水平，在一定程度上弥补了存量业务毛利下滑的局面。

此外，公司本次可转债募集资金拟投入光学镜片生产基地建设项目，项目建设完成达产后，预计可实现新增年销售含税收入 115,490.00 万元，有助于优化公司产品结构，改善毛利率和盈利水平。

综上所述：

A.2022 年度公司营业毛利下滑主要系受新能源汽车对燃油车市场份额挤压，新车型数量推出增多以及车型生命周期缩短等影响，公司主要客户部分车型停产或采购需求下降，具体到终端车型方面，如上汽通用的别克昂科威、别克 GL8、别克英朗、上汽通用五菱等相关车型的销量变动是 2022 年营业毛利下降的主要因素。

B.公司已采取相关措施改善公司毛利率和净利润规模，如提升新能源汽车零部件收入占比、取得燃油车新车型项目订单、加强汽车智能化领域新产品研发和将本次募集资金投入光学镜片生产基地建设项目等。2023 年度，主要受新能源汽车零部件业务收入上升以及新订单收入转化的积极影响，公司预计 2023 年度营业收入和净利润规模高于 2022 年度。

C.由于公司目前存量业务仍以燃油车零部件收入为主，虽然公司能持续获取新项目订单并转化收入，但是由于增量项目收入规模仍低于存量业务，新项目的订单转化也需要一定的周期，新项目的毛利率贡献短期内难以弥补存量项目毛利率下滑的缺口，因此公司预计短期内毛利率难以明显改善。公司已采取扩大营收规模等方式，提升公司总体盈利水平。从长期来看，随着新项目收入占比的不断提升，公司预计毛利率水平会得到改善，2022 年度业绩大幅下滑的情况不会再次发生。

结合以上分析，报告期内公司产品结构变动与相关终端车型销量变动趋势相符，具有合理性。

## (2) 与上汽通用等主要客户合作的可持续性

报告期内，影响公司毛利率变动的主要客户为上汽通用、上汽集团，公司与前述主要客户的合作方式如下：

客户名称	开发方式及合作历史	合同签订方式	是否存在长期合作协议
上汽集团与通用合营企业	自主开发，自 2007 年合作至今，曾合作过或正在合作别克昂科威车型、别克威朗车型等配套项目	在框架协议基础上，签订定点合同，以具体订单方式执行	是
上海汽车集团股份有限公司	自主开发，自 2005 年合作至今，曾合作过或正在合作雪佛兰 ONIX 车型、五菱宝	在框架协议基础上，签订定点合同，以具体订单方	是

客户名称	开发方式及合作历史	合同签订方式	是否存在长期合作协议
	骏车型等配套项目	式执行	

由上表可知，公司与上汽通用、上汽集团保持了长期稳定的合作关系，并签订了框架协议。具体项目合作过程中，双方一般先签订定点合同，再以具体订单方式执行。由于汽车零部件行业较高的供货壁垒，整车厂供应商转换成本较高，由于公司在汽车注塑件产品方面具有一定的市场竞争优势，已取得的前述客户在手订单较多，未来与主要客户的合作具有可持续性。

此外，上汽通用、上汽集团是中国汽车市场的头部企业，长期以来在我国汽车市场占据优势地位。除目前正在合作的项目以外，公司预计还将与上汽通用、上汽集团针对多种新车型展开合作，包括但不限于荣威 D-Sedan（新能源）、GL8 世纪、别克 E5（新能源）、新雪佛兰探界者（新能源）、凯迪拉克 GT4、凯迪拉克新款纯电 SUV（新能源）等诸多车型，未来合作前景广阔。

综上，公司与上汽通用等主要客户形成了长期合作关系，已取得在手订单较多，未来将持续保持合作，公司与上汽通用等主要客户合作具有可持续性。

### （3）是否存在对特定客户或特定车型的重大依赖

1) 报告期各期公司前五名单个客户收入占比均未超过当期收入的 50%，不存在对特定客户的重大依赖

报告期各期，公司对前五名客户销售情况如下：

单位：万元

2022 年度			
序号	客户名称	金额	销售收入占比
1	上汽集团与通用合营企业	41,037.82	28.72%
2	中国第一汽车股份有限公司	25,556.66	17.89%
3	上海汽车集团股份有限公司	18,347.44	12.84%
4	大众汽车股份公司	13,954.81	9.77%
5	A 客户	6,343.27	4.44%
合计		105,240.00	73.65%
2021 年度			
序号	客户名称	金额	销售收入占比
1	上汽集团与通用合营企业	46,560.70	33.77%

