

厦门唯科模塑科技股份有限公司
首次公开发行股票申请文件审核意见
中有关财务事项的说明

大华核字[2021]002156号

大华会计师事务所(特殊普通合伙)

Da Hua Certified Public Accountants (Special General Partnership)

厦门唯科模塑科技股份有限公司
首次公开发行股票申请文件审核意见中
有关财务事项的说明

	目 录	页 次
一、	首次公开发行股票申请文件审核意见中 有关财务事项的说明	1-189

首次公开发行股票申请文件审核意见中 有关财务事项的说明

大华核字[2021]002156 号

深圳证券交易所上市审核中心：

由国金证券股份有限公司转来的《关于厦门唯科模塑科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函》（审核函〔2020〕010993 号，以下简称审核意见）奉悉。我们已对审核意见所提及的厦门唯科模塑科技股份有限公司（以下简称“唯科模塑”或“公司”）财务事项进行了审慎核查，因唯科模塑补充了最近一期财务数据，我们为此作了追加核查，现汇报如下：

一、【审核意见 2. 关于营业收入】申报材料显示，发行人主营业务收入主要分为精密注塑模具、注塑件和健康产品等，报告期各期主营业务收入分别为 52,612.69 万元、63,471.59 万元、68,956.12 万元、33,555.45 万元。请发行人：（1）按产品应用领域披露报告期各期注塑模具及注塑件的收入构成情况，注塑模具以汽车产品为主但注塑件以电子和家居产品为主的原因，各类产品收入变动情况与下游行业发展趋势和客户经营业绩是否匹配；（2）产品应用于汽车领域的，补充披露主要产品应用于哪些汽车部件，是否应用于新能源车，对应的主要直接客户及整车厂商，报告期各期主要产品销售金额、销量及平均价格，发行人属于第几层供应商，主要产品收入变动情况与整车厂商相关车型出货量、更新换代周期、行业景气度、行业政策等是否匹配，如有根据国六标准进行更新换代的，请结合销售数量量化分析新旧标准切换对相关产品的影响；（3）针对产品应用于电子领域、家居领域及其他领域的，补充披露各类产品对应的主要直接客户及终端品牌商，报告期各期各领域主要产品的销售金额、销量及平均价格，销售收入的影响因素，如发生较大变动的，请披露原因及合理性，其中产品应用于电子烟的，请披露电子烟销售地区及当地监管政策对产品销售的影响；（4）补充披露各类健康产品对应的主要直接客户及终端品牌商，报告期各期各类健康产品的销售金额、销量及平均价格，如发生较大变动的，请披露原因及合理性；（5）补充披露采用 ODM 模式和 OEM 模式生产健康产品对应的收入金额、客户情况及毛利率差异；（6）对于注塑件和健康产品，补充披露发行人与客户关于销售价格的约定，是否存在同种产品价格逐年降低的类似约定，是否符合行业惯例；（7）补充披露注塑

模具、注塑件和健康产品的订单特征，从下单、发货到收入确认的周期，与同行业公司相比是否存在较大差异；（8）补充披露对健康产品按生产模式披露其收入构成情况；（9）补充披露报告期内是否存在模具修改业务，如是，披露各期收入金额、主要客户、收入确认时点及收入成本核算原则，与模具质保服务的差异。请保荐人和申报会计师说明对发行人收入真实性、准确性、完整性采取的核查程序、核查比例、核查结果及核查意见，对上述事项发表明确意见。

回复：

（一）按产品应用领域披露报告期各期注塑模具及注塑件的收入构成情况，注塑模具以汽车产品为主但注塑件以电子和家居产品为主的原因，各类产品收入变动情况与下游行业发展趋势和客户经营业绩是否匹配。

1. 注塑模具及注塑件产品各应用领域情况

报告期内，发行人注塑模具产品各应用领域收入构成情况（单位：万元，%）

应用领域	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
汽车领域	10,068.88	56.66	13,371.06	73.06	15,448.47	78.65
电子领域	2,469.37	13.90	1,445.40	7.90	2,324.38	11.83
家居领域	1,420.52	7.99	1,338.61	7.31	501.85	2.56
其他领域	3,810.77	21.45	2,146.02	11.73	1,366.78	6.96
合计	17,769.53	100.00	18,301.09	100.00	19,641.48	100.00

报告期内，发行人注塑件产品各应用领域收入构成情况（单位：万元，%）

应用领域	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
电子领域	20,182.05	44.93	14,693.57	39.18	11,351.87	36.20
家居领域	11,321.69	25.20	9,917.47	26.45	8,558.05	27.29
汽车领域	5,731.47	12.76	7,291.09	19.44	7,043.04	22.46
其他领域	7,687.00	17.11	5,596.56	14.92	4,403.75	14.04
合计	44,922.21	100.00	37,498.69	100.00	31,356.72	100.00

报告期内，公司注塑模具以汽车产品为主但是注塑件以电子和家居产品为主的原因如下：

A、由于汽车行业是注塑模具下游最大的应用领域市场，且整体要求较高，因此一般而言汽车领域注塑模具销售数量及单价均高于电子、家居等领域，报告期内发行人汽车领域注塑模具销售数量分别为446套、384套和287套，占各期模具销售总数的59.39%、48.98%和31.64%，占比较高，且单价为30万元/套左右，远高于发行人注塑模具的整体销售单价；B、发行人汽车领域客户以均胜电子下属公司Preh GmbH、施耐德博士集团、Altcam集团、卡尔海丝公司等欧美企业为主，产品目的地在德国、西班牙等欧洲国家，配套生产注塑件的便利性、经

