

证券代码：605228

证券简称：神通科技

公告编号：2024-067

债券代码：111016

债券简称：神通转债

神通科技集团股份有限公司 关于上海证券交易所对公司 2023 年年度报告的 信息披露监管工作函的回复公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

神通科技集团股份有限公司（以下简称“公司”或“神通科技”）于近日收到上海证券交易所下发的《关于神通科技集团股份有限公司 2023 年年度报告的信息披露监管工作函》（上证公函【2024】0675 号，以下简称“《监管工作函》”），公司及年审会计师对有关问题进行了认真分析与核查，并逐项予以落实和回复，现对《监管工作函》内容回复如下：

问题一、关于经营业绩情况。2020 年至 2023 年，公司实现营业收入分别为 14.86 亿元、13.79 亿元、14.29 亿元、16.38 亿元；分别实现净利润 1.18 亿元、0.96 亿元、0.45 亿元、0.55 亿元。公司 2021 年 1 月上市后，公司营收相对稳定且 2023 年稍有增长，但净利润变化幅度较大，同比变化分别为-18.69%、-52.99%、21.59%。

请公司：（1）结合主要产品的市场环境、竞争情况、订单价格、成本变动因素等，说明公司上市以来在营业收入相对稳定的情况下，净利润大幅变化的原因及合理性，与上市前盈利能力出现较大差异的具体原因，与同行业可比上市公司是否存在较大差异；（2）结合上述导致业绩变动的原因、行业变化趋势、产品竞争力、在手订单、市场占有率等，说明公司就改善经营业绩、增强投资者回报已采取和拟采取的针对性措施。

【回复】

（1）结合主要产品的市场环境、竞争情况、订单价格、成本变动因素等，说明公司上市以来在营业收入相对稳定的情况下，净利润大幅变化的原因及合理性，与上市前盈利能力出现较大差异的具体原因，与同行业可比上市公司是

否存在较大差异。

一、结合主要产品的市场环境、竞争情况、订单价格、成本变动因素等，说明公司上市以来在营业收入相对稳定的情况下，净利润大幅变化的原因及合理性，与上市前盈利能力出现较大差异的具体原因

(一) 公司上市以来业绩变动总体情况

2020 年度至 2023 年度，公司主要财务数据及变动比较分析如下：

单位：万元

项目	2023 年度	变动金额	变动比例	2022 年度	变动金额	变动比例	2021 年度	变动金额	变动比例	2020 年度
营业收入	163,793.26	20,909.57	14.63%	142,883.68	5,014.62	3.64%	137,869.07	-10,764.55	-7.24%	148,633.62
营业成本	131,996.77	17,000.59	14.78%	114,996.19	7,836.46	7.31%	107,159.72	-7,234.07	-6.32%	114,393.79
毛利率	19.41%	/	-0.11%	19.52%	/	-2.76%	22.27%	/	-0.76%	23.04%
营业毛利	31,796.48	3,908.98	14.02%	27,887.50	-2,821.85	-9.19%	30,709.35	-3,530.48	-10.31%	34,239.82
其中：销售费用	2,771.55	420.08	17.86%	2,351.47	-169.21	-6.71%	2,520.68	-535.37	-17.52%	3,056.05
管理费用	11,100.46	228.33	2.10%	10,872.12	494.18	4.76%	10,377.94	200.38	1.97%	10,177.56
研发费用	8,060.74	-276.66	-3.32%	8,337.40	1,836.48	28.25%	6,500.91	999.74	18.17%	5,501.17
财务费用	-47.64	504.26	-91.37%	-551.90	-309.85	128.01%	-242.05	-1,160.20	-126.36%	918.15
资产减值损失	-2,488.30	742.38	-22.98%	-3,230.68	-1,588.54	96.74%	-1,642.14	-221.46	15.59%	-1,420.68
信用减值损失	-1,263.18	-845.53	202.45%	-417.65	-499.60	-609.62%	81.95	104.49	-463.68%	-22.53
营业利润	6,128.67	2,674.07	77.41%	3,454.60	-7,104.96	-67.28%	10,559.55	-2,183.11	-17.13%	12,742.66
利润总额	5,758.56	2,180.67	60.95%	3,577.89	-6,887.36	-65.81%	10,465.25	-3,060.98	-22.63%	13,526.23
净利润	5,477.42	972.44	21.59%	4,504.98	-5,005.04	-52.63%	9,510.02	-2,154.73	-18.47%	11,664.75

由上表可知，2020 年至 2023 年，公司实现营业收入分别为 14.86 亿元、13.79 亿元、14.29 亿元、16.38 亿元，分别实现净利润 1.18 亿元、0.96 亿元、0.45 亿元、0.55 亿元，净利润同比变化分别为-18.69%、-52.99%、21.59%。

其中，2021 年度净利润较 2020 年度下降 2,154.73 万元，主要系营业收入规模下降 10,764.55 万元以及毛利率下降 0.76%，合计导致毛利下降 3,530.48 万元所致；

2022 年度净利润较 2021 年度下降 5,005.04 万元，主要系营业收入略微增长，但毛利率下降 2.76%，导致毛利下降 2,821.85 万元；随着公司传统燃油车业务市场受新能源车挤压，公司积极开拓新的项目和技术，新产品和新技术开发投入

增加，导致研发费用增加 1,836.48 万元；部分在制模具和库存商品资产减值计提增加 1,588.54 万元所致；

公司其他业务收入规模较小，因此不考虑其他业务收入变动对营业毛利的影响。2023 年度净利润较 2022 年度上升 972.44 万元，主要系营业收入规模增长 20,909.57 万元，带动营业毛利增加 3,908.98 万元所致。虽然营业毛利有所上升，但由于销售费用、管理费用和财务费用分别小幅增长，降低了公司利润总额的增长金额。

公司主营业务收入、毛利分产品变动情况如下：

单位：万元

项目	2023 年度			2022 年度			2021 年度			2020 年度	
	主营业务收入	毛利	毛利变动额	主营业务收入	毛利	毛利变动额	主营业务收入	毛利	毛利变动额	主营业务收入	毛利
动力系统零部件	38,083.23	7,477.91	-102.73	39,310.56	7,580.65	-861.31	38,177.69	8,441.96	-2,598.72	43,982.14	11,040.68
饰件系统零部件	99,721.79	17,706.48	171.17	90,568.97	17,535.31	-2,783.48	90,275.01	20,318.78	-403.62	90,998.96	20,722.40
模具类	22,574.92	6,350.31	4,064.66	9,761.13	2,285.65	777.42	5,303.70	1,508.23	-799.98	10,502.89	2,308.21
其他	853.35	-152.46	-116.4	1,530.71	-36.05	128.53	1,554.08	-164.58	100.94	759.17	-265.52
合计	161,233.28	31,382.25	4,016.70	141,171.37	27,365.55	-2,738.84	135,310.48	30,104.39	-3,701.38	146,243.16	33,805.77

由上表可知，2021 年度公司主营业务毛利较 2020 年度下降，主要系新能源汽车市场进一步渗透，燃油车市场份额下降，进而动力系统零部件营业毛利下降 2,598.72 万元所致，2022 年度公司主营业务毛利较 2021 年度下降，主要系制造费用增加以及产品结构变动，饰件系统零部件营业毛利下降 2,783.48 万元所致，2023 年度公司主营业务毛利较 2022 年度上升，主要模具类产品营业毛利上升 4,064.66 万元所致。

（二）分年度公司经营业绩具体变动原因分析

1、2021 年度较 2020 年度变动分析

延续上文“（一）公司上市以来业绩变动总体情况”的分析，公司 2021 年度净利润较 2020 年度下降 2,154.73 万元，主要系动力系统零部件营业收入规模下降及毛利下降所致。

（1）从销售数量、单价、成本角度分析

从销售数量、单价、成本角度分析，公司动力系统零部件财务指标变动情况如下：

项目	科目	2021 年度	2020 年度	变动比例
动力系统零部件	营业收入（万元）	38,177.69	43,982.14	-13.20%
	营业成本（万元）	29,735.73	32,941.46	-9.73%
	营业毛利（万元）	8,441.96	11,040.68	-23.54%
	销量（万件）	2,461.06	2,841.21	-13.38%
	单价（元）	15.51	15.48	0.19%
	单位成本（元）	12.08	11.59	4.23%

由上表可知，2021 年度与 2020 年度相比，动力系统零部件销售单价变动较小，销售毛利下降主要受产品结构变动导致部分毛利较高产品销量下降的影响而有所减少。

(2) 从具体产品角度分析毛利变动

从具体产品角度分析，影响收入和毛利变动的主要产品情况如下：

单位：万辆，%，万元

车型品牌名称	2021 年度市场销量	市场销量同比变动	2021 年度公司对应车型零部件产品名称	2021 年度公司对应车型零部件产品收入	收入同比变动	对公司 2021 年度毛利影响金额
大众	205.07	-20.00%	EA888 系列：挡油板、链条导轨等，EA211 系列：挡油板、进气管等	17,646.82	-21.25%	-1,592.26
奥迪	63.38	-2.04%				
斯柯达	5.57	-63.14%				
五菱	27.37	1.17%	B15 系列：进气歧管等	1,423.52	-40.98%	-250.94
宝骏	20.39	-52.42%				
吉利	84.12	-26.23%	VEP 系列：进气歧管、皮带罩盖等	669.33	-72.18%	-440.06
沃尔沃	13.10	-8.26%				
合计	419.00	-21.59%				-2,283.26

注：上表汽车市场销量数据取自太平洋汽车网。

注：上表中车型销量数据不含新能源车的销量。

由上表可知，公司 2021 年度动力系统零部件营业收入下降主要系受到终端燃油车对应车型销量下滑的影响所致，公司产品收入变动与终端车型销量变动趋势相符。

2、2022 年度较 2021 年度变动分析

延续上文“（一）公司上市以来业绩变动总体情况”的分析，公司 2022 年度净利润较 2021 年度下降主要系：营业收入略微增长，但毛利率下降 2.76%，导致毛利下降 2,821.85 万元；随着公司传统燃油车业务市场受新能源车挤压，公司积极开拓新的项目和技术，新产品和新技术开发投入增加，导致研发费用增加 1,836.48 万元；部分在制模具和库存商品资产减值计提增加 1,588.54 万元所致。其中，2022 年度公司主营业务毛利较 2021 年度下降，主要受饰件系统零部件营业毛利下降 2,783.48 万元影响所致。

（1）从销售数量、单价、成本角度分析

从销售数量、单价、成本角度分析，公司饰件系统零部件财务指标变动情况如下：

项目	科目	2022 年度	2021 年度	变动比例
饰件系统零部件	营业收入（万元）	90,568.97	90,275.01	0.33%
	营业成本（万元）	73,033.67	69,956.23	4.40%
	营业毛利（万元）	17,535.31	20,318.78	-13.70%
	销量（万件）	5,468.11	5,470.93	-0.05%
	单价（元）	16.56	16.50	0.36%
	单位成本（元）	13.36	12.79	4.46%

由上表可知，2022 年度与 2021 年度相比，饰件系统零部件销售收入、销售单价、销量总体变动较小，单位成本有所上升。单位成本上升主要系当期机器设备和生产线建设等投入增加，折旧及摊销费用增加，电费价格上涨导致电费增加，以及当期新产品导入初期合格率略低于成熟项目等因素导致制造费用增加所致。

从具体产品角度分析，营业毛利受产品结构变动导致部分毛利较高产品销量下降的影响而有所减少。

（2）从具体产品角度分析毛利变动

2022 年度与 2021 年度相比，影响毛利下降的主要产品销售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 年度收入变动金额	2022 年度毛利变动金额
饰件系统	立柱饰板和尾门饰板总成	上汽通用别克昂科威	-2,501.82	-897.28