2022 年度			
2	中国第一汽车股份有限公司	22,524.34	16.34%
3	上海汽车集团股份有限公司	20,359.92	14.77%
4	大众汽车股份公司	13,829.23	10.03%
5	长城汽车股份有限公司	3,971.47	2.88%
合计		107,245.65	77.79%
2020 年度			
序号	客户名称	金额	销售收入占比
1	上汽集团与通用合营企业	54,615.79	36.75%
2	中国第一汽车股份有限公司	27,622.77	18.58%
3	上海汽车集团股份有限公司	19,186.79	12.91%
4	大众汽车股份公司	16,802.85	11.30%
5	蔚来控股有限公司	2,805.84	1.89%
合计		121,034.05	81.43%

由上表可知,报告期内,公司前五大客户的销售收入占比合计数呈下降趋势,客户集中度有所降低,抗风险能力有所提升。报告期各期公司前五名单个客户收入占比均未超过当期收入的 50%,不存在对特定客户的重大依赖。

2) 报告期各期,公司配套前五大客户单个主要车型或发动机平台的产品收入占比相对较小,不存在对特定车型的重大依赖

报告期各期，公司配套前五大客户主要车型或发动机平台产品形成收入情况如下：

单位：万元

客户名称	产品配套的主要车型 或发动机平台	2022 年收入	占比	2021 年收入	占比	2020 年收入	占比
上汽集团与通用合营企业	别克 GL8	9,675.75	6.77%	11,684.52	8.48%	10,710.76	7.21%
	别克昂科威	8,869.09	6.21%	10,046.66	7.29%	12,957.65	8.72%
	别克英朗	3,068.74	2.15%	5,776.21	4.19%	6,193.21	4.17%
	小计	21,613.58	15.13%	27,507.38	19.95%	29,861.63	20.09%
中国第一汽车股份有限公司	奥迪 A4L	5,776.21	4.04%	2,094.84	1.52%	1,993.94	1.34%
	EA211	5,571.22	3.90%	2,908.60	2.11%	3,633.90	2.44%
	奥迪 A6/A6L	3,531.34	2.47%	4,586.07	3.33%	5,709.99	3.84%
	新速腾	3,015.43	2.11%	3,447.90	2.50%	4,819.04	3.24%
	迈腾 B8L	40.18	0.03%	2,661.86	1.93%	3,710.15	2.50%
	小计	17,934.38	12.55%	15,699.26	11.39%	19,867.02	13.37%
上海汽车集团股份有限公司	D20	2,364.22	1.65%	2,617.33	1.90%	1,308.67	0.88%
	CN180/CN200/CN100	1,446.87	1.01%	1,328.40	0.96%	2,795.18	1.88%
	N15	1,353.25	0.95%	3,310.83	2.40%	3,823.62	2.57%
	小计	5,164.34	3.61%	7,256.57	5.26%	7,927.47	5.33%
	EA211	8,209.17	5.75%	8,650.61	6.27%	11,113.92	7.48%
大众汽车股份公司	EA888 GEN3 BZ	3,878.23	2.71%	3,514.98	2.55%	4,059.64	2.73%
	EA888 GEN3	1,790.46	1.25%	1,473.38	1.07%	1,764.62	1.19%

客户名称	产品配套的主要车型 或发动机平台	2022 年收入	占比	2021 年收入	占比	2020 年收入	占比
	小计	13,877.86	9.71%	13,638.97	9.89%	16,938.19	11.40%
A 客户	某车型一	5,294.03	3.71%	2,296.54	1.67%	15.06	0.01%
	某车型二	484.43	0.34%	527.80	0.38%	254.08	0.17%
	小计	5,778.46	4.04%	2,824.34	2.05%	269.14	0.18%
长城汽车股份有限公司	哈弗 H6	2,366.64	1.66%	2,204.42	1.60%	982.02	0.66%
	哈弗 H6S	110.17	0.08%	48.25	0.03%	-	0.00%
	魏牌 拿铁	34.02	0.02%	4.39	0.00%	-	0.00%
	魏牌 玛奇朵	4.11	0.00%	14.97	0.01%	-	0.00%
	小计	2,514.94	1.76%	2,272.04	1.65%	982.02	0.66%
蔚来控股有限公司	蔚来 ES6	1,488.98	1.04%	1,198.60	0.87%	612.92	0.41%
	蔚来 ES8	1,053.34	0.74%	1,249.38	0.91%	661.39	0.44%
	蔚来 ES7	206.10	0.14%	0.02	0.00%	-	0.00%
	小计	2,748.42	1.92%	2,448.00	1.78%	1,274.31	0.86%
合计		69,632.00	48.73%	71,646.55	51.97%	77,119.78	51.89%