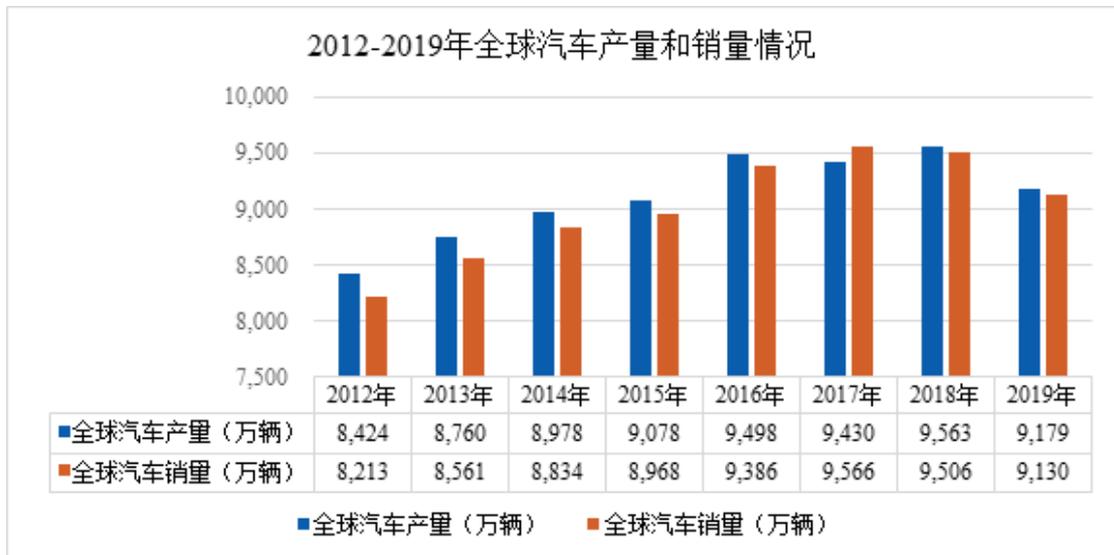
济性不足，因此以直接销售模具为主；C、注塑件以就近配套为主，如发行人与客户盈趣科技、博格步集团（厦门海沧保税区内的工厂）都在同一城市。

报告期内，各类收入变动情况与下游行业发展趋势和客户经营业绩匹配情况分析如下：

1) 汽车领域产品

A、全球汽车行业发展概况

全球汽车制造主要集中在中国、美国、日本、德国、印度、墨西哥、韩国、巴西、西班牙和法国等国家，根据数据统计，全球汽车产量由 2005 年 6,648 万辆增加至 2019 年的 9,179 万辆，全球汽车销量由 2005 年的 6,592 万辆增加至 2019 年的 9,130 万辆，复合增长率分别为 2.33% 和 2.35%。2018 年以来，受到宏观经济增速放缓、美国贸易政策、新冠疫情等因素影响，全球汽车产量出现一定下滑。



数据来源：世界汽车组织（OICA）

B、我国汽车行业发展概况

我国汽车产业当前处于由“数量增长”转为“质量提升”转型升级阶段，虽受宏观经济增速放缓、中美经贸摩擦等因素的影响，我国汽车产销量 2018 年-2020 年有所下降，但是我国汽车产销量还是稳居全球第一。根据中国汽车工业协会统计，2020 年 4 月以来我国汽车销量持续保持增长，2020 年我国汽车产销分别完成 2,523 万辆和 2,531 万辆，同比下降 1.91% 和 1.79%，与 2019 年相比，分别收窄 5.5 个百分点和 6.3 个百分点，汽车行业受新冠疫情影响逐步减弱，降幅持续收窄，总体表现好于预期。另外，我国汽车出口在 2020 年结束了前 8 个月的低迷后，9 月开始恢复，且在 11 月、12 月连续两个月出口量刷新历史记录，2020 年下半年我国汽车行业回暖趋势明显。



数据来源：中国汽车工业协会

C、汽车领域主要客户经营情况

报告期内，公司汽车领域主要客户中均胜电子和麦格纳集团为国内外上市公司，可通过年报等公开资料获得其经营业绩情况，其余公司无法获得经营业绩情况。

均胜电子和麦格纳集团最近三年营业收入如下：

客户名称	2020年度	2019年度	2018年度
均胜电子	-	616.99 亿元	561.81 亿元
麦格纳集团	-	394.31 亿美元	408.27 亿美元

注：“-”表示未披露相关数据，均胜电子、麦格纳集团尚未披露 2020 年年度报告数据。

D、汽车领域经营业绩和下游发展趋势、客户经营业绩的匹配情况

报告期内，公司汽车领域主要客户主营业务收入情况如下（单位：万元）：

客户名称	2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）
均胜电子	4,182.97	26.47	6,055.95	29.31	5,966.96	26.53
施耐德博士集团	2,031.78	12.86	1,758.47	8.51	3,422.82	15.22
艾福迈集团	2,459.55	15.57	3,423.55	16.57	1,808.86	8.04
卡尔海丝公司	929.77	5.88	387.43	1.88	1,201.48	5.34
慧鱼集团	692.07	4.38	853.57	4.13	0.66	-
麦格纳集团	585.86	3.71	1,230.99	5.96	1,806.48	8.03
Altcam 集团	529.05	3.35	2,030.53	9.83	1,897.53	8.44
小计	11,411.05	72.22	15,740.49	76.18	16,104.78	71.60
汽车领域合计	15,800.34	100.00	20,662.15	100.00	22,491.51	100.00