产品种类	产品小类	配套车型	2022年度收入变动金额	2022年度毛利变动金额
饰件系统	立柱饰板	上汽集团凯迪拉克	-605.92	-369.40
饰件系统	塑料车窗等	上汽通用别克 GL8 车型	-1,150.01	-1,064.63
	车身饰件	上汽通用别克英朗	-1,174.98	-312.78
合计				-2,644.09

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。

注：上表中上汽通用别克 GL8 车型 2022 年度毛利下降幅度超过收入下降幅度，主要系收入下降，以及单位成本上升的影响。单位成本上升的原因系公司新增淋涂三线，淋涂线新项目导入初期合格率略低于成熟项目，且淋涂三线转入固定资产后导致固定费用增加，进而导致产品单位成本上升。

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。

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
	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。

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。

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。

（3）研发费用变动分析

2022年，公司累计投入研发费用8,337.40万元，同比增长28.25%。公司研发费用增长的主要原因系：受近年来汽车行业智能化应用不断增多、新能源汽车渗透率不断提高的影响，公司传统燃油车业务受到一定挤压，因此公司维持原有业务开发和经营的同时，积极开拓汽车智能化产品和承接新能源客户及产品，从而导致2022年度研发投入有所增加。公司2022年以来，公司新增研究项目17个，研发方向涵盖汽车动力系统、饰件系统、车用光学镜片等细分领域，以实现开发新客户、新产品、新技术、新工艺等方面突破为目标，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。前述事项导致公司研发人员费用及相关其他费用在2022年显著增长。

其中，2022年度子公司玄甲智能主要研发项目包含“集成桁架、倍速链、机械手等自动传输系统于一体的注塑、焊接、装配、测试一体化油气分离器生产产线”、“基于双目3D视觉技术应用于汽车轻量化复杂塑料零件的无序抓取定位大型产线研发”等项目，当期新增研发支出218.72万元。

2022年度公司主要研发投入项目中，“应用注压和真空镀膜技术的光学自由曲面反射镜”等研发项目2022年度新增研发费用支出1,057.56万元，系公司研发费用增加的主要原因，前述项目系公司向汽车智能化应用的新产品开发，符合公司发展战略，能够为公司未来发展提供较好的技术支撑。

公司与同行业可比上市企业研发费用率比较情况如下：

客户名称	2022年度	2021年度	2020年度
新泉股份	4.41%	4.87%	4.10%
亚普股份	3.45%	3.81%	3.00%
常熟汽饰	3.49%	3.65%	3.05%

客户名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
京威股份	6.22%	5.73%	3.74%
双林股份	4.43%	4.47%	3.41%
宁波华翔	3.52%	3.64%	3.13%
模塑科技	2.79%	3.72%	3.44%
平均	4.04%	4.27%	3.41%
神通科技	5.84%	4.72%	3.70%

注：上表数据来源系根据定期报告数据计算所得。

2022 年，尽管公司研发费用有所增长对经营业绩产生一定影响，但研发活动增强有利于公司技术创新，对公司长远发展起到了积极的促进作用。

(4) 资产减值损失计提变动分析

2022 年，存货跌价准备计提金额增加，导致资产减值损失较 2021 年增加，2021 年至 2022 年存货跌价准备余额情况如下：

单位：万元

存货	2022 年度	2021 年度	变动金额
原材料	995.41	644.86	350.55
库存商品	1,310.56	764.92	545.64
发出商品	40.58	-	40.58
在制模具	1,938.38	959.04	979.34
半成品	299.49	401.18	-101.70
合计	4,584.42	2,770.00	1,814.42

2022 年度资产减值损失计提金额较 2021 年有所增长，主要系在制模具及库存商品计提存货跌价准备金额增加。

①在制模具跌价准备计提金额增加的原因来自于以下两个方面：

A.2022 年度公司获取 A 客户新项目订单，该项目的模具定制开发投入成本较高，由于市场竞争激烈，公司采取相对偏低的报价策略以争取客户，由于预计模具价格难以覆盖成本投入，期末该项目计提存货跌价准备金额 522.78 万元。该项目预计 2023 年下半年完成验收并进入量产阶段，该项目的跌价计提不会对公司业绩造成持续性的影响。

B.新产品模具开发周期相对较长，且需不断满足客户需求进行技术调整，由于本期部分项目研发未达预期，预计成本无法收回，对该部分模具全额计提跌价准备，导致资产减值损失金额增加 315.23 万元。公司期末在制模具总金额

为 14,631.77 万元，截至 2022 年末研发未达预期的在制模具金额占比为 2.15%，总体金额相对较小，且具有偶发性，对公司经营能力不构成重大影响。

②库存商品跌价准备计提金额增加的原因

2022 年度，公司机器设备和生产线建设等投入增加，当期新增固定资产金额为 11,135.02 万元，固定资产增加较快，但相关产品产量未能及时提升，导致单位产品折旧摊销费用增加，此外，电费价格上涨导致单位成本进一步增加，进而导致部分库存商品的账面余额高于可变现净值，导致跌价准备金额相应增加。

3、2023 年度较 2022 年度变动分析

延续上文“（一）公司上市以来业绩变动总体情况”的分析，2023 年度净利润较 2022 年度上升 972.44 万元，主要系营业收入规模增长 20,909.57 万元，带动营业毛利增加 3,908.98 万元所致。

其中，2023 年度公司主营业务毛利较 2022 年度上升，主要受模具类产品营业毛利上升 4,064.66 万元影响所致。2023 年度，客户委托公司开发的商品模具验收数量增加，导致模具类产品当期确认收入增加。

2023 年度公司模具类产品收入确认前 10 名项目如下：

单位：万元

项目编号	车型代码	客户名称	收入	毛利	模具验收日期
P20-030	U12/G68	华晨宝马汽车有限公司	997.50	983.61	第三季度
P21-040	458	宁海县现代模具有限公司	2,238.60	487.35	第四季度
P19-063	9BQB	上汽通用（沈阳）北盛汽车有限公司	448.35	153.94	第二季度
			500.00	272.48	第三季度
P22-029	E2UB-SMCM	上汽通用东岳汽车有限公司	548.00	268.00	第四季度
P21-001	LAMBDA	武汉路特斯汽车有限公司	580.50	250.47	第四季度
P19-067	CSS50T	上汽通用（沈阳）北盛汽车有限公司	220.00	218.80	第三季度
D22-001	a 项目	A 公司	466.25	76.05	第三季度
			648.07	129.98	第四季度
P21-078	24MYE2UB/YBMC M	上汽通用东岳汽车有限公司	572.60	223.42	第二季度
P20-002	23MYE2ULMCM	上汽通用汽车有限公司	471.00	193.51	第一季度

项目编号	车型代码	客户名称	收入	毛利	模具验收日期
P20-052	E2LB-2	上汽通用汽车有限公司	486.00	167.75	第一季度
		合计	8,176.86	3,425.34	

由上表可知，2023 年度，公司主要客户部分新车型对应的新的汽车零部件通过批量生产验证，客户验收项目数量增加，导致公司模具收入和毛利增加，具有合理性。

（三）市场环境、竞争情况分析

1、市场环境情况

（1）汽车及汽车零部件相关行业市场总体发展前景较好

根据中国汽车工业年鉴显示，2019 年以来，中国汽车产量、销量均呈先降后升的趋势。

单位：万辆

年度	中国汽车产量	中国汽车销量
2019	2,572.07	2,576.87
2020	2,522.52	2,531.11
2021	2,608.22	2,627.48
2022	2,702.06	2,686.37
2023	3,016.10	3,009.37

数据来源：万德数据

2023 年，汽车产销累计完成 3,016.1 万辆和 3,009.4 万辆，同比分别增长 11.6% 和 12%，产销量创历史新高，实现两位数较高增长。随着国家促消费、稳增长政策的持续推进，促进新能源汽车产业高质量发展系列政策实施，以及智能汽车技术的快速发展和下游客户认可度的提高，我国智能汽车行业也因此迎来了良好的发展机遇期。

总体来看，汽车及汽车零部件相关行业市场发展前景较好。

（2）新能源车销售占比快速提升，燃油车销售占比下降

近年来，传统燃油车与新能源汽车销售结构快速变化，许多国家出台了鼓励新能源汽车发展的若干举措，并制定了相应的规划，旨在逐步提高新能源汽车的销售占比。2020 年以来，新能源汽车发展较快，需求增长显著，产量提升

明显，而传统燃油车的市场占比则逐年下降。2020 年度至 2023 年度，全国乘用车汽车产量情况如下：

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
2023 年度	958.70	36.70%	1,653.70	63.30%	2,612.40

数据来源：中国汽车工业协会

由上表可见，随着新能源汽车的崛起，新能源车的产量占比从 2020 年的 5.96% 增长至 2023 年的 36.70%，而传统燃油车的产量占比从 2020 年的 94.04% 下降至 2023 年的 63.30%。传统燃油车的需求下降对动力系统相关汽车零部件产品销售造成了一定的冲击。

2、竞争情况

在市场竞争方面，我国汽车零部件企业之间竞争非常激烈，主要原因：

(1) 汽车零部件行业分散，主机厂因市场集中而具有议价优势

是由于下游整车厂产业集中度较高，而零部件行业市场集中度仍然较低，加之多数零部件生产企业由于受到生产规模、技术实力及品牌认同度等因素的制约，仅能依靠成本优势争取部分低端的整车配套市场，在整个行业竞争中处于相对被动的地位，故整车厂对汽车零部件生产企业具有较大的议价优势。

(2) 汽车新车型推出加快，厂商开展价格战，加剧市场竞争

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。此外，随着汽车行业竞争加剧，2023 年以来，主机厂

通过价格战的方式保住销量和市场份额。终端车型的销售价格下降的影响，也逐渐向上游汽车零部件行业传递，导致汽车零部件产品价格承压。

（3）行业年降政策导致产品单价下降

根据行业惯例和合同约定，客户通常在新配套零部件产品的前2-5年供货期内，针对新产品工艺逐步成熟后所带来的成本下降，对产品采购价格做出年降的约定，年降比例一般为1%-6%之间，具体根据产品发包或供货时双方约定的时间和比率执行，在销量达到相对稳定后，年降不再执行。因此汽车零部件厂商之间对于售价波动较为敏感，如不能紧跟整车厂车型升级的步伐，产量和收入就会不断萎缩，并影响利润水平。

综上，尽管国内汽车零部件产业面对较为激烈的竞争，但从长期来看依然存在较大市场空间。

二、同行业公司比较情况

公司与同行业上市公司基本情况比较如下：

单位：亿元

公司名称	主营业务	主要客户	新能源汽车零部件业务发展情况	2023年度营业收入	2023年度净利润
新泉股份	汽车内、外饰件系统零部件及其模具的设计、制造及销售	一汽青岛、奇瑞汽车、吉利汽车、上海汽车、上海大众、国际知名品牌电动车企业、北汽福田、北京汽车、江铃福特、陕重汽、宝腾汽车等	2023年度，公司实现配套了更多的新能源汽车项目，诸如理想汽车、吉利汽车、广汽新能源、比亚迪、蔚来汽车、国际知名品牌电动车企业等品牌下的部分新能源汽车车型项目的配套（新能源汽车零部件业务收入占比未披露）	105.72	8.05
亚普股份	汽车燃油系统、汽车热管理系统、电池包壳体和燃料电池储氢系统领域零部件	大众、奥迪、通用、奔驰、日产、丰田等国际汽车厂和比亚迪、一汽、长城、长安、上汽、奇瑞、吉利等国内汽车厂以及蔚来、零跑、赛力斯、合众等创新汽车新势力	在新能源领域突破了比亚迪、赛力斯、合众、零跑、蔚来等客户。公司客户实力强、分布全球、产品结构多样，降低了公司的经营风险，保障了公司市场份额及经营业绩的稳定增长（新能源汽车零部件业务收入占比未披露）	85.83	5.04
常熟汽饰	汽车内饰件总成产品	报告期内，新能源客户持续增长，公司与比亚迪、特斯拉、大众、奔驰、宝马、蔚来、理想、小鹏、零跑、哪吒、北汽极狐、奇瑞新能源、小米、极	2023年公司新能源销售占总销售比例已达32.90%	45.99	5.36