注：上表列示报告期各期公司为前五大客户配套产品形成收入最多的三个车型或发动机平台。

报告期内，公司对特定车型的产品的销售金额占全年销售总额的比例相对较小，不存在对特定车型的重大依赖。

### 3) 公司新客户及新产品开拓进展情况

报告期内，公司持续主动积极开发新客户，并成功进入了理想汽车、东风岚图、蔚来汽车、A 客户等客户的供应商体系，拓展了客户资源。当前公司产品所配套的车型较为分散，涵盖的车型种类丰富，对高中低端车型实现全覆盖，并且每年都不断迭代更新。随着公司不断开发新项目，预计未来还将配套供应领克、坦克、魏牌、蔚来、理想等国产品牌的新款车型，从而进一步丰富产品结构。

在新能源汽车快速发展的良好环境下，2021 年至 2022 年，公司分别实现新能源车汽车零部件收入 8,194.73 万元和 14,512.63 万元，占公司汽配板块销售收入比例由 6.30%提升至 11.04%。公司配套 A 客户、蔚来、大众 ID 系列的产品实现明显增长，其中 2022 年公司来自 A 客户的收入相比 2021 年增加 3,528.43 万元，在一定程度上弥补了公司对上汽集团与通用合营企业、上海汽车集团股份有限公司产品收入下降的缺口。

2023 年公司将继续开拓新客户和新产品，预计 2023 年可实现新能源车汽车零部件收入占公司汽配板块销售收入比例约 18%，新能源汽车零部件收入占比进一步提升，顺应了行业发展趋势，能够有效提升公司盈利能力。

综上所述，公司不存在对特定客户或特定车型的重大依赖。

## 2、结合下游领域发展情况、公司业务发展规划、与主要客户的合作情况及在手订单等情况，分析毛利率、净利润未来可预见的变动趋势

### (1) 下游领域发展情况

#### 1) 汽车行业发展前景广阔

2022 年，我国汽车产销已经连续 14 年稳居全球第一，但与此同时，国内汽车制造业也面临着全球宏观经济下行、汽车芯片短缺、油价和原材料价格高涨等多重负面因素的冲击，导致中国汽车行业面临下行压力。据中国工业汽车协会数据统计，我国 2022 年全年终端汽车零售总数为 2,625 万辆，同比 2021 年度下降 2.23%，行业景气度欠佳。

2023 年以来，影响汽车行业的部分不利因素已得到有效缓解，国内汽车行业整体恢复良好，尤其是国务院支持国内汽车行业发展等一系列稳增长、促消费政策的有效拉动下，全国乘用车市场销售回暖，带动汽车零部件行业复苏。中国汽车工业协会预计，2023 年汽车市场将继续呈现稳中向好发展态势，实现 3%左右增长。



截至 2022 年底，我国汽车保有量达 3.19 亿辆，占机动车总量 76.59%，同比增长 5.81%。千人汽车保有量达到 225 辆，平均每百户家庭拥有汽车达到 60 辆，与发达国家还有一定差距。未来随着居民收入的不断提高，消费的不断升级，汽车市场还有较大的增长空间。

此外，随着消费者对汽车品质要求的提高以及整体需求的多元化，我国汽车市场已经进入多元化、个性化的发展阶段。汽车企业为保持其竞争优势，适应客户需求，不断加快汽车更新换代的速度。预计汽车车型更新换代速度加快以及新车上市后的升级改款需求，将为汽车行业带来新的市场机遇。