由于发行人汽车领域以境外客户为主，该领域经营业绩与全球汽车行业发展趋势相符，整体呈现下降趋势。

麦格纳集团于 2019 年自行建造配套注塑厂，2019 年、2020 年与发行人交易金额明显下

降。发行人对均胜电子销售情况与其实现的收入基本匹配。

2) 电子领域

公司电子领域下游终端产品较为分散，主要产品包括电子烟配件、光纤通讯设备零件等，因此仅分析电子烟领域和光纤通讯领域。

A、电子烟领域

近年来，全球控烟禁烟力度加大，各国通过法律法规不断加强对传统烟草制品的管控，同时消费者的健康意识逐渐增强，传统卷烟消费开始显现颓势。公司电子烟配件产品主要用于加热不燃烧电子烟，加热不燃烧电子烟由于其良好的替烟效果全球市场销量表现强势，据弗若斯特沙利文咨询公司统计数据，全球加热不燃烧电子烟销售额已从 2013 年的 0.2 亿美元快速增长至 2019 年的 196 亿美元，表现出强劲的发展势头，其中菲莫国际的 IQOS 系列产品由于其优越的性能和口感，占据日本、韩国等国家的主要电子烟市场份额，据菲莫国际年报显示，在 2019 年其全球用户已达 1,360 万人。菲莫国际旗下的 IQOS 产品在 2020 年正式通过了美国 FDA 作为改良风险烟草产品（MRTP）进行销售的审核，将正式作为减害产品在美国上市销售。以此为里程碑，叠加电子烟良好的减害性、优质的替烟效果、多样的口味选择，将开启电子烟发展的新篇章，未来市场规模将迎来大幅增长。

B、光纤通讯领域

光纤通讯领域发展指标最具代表性的是光缆里程，全球光缆产量从 2010 年开始呈现持续增长态势，从 2010 年的 1.89 亿芯千米增长到 2017 年的 4.92 亿芯千米，并于 2018 年首次突破 5 亿芯千米。2020 年新冠疫情爆发后，欧洲、北美洲居家办公人数增加，人们对网络的需求加速了户外基站的建设进程，光纤通讯领域得到快速的发展。

C、电子领域主要客户经营情况

报告期内，公司电子领域主要客户中盈趣科技、康普集团、尼得科集团、福迪威集团、丹纳赫集团为国内外上市公司，可通过年报等公开资料获得其经营业绩情况，力纳克集团无法获得经营业绩情况。

盈趣科技、康普集团、尼得科集团、福迪威集团、丹纳赫集团其最近三年营业收入如下：

客户名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
盈趣科技	-	38.54 亿元	27.79 亿元
康普集团	84.36 亿美元	83.45 亿美元	45.69 亿美元
尼得科集团 ^注	-	15,348.00 亿日元	14,754.36 亿日元
福迪威集团	46.34 亿美元	45.64 亿美元	64.53 亿美元
丹纳赫集团	222.84 亿美元	179.11 亿美元	198.93 亿美元

注：尼得科集团财务报告数据为当年 3 月到次年 3 月份营业收入金额，盈趣科技尚未披露 2020 年年度报告数据。

D、电子领域经营业绩和下游发展趋势、客户经营业绩的匹配情况

报告期内，公司电子领域及主要客户主营业务收入情况如下（单位：万元）：

客户名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
盈趣科技	9,490.99	41.90	7,207.80	44.66	4,613.25	33.73
康普集团	5,173.15	22.84	2,714.43	16.82	3,546.34	25.93
尼得科集团	1,817.24	8.02	734.94	4.55	377.84	2.76
力纳克集团	1,093.69	4.83	1,006.08	6.23	1,078.76	7.89
福迪威集团	977.72	4.32	1,232.78	7.64	1,262.13	9.23
丹纳赫集团	845.35	3.73	839.69	5.20	880.00	6.43
小计	19,398.13	85.64	13,735.72	85.11	11,758.30	85.98
电子领域合计	22,651.42	100.00	16,138.97	100.00	13,676.26	100.00

整体而言，公司电子领域合计主营业务收入报告期内呈现稳中有升的趋势，与电子烟、光缆通讯等行业的发展趋势相符。

报告期内，公司对盈趣科技的销售收入与其经营业绩相符，呈现上升趋势；2019 年盈趣科技第三代电子烟上市，带动公司对盈趣科技销售收入大幅度增长；2020 年盈趣科技电子烟销售收入保持稳定，家用雕刻机市场火爆，子公司马来西亚唯科配套盈趣科技马来西亚工厂提供家用雕刻机配件，2020 年公司对盈趣科技销售收入持续增长；报告期内，公司对康普集团销售收入与康普集团经营业绩波动不一致，2018 年为应对中美贸易摩擦，客户增加了安全库存量而加大了对公司的采购，2019 年逐步消化库存量，所以 2019 年对康普集团销售收入有所下降。2020 年，新冠疫情期间人们居家办公导致对于网络的需求量激增，叠加国外 5G 基础建设速度加快，公司对康普集团销售收入增长明显；福迪威集团、丹纳赫集团均为世界 500 强集团，都是发行人的战略合作伙伴之一，报告期内合作金额较为稳定。