		越、英国捷豹路虎、北美 ZOOX 等保持稳定、良好的合作伙伴关系			
京威股份	乘用车内外饰件系统综合制造	一汽大众、一汽轿车、华晨宝马、北京奔驰、捷豹路虎、沃尔沃、上汽通用、上汽集团、上汽大众、长安福特、吉利、长城、比亚迪等知名整车厂商，并与头部主要新能源汽车厂取得了合作	与头部主要新能源汽车厂取得了合作（新能源汽车零部件业务收入占比未披露）	36.01	5.03
双林股份	汽车内外饰及精密零部件、智能控制系统部件、动力系统、轮毂轴承、滚珠丝杠等	上汽通用五菱、上海大众、重庆长安、佛瑞亚、李尔、安道拓、东风日产、上汽大众、长安汽车等	2023 年度新能源汽车零部件收入占比 31.15%，产品包含电驱动、轮毂轴承、内外饰等	41.39	0.82
宁波华翔	车内外饰件、金属件、电子电器件和其他业务	大众、T 车厂、戴姆勒、宝马、丰田、通用、沃尔沃、福特、比亚迪、吉利、奇瑞、红旗、上汽、东风、蔚来、理想、小鹏、赛力斯、江铃、长城、零跑、埃安等	成为了包括 T 车厂、比亚迪、奇瑞、吉利、理想、蔚来、小鹏、赛力斯等主机厂的重要供应商（新能源汽车零部件业务收入占比未披露）	232.36	14.41
模塑科技	汽车保险杠等零部件、塑料制品、模具、模塑高科技产品	传统汽车客户：宝马、北京奔驰、上汽奥迪、上汽通用、上汽大众、奇瑞捷豹路虎、沃尔沃、北京现代、神龙、长城、吉利等。新能源客户：特斯拉、理想、比亚迪、蔚来、小鹏、合众哪吒、赛力斯、岚图、小米、极氪、智己等。	2023 年度新能源汽车零部件收入占比 29.43%，产品包含保险杠、其他饰件等	87.22	4.53
神通科技	汽车内、外饰件系统零部件、动力系统零部件、模具的设计、制造及销售	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，以及蔚来汽车、A 客户等知名新能源汽车客户	2023 年度新能源汽车零部件收入占比 15.32%，产品包含立柱饰板、落水槽等	16.38	0.55

公司与同行业上市公司主要财务指标比较如下：

财务指标	公司名称	2023 年度	2022 年度	2021 年度	2020 年度
营业收入变动率	新泉股份	52.19%	50.60%	25.33%	21.24%
	亚普股份	1.66%	4.79%	-9.05%	-3.05%

财务指标	公司名称	2023 年度	2022 年度	2021 年度	2020 年度
	常熟汽饰	25.45%	39.73%	18.28%	21.57%
	京威股份	0.63%	1.98%	-6.53%	3.41%
	双林股份	-1.11%	13.66%	2.95%	-16.86%
	宁波华翔	17.85%	12.10%	4.12%	-1.18%
	模塑科技	13.81%	3.70%	21.10%	11.13%
	可比公司均值	15.78%	18.08%	8.03%	5.18%
	神通科技	14.63%	3.64%	-7.24%	-6.53%
净利润变动率	新泉股份	70.24%	65.33%	11.28%	42.60%
	亚普股份	-6.63%	0.62%	-0.71%	29.33%
	常熟汽饰	6.44%	22.48%	18.49%	43.05%
	京威股份	15.22%	327.95%	-9.26%	105.40%
	双林股份	7.94%	-39.26%	46.06%	108.91%
	宁波华翔	9.47%	-13.52%	34.92%	-11.34%
	模塑科技	-9.82%	356.08%	-2983.87%	-107.16%
	可比公司均值	13.27%	102.81%	-411.87%	30.11%
	神通科技	21.59%	-52.63%	-18.47%	-0.05%
主营业务毛利率	新泉股份	20.55%	20.19%	22.21%	24.28%
	亚普股份	15.30%	15.06%	14.71%	15.06%
	常熟汽饰	19.26%	20.38%	22.51%	21.26%
	京威股份	28.32%	26.98%	25.63%	26.63%
	双林股份	18.37%	16.65%	18.26%	18.97%
	宁波华翔	17.27%	17.14%	19.39%	18.92%
	模塑科技	17.50%	17.75%	17.36%	17.65%
	可比公司均值	19.51%	19.17%	20.01%	20.39%
	神通科技	19.36%	19.38%	22.25%	23.12%

注：上表数来源系根据公司定期报告数据计算所得。

注：上表中 2021 年度模塑科技产生亏损，净利润下降幅度较大，主要系当期产生投资损失金额较大所致。

因各公司主要细分产品有所差别，配套车型也有所差异，且所在细分市场竞争程度不同，相关财务指标的变动情况也不完全一致。

从营业收入角度来看，2020 年度至 2021 年度，部分公司（如亚普汽车、京威股份、双林股份）在 2020 年度或 2021 年度营业收入呈现下降趋势。受复杂多变的市场环境、芯片短缺和原材料价格上涨等因素影响，公司营业收入略有

下降；2022年度至2023年度，同行业上市公司营业收入平均呈增长趋势，公司通过提前规划布局，积极调整产品结构和细分市场领域，实现营业收入稳步增长。

此外，新能源汽车零部件业务发展较快的同行业上市公司，营业收入表现出更强劲的增长趋势，比如新泉股份，常熟汽饰、模塑科技等。公司新能源汽车零部件收入占比虽然低于部分同行业上市公司，但也呈现快速增长趋势。

从净利润角度来看，由于净利润是企业经营的最终结果，受收入、成本、费用、投资收益等多方面因素的影响，难以对净利润变动进行准确比较。但2021年度亚普股份、京威股份，2022年度双林股份、宁波华翔净利润也出现下降趋势，2023年度同行业上市公司净利润平均呈增长趋势，公司2023年净利润同比增长21.59%，略高于同行业可比公司均值，主要系2023年主要汽车市场产销量回暖，公司客户订单持续放量所致。

从毛利率角度来看，2020年度和2021年度，公司主营业务毛利率略高于同行业可比上市公司平均水平。2022年度和2023年度，公司主营业务毛利率与同行业可比上市公司平均水平接近。因各公司主要产品有所差别，且所在细分市场竞争程度不同，毛利率也存在微小差异。亚普股份毛利率低于同行业平均水平，主要系亚普股份客户通常要求其采用指定品牌或生产厂家的原材料，部分原材料采购价格由汽车整车厂商与原材料供应商直接协商确定，该部分材料出售不产生利润，降低了毛利率。模塑科技毛利率低于同行业平均水平，主要系2020年以来其相关经营成本上升且模塑科技境外业务毛利率低于境内业务，导致总体毛利率有所下降。

三、公司上市以来在营业收入相对稳定的情况下，净利润大幅变化的原因及合理性，与上市前盈利能力出现较大差异的具体原因综合分析

综上所述，公司于2021年上市以来，营业收入相对稳定，但净利润变动较大的原因主要为：

1、公司2020年度至2023年度销售收入仍以传统燃油车汽车零部件为主，受新能源车渗透率快速提升，终端新车型推出数量增多等因素影响，导致终端车型市场竞争程度加剧，部分车型出现降价、更新换代或进入车型的生命周期尾声等情形，进而导致部分燃油车市场销量下滑，从而间接导致公司燃油汽车

零部件采购量下降，受产品结构的影响，部分高毛利产品销量下降，并进而导致公司毛利减少和净利润下降。

2、为了应对新能源车市场份额增加对传统燃油车市场份额挤占导致公司燃油车零部件业务收入下降的情形，公司主动求变，实施了多种改善措施，比如增加研发投入，积极开发新产品，增加新设备和产线投入，提高产品质量和技术水平，加大对新能源客户的业务开拓，不断增加新能源汽车零部件收入规模，以及横向业务拓展，在现有注塑工艺水平上开发光学产品等。由于研发投入增加和长期资产投入增加，也导致了公司净利润规模的下降，尤其是对 2022 年度净利润影响较大，导致当期净利润下降较快。

3、2020 年度至 2023 年度，公司新能源汽车零部件业务开拓不断取得突破，相关营业收入的规模持续提升，新能源汽车零部件业务收入占汽配业务收入的比例由 2021 年的 6.30%，提升至 2023 年度的 18.10%，营业收入和毛利规模快速增长。新能源汽车零部件销售收入和毛利快速增长，对于公司维持营业收入规模，并一定程度上改善净利润水平起到了积极的促进作用。

4、从汽车行业产销量和同行业上市公司财务指标变动趋势来看，传统燃油车市场份额不断下滑，对应的燃油车零部件销量也处于下降趋势。在传统燃油车总量下行的环境下，能够维持存量业务规模或保持增长，也是汽车零部件企业核心竞争力的体现。2021 年度至 2023 年度，公司燃油车汽车零部件和模具业务收入规模分别为 121,812.05 万元、116,897.61 万元和 113,560.35 万元，虽然总体呈下降趋势，但下降幅度不大。公司经营数据的变动与行业变动趋势、同行业上市公司财务指标变动趋势不存在显著差异。

5、公司目前处于维持存量、拓展增量，并横向拓展光学新产品的转型阶段，该阶段的特征是存量业务存在产品结构变动、研发投入增加、增量业务转化存在一定的周期，因此 2020 年度至 2023 年度，公司营业收入和净利润的变动，符合行业变动趋势和公司实际情况，具有合理性。

(2) 结合上述导致业绩变动的因素、行业变化趋势、产品竞争力、在手订单、市场占有率等，说明公司就改善经营业绩、增强投资者回报已采取和拟采取的针对性措施。

一、公司就改善经营业绩、增强投资者回报已采取和拟采取的针对性措施

针对公司业绩波动情况，公司已采取或拟采取以下具体措施：

(1) 汽车行业自 2023 年以来产销逐渐恢复，公司积极储备订单，带动公司业务复苏

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。

汽车行业景气度回升带动了公司业务复苏，基于公司现有客户年度采购协议、提名信及实际在手订单情况并结合行业数据，公司 2024 年度在手订单约 19.06 亿元。

(2) 深挖原有合作客户，积极拓展新客户、新产品

1) 原有客户能够持续获得新订单

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良好关系。同时，公司还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。

2) 新能源客户拓展取得成效

针对新能源汽车领域，公司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，部分项目将陆续于 2024 年实现规模化量产，包括上汽通用、吉利、理想、小鹏、Stellantis 等客户车型。

公司也已经成为东风岚图、丰田、宝马、日产、A 客户、蔚来、大众等部分品牌车型供应商。

2021 年度及 2023 年度，公司汽配板块营业收入按传统燃油车和新能源汽车零部件业务分类收入、毛利结构情况如下：

单位：万元

类型	2023 年度		2022 年度		2021 年度	
	收入	毛利	收入	毛利	收入	毛利
燃油车零部件	113,560.35	21,327.21	116,897.61	22,636.32	121,812.05	27,325.12