## 2) 汽车市场政策支持依然明显

2022 年 7 月，商务部等 17 部门联合印发《关于搞活汽车流通扩大汽车消费若干措施的通知》，提出支持新能源汽车购买使用、加快活跃二手车市场、促进汽车更新消费、推动汽车平行进口持续健康发展、优化汽车使用环境、丰富汽车金融服务等六方面共 12 条政策措施，要求各地区、各有关部门切实加强组织领导，推动相关政策措施尽快落地见效，进一步促进汽车消费回升和潜力释放。

2022 年 11 月，工业和信息化部、国家发展改革委、国务院国资委联合印发《关于巩固回升向好趋势加力振作工业经济的通知》提出，深挖市场潜能扩大消费需求，进一步扩大汽车消费，落实好 2.0 升及以下排量乘用车阶段性减半征收购置税、新能源汽车免征购置税延续等优惠政策，启动公共领域车辆全面电动化城市试点。

2022 年 12 月，中共中央、国务院印发《扩大内需战略规划纲要（2022~2035 年）》，指出要加快发展新产业新产品，发展壮大新能源产业；要持续提升传统消费，推进汽车电动化、网联化、智能化，加强停车场、充电桩、换电站等配套设施建设；要大力倡导绿色低碳消费，规范发展汽车、动力电池回收利用行业。

综上，受益于相关行业部门推出的一系列政策支持汽车消费，有利于未来汽车行业的良好发展。

## 3) 新能源汽车为政策关注重点，渗透率将进一步提升

2022 年 8 月，国常会决定延续实施新能源汽车免征车辆购置税等政策，将免征车辆购置税政策延至 2023 年年底，促进大宗消费。2022 年 12 月，中共中央、国务院印发《扩大内需战略规划纲要（2022~2035 年）》，指出要加快发展新

产业新产品，发展壮大新能源产业。

受益于免征新能源车车辆购置税政策期限的延长、油价高企、促消费政策刺激等因素影响，我国新能源汽车销量实现爆发性增长，2022 年销量和市场渗透率大幅提升，全年产销量分别为 705.8 万辆和 688.7 万辆，同比分别增长 96.9% 和 93.4%。随着新能源车企的实力、产业链内企业的技术水平、新能源相关基础设施和市场消费意愿的不断提升，与新能源汽车相关的政策法规体系逐步完善，我国新能源汽车市场将保持较大发展空间，预计 2023 年新能源汽车销量将延续增长趋势。

此外，自主品牌借势新能源汽车的领先优势和技术突破，在品牌知名度上不断跃升。国内汽车市场的新能源化转型促使车企步入新时代，早年以燃油车为主的合资车企也逐步转攻新能源领域，例如上汽大众推出 ID 系列电动车，上汽通用推出凯迪拉克电动车等新能源车型。根据乘联会数据，2022 年度新能源车销量以自主品牌为主，与此同时上汽大众、一汽大众等合资车企的新能源车也进入了全年度销量前 15 名。

#### 4) 传统燃油车在未来一定期间内将与新能源汽车保持并存

受益于新能源汽车补贴政策的推行，以及新能源汽车性能提升等多方面因素影响，近年以来，新能源车市场销售增速较快。《2030 年前碳达峰行动方案》指出“到 2030 年，当年新增新能源、清洁能源动力的交通工具比例达到 40%左右”。长期来看，新能源汽车对于传统燃油车的替代存在较长的过渡期，传统燃油车在未来一定期间内将与新能源汽车保持并存。

#### 5) 汽车智能化发展加快，并将带动汽车零部件行业发展

《扩大内需战略规划纲要（2022~2035 年）》指出要推进汽车电动化、网联化、智能化。2022 年初至今，问界 M5/M7、理想 L9/L8/L7、阿维塔 11、蔚来 ES7 等爆款车型上市，点燃市场热情，未来市场上将推出更多智能汽车。智能汽车主要体现在新能源动力系统、无人驾驶或者驾驶辅助系统、车联网系统等多个领域，从中长期看，未来我国智能汽车市场将呈现多元竞争格局，随着后续国内智能汽车供给不断增多，产业发展显现加快态势。随着年轻消费群体逐步成为购车主力人群，其对于智能驾驶、高科技等配置偏好更高，汽车智能化的需求将进一步爆发。与此同时，智能汽车产业发展也将有力带动汽车零部件行业进一步发