综上，电子领域经营业绩和客户经营业绩匹配。

3) 家居领域

公司家居领域下游终端产品较为分散，主要包括婴儿车、家具配件等，因此仅分析婴童用品、家具产品领域市场。

A、婴童用品

根据中国玩具和婴童用品协会发布的报告显示，全球婴童用品行业保持平稳增长状态，欧美等国家婴童用品市场已经处于成熟阶段。现阶段，我国婴幼儿用品市场随着国民消费水平的提升，消费规模尤其是优质产品的市场规模进一步扩大，具有可观的产业规模和市场前景，属于我国的“朝阳产业”，婴儿车是其中最大的品类。

婴儿车为 0-3 岁的婴幼儿出行创造了优质条件，已成为育儿家庭的普遍产品和刚性需求。根据中国玩具和婴童用品协会发布的《2020 年中国玩具和婴童用品行业发展报告》显示，2019 年我国婴儿车市场规模达 147.2 亿元，同比增长 11.5%。

从婴儿车全球供应链来看，90%的产能集中于我国，根据海关总署统计，2019 年我国婴

孩车及零件出口数量及金额分别为 21.37 万吨和 95.14 亿元。我国 2017-2019 年婴孩车及零件（海关编码：87150000）出口情况如下表所示：

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
出口数量（万吨）	21.37	21.86	22.94
出口金额（亿元）	95.14	89.90	90.21

数据来源：海关总署

B、家具产品

沙发、餐桌、橱柜等家具作为人民日常生活的主要物件，近年来随着人们收入和生活水平的提高，销售量持续增长，根据意大利米兰轻工业信息中心（CSIL）的统计，2002 年全球家具产值突破 2,000 亿美元，2007 年全球家具产值突破 3,000 亿美元，2018 年全球家具行业总产值达到 4,600 亿美元。

C、家居领域主要客户经营情况

公司家居领域主要客户均为非上市公司，无法从公开渠道获得其经营业绩情况。

D、家居领域经营业绩和下游发展趋势、客户经营业绩的匹配情况

报告期内，公司家居领域主要客户主营业务收入情况如下（单位：万元）：

客户名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）
博格步集团	4,328.35	33.97	3,911.90	34.75	3,721.79	41.08
威卢克斯集团	3,866.59	30.34	2,790.26	24.79	2,145.33	23.68
宜家集团	2,684.02	21.06	2,438.77	21.67	1,058.86	11.69
冯氏集团	682.09	5.35	848.84	7.54	718.12	7.93
诺沃雷克斯集团	246.26	1.93	365.51	3.25	692.61	7.64
小计	11,807.31	92.66	10,355.28	92.00	8,336.71	92.02
家居领域合计	12,742.21	100.00	11,256.08	100.00	9,059.90	100.00

总体而言，报告期内发行人家居领域经营业绩稳中有升，与婴童用品、家具产品等家居行业发展趋势相符。

（二）产品应用于汽车领域的，补充披露主要产品应用于哪些汽车部件，是否应用于新能源车，对应的主要直接客户及整车厂商，报告期各期主要产品销售金额、销量及平均价格，发行人属于第几层供应商，主要产品收入变动情况与整车厂商相关车型出货量、更新换代周期、行业景气度、行业政策等是否匹配，如有根据国六标准进行更新换代的，请结合销售数量量化分析新旧标准切换对相关产品的影响。

1. 主要产品应用于哪些汽车部件，是否应用于新能源车，对应的主要直接客户及整车厂商

公司汽车领域分为注塑模具产品和注塑件产品，公司产品覆盖了汽车的大部分部件领域，

包括中控及按键系统、汽车油箱阀、汽车后视镜和空调系统等，具体情况如下：

客户名称	对应主要产品	对应主要汽车品牌	对应主要车型	是否应用于新能源车
均胜电子	中控及按键系统零部件	福特汽车	翼虎	否
		大众汽车	PASSAT、Golf	否
			E-Golf	是
		宝马汽车	宝马全系	否
	特斯拉汽车	Model-3、Model-Y	是	
	车门系统零部件	戴姆勒汽车	无车型信息	-
汽车油箱阀配件	大众汽车	无车型信息	-	
施耐德博士集团	空调系统零部件	雷诺汽车	无车型信息	-
		法拉利汽车	无车型信息	-
		大众汽车	Golf8、Arteon	否
		捷豹汽车	无车型信息	-
	内饰件零部件	奥迪汽车	A3、A1、A6L	否
		捷豹汽车	无车型信息	-
		大众汽车	Arteon、Golf8、PassatB8、Touareg	否
		奔驰汽车	无车型信息	-
	车门系统零部件	大众汽车	Touareg	否
		福特汽车	翼虎	否
		奔驰汽车	无车型信息	-
	中控及按键系统零部件	大众汽车	T-Cross	否
仪表系统零部件	奥迪汽车	A1	否	
艾福迈集团	汽车油箱阀配件	大众汽车	无车型信息	-
		奥迪汽车	无车型信息	-
		奔驰汽车	无车型信息	-
		宝马汽车	无车型信息	-
座椅系统零部件	无品牌信息	无车型信息	-	
卡尔海丝公司	中控及按键系统零部件	路虎汽车	无车型信息	-
		宝马汽车	无车型信息	-
		大众汽车	无车型信息	-
	发动机系统零部件	奔驰汽车	无车型信息	-
		奥迪汽车	无车型信息	-
		本田汽车	无车型信息	-
	车门系统零部件	保时捷汽车	无车型信息	-
		大众汽车	无车型信息	-
		特斯拉汽车	无车型信息	是
		福特汽车	无车型信息	-
内饰件零部件	大众汽车	途锐	否	