类型	2023 年度		2022 年度		2021 年度	
	收入	毛利	收入	毛利	收入	毛利
新能源车零部件	25,098.01	3,704.73	14,512.63	2,443.58	8,194.73	1,271.04
合计	138,658.36	25,031.94	131,410.24	25,079.90	130,006.78	28,596.16

由上表可知，公司自 2021 年以来新能源车零部件收入、毛利均呈上升趋势，与近几年新能源汽车市场销售份额增长趋势相符，尽管公司传统燃油车业务受新能源车冲击导致收入承压，但公司顺应行业发展趋势，积极布局新能源整车厂客户及产品并已取得有效进展。

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 2024 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	2023 年度产生收入的新项目	预计 2024 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、凯迪拉克新款纯电 SUV、别克 GL8 世纪等的配套产品	别克 GL8、别克 GL8 ES、雪佛兰探界者 Equinox 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	EA211 1.5T 发动机平台、迈腾 B9 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	荣威 D7、飞凡 Marvel R 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	EA888 EVO5 发动机平台的配套产品

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	2023 年度产生收入的新项目	预计 2024 年度产生收入的新项目
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	某车型一新款的配套产品
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	坦克 800、X-Pao、哈弗 H9 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	D-SUV 等的配套产品

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。

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，但增量项目收入规模仍低于存量业务，新项目的订单转化仍需要一定的周期，存在订单转化可能不及预期的风险。

(3) 推进汽车工业智能化改革，强化巩固竞争优势

在当前汽车行业智能化发展的环境中，公司确立了高技术含量、高附加值、多样化产品组合的战略发展方向，深入参与汽车智能化发展产业链，深入推进公司整体发展战略，提升产品核心竞争力。公司通过在电子电控、光学镜片领域实现多项技术突破，不断提升自主研发能力，实现产品横向拓展，开拓新客户、新产品。

(4) 整合公司整体采购需求，制定合理库存，充分发挥规模采购优势

公司实行重点原材料集中统筹采购的采购战略，通过设立神通博方采购平台，整合宁波、烟台、柳州、武汉、长春、佛山生产基地的分散采购需求，有

效发挥规模采购优势以获得更加优惠的采购价格。在批量采购环节，各生产基地结合生产订单和原材料库存情况，根据集中采购价格按需采购。针对塑料粒子等大宗原材料，公司根据市场供需变动及价格波动情况并结合需求量，合理制定库存水平以保证生产连续性并减少价格波动影响。对某些预期价格上涨的原材料，适当增加战略储备，调整采购周期，规范采购计划管理，避免原材料剧烈波动影响公司正常生产经营，充分发挥公司规模采购优势。

(5) 结合客户年降条款，协商降低年降比例或争取采购降价

目前，主流的汽车整车厂商通常存在年降政策。为减缓现有产品受年降政策对公司业绩的影响，公司将积极与整车厂客户协商，一方面申请降低年降比例；另一方面，公司将相应地在采购端与供应商协商年降政策，或自主选择供应商并定价，进而将年降政策导致产品价格下降因素传导至上游。通过前述措施，进一步降低年降条款对公司经营业绩的影响。

(6) 加强投资者沟通，积极回报投资者

为进一步完善和健全公司股利分配政策，建立对股东持续、稳定、科学的回报机制，保持利润分配政策的连续性和稳定性，充分维护公司股东依法享有的资产收益等权利，公司制定了《未来三年股东分红回报规划》（2022年-2024年）。

公司2021年实施了2020年度的权益分派，每股派发现金红利0.085元（含税），共计派发现金红利35,700,000元，该年度公司现金分红比例为30.29%；2022年实施了2021年度的权益分派，每股派发现金红利0.07元（含税），共计派发现金红利29,718,500元，该年度公司现金分红比例为31.01%；为保障可转债顺利发行，公司未提出2022年度利润分配方案，在可转债发行结束后实施了2023年半年度权益分派，每股派发现金红利0.032元（含税），合计派发现金红利13,596,160元。截至目前，公司已披露2023年年度利润分配预案，拟向全体股东每股发放现金红利0.04元（含税），本年度现金分红比例为55.42%。公司着眼于长期可持续健康发展，致力于通过稳健的现金分红政策切实提升投资者回报，提振市场信心，维护公司全体投资者的利益。

公司高度重视投资者关系管理工作，积极建立与资本市场的有效沟通机制，持续改善投资者关系管理工作方式，全面保障投资者的合法权益。公司已建立

多元化投资者沟通交流渠道，积极通过业绩说明会、股东大会、投资者交流会、现场调研、投资者热线/邮箱等多样化渠道开展投资者关系管理工作。

公司将持续贯彻“以投资者为本”的理念，承担作为上市公司的主体责任，密切关注市场对公司价值的评价，做好公司价值传递与维护，共同助力市场信心的提振。公司将始终遵循真实、准确、完整、及时、公平的原则，在合规前提下，多层次、多角度、全方位展示公司经营等方面的进展，让投资者全面及时地了解公司的发展战略、经营情况及财务状况等，加强与投资者的沟通与互动，传递公司投资价值，促进公司与投资者之间建立起长期稳定的信赖关系。

公司将持续认真研究关于明确投资者预期、加强市值管理、提升投资价值等政策措施，结合公司经营情况和发展目标，制定符合公司情况的规划和方案，努力优化投资者回报措施、提升投资者回报水平。

综上所述，公司已采取或拟采取一系列措施用来改善经营业绩、增强投资者回报。

问题二、关于分季度业绩情况。2023年四季度公司营业收入为 5.86 亿元，净利润 0.32 亿元，分别占全年的比例为 35.76%、58.30%。2021、2022 年第四季度营业收入占全年的比例分别为 28.72%、30.44%，与本年度存在较大差异。此外，公司本年度营业收入达成 2021 年和 2023 年两期股权激励计划的年度营业收入考核目标，完成比例为 103.27%。

请公司：（1）结合各季度业务开展、产销水平、历史营收与净利润季节分布等情况，说明 2023 年第四季度收入及净利润占比较高的原因及合理性；（2）结合近年收入确认政策的变化情况、收入确认的具体时点、确认收入的具体依据等说明收入确认的合规性、合理性，是否存在为达成年度股权激励考核目标而提前确认收入。

【回复】

（1）结合各季度业务开展、产销水平、历史营收与净利润季节分布等情况，说明 2023 年第四季度收入及净利润占比较高的原因及合理性。

一、公司 2021-2023 年各季度营业收入及净利润情况

单位：万元

项目	年度	一季度		二季度		三季度		四季度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
营业收入	2021	34,102.42	24.74%	32,066.39	23.26%	32,122.75	23.30%	39,577.51	28.71%
	2022	32,542.83	22.78%	26,674.34	18.67%	40,168.59	28.11%	43,497.92	30.44%
	2023	29,789.77	18.19%	38,408.18	23.45%	37,014.75	22.60%	58,580.55	35.76%
净利润	2021	2,910.18	30.60%	2,190.04	23.03%	1,723.24	18.12%	2,686.55	28.25%
	2022	1,779.29	39.50%	63.53	1.41%	1,855.89	41.20%	806.23	17.90%
	2023	211.41	3.86%	813.64	14.85%	1,259.30	22.99%	3,193.07	58.30%

公司 2021-2023 年度四季度销售收入占比均高于其他季度，主要由于年底汽车主机厂销售业绩冲量，以及元旦、春节等购车高峰因素影响，主机厂提前排产，汽车零部件企业第四季度的收入占比稍高。公司 2023 年第四季度收入及净利润占比略高于往年，主要系以下原因造成：

1) 模具销售变动对收入及净利润的影响

根据开发计划公司前期开发的多个模具新项目于 2023 年第四季度经客户验收通过，模具销售收入增加，且模具产品毛利率高于汽车零部件产品毛利率，导致毛利额增加较多，带动第四季度净利润占比增加。

2) 汽车零部件销售变动对收入及净利润的影响

受下游整车厂市场需求及订单影响，公司本期第四季度汽车零部件销量增加，收入上涨，同时，本期第四季度产值同比和环比分别增加 19.18%、19.76%，产量增加使单位固定成本下降，导致本期第四季度汽车零部件产品毛利率及毛利额增加，带动净利润占比增加。

子公司上海鸣羿及沈阳神通 2023 年下半年开始投产，A 客户及华晨宝马新项目进入量产阶段，本期第四季度销量增加，且 A 客户产品毛利率高于公司汽车零部件平均毛利率，本期第四季度 A 客户销量增加带动整体毛利额增加，净利润占比相应增加。

3) 进项税加计抵减政策对净利润的影响

根据 2023 年 9 月 14 日发布的财税（2023）43 号文件《财政部税务总局关于先进制造业企业增值税加计抵减政策的公告》，自 2023 年 1 月 1 日至 2027 年 12 月 31 日，允许先进制造业企业按照当期可抵扣进项税额加计 5% 抵减应纳税额。公司本期第四季度适用上述政策后，确认进项税加计抵减金额

630.03 万元计入其他收益，导致净利润占比增加。

二、同行业上市公司及整车市场 2023 年分季度销售情况

同行业上市公司 2023 年度分季度收入占比情况如下：

同行业上市公司	一季度	二季度	三季度	四季度
新泉股份	20.55%	23.26%	25.41%	30.77%
亚普股份	22.34%	23.68%	26.35%	27.63%
常熟汽饰	18.37%	21.66%	26.84%	33.13%
京威股份	21.41%	24.97%	26.43%	27.19%
双林股份	21.47%	22.43%	25.76%	30.33%
宁波华翔	19.95%	23.99%	26.67%	29.39%
模塑科技	20.27%	24.20%	25.68%	29.85%
可比公司均值	20.62%	23.46%	26.16%	29.76%
神通科技	18.19%	23.45%	22.60%	35.76%

数据来源：同行业可比上市公司定期报告。

根据中国汽车工业协会统计数据，2023 年分季度乘用车产销量占比情况如下：

项目	一季度	二季度	三季度	四季度
乘用车产量	20.14%	23.04%	26.36%	30.45%
乘用车销量	19.71%	23.52%	26.33%	30.44%

由上表可见，受年底汽车主机厂销售业绩冲量的影响，同行业上市公司四季度营业收入占比普遍高于其他季度。神通科技本期四季度收入占比略高于上述可比公司均值，与常熟汽饰相近。

综合上述分析，公司 2023 年第四季度收入占比较高符合公司实际业务情况及行业特征，变动合理；公司 2023 年净利润占比较高主要系当期毛利额及其他收益金额增加，带动净利润占比提升，变动合理。

(2) 结合近年收入确认政策的变化情况、收入确认的具体时点、确认收入的具体依据等说明收入确认的合规性、合理性，是否存在为达成年度股权激励考核目标而提前确认收入。

一、公司报告期内收入确认政策、具体时点及确认依据

收入类型	收入确认政策	收入确认时点	收入确认具体依据	报告期内是否变动
汽车零部件	非下线结算方式下，发货至客户指定地点，客户验收入库后确认收入	客户签收时点确认收入	送货签收单	否
	下线结算方式下，发货至客户	客户使用产	结算单	否

	指定地点，客户下线使用后出具结算单，公司在收到客户结算单后确认收入	品后，公司收到结算单时点确认收入		
	一般出口贸易：公司在产品办妥报关出口手续并取得报关单及提单后，即完成履约义务确认收入。	货物出口装船离岸时点	报关单、提单	否
模具收入	模具项目经客户 PPAP 流程（即“生产件批准程序”）审核通过后确认收入	PPAP 审核通过时点确认收入	PSW 文件（零部件提交保证书）/供应商系统验收通过	否