展。

## （2）公司业务发展规划

基于上述下游领域的发展情况，公司制定了如下发展规划：

### 1) 深挖原有燃油车合作客户，积极拓展新客户、新产品

针对传统燃油车领域，公司将继续深挖原有合作客户，积极主动与各主流品牌整车厂进行合作接洽，在各整车厂日渐重视具有成本和质量优势的国内自主零部件厂商的过程中抓住机会，拓规格、争项目、抢市场，不断追求更多产品订单规模的同时确保新车型产品订单的正常量产，巩固与品牌整车厂之间的良好关系。同时，公司还将不断开发适应整车厂要求的新品类注塑产品，加强与品牌整车厂之间的深度融合。

在上述规划指导下，公司与大众集团合作开发油气分离装置，量产成功后该零部件将纳入大众集团全球采购名录，不仅可以填补该零部件供应缺口，实现国产替代，还能大幅降低其采购成本，并将有助于提升公司动力系统板块整体营收规模。此外，基于公司过往的产品技术积累，公司成功开拓了日系车企客户，并已签订定点合同，公司未来将为其量产供应相关产品，提升公司的盈利能力。

### 2) 积极开拓新能源汽车领域产品

针对新能源汽车领域，公司将密切关注行业技术发展趋势，紧密跟随整车厂的发展路径并积极开拓新能源汽车领域产品。针对市场上新推出的新能源汽车，公司基于传统注塑件的产品技术优势，为其配套动力电池系统相关的塑料零部件以及内外饰件产品。

在上述规划指导下，报告期内，公司成功开发了理想汽车、东风岚图、蔚来汽车、A 客户等新能源客户并成为其供应商。公司专门在上海设立生产基地以配套 A 客户内外饰件的生产，并将于 2023 年下半年实现规模化量产，该项目的顺利推进将有助于 2023 年度盈利能力的提升。

### 3) 加强与下游客户的合作研发，提高模具业务营收规模和盈利水平

公司是国内知名的汽车非金属零部件一级配套供应商，拥有较强的技术研发能力及创新能力。公司是经宁波市科学技术局、宁波市财政局、国家税务总局宁波市税务局联合认定的高新技术企业，建有浙江省科学技术厅认定的省级高新技术企业研究开发中心，并被中国模具工业协会评为“中国重点骨干模具企业”。

公司具备产品与整车厂同步开发和自主开发能力，并已在核心技术领域形成多项自主知识产权。未来公司将持续加强与下游客户的合作研发，提高模具业务营收规模和盈利水平。

4) 推进汽车工业智能化改革，强化巩固竞争优势，抢占产品市场份额

为进一步顺应行业发展趋势，深入推进公司整体发展战略，提升产品核心竞争力，公司新设子公司围绕汽车“电动化、智能化、网联化”的发展趋势进行研究，持续研发公司核心技术，开发新产品、新工艺、新材料。

公司引进了 70 人的核心技术团队，专注于开发制造集成化的智能进入系统产品，并实现了自主开发产线的能力，拓展了公司的产品布局，有助于提升未来盈利能力。

此外，公司发挥注塑工艺优势，切入车规级光学镜片领域，光学镜片产品已获取 B 客户提名信及 C 客户、D 客户订单。本次募投项目用于汽车下游智能座舱和高级辅助驾驶有关的激光雷达、毫米波雷达和抬头显示（HUD）产品，将形成年产反射镜 200.00 万套、激光雷达透镜（高配）110.00 万套、激光雷达透镜（低配）220.00 万套、毫米波雷达透镜 500.00 万套的制造能力，项目达产后实现新增收入规模约 11.50 亿元/年，助力公司优化产品结构，打造全新利润增长点。

**(3) 与主要客户的合作情况及在手订单情况**

公司与主要客户合作时间较长，与主要客户均签订长期合作协议，在框架协议基础上签订定点合同，以具体订单方式执行，合作较为稳定。

公司与主要客户的合作产品和车型或发动机平台情况如下：

客户名称	开始合作时间	2022 年度主要合作的产品	2022 年度主要合作车型/发动机平台	预计 2023 年度产生收入的新项目
上汽集团与通用合营企业	自主开发，自 2007 年合作至今，曾合作过或正在合作别克昂科威车型、别克威朗车型等配套项目	立柱饰板、塑料车窗、落水槽、防擦条/轮眉总成、导流件总成、发动机罩盖、进气歧管、尾门饰板总成等	别克昂科威、别克 GL8、别克君威、别克英朗、凯迪拉克克、雪佛兰探界者等	别克 E5、凯迪拉克 GT4、凯迪拉克新款纯电 SUV、别克 GL8 世纪等的配套产品
中国第一汽	自主开发，自 2005 年合作	手套箱、立柱饰	奥迪 A4L、EA211	ID.7、新款 EA211 发