客户名称	对应主要产品	对应主要汽车品牌	对应主要车型	是否应用于新能源车
慧鱼集团	空调系统零部件	戴勒姆汽车	无车型信息	-
		奥迪汽车	无车型信息	-
	内饰件零部件	奥迪汽车	无车型信息	-
麦格纳集团	汽车后视镜配件	通用汽车	别克 GL8	否
		现代汽车	索纳塔、新途胜、悦纳	否
		奔驰汽车	无车型信息	-
		宝马汽车	X3、X5	否
	车载 DVD 零部件	宝马汽车	X5	否
Altcam 集团	车门系统零部件	大众汽车	无车型信息	-
		奔驰汽车	无车型信息	-
	电子控制零部件	无品牌信息	无车型信息	-
	座椅系统零部件	无品牌信息	无车型信息	-

公司汽车领域产品型号较多，通常无法准确对应具体的车型信息，故无法判断是否应用于新能源车，主要原因为：A、公司主要为汽车整车厂二级供应商，属于“来图生产”，只针对汽车一级供应商提供的图纸进行定制化生产，客户由于涉及商业机密等原因未告知具体终端情况，也无公开渠道查询；B、公司产品多数为功能结构件，同一个功能结构件可能同时应用于多种车型。

2. 报告期各期主要产品销售金额、销量及平均价格

发行人报告期各期汽车领域主要产品为注塑模具和注塑件产品，其销售金额、销量和平均价格情况如下：（单位：万元，平均单价：万元/套、元/件）：

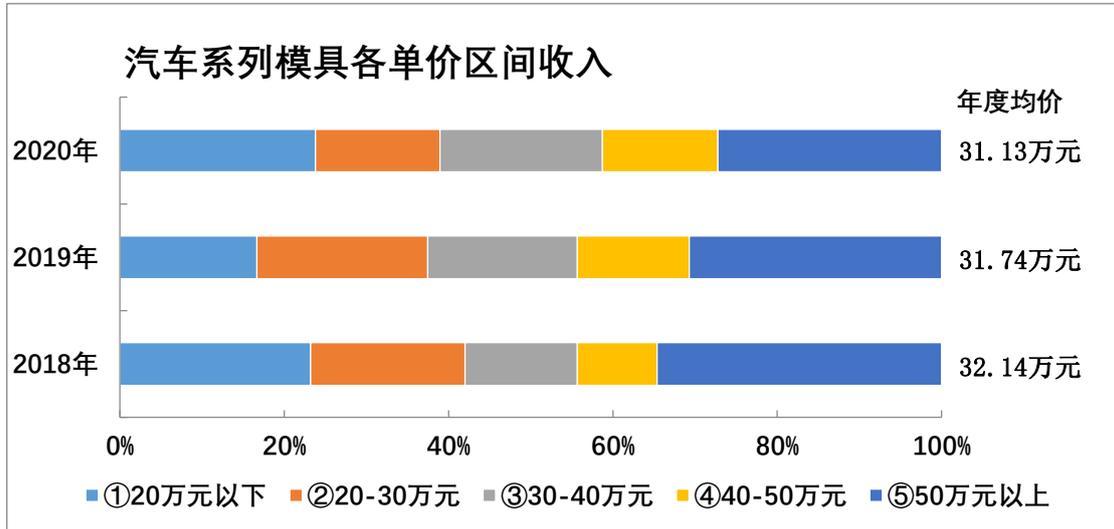
产品类别	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	销量	销售金额	平均单价	销量	销售金额	平均单价	销量	销售金额	平均单价
注塑模具 (套)	287	8,934.44	31.13	384	12,187.49	31.74	446	14,335.10	32.14
注塑件 (万件)	8,789.03	5,731.47	0.65	8,836.00	7,291.09	0.83	7,283.87	7,043.04	0.97

注：注塑模具不含修改模

1) 注塑模具产品

报告期内，公司汽车领域注塑模具销售金额分别为 14,335.10 万元、12,187.49 万元和 8,934.44 万元，呈下降趋势，2019 年略有下降是两方面因素综合影响所导致的，一方面因为 2019 年受欧洲大众尾气门事件和欧洲排放标准的不确定性影响，汽车行业开始呈现下滑趋势，各个汽车厂商减少或暂停新项目的开发，另一方面 2019 年我国开始实施国六排放标准，使得整车厂对艾福迈集团生产的国六排放标准汽车油箱阀门需求增加，从而带动发行人的销售额增加，两个因素叠加导致 2019 年销售金额略有下降。2020 年销量下滑明显，是由于新冠疫情期间，各大汽车厂商暂缓项目导致。