公司自上市以来均按照上述收入确认政策计量收入，收入确认方法未发生过变化。

二、收入确认的合规性及合理性

（1）公司收入确认政策

①报告期内，公司销售汽车零部件产品采用不同收入确认模式，与不同整车厂商对零部件产品验收方式密切相关。

A.采用下线确认收入客户，货物由公司负责发货至客户指定的中转仓库，再由中转仓库根据客户指令将产品运至客户厂区，客户按需调用零部件上线装车时，对其进行现场检验，当产品在各个工位均检验合格并完成装车下线即完成验收，并通过邮件方式或客户的供应商系统将实际使用数量通知公司，公司核对无误后据此开票并确认销售收入。

B.采用签收确认收入客户，由客户指定的第三方物流公司上门自提或由公司发货至客户指定仓库，客户收货后即对其数量、外观、性能等进行验收确认，并通过客户的供应商系统或邮件方式通知公司已验收数量，公司核对无误后据此开票并确认销售收入。

C.出口销售：公司在产品办妥报关出口手续并取得报关单及提单后，即完成履约义务，确认收入。

②模具销售收入

A.商品模具：根据协议约定，经客户验收取得验收单据后即完成产品主要风险和报酬的转移，公司在收到验收单据后，确认模具销售收入。

B.生产模具：不单独向客户收取模具费用，因此不确认模具销售收入。

（2）同行业上市公司收入确认政策

同行业上市公	业务类型	收入确认政策
--------	------	--------

司		
新泉股份	汽车饰件总成产品的销售	本公司在客户取得相关商品或服务的控制权时，按预期有权收取的对价金额确认收入。本公司将产品按照约定运至交货地点，由购买方确认接受后，确认收入。其中，国内配套销售收入在国内汽车生产商根据销售合同条款的规定领用并确认接受产品时予以确认，国外配套销售收入于产品按照协议合同运至约定交货地点，并由购买方确认接受后确认收入
	模具开发	公司按照客户要求完成模具开发，公司将模具直接销售给客户，客户拥有该生产模具的所有权，公司依照约定使用该模具生产产品销售给客户，将来产品价格中不含模具费用。这种模式下，该类模具销售确认为单项履约义务，当模具开发结束并进入 PPAP 阶段，即开发的模具验收合格，公司此时确认模具开发收入。
亚普股份	汽车燃油箱及材料销售收入	总收入确认原则为收到客户的签收单、客户通过邮件确认当期使用数或挂网通知时确认收入并开具相应发票。
常熟汽饰	汽车零部件、注塑件	本公司主要为国内知名整车厂及一级供应商提供汽车饰件产品。公司根据销售合同（订单）发出商品，并经客户确认后确认营业收入实现。
	模具开发	公司按照客户要求完成模具开发，公司将模具直接销售给客户，客户拥有该模具的所有权，公司按照约定使用该模具生产产品销售给客户，将来产品价格中不含模具费用。这种模式下，当模具开发结束并进入 PPAP 阶段，即在模具产品完工并经客户验收合格后，确认收入。
双林股份	内销	产品发出，并经客户确认后，依据销售合同或订单、开票通知单、销售出库单财务联确认销售收入。其中，客户确认根据与不同客户及不同产品约定情况区分为客户产品签收确认、客户签收后对账确认和客户确认的产品验收文件（主要系模具）三种方式。
	一般贸易方式下外销	货物出口装船离岸时点作为收入确认时间，根据合同、出口报关单、装船单等资料确认收入。
宁波华翔	汽车零部件销售业务	内销业务在客户签收产品或安装下线后，产品控制权转移给客户时确认收入；外销业务在货物出口装船离岸时点作为控制权转移给客户的时点，根据合同、报关单、提单等资料，开具发票并确认收入。
	模具开发销售业务	合同承诺的模具开发销售业务能够明确区分，属于单项履约义务，并且属于在某一时刻履行的履约义务，在模具通过验收合格达产后控制权转移客户时，确认收入。
模塑科技	塑化汽车装饰件	在客户领用和安装下线后并收取价款或取得收款的权利时确认销售收入。

综上，公司各种模式下的收入确认政策报告期前后未发生变化，收入确认方法与同行业保持一致，公司收入的计量与核算按照既定的收入确认政策严格执行，收入确认方法符合行业惯例和《企业会计准则》相关规定。

三、公司股权激励业绩考核指标情况

根据公司 2021 年限制性股票激励计划（修订后）及 2023 年限制性股票与

股票期权激励计划，2023 年度业绩考核目标如下表所示：

单位：万元

项目	考核年度	净利润目标值	营业收入目标值	2023 年度净利润 (扣非后)	2023 年度营业 收入
2021 年限制性 股票激励计划	2023	9,600	158,600	5,366.62	163,793.26
2023 年限制性 股票与股票期 权激励计划	2023	9,600	158,600	5,366.62	163,793.26

注 1：“营业收入”、“净利润”口径以经会计师事务所经审计的合并报表为准。

注 2：营业收入与净利润目标值完成其一即可解锁。

由上表可见，公司 2021 年和 2023 年两期股权激励计划的年度营业收入考核目标为 158,600 万元，公司本期实际实现营业收入 163,793.26 万元，超出考核目标 5,193.26 万元，完成比例为 103.27%。

公司建立了销售相关的内部控制制度，报告期内均严格有效执行，内部控制运行有效，且公司的下游客户均为知名的大型汽车主机厂，对于汽车零部件产品，均通过供应商系统或邮件对账结算，具有完善的收入确认单据，对于模具的收入确认均取得了客户的 PPAP 验收，相关收入确认依据充分，公司严格按照既定的收入确认政策和收入确认依据核算并确认营业收入，不存在为达成年度股权激励考核目标而提前确认收入的情况。

【会计师回复】

一、执行的核查程序

针对上述事项，年报会计师主要实施了以下核查程序：

(1) 了解、测试并评价管理层对收入确认相关的内部控制制度设计和运行的有效性；

(2) 获取公司各季度营业收入明细表，并复核公司营业收入按照季度核算的准确性和各季度主要客户核算的准确性；

(3) 向公司管理层及销售部访谈，了解公司各季度业务开展、产销水平、历史营收、行业特点情况，了解本期各季度经营业绩波动原因；

(4) 对收入执行销售测试，检查主要客户销售合同、开票通知单、销售发票、送货单/结算单、收款单据等业务单据，判断销售业务是否发生，收入确认金额是否正确；

(5) 登录主机厂指定的结算平台，检查资产负债表日前后已经公布的结算单，核对相应收入是否确认在恰当的期间；

(6) 对报告期内主要客户的销售收入及应收账款执行函证程序;

(7) 检查模具销售合同和验收单据, 判断收入确认依据是否充分、时点是否准确;

(8) 对本期主要模具客户进行访谈, 了解模具收入增长的原因及合理性, 访谈确认模具收入确认时点的准确性;

(9) 了解公司限制性股票股权激励业绩考核条件, 检查本期营业收入业绩指标完成情况, 将营业收入作为关键审计事项进行重点核查。

二、核查意见

经执行上述核查程序, 我们认为:

(1) 公司 2023 年第四季度收入及净利润受下游整车车型开发和生产计划的影响占比较高符合行业特性, 与整车市场销售情况相匹配, 未发现不合理的情况;

(2) 公司 2023 年度收入会计处理在所有重大方面符合《企业会计准则》的相关规定, 未发现公司为达成年度股权激励考核目标而提前确认收入的情况。

问题三、关于应收账款和应收票据。年报显示, 公司 2023 年营业收入 16.38 亿元, 同比增长 14.63%, 应收账款余额 5.36 亿元, 同比增长 54.5%, 主要系本期信用期内确认的收入增加所致。2023 年末公司对 1.25 亿元已背书或贴现、但尚未到期的应收票据进行了终止确认。

请公司:(1) 结合报告期付款模式、信用政策变化、结算周期等情况, 说明应收账款增幅较大的合理性, 是否存在通过放宽信用政策增加收入的情形;(2) 结合已贴现或背书应收票据的具体情况, 包括出票人、票据余额、业务背景、贴现或背书的资金用途、承兑人信用及履约能力、到期日、是否附带追索权等, 说明是否符合终止确认的条件。

【回复】

(1) 结合报告期付款模式、信用政策变化、结算周期等情况, 说明应收账款增幅较大的合理性, 是否存在通过放宽信用政策增加收入的情形。

一、报告期内, 主要应收账款客户的付款模式、结算周期和信用政策情况:

序号	客户名称	付款方式	报告期内结算周期及信用政策
1	上汽集团与通用合营企业	承兑+电汇	客户收到发票后 40 天内付款

2	A 客户	承兑+电汇	客户收到发票后 90 天内付款
3	中国第一汽车股份有限公司	承兑+电汇	客户收到发票后 60 天内付款
4	上海汽车集团股份有限公司	承兑+电汇	客户收到发票后 60 天内付款
5	大众汽车股份公司	承兑+电汇	客户收到发票后 60 天内付款

如上表，基于长期合作过程中形成的稳定合作关系，以及客户自身的良好信誉，公司通常会给予主要客户 40 天至 90 天不等的信用账期，报告期内公司主要应收账款客户在付款模式、结算周期及信用政策上不存在重大变化，不存在通过放宽信用政策增加收入的情形。

2023 年末应收账款余额较上年增加较多，主要原因为本年第四季度销售收入较上年同期增加所致，2023 年第 4 季度较 2022 年第 4 季度的销售收入及应收账款余额情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 4 季度	2022 年 4 季度	变动比例
营业收入	58,580.55	43,497.92	34.67%
应收账款余额	56,921.50	36,838.44	54.52%

如上所示，2023 年第 4 季度销售收入较上年同期增加较多，主要原因为：

(1) 根据开发计划本年四季度模具新项目经客户验收通过较多，模具销售收入增加；(2) 子公司上海鸣羿及沈阳神通本期下半年开始投产，A 客户及华晨宝马新项目进入量产阶段，本期第四季度销量增加；(3) 根据中国汽车工业协会统计数据，本期第四季度乘用车市场销售 793.3 万辆，较上年同期增加 20.73%，受下游整车厂市场需求及订单影响，公司本期第四季度汽车零部件销量相应增加。

二、报告期，主要应收账款客户期后回款情况

单位：万元

序号	客户名称	2023 年末应收 账款	截止 2024 年 5 月 31 日回款情况	期后回款占 比
1	上汽集团与通用合营企业	17,713.17	16,053.99	90.63%
2	A 客户	5,563.74	5,563.74	100.00%
3	中国第一汽车股份有限公司	4,110.78	4,110.78	100.00%
4	上海汽车集团股份有限公司	3,519.49	3,519.49	100.00%
5	大众汽车股份公司	3,476.77	3,476.77	100.00%
合计		34,383.95	32,724.77	95.17%

由上表可知，客户期后回款情况良好，上汽集团与通用合营企业期后回款还有少部分未收回，主要为模具款项由于客户对模具款项开票流程审核时间较长所致，模具收入及应收账款按照公司既定的收入确认政策为客户 ppap 验收通过时确认，由于向客户开具发票收取模具款时客户对一系列技术开发资料审核流程较长，导致应收帐款回款有所滞后。

(2) 结合已贴现或背书应收票据的具体情况，包括出票人、票据余额、业务背景、贴现或背书的资金用途、承兑人信用及履约能力、到期日、是否附带追索权等，说明是否符合终止确认的条件。