客户名称	开始合作时间	2022 年度主要合作的产品	2022 年度主要合作车型/发动机平台	预计 2023 年度产生收入的新项目
车股份有限公司	至今，曾合作过或正在合作宝来 NF 车型、探岳车型等配套项目	板、进气管、护板总成、储物盒总成、油气分离器、落水槽等	发动机平台、奥迪 A6L、新速腾、ID.6Croz、探歌、探岳等	动机平台等的配套产品
上海汽车集团股份有限公司	自主开发，自 2005 年合作至今，曾合作过或正在合作雪佛兰 ONIX 车型、五菱宝骏车型等配套项目	进气歧管、门开启把手总成、链条导轨等	D20、EA888、N15 发动机平台等	荣威 D-Sedan 等的配套产品
大众汽车股份有限公司	自主开发，自 2005 年合作至今，曾合作过或正在合作 EA211 发动机平台、EA888 发动机平台等配套项目	进气歧管、油底壳、进气管、油气分离器、链条导轨等	EA211、EA888 发动机平台等	新款 EA211 发动机平台的配套产品
A 客户	自主开发，自 2020 年合作至今，曾合作过或正在合作某车型配套项目	落水槽、立柱饰板等	某车型一、某车型二等	某车型二新款的配套产品
长城汽车股份有限公司	自主开发，自 2018 年合作至今，曾合作过或正在合作 HoverF5 车型、VV7 车型等配套项目	立柱饰板等	哈弗 H6 等	坦克 700、摩卡 DHT-PHEV、魏牌 MPV 等的配套产品
蔚来控股有限公司	自主开发，自 2016 年合作至今，曾合作过或正在合作蔚来 ES8 车型、蔚来 ES6 车型等配套项目	立柱饰板、外立柱饰板等	蔚来 ES6、蔚来 ES8 等	蔚来新款 ES8、蔚来 EC6、蔚来 EC7 等的配套产品

由上表可知，公司与报告期各期客户前五名合作形成了长期的合作关系，合作的车型及配套的汽车零部件产品种类较为丰富，且预计 2023 年度合作的车型及汽车零部件种类呈持续增加趋势。

基于公司现有客户年度采购协议、提名信及实际项目情况并结合行业数据进行预计，公司 2023 年度在手订单约 18 亿元，预计 2023 年度实现营业收入 150,000.00 万元至 160,000.00 万元，其中来自于新项目订单预计转化收入金额约

为 30,000.00 万元至 33,000.00 万元。公司不断围绕客户需求进行新产品开发和适配，持续取得积极成效。

综上所述，公司与主要客户合作稳定，在手订单储备丰富，并且新项目订单较多，公司能够紧跟市场趋势覆盖各类车型满足客户需求，公司具备良好的持续经营能力。

#### （4）毛利率、净利润未来可预见的变动趋势

结合下游领域发展情况、公司业务发展规划、与主要客户合作情况及在手订单情况来看，2023 年度公司预计营业收入和净利润将有所增长，但预计 2023 年度毛利率不会有明显改善。具体分析如下：

##### 1) 下游市场发展环境良好，汽车零部件行业发展前景广阔

公司下游汽车整车市场需求广阔，并得到政策的长期支持，预计 2023 年我国汽车市场将呈现增长趋势。自主品牌借势新能源汽车的领先优势和技术突破，在品牌知名度上不断跃升。国内汽车市场的新能源化转型促使车企步入新时代，早年以燃油车为主的合资车企也逐步转攻新能源领域。在政策支持、技术水平提升、整车厂实力增强、消费群体变化的背景下，新能源汽车和智能汽车将保持快速增长的态势，给汽车零部件行业带来新的机遇。此外，基于加油便利性、远距离通行稳定性及可靠性等用户需求的影响，未来较长时期内，传统燃油车将与新能源汽车保持并存，其上游汽车零部件行业仍有较大发展空间。