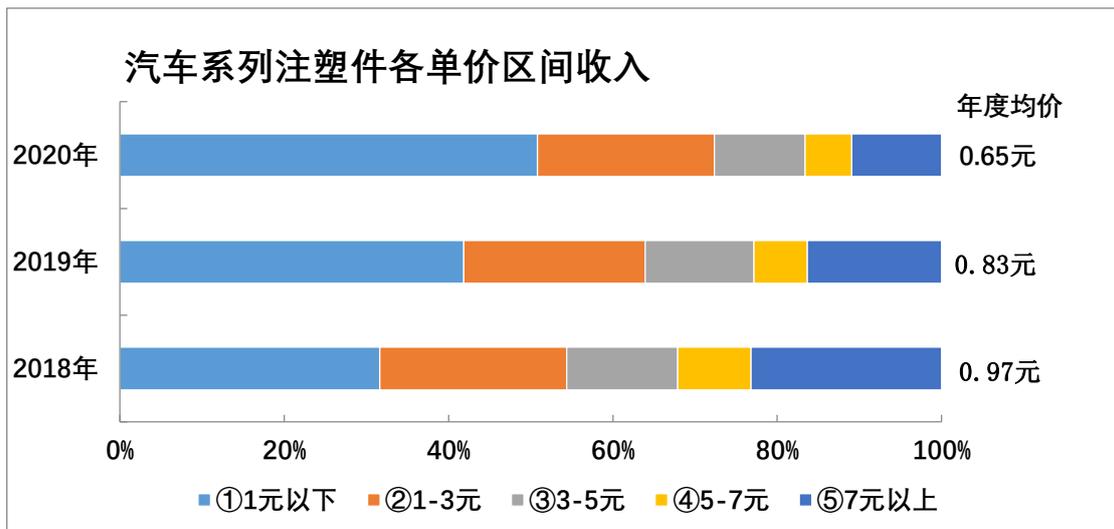
报告期内，汽车领域注塑模具单价分别为 32.14 万元、31.74 万元和 31.13 万元，报告期内汽车领域注塑模具单价相对稳定，略有下降，主要系由于下游客户降成本压力导致整体价格下行以及产品结构不同所造成。报告期内，公司汽车领域注塑模具各单价区间收入结构如下：



2) 注塑件产品

报告期内，公司汽车领域注塑件产品的销售金额分别为 7,043.04 万元、7,291.09 万元和 5,731.47 万元，2019 年较 2018 年有所上升，主要系由于均胜电子在中控及按键系统零部件市场份额逐步提升，公司的销售收入金额也随之上升。2020 年受到新冠疫情的影响，汽车领域注塑件销售金额下滑较为明显。

报告期内，汽车领域注塑件单价分别为 0.97 元、0.83 元和 0.65 元，持续下滑，主要是由于下游客户降成本压力以及产品结构不同所致。报告期内，公司汽车领域注塑件各单价区间收入结构如下：



3. 发行人属于第几层供应商

发行人已形成了以整车厂一级供应商客户为主，二级供应商客户为辅的结构。发行人报告期各期汽车领域前五大客户及发行人所处供应商层级如下：

序号	客户名称	客户所属供应商层级	发行人所属供应商层级
1	均胜电子	一级供应商	二级供应商
2	施耐德博士集团	一级供应商	二级供应商
3	艾福迈集团	二级供应商	三级供应商
4	卡尔海丝集团	二级供应商	三级供应商
5	Altcam 集团	二级供应商	三级供应商
6	麦格纳集团	一级供应商	二级供应商
7	慧鱼集团	二级供应商	三级供应商

4. 主要产品收入变动情况与整车厂商相关车型出货量、更新换代周期、行业景气度、行业政策等是否匹配

公司汽车领域产品型号众多，通常无法对应具体的车型信息，因此公司主要产品收入变动情况无法与整车厂商相关车型、更新换代周期相匹配。

主要产品收入变动情况与汽车行业匹配关系参见本小节“1、注塑模具及注塑件产品各应用领域情况”之“1) 汽车领域产品”相关内容。

5. 如有根据国六标准进行更新换代的，请结合销售数量量化分析新旧标准切换对相关产品的影响

报告期内，公司与“国六标准”有关的产品主要为艾福迈集团提供的汽车油箱阀盖板、外壳、底壳等配件，其销售金额和占汽车领域产品销售收入比例如下（单位：万元）：

项目	产品类别	2020 年度	2019 年度	2018 年度
“国六标准”产品	注塑模具	603.02	1,323.46	93.98
	注塑件	1,770.76	1,809.29	1,288.44
	小计	2,373.78	3,132.75	1,382.41
汽车领域合计		15,800.34	20,662.15	22,491.51
占比		15.02%	15.16%	6.15%

报告期内，公司销售“国六标准”产品金额分别为 1,382.41 万元、3,132.75 万元和 2,373.78 万元，2019 年国六标准产品增长速度较快，2020 年由于疫情影响有所下降。