一、公司终止确认应收票据的条件

根据《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》（财会[2017]8 号），第五条规定，金融资产满足下列条件之一的，应当终止确认：①收取该金融资产现金流量的合同权利终止；②该金融资产已转移，且该转移满足本准则关于终止确认的规定。同时，第七条规定，企业已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方的，应当终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，不应当终止确认该金融资产。

针对已背书或贴现且未到期的应收票据，公司按照是否已将该金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给被背书人为标准，判断是否应当终止确认应收票据。具体标准如下：

承兑银行信用评级	背书或贴现未到期，是否终止确认
信用评级 AAA 级及以上	终止确认
信用评级 AAA 级以下	不终止确认

注：数据来源于同花顺公布最新银行信用评级。

报告期末，已贴现或背书但尚未到期且已终止确认的应收票据，根据承兑行汇总明细如下：

序号	承兑人	承兑人信用及履约能力	业务背景	已背书未到期 票据金额	已贴现未到期 票据金额	到期日	是否附带 追索权	期后情况
1	中国建设银行股份有限公司	AAA级，信用情况良好	产品销售	450,000.00	18,280,456.06	2024/1/4-2024/2/25	是	到期解付
2	平安银行股份有限公司	AAA级，信用情况良好	产品销售	3,454,845.77	14,437,634.95	2024/1/5-2024/6/28	是	部分到期，见注2
3	中国农业银行股份有限公司	AAA级，信用情况良好	产品销售	354,240.00	16,114,026.87	2024/2/15-2024/5/22	是	到期解付
4	中信银行股份有限公司	AAA级，信用情况良好	产品销售	2,698,474.29	9,041,058.50	2024/1/13-2024/5/23	是	到期解付
5	中国光大银行股份有限公司	AAA级，信用情况良好	产品销售	480,000.00	10,666,993.80	2024/1/23-2024/5/14	是	到期解付
6	招商银行股份有限公司	AAA级，信用情况良好	产品销售	1,621,862.53	9,010,789.81	2024/1/19-2024/5/24	是	到期解付
7	中国银行股份有限公司	AAA级，信用情况良好	产品销售	1,417,354.51	7,900,670.28	2024/1/7-2024/5/26	是	到期解付
8	上海浦东发展银行股份有限公司	AAA级，信用情况良好	产品销售	1,009,729.04	8,200,000.00	2024/1/24-2024/6/14	是	部分到期，见注2
9	中国民生银行股份有限公司	AAA级，信用情况良好	产品销售		5,453,436.26	2024/1/12-2024/4/20	是	到期解付
10	交通银行股份有限公司	AAA级，信用情况良好	产品销售	1,340,870.03	3,683,206.47	2024/1/19-2024/6/21	是	部分到期，见注2
11	兴业银行股份有限公司	AAA级，信用情况良好	产品销售	1,150,000.00	3,677,497.94	2024/2/7-2024/5/23	是	到期解付
12	中国工商银行股份有限公司	AAA级，信用情况良好	产品销售	30,175.07	2,057,000.00	2024/1/18-2024/3/24	是	到期解付
13	上海银行股份有限公司	AAA级，信用情况良好	产品销售		1,200,000.00	2024/1/9-2024/2/23	是	到期解付
14	浙商银行股份有限公司	AAA级，信用情况良好	产品销售		570,000.00	2024/2/14-2024/4/17	是	到期解付
15	宁波银行股份有限公司	AAA级，信用情况良好	产品销售	43,736.18	510,000.00	2024/2/4-2024/6/13	是	部分到期，见注2
	合计			14,051,287.42	110,802,770.94			

注 1：已背书票据主要用于支付货款工程款项等；

注 2：截至 2024 年 5 月 31 日，平安银行股份有限公司尚未到期解付票据金额为 940,655.93 元；上海浦东发展银行股份有限公司尚未到期解付票据金额为 646,396.44 元；交通银行股份有限公司尚未到期解付票据金额为 273,123.56 元；宁波银行股份有限公司尚未到期解付票据金额为 350,000.00 元，尚未到期解付票据金额合计为 2,210,175.93 元。

2023 年末，公司已背书或贴现且未到期终止确认应收票据涉及银行信用评级均为 AAA 级及以上，相关票据到期无法兑付风险很小，并且已经到期的票据均已在期后顺利解付，符合终止确认条件。

综上，公司应收票据终止确认具有合理性，会计处理符合《企业会计准则》的规定。

【会计师回复】

一、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) 了解、评价和测试与应收账款相关的内部控制设计和运行的有效性；
- (2) 向管理层了解报告期内公司业务开展情况、销售政策、结算模式、信用政策等是否存在变化；
- (3) 获取期末应收账款明细表，重点检查期末主要应收账款客户情况，分析应收账款增长的合理性及与营业收入的匹配性；
- (4) 执行应收账款期后回款情况查验；
- (5) 检查与应收账款确认相关的支持性文件，包括但不限于合同、发票、送货签收单/验收单、结算单等；
- (6) 执行客户函证程序，函证内容包括期末余额以及本期销售金额，发函过程项目组进行了有效控制；
- (7) 获取应收票据备查簿，检查其相关信息与账面记录信息是否一致；检查应收票据的出票人、票据余额、贴现或背书的金额、到期日、背书转让对手方等信息是否准确；对本期贴现信息向银行进行函证。
- (8) 了解公司与应收票据终止确认相关的会计政策，评价其会计政策是否谨慎；
- (9) 复核本期末票据已背书或已贴现未到期的票据明细，根据会计政策、承兑人信用等级，判断是否符合终止确认条件。

二、核查意见

经执行上述核查程序，我们认为：

(1) 期末应收账款增幅较大原因与我们了解的信息不存在重大不一致。

(2) 公司期末已背书未到期和已贴现未到期终止确认的应收票据为信用评级较好的银行承兑汇票，未发现终止确认的会计处理处理违反《企业会计准则》的规定。

问题四、关于存货。年报显示，公司存货期末账面余额为 2.73 亿元，同比下滑 30.71%，存货跌价准备余额 4,075.68 万元,计提比例 14.90%。其中，原材料期末账面余额 5732.48 万元，存货跌价准备计提比例 19.50%，较期初计提比例增加 5.72 个百分点;在制模具账面余额 8,466.20 万元，存货跌价准备计提比例 17.06%，较期初计提比例增加 3.81 个百分点。本期新增计提跌价准备 2,488.30 万元，但同时转回或转销 2,997.04 万元。

请公司：(1) 结合存货构成明细、周转情况、生产销售模式、在手订单、期后销售情况等，量化说明存货变动情况与各主营业务在手订单变动情况是否匹配；(2) 结合原材料、在制模具的主要构成及库龄、合同执行情况及在手订单情况等，说明相关存货跌价准备测试的过程、主要参数的选取依据及合理性，期末与期初原材料、在制模具存货跌价准备比例变动较大的原因及合理性，相关会计政策及执行情况的一致性，与同行业是否存在明显差异；(3) 结合转回或转销存货跌价准备的产品类别、库龄、状态、转销对象是否为关联方等情况，说明本期转回或转销存货跌价准备的依据，前期存货跌价准备计提是否审慎，相关会计处理是否符合企业会计准则。

【回复】

(1) 结合存货构成明细、周转情况、生产销售模式、在手订单、期后销售情况等，量化说明存货变动情况与各主营业务在手订单变动情况是否匹配。

一、存货构成明细、周转情况及生产销售模式

报告期内公司存货构成及周转情况如下：

单位：万元

项目	2023/12/31		2022/12/31		同期变动
	存货余额	占比	存货余额	占比	
原材料	5,732.48	20.95%	7,221.08	18.32%	-1,488.60
库存商品	7,408.07	27.07%	9,394.63	23.84%	-1,986.56
发出商品	3,982.43	14.55%	5,815.38	14.76%	-1,832.95
在制模具	8,466.20	30.94%	14,631.77	37.13%	-6,165.57
在产品	208.76	0.76%	310.44	0.79%	-101.68
半成品	1,285.83	4.70%	1,719.71	4.36%	-433.88
委托加工物资	277.95	1.02%	317.16	0.80%	-39.21
存货合计	27,361.71	100.00%	39,410.16	100.00%	-12,048.45
存货周转天数	91.14		116.13		-24.99

公司根据与整车厂签订的销售协议采用“以销定产”的生产模式，同时根据相应产品日产量情况、客户临时需求情况与运输半径等因素制定合理的备货量，以确保供货的连续性。

2023 年末存货余额为 27,361.71 万元，较上年减少 12,048.45 万元，主要原因如下：

(1) 2022 年下半年以来，上汽通用等主机厂新上市项目较多，模具项目 PPAP 流程（即“生产件批准程序”）顺利推进，本期进入验收及量产，导致公司本期模具收入增加，同时在制模具结转成本，在制模具金额较上期末下降较多。

(2) 2023 年春节为 2023 年 1 月 22 日，春节时间较早，公司为保证春节假期后客户订单持续供应，2022 年末存货备货量较其他年度有所增加。2024 年春节为 2024 年 2 月 10 日，春节放假较晚，公司 2024 年 1 月份可继续开工生产的时间较长，年底存货备货量适当有所减少。

二、存货期后销售情况

报告期末，公司主要存货期后销售情况如下：

单位：万元

存货明细	项目	2023年12月31日	2022年12月31日
库存商品	期末余额	7,408.07	9,394.63
	期后出库情况[注]	7,005.26	8,544.53
	期后出库比例	94.56%	90.95%
发出商品	期末余额	3,982.43	5,815.38
	期后结转情况	3,682.53	4,316.36
	期后结转比例	92.47%	74.22%
在制模具	期末余额	8,466.20	14,631.77
	期后结转情况	1,395.38	3,097.06
	期后结转比例	16.48%	21.17%

注：期后销售情况的统计口径为期后3个月。

由上表可知，报告期各期末，公司库存商品与发出商品期后销售情况良好，2022年末发出商品期后三个月结转比例略低系其中1,066.89万元发出商品由于2023年3月末新产品及样件价格尚未确定，暂未结算；在制模具期后销售比例较低，主要系在制模具为定制化开发的产品，研发设计生产周期相对较长。

三、存货变动情况与各主营业务在手订单变动匹配情况

报告期各期末，存货与各主营业务在手订单情况如下：

单位：万元

项目	2023年12月31日	2022年12月31日
存货（不含在制模具）	18,895.51	24,778.39
汽车零部件在手订单[注]	27,042.98	29,177.78
在制模具	8,466.20	14,631.77
期末模具在手订单（个）	66	118

注：在手订单为根据整车厂计算的未来3个月预计交货订单金额。

由上表可见，存货与各主营业务在手订单情况相匹配。

(2) 结合原材料、在制模具的主要构成及库龄、合同执行情况及在手订单情况等，说明相关存货跌价准备测试的过程、主要参数的选取依据及合理性，期末与期初原材料、在制模具存货跌价准备比例变动较大的原因及合理性，相关会计政策及执行情况的一致性，与同行业是否存在明显差异。

一、报告期各期末，公司原材料、在制模具的库龄情况如下表所示：

单位：万元

期间	类别	1年以内	1年以上	合计	一年以内占比
2023年12月31日	原材料	4390.48	1,342.00	5,732.48	76.59%
	其中：新料	1587.49	321.05	1908.54	83.18%
	外协件	2082.35	599.42	2681.77	77.65%
	其他[注]	720.64	421.53	1142.17	63.09%
	在制模具	3,411.95	5054.25	8,466.20	40.30%
2022年12月31日	原材料	5,663.79	1,557.28	7,221.08	78.43%
	其中：新料	2,309.08	404.92	2,714.00	85.08%
	外协件	2,727.31	675.86	3,403.17	80.14%
	其他	627.40	476.49	1,103.90	56.83%
	在制模具	5,445.64	9,186.13	14,631.77	37.22%