对于公司而言，公司主营业务收入来源于汽车饰件系统、汽车动力系统、模具业务等收入，报告期各期公司汽车饰件系统收入占比分别为 62.22%、66.72% 和 64.16%，系公司主营业务收入的主要来源。汽车饰件系统产品能够广泛应用于传统燃油车和新能源汽车，基于注塑件产品的在燃油车和新能源车领域的通用性，公司具备一定的竞争优势。因此公司通过积极研发新产品和开拓新客户，把握下游汽车行业的发展机遇，有利于提高营收规模和改善业绩水平。

##### 2) 公司新产品开发和新客户开拓取得有效进展

###### ①在手订单储备充足，新项目订单的收入转化有助于改善公司盈利水平

基于公司现有客户年度采购协议、提名信及实际项目情况并结合行业数据，公司 2023 年度在手订单约 18 亿元，预计 2023 年度实现营业收入 150,000.00 万元至 160,000.00 万元，其中来自于新项目订单预计转化收入金额约为 30,000.00

万元至 33,000.00 万元。

从单个产品生命周期来看，通常在产品生命周期初期毛利率相对较高，后期受客户价格年降政策的影响，毛利率将逐步回落。因此新项目收入的增加有利于改善公司盈利水平。

具体表现为，公司与主要客户新合作中的车型中，由于部分车型定位高端，单车价格相对较高，预计配套上汽通用凯迪拉克新款纯电 SUV、别克 GL8 世纪、一汽大众新款 EA211 发动机平台等车型或发动机平台的产品具有较高的毛利率。

因此，储备充足的在手订单，有效保障了公司总体营收规模，新项目订单的收入转化能够有利于改善公司盈利水平。

#### ②新能源汽车零部件收入占比有效提升

在新能源汽车快速发展的良好环境下，2021 年至 2022 年，公司分别实现新能源车汽车零部件收入 8,194.73 万元和 14,512.63 万元，占公司汽配板块销售收入比例由 6.30%提升至 11.04%。公司配套 A 客户、蔚来、理想、大众 ID.6 Crozz 的产品实现明显增长。

公司专门在上海设立生产基地以配套 A 客户内外饰件的生产，并将于 2023 年下半年实现规模化量产。2023 年公司预计可实现新能源汽车零部件收入占公司汽配板块销售收入比例将达到约 18%，新能源汽车零部件收入占比得到有效提升，有利于改善公司总体盈利水平。

#### ③与客户合作开发新产品对应的模具收入增长较快

报告期各期，公司实现模具业务收入分别为 10,502.89 万元、5,303.70 万元和 9,761.13 万元，模具业务收入变动主要受下游整车厂客户车型量产节奏的影响。公司具备产品与整车厂同步开发和自主开发能力，并已在核心技术领域形成多项自主知识产权。未来公司将持续加强与下游客户的合作研发，提高模具业务营收规模和盈利水平。2023 年度，根据下游整车厂车型量产计划以及模具采购进度，预计公司在制模具 2023 年度验收数量增加，预计实现模具业务收入较 2022 年度大幅增长，模具业务技术附加值较高，因此毛利率相对较高，有利于改善公司总体毛利率水平和总体盈利水平。

#### ④汽车智能化领域产品逐步落地，有利于改善公司总体业绩水平

为顺应汽车技术进步及消费市场高端化、个性化的背景下，整车厂商车型的

换代、升级频率加快的现实状况，公司以新客户、新产品、新技术、新工艺等方面突破为目标，围绕汽车“电动化、智能化、网联化”的发展趋势进行研究。本次募投项目也属于智能座舱和高级辅助驾驶等汽车智能化领域的产品拓展，未来公司汽车智能化领域产品逐步落地，有利于改善公司总体业绩水平。

### 3) 2023 年度公司业绩预计情况

基于客户发布的新车销量计划数据、客户项目验收节点计划等因素预估销售收入，根据销售预算、新项目投产情况、研发计划等因素预估成本费用，2023 年度公司预计营业收入为 150,000.00 万元至 160,000.00 万元，预计归属于上市公司股东的净利润为 4,000.00 万元至 6,000.00 万元，公司 2023 年度预计经营业绩较 2022 年度有所增长。2023 年数据为预估数据，不构成盈利承诺。