（三）针对产品应用于电子领域、家居领域及其他领域的，补充披露各类产品对应的主要直接客户及终端品牌商，报告期各期各领域主要产品的销售金额、销量及平均价格，销售收入的影响因素，如发生较大变动的，请披露原因及合理性，其中产品应用于电子烟的，请披露电子烟销售地区及当地监管政策对产品销售的影响。

1. 针对产品应用于电子领域、家居领域及其他领域的，补充披露各类产品对应的主要

直接客户及终端品牌商

电子领域、家居领域及其他领域各类产品对应的主要直接客户及终端品牌商情况如下：

应用领域	对应主要直接客户	对应主要产品	终端品牌商
电子领域产品	盈趣科技	电子烟配件、家用雕刻机配件	IQOS、Cricut
	康普集团	电子通信光纤连接产品和系统	Commscope
	尼得科集团	绝缘端子	-
	力纳克集团	传动器配件	-
	福迪威集团	电子传感器配件	-
	丹纳赫集团	工业打印机配件	-
家居领域产品	威卢克斯集团	斜屋顶窗户及配件	VELUX
	博格步集团	婴儿车配件	Bugaboo
	宜家集团	洗碗机、架子	Ikea
	冯氏集团	工具箱	家得宝
	诺沃雷克斯集团	一次性餐具	-
其他领域产品	金史密斯集团	走步机配件	Walking Pad
	安保集团	呼吸器，面罩和喉罩；诊断和急救设备	Ambu
	丹纳赫集团	医疗检测设备零件	PALL、LEICA、BECKMAN 等
	厦门赫比	咖啡机配件、口香糖外壳	HUDSON&KEURIG
	贝莱胜集团	医疗检测设备零件	GE&DRAGER
	BE 航空	飞机座椅、灯饰配件	波音、空客
	柏林包装	化妆品瓶盖	L' OREAL

2. 报告期各期各领域主要产品的销售金额、销量及平均价格，销售收入的影响因素，如发生较大变动的，请披露原因及合理性

1) 报告期内，电子、家居及其他领域注塑模具产品的销售金额、销量及平均价格情况如下（单位：数量为套；销售金额为万元；平均单位为万元/套）：

应用领域	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	销售数量	销售金额	平均单价	销售数量	销售金额	平均单价	销售数量	销售金额	平均单价
电子领域	186	2,394.38	12.87	118	1,356.72	11.5	177	2,163.70	12.22
家居领域	157	1,326.55	8.45	129	1,237.35	9.59	47	475.18	10.11
其他领域	286	3,664.76	12.81	153	2,087.79	13.65	81	1,262.21	15.58
合计	629	7,385.69	11.74	400	4,681.86	11.7	305	3,901.09	12.79

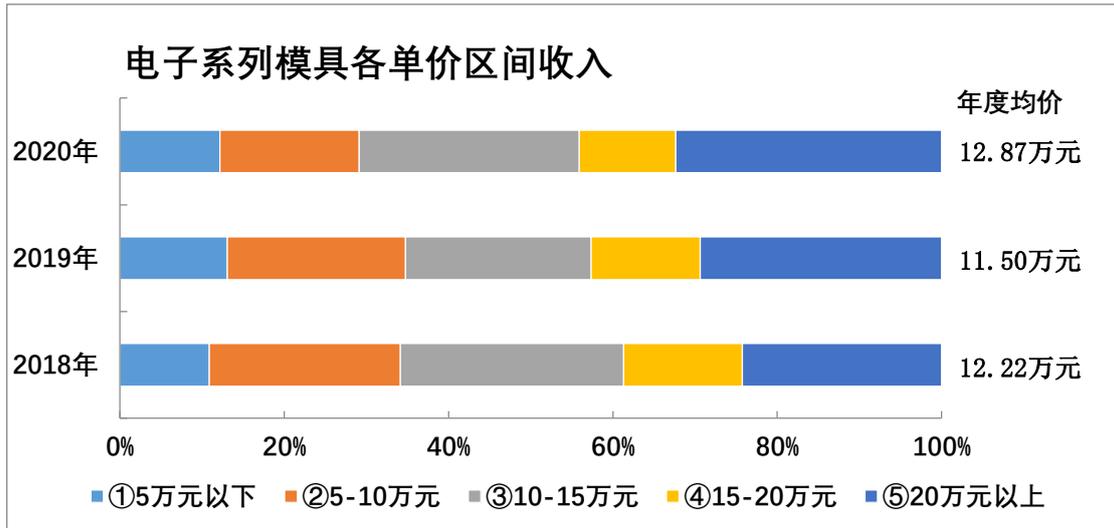
注：上表统计口径不包括修改模。

A、电子领域注塑模具产品

报告期内，电子领域注塑模具产品销售金额分别为 2,163.70 万元、1,356.72 万元和 2,394.38 万元，波动较大，2019 年明显下滑，主要是由于电子烟配件注塑模具更新换代后，

注塑模具产品需求下降。2020 年公司销售收入大幅上升，一方面是由于康普集团的通讯设备 Horizon 新项目启动，公司获得更多注塑模具订单，另一方面，盈趣科技、尼得科集团、力纳克集团等基于前期稳定的合作和下游市场需求增加，注塑模具业务增加。