注：其他原材料主要为包装材料、备品备件、回料、劳保用品等。

由上表可知，原材料库龄1年以内的占比较高，报告期各期末主要原材料均在75%以上，在制模具库龄1年以上金额较大主要系模具开发周期较长。

二、公司存货跌价计提政策

资产负债表日，存货应当按照成本与可变现净值孰低计量。当存货成本高于其可变现净值的，应当计提存货跌价准备。可变现净值，是指在日常活动中，存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。

产成品、库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

(1) 报告期内，公司针对存货计提跌价准备主要分为三种情况：

①对于正常供货状态原材料、产成品、模具等存货，公司在资产负债表日以单个产品（模具以单个总成项目）售价作为其可变现净值的确定依据，并与账面结存成本进行比较，可变现净值低于成本的金额确认存货跌价准备。

②如在生产中发现原辅材料、半成品或产成品不符合可接受的标准的情况，

公司预计该部分存货未来通过销售或生产使用的可能性极小，可变现价值为零，对其全额计提跌价准备。

③对车型停产，公司判断售后维修需求较小，存货实现销售可能性不高，可变现价值为零，全额计提跌价准备；同时，为生产该停产车型零部件所需备货的指定材料、半成品等库存，预计短期内无其他车型零部件生产可以利用，且根据经营经验判断不易处置变现，公司将该类库存全额计提跌价准备。

(2) 原材料及在制模具可变现净值的测算过程及主要参数

①原材料

公司原材料主要系为生产而持有的塑料粒子、橡胶件、五金件和标准金等，公司报告期末以所生产的产成品汽车零部件的期末销售价格减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值，可变现净值低于成本的金额确认存货跌价准备。

②在制模具

公司在制模具跌价测试可按照报告期末项目开发状态分为以下两种情况：一、正常开发过程中的模具，以单个模具总成项目订单价格减去至完工时估计要发生的成本确定其可变现净额，可变现净额低于成本的金额确认存货跌价准备；二、由于新产品模具开发周期相对较长，且需不断满足客户需求进行技术调整，部分模具研发未达预期或项目终止，预计成本无法收回，可变现净值为0，对该部分模具全额计提跌价准备。

(3) 同行业上市公司存货跌价政策

同行业上市公司	存货跌价政策	具体测算方法
新泉股份	资产负债表日，存货应当按照成本与可变现净值孰低计量。当存货成本高于其可变现净值的应当计提存货跌价准备。可变现净值，是指在日常活动中，存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。	产成品、库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值； 需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值； 为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。
亚普股份		直接用于出售的存货，按该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定；

同行业上市公司	存货跌价政策	具体测算方法
		用于生产而持有的材料存货，按所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定。
常熟汽饰		产成品、库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值； 需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值； 为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。
京威股份		库存商品、在产品 and 用于出售的材料等直接用于出售的存货，其可变现净值按该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定； 用于生产而持有的材料存货，其可变现净值按所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定。
双林股份		期末按照单个存货项目计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备；与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，则合并计提存货跌价准备。
宁波华翔		直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值； 需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值； 资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。
模塑科技		用于出售的材料和库存商品、产成品等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值； 需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值； 为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

由上表可见，公司存货跌价计提政策与同行业上市公司不存在明显差异。

按照上述存货跌价政策，报告期内原材料及在制模具跌价计提情况如下：

项目	2023年12月31日			2022年12月31日		
	账面余额 (万元)	跌价准备 (万元)	计提比率	账面余额 (万元)	跌价准备 (万元)	计提比率
原材料	5,732.48	1,117.65	19.50%	7,221.08	995.41	13.78%
在制模具	8,466.20	1,444.75	17.06%	14,631.77	1,938.38	13.25%

2023年末原材料跌价准备金额为1,117.65万元，较2022年末增加122.24万元，主要为本期新停产车型所备货的专用材料，预计短期内无法消耗，全额计提跌价。

2023年末在制模具跌价准备金额1,444.75万元，较2022年末减少493.63万元，主要系本期在制模具验收增多，在制模具本期结转成本，跌价准备余额相应下降。

综上所述，公司已经建立起合理且比较谨慎的存货跌价准备计提政策，公司在进行存货减值测试时已经充分考虑存货所配套车型的状况、销售价格、存货库龄、期后出库等情况，并结合历史数据谨慎预测存货的未来可售性，且公司报告期内存货跌价政策一贯执行未发生变更，与同行业上市公司保持一致。

(3) 结合转回或转销存货跌价准备的产品类别、库龄、状态、转销对象是否为关联方等情况，说明本期转回或转销存货跌价准备的依据，前期存货跌价准备计提是否审慎，相关会计处理是否符合企业会计准则。

报告期内，存货跌价计提及转销情况如下：

单位：万元

项目	2022/12/31 余额	本期计提金额	本期转销金额	2023/12/31 余额
原材料	995.41	630.45	508.21	1,117.65
库存商品	1,310.56	736.03	815.70	1,230.89
发出商品	40.58	30.62	22.61	48.58
在制模具	1,938.38	999.88	1,493.51	1,444.75
半成品	299.49	91.33	157.01	233.81
合计	4,584.42	2,488.30	2,997.04	4,075.68

期初计提的存货跌价准备不存在在本期转回的情况，存货跌价转销系原已计提存货跌价准备的存货，在生产中领料使用或实现对外销售，继而随新产品的成本一并结转。

存货跌价转销与库龄并不存在直接对应关系，库存商品跌价转销主要为实现销售导致，转销的库存商品库龄基本为 1 年以内，模具跌价转销主要为模具项目本期通过客户验收，确认收入的同时结转模具成本及跌价转销，该部分库龄受模具开发周期的影响，与开模时间相关，原材料、半成品跌价转销主要为本期生产领用消耗及呆滞物料处理，相应跌价随之转销，与库龄不存在直接关系，处理的呆滞物料库龄基本为 1 年以上。

报告期内公司根据存货领用及销售情况对期初已计提的存货跌价准备进行转销处理，转销依据充分，符合《企业会计准则》的要求。此外，对外销售部分主要转销对象为主机厂客户，不存在转销对象为关联方的情况。

【会计师回复】

一、执行的核查程序

针对上述事项，年报会计师主要实施了以下核查程序：

(1) 对公司管理层进行访谈，了解和评价存货管理相关的内部控制，并测试其有效性；

(2) 获取存货期后销售明细及各主营业务在手订单，执行存货构成及变动分析性程序；

(3) 执行存货发出计价测试，复核公司存货发出计价是否准确；

(4) 项目组对期末存货执行监盘程序；

(5) 了解公司存货跌价准备计提政策，评价相关会计政策是否合理、谨慎；

(6) 获取公司存货跌价准备测试明细表及存货库龄明细表，检查可变现净值估计方法以及相关数据，包括预计售价、预计总成本、预计销售费用和相关税费等，复核公司存货跌价准备测试相关的可变现净值的计算过程及主要参数的依据及合理性；

(7) 获取公司存货跌价准备转销明细，了解本期存货跌价转销的具体情况，检查存货跌价转销依据是否充分；

(8) 查询同行业可比公司存货跌价准备计提政策，了解公司与同行业跌价计提政策是否存在偏差。

二、核查意见

经执行上述核查程序，我们认为：

(1) 公司存货变动情况与我们了解到的信息未见重大不一致；

(2) 公司期末与期初原材料、在制模具存货跌价准备比例变动较大系本期原材料、在制模具账面余额下降较多，与我们获取的信息不存在重大差异，相关会计政策及执行情况未见不一致，与同行业的处理未见明显差异；

(3) 公司报告期内不存在跌价转回，转销依据充分，未发现前期存货跌价准备计提不审慎的情况，相关会计处理符合企业会计准则的规定。

问题五、关于客户和供应商。年报显示，2023年，公司对前五大客户的销售额11.60亿元，占年度销售总额70.85%，客户集中度较高。前五名供应商采购额1.46亿元，占年度采购总额18.01%，期末应付款项和应付票据余额6.90亿元，同比增长21.60%。

请公司：(1) 补充披露前五名客户的名称、销售产品、销售收入及其占比等情况，结合业务特点、销售模式、行业可比公司说明客户集中度较高的合理性，是否存在对主要客户的重大依赖；(2) 结合下游领域发展情况、公司业务发展规划、近年公司新客户、新产品的开发方式、公司主要客户的变化情况，说明公司是否具备开拓新客户的能力与条件；(3) 补充披露应付账款前五大供应商名称、对应采购内容、应付金额、形成时间、项目进展、合同约定的付款时间、与报告期内采购金额前五大供应商是否匹配、与公司及关联方是否存在关联关系，并结合应付账款的具体构成、账龄、与供应商合作的模式等，说明应付账款增长幅度较大的原因。

【回复】

(1) 补充披露前五名客户的名称、销售产品、销售收入及其占比等情况，结合业务特点、销售模式、行业可比公司说明客户集中度较高的合理性，是否存在对主要客户的重大依赖。

一、对前五大客户的销售产品、销售收入及其占比等情况

公司对前五大客户的主要销售产品如下：

前五大客户（按照集团口径汇总）	集团下属公司名称	主要销售产品
上汽集团与通用合营企业	上汽通用汽车有限公司 上汽通用东岳汽车有限公司 上汽通用汽车有限公司武汉分公司 上汽通用（沈阳）北盛汽车有限公司 上汽通用东岳动力总成有限公司等	立柱饰板、塑料车窗、落水槽、导流件总成、车身防护板、尾门饰板总成、防擦条/轮眉总成、集油缓冲器、冷却水管、集油缓冲器、外立柱饰板、电池盒托架、发动机罩盖、进气歧管等
中国第一汽车股份有限公司	一汽-大众汽车有限公司 中国第一汽车股份有限公司等	手套箱、立柱饰板、护板总成、储物盒总成、油气分离器、皮带罩盖、进气管等
上海汽车集团股份有限公司	上海新动力汽车科技股份有限公司 上汽通用五菱汽车股份有限公司 上海延锋金桥汽车饰件系统有限公司 上汽大众动力电池有限公司 延锋汽车饰件系统武汉有限公司等	门开启把手总成、进气歧管、外立柱饰板等
大众汽车股份有限公司	上海大众动力总成有限公司 大众一汽发动机（大连）有限公司等	进气歧管、油底壳、进气管、油气分离器、链条导轨、挡油板等
A 客户	A 客户等	立柱饰板、尾门饰板、检修盖板、落水槽等

报告期内公司对前五大客户的销售收入及其占比情况如下：

单位：万元

2023 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	47,767.78	29.16%
2	中国第一汽车股份有限公司	26,229.93	16.01%
3	上海汽车集团股份有限公司	16,990.82	10.37%
4	大众汽车股份公司	12,713.25	7.76%
5	A 客户	12,342.89	7.54%
合计		116,044.67	70.85%

如上所示，公司前五大客户按照集团口径汇总后销售占比较高，其下属公司均为国内主流知名车企，客户质量整体较高，在行业内具有较高的市场占有率，符合下游整车市场的客户分布。

二、结合业务特点、销售模式、行业可比公司说明客户集中度较高的合理性

根据同行业可比上市公司的定期报告，可比公司前五大客户销售收入占营

业收入比例具体如下：

同行业上市公司	2023 年度	2022 年度
新泉股份	70.73%	76.95%
亚普股份	52.05%	54.91%
常熟汽饰	49.45%	48.39%
京威股份	57.91%	62.29%
双林股份	48.35%	48.00%
宁波华翔	38.74%	46.65%
模塑科技	62.05%	62.86%
可比公司均值	54.18%	57.15%
公司前五大合并客户（集团口径）	70.85%	73.65%
公司前五大直接客户	50.11%	54.66%