综上所述，2022 年度公司营业毛利下滑主要系受新能源汽车对燃油车市场份额挤压，新车型数量推出增多以及车型生命周期缩短等影响，公司主要客户部分车型停产或采购需求下降，具体到终端车型方面，如上汽通用的别克昂科威、别克 GL8、别克英朗、上汽通用五菱等相关车型的销量变动是 2022 年营业毛利下降的主要影响因素。

下游市场发展环境良好，汽车零部件行业发展前景广阔，公司已采取相关措施改善公司毛利率和净利润规模，如提升新能源汽车零部件收入占比、取得燃油车新车型项目订单、加强汽车智能化领域新产品研发和将本次募集资金投入光学镜片生产基地建设项目等。公司与主要客户合作情况良好，在手订单较为充足。

2023 年度，主要受新能源汽车零部件业务收入上升以及新订单收入转化的积极影响，公司预计 2023 年度营业收入和净利润规模高于 2022 年度。由于公司目前存量业务仍以燃油车零部件收入为主，虽然公司能持续获取新项目订单并转化收入，但是由于增量项目收入规模仍低于存量业务，新项目的订单转化也需要一定的周期，新项目的毛利率贡献短期内难以弥补存量项目毛利率下滑的缺口，因此公司预计短期内毛利率难以明显改善。

公司已采取扩大营收规模等方式，提升公司总体盈利水平。从长期来看，随着新项目收入占比的不断提升，公司预计毛利率水平会得到改善，2022 年度业绩大幅下滑的情况不会再次发生。公司符合可转债发行和上市的有关条件。



## （二）会计师核查情况

### 1、执行的核查程序

针对上述事项，申报会计师主要实施了以下核查程序：

- （1）访谈公司管理层，了解公司产品结构变动的原因；
- （2）取得汽车销售行业统计数据；
- （3）取得公司与主要客户合作的相关协议及历史合作项目情况；
- （4）取得公司分客户及车型的销售统计表；
- （5）获取相关行业研究报告；
- （6）访谈公司管理层，了解公司业务发展规划；
- （7）取得公司在手订单情况以及 2023 年度业绩预计数据。

### 2、核查意见

经执行上述核查程序，我们认为：

（1）发行人产品结构变动主要与上汽通用的别克昂科威、别克 GL8、别克英朗、上汽通用五菱等相关车型的市场销量变动有关，发行人对上汽通用等客户产品销量下降与相关终端车型销量变动趋势相符。相关终端车型停产及订单量下降，与新能源汽车挤占传统燃油车的市场份额、新车型竞争产品增加等因素有关。因此，报告期内发行人产品结构变动具有合理性；发行人与上汽通用等主要客户合作具有可持续性；发行人不存在对特定客户或特定车型的重大依赖。

（2）下游市场发展环境良好，汽车零部件行业发展前景广阔，公司已采取相关措施改善公司毛利率和净利润规模，如提升新能源汽车零部件收入占比、取得燃油车新车型项目订单、加强汽车智能化领域新产品研发和将本次募集资金投入光学镜片生产基地建设项目等。公司与主要客户合作情况良好，在手订单较为充足。

2023 年度发行人预计营业收入和净利润将有所增长，由于发行人目前存量业务仍以燃油车零部件收入为主，虽然发行人能持续获取新项目订单并转化收入，但是由于增量项目收入规模仍低于存量业务，新项目的订单转化也需要一定的周期，新项目的毛利率贡献短期内难以弥补存量项目毛利率下滑的缺口，因此发行人预计短期内毛利率难以明显改善。



发行人已采取扩大营收规模等方式，提升发行人总体盈利水平。从长期来看，随着新项目收入占比的不断提升，发行人预计毛利率水平会得到改善，2022 年度业绩大幅下滑的情况不会再次发生。发行人符合可转债发行和上市的有关条件。

特此说明。



（以下无正文）

（此页无正文，为《立信会计师事务所（特殊普通合伙）关于神通科技集团股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券的审核中心意见落实函的回复》之签章页）

签字注册会计师：

陈科举

李苏娇

立信会计师事务所（特殊普通合伙）



二〇二三年四月二十四日