数据来源：同行业可比上市公司年报。

由上表可见，公司和同行业公司前五大客户销售金额占营业收入比例均比较高，主要系汽车整车行业集中度高，汽车行业属于资源和技术密集型产业，大批量生产可以保证成本的降低和技术的领先性，工业规模效应显著，呈现集中化、规模化的行业发展趋势。根据中国汽车工业协会的统计数据，2023 年汽车销量排名前十位的企业集团共销售 2571.5 万辆，占汽车销售总量的 85.4%，可见汽车整车行业集中度较高。此外，业务模式上，整车厂与供应商建立认证准入的合作模式，公司作为整车厂的汽车零部件一级供应商，销售模式为直销，公司直接客户主要为大型知名整车厂。

公司前五大客户销售金额占营业收入比例高于同行业可比公司均值，主要系公司前五大客户以合资整车厂为主，合资整车厂在我国汽车市场占据优势地位，具有较高的市场占有率。根据乘联会发布的 2023 年汽车产销量数据，公司主要客户一汽大众、上汽大众、上汽通用、A 客户 2023 年度汽车零售销量分别为 1,846,617 辆、1,231,433 辆、870,011 辆、603,664 辆，占比 8.5%、5.7%、4.0%、2.78%，一汽大众、上汽大众、上汽通用 2023 年度国内乘用车零售销量排名分别为第二名、第五名、第七名，A 客户 2023 年度国内新能源乘用车零售排名为第二名。此外，汽车零部件行业内客户集中度高的情况较为常见，例如明新旭腾、金钟股份、无锡振华 2023 年前五大客户销售金额占营业收入比例分别为 68.55%、73.19%、72.91%，客户集中度均较高。

综上所述，公司客户集中度较高主要原因为下游整车行业市场集中度高所

致，属于行业惯例。

三、是否存在对主要客户的重大依赖

公司秉承顾客至上的经营理念，以为客户创造价值为己任，在和客户合作中建立了稳定且广泛的合作关系。经过多年的稳健经营，公司在技术研发、产品质量及后续服务等方面已形成良好的品牌形象和较高的市场美誉度。公司凭借自身实力与客户建立起长期、稳定、互信的合作关系。

报告期内，公司不存在向单个客户的销售金额占全年销售总额的比例超过50%的情况。此外，公司持续主动积极开发新客户，并努力开拓新能源汽车市场。公司成功进入了理想汽车、东风岚图、丰田、Stellantis、蔚来汽车、A客户等客户的供应商体系，拓展了客户资源。

综上所述，公司不存在对主要客户重大依赖的情况。

(2) 结合下游领域发展情况、公司业务发展规划、近年公司新客户、新产品的开发方式、公司主要客户的变化情况，说明公司是否具备开拓新客户的能力与条件。

一、下游汽车市场发展前景较好

2019年以来，中国乘用车产量、销量均呈先降后升的趋势，汽车行业总体发展前景较好。从行业细分来看，新能源车产销量占比快速提升，是近年来汽车行业发展的重要变化趋势。此外，汽车“电动化、智能化、网联化”发展也不断深化，如辅助驾驶、车路协同、人机交互等方面取得长足发展，与之相关的汽车零部件行业需求也持续增加。

随着国家促消费、稳增长政策的持续推进，促进新能源汽车产业高质量发展系列政策实施，以及智能汽车技术的快速发展和下游客户认可度的提高，我国智能汽车行业也因此迎来了良好的发展机遇期。

二、通过研发驱动自主创新，推动产品和技术升级，制定顺应行业发展趋势的战略规划

为了顺应行业发展趋势，公司的业务发展规划为：维持动力系统和饰件系统零部件业务市场份额，提升新能源车零部件业务占比、在电子电控领域进行产品横向拓展，开拓新客户和新产品、拓展汽车光学产品市场规模。公司业务发展战略的实施路径为：通过研发驱动自主创新，推动产品和技术升级，为公

司业务发展战略的实施提供有力保障。

三、公司具备开拓新客户的能力与条件，通过积极参与产品共同开发获取新客户，客户结构持续优化

公司新客户、新产品的开发方式，主要为参与客户共同开发，取得客户认可后产生业务订单。通常情况下，整车厂对公司技术、设备、研发能力先进行初步评审，评审合格后进入整车厂的供应商名录。整车厂在开发新车型时会向包括公司在内的合格供应商发出开发邀请或投标邀请，公司根据整车厂对产品的具体要求组织研究开发并制作初步设计方案和报价，参与整车厂开发过程、形成可行性研究报告，通过多轮技术交流及价格谈判，整车厂会综合考虑产品质量和交货能力、过往配套情况以及价格等因素，选择相对有优势的供方为其该产品的最终供应商。

公司以技术中心为核心，建有战略研发团队专项负责新技术或新产品的论证、立项、设计和开发工作以满足客户的潜在需求。通过积极参与产品共同开发获取新客户，公司客户结构持续优化。

2020年以来，公司前五大客户收入占比分别为81.43%、77.79%、73.65%和70.85%，公司前五名客户集中度持续降低，新客户及新产品开发成效逐渐显现。

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，也持续开拓新能源汽车领域，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，成功进入了理想汽车、东风岚图、丰田、stellantis、小鹏等配套供应商体系。

综上所述，公司产品下游领域市场发展前景较好，通过研发驱动自主创新，推动产品和技术升级，制定顺应行业发展趋势的战略规划，通过积极参与产品共同开发获取新客户，客户结构持续优化，公司具备开拓新客户的能力与条件。

(3) 补充披露应付账款前五大供应商名称、对应采购内容、应付金额、形成时间、项目进展、合同约定的付款时间、与报告期内采购金额前五大供应商是否匹配、与公司及关联方是否存在关联关系，并结合应付账款的具体

构成、账龄、与供应商合作的模式等，说明应付账款增长幅度较大的原因。

一、应付账款余额前五大供应商情况

序号	供应商名称	是否为关联方	采购内容	应付余额(万元)	形成时间	项目进展	合同约定的付款时间	与主要供应商的匹配情况
1	台州市黄岩星泰塑料模具有限公司	否	模具	1,495.16	2023年	模具采购, 持续发生	合同签订并收到发票后一个月内支付 30%; 验收合格并收到发票后一个月内支付 60%; 模具量产合格品一万次(零件数量)或 3个月(孰早)并收到发票后一个月内支付 10%。	模具类采购第 2 名
2	宁波市环湖建设有限公司	否	工程建设	1,247.09	2023年	已完工	按照项目进度开票付款	工程类采购第 1 名
3	余姚市德翔塑料贸易有限公司	否	淋涂涂料	1,084.06	2023年	材料采购, 持续发生	验收合格并收到发票后 90 内付款	外购件采购第 3 名
4	杜邦贸易(上海)有限公司	否	塑料粒子	1,055.50	2023年	材料采购, 持续发生	验收合格并收到发票后 60 内付款	新料采购第 2 名
5	宁波拓普声学振动技术有限公司	否	隔音棉、毛毡板等	1,026.76	2023年	材料采购, 持续发生	验收合格并收到发票后 90 内付款	外购件采购第 2 名
合计				5,908.58				

为确保产品生产质量的稳定性、供货的及时性及采购价格优势，公司模具及材料供应商均较为稳定，主要供应商均已合作较长时间，期末前五大应付账款均为公司长期合作的主要供应商，与公司及关联方均不存在关联关系。

公司供应商按照采购内容主要分为原材料采购、模具采购、设备工程采购等类别，本期末前五大应付账款供应商均为模具、工程及材料等各类采购供应商的前五名，与主要采购供应商相匹配。

二、应付账款的具体构成、账龄、与供应商合作的模式及应付账款增长合理性

公司报告期末应付账款余额按照款项性质列示如下：

单位：万元

项目	2023/12/31	2022/12/31	变动金额	变动比率
应付材料款	29,110.28	26,905.53	2,204.74	8.19%
应付模具款	3,713.62	1,433.92	2,279.70	158.98%
应付工程款	2,385.00	1,157.46	1,227.55	106.06%
应付费用款	3,688.52	3,894.53	-206.02	-5.29%
应付设备款	1,506.69	3,344.76	-1,838.07	-54.95%
合计	40,404.11	36,736.20	3,667.91	9.98%

公司2023年12月末应付账款具体构成主要为日常生产所需原材料、模具、设备工程款等采购款项，账龄主要为1年以内，公司与供应商根据合同账期进行结算支付，不存在账龄较长的大额应付款项。

截至2023年12月31日，公司应付账款余额为40,404.11万元，较2022年末增加3,667.91万元，变动比例9.98%。公司本期应付账款较上期末增加主要系以下原因造成：

（1）四季度汽车零部件订单增加，应付材料款增长

根据中国汽车工业协会统计数据，本期第四季度乘用车市场销售793.3万辆，较上年同期增加20.73%。公司根据与整车厂签订的销售协议采用“以销定产”的生产模式，受下游整车厂市场需求及订单影响，公司本期第四季度材料采购金额增加，导致本期末尚在信用期内的应付材料款增加。

（2）本期模具采购额大幅增加，应付供应商模具款相应增长

公司本期模具销售收入较上年增加12,813.79万元，同比上升131.27%。模具生产工艺相对复杂，开发周期相对较长，根据模具结构复杂程度不同，模具开发周期一般在0.5-2年之间，本期四季度公司新项目开发模具进入验收及量产，此外，A客户a项目及上海蔚来Pegasus等新能源项目验收顺利，上述因素综合导致本期模具采购较上年大幅增加，带动期末应付模具款较上年增加2,859.55万元。

（3）高光工厂三期厂房建设完工，应付工程款增加

公司高光工厂三期厂房于本期建设完成，达到预定可使用状态，因尚未竣

工结算，应付宁波市环湖建设有限公司工程款项尚未支付，上述原因导致 2023 年末应付工程款增加 1,227.55 万元。

综合上述分析，公司本期应付账款增长情况与公司实际业务及工程建设情况相匹配，增长具有合理性。

【会计师回复】

一、执行的核查程序

针对上述事项，年审会计师主要实施了以下核查程序：

(1) 向公司销售部进行访谈，了解前五大客户情况及客户集中的原因，以及对主要客户是否存在重大依赖；

(2) 查询同行业可比公司公开信息，分析行业客户集中度情况；

(3) 获取报告期内前五大客户收入占比情况，分析是否存在对主要客户重大依赖；

(4) 网上查询下游整车市场产销量情况，了解汽车行业的市占率分布；

(5) 获取公司应付账款明细表、采购明细表，分析应付账款与主要供应商是否匹配；

(6) 执行应付账款发生额查验，检查采购合同、发票、入库单/结算单、付款单等资料；

(7) 获取公司与应付账款主要供应商的采购合同，了解公司向主要供应商的采购内容、付款政策等；

(8) 执行应付账款余额构成与变动分析程序；

(9) 选取供应商执行往来款余额及采购额函证程序；

(10) 向公司管理层访谈，了解公司业务发展规划、客户开发情况等；

(11) 了解主要供应商工商信息，与公司合作情况，以及是否存在关联关系。

二、核查意见

经执行上述核查程序，我们认为：

(1) 公司客户集中度较高符合行业特征；

(2) 公司开拓新客户的能力与条件与我们了解的信息未发现重大不一致。

(3) 公司应付账款前五名供应商与报告期内主要供应商未见不一致，上述供应商与公司及其关联方未发现存在关联关系，应付账款增长变动原因与我们了解的信息未发现重大不一致。

特此公告。

神通科技集团股份有限公司董事会

2024年6月13日