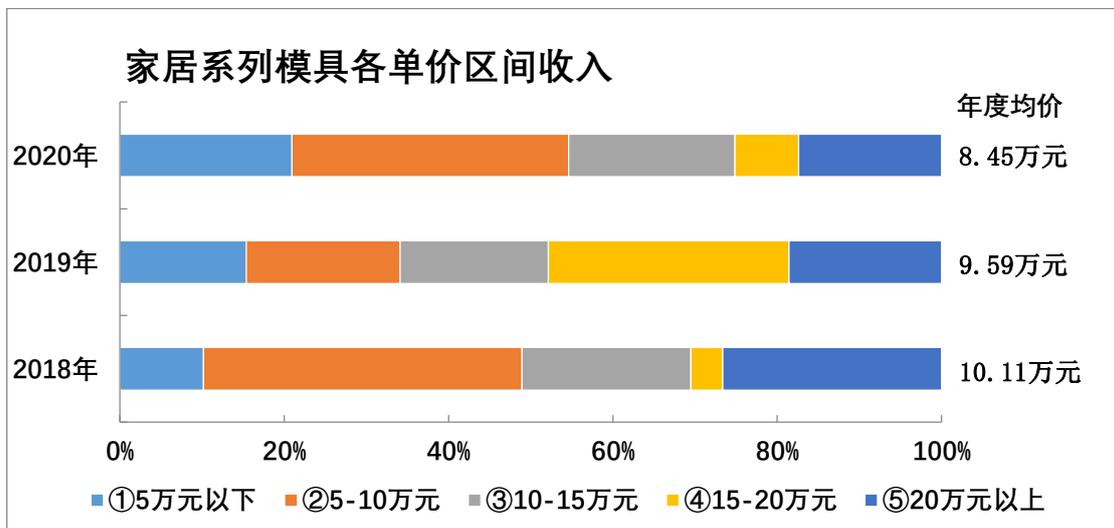
电子领域注塑模具产品单价报告期内保持相对稳定，2020 年单价有所上升，主要是由于盈趣科技的家用雕刻机产品面壳、舱门内盖、内支撑板等大件配件模具产品数量较多提升了平均价格。报告期内，公司电子领域注塑模具产品单价区间收入结构如下：



B、家居领域注塑模具产品

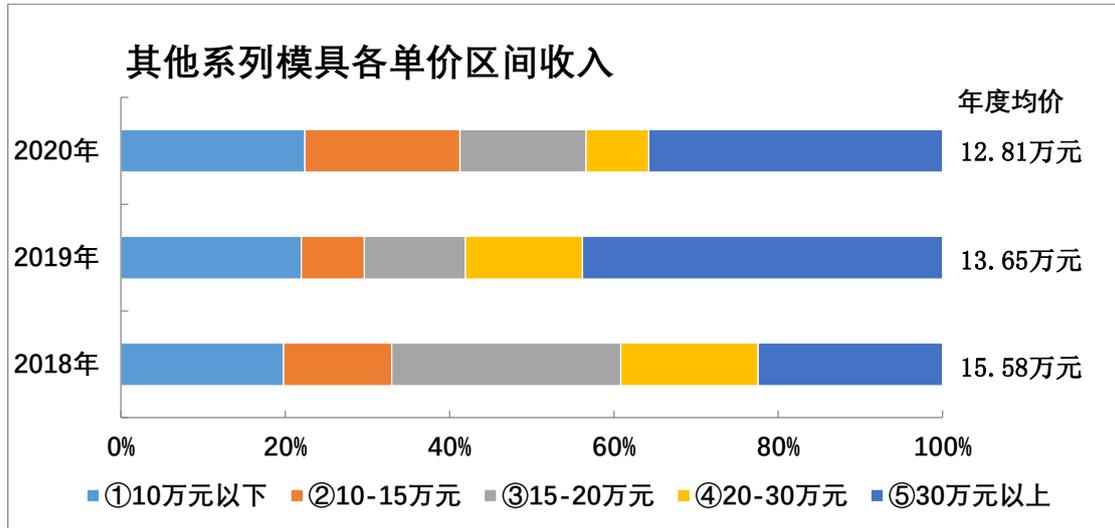
报告期内，家居领域注塑模具产品销售金额分别为 475.18 万元、1,237.35 万元和 1,326.55 万元，呈上升趋势，2019 年和 2020 年销售金额较大是由于博格步集团 2018 年开发 Mini Ant 小蚂蚁项目对应注塑模具产品于 2019 年验收，2019 年开发的 REVO 和 ANT2 项目对应注塑模具产品于 2020 年验收。

报告期内，家居领域注塑件产品销售单价分别为 10.11 元、9.59 元和 8.45 元，呈下滑趋势。报告期内，公司家居领域注塑模具产品单价区间收入结构如下：



C、其他领域注塑模具产品

报告期内，其他领域注塑模具产品销售金额分别为 1,262.21 万元、2,087.79 万元和 3,664.76 万元，呈上升趋势，主要是由于安保集团和金史密斯集团报告期内注塑模具业务增长较快。其他领域报告期内单价波动较大，主要是由于客户以及产品结构变动导致。报告期内，公司其他领域注塑模具产品单价区间收入结构如下：



2) 电子、家居及其他领域注塑件产品

报告期内，电子、家居及其他领域注塑件产品的销售金额、销量及平均价格情况如下（单位：数量为万件；销售金额为万元；平均单位为元/件）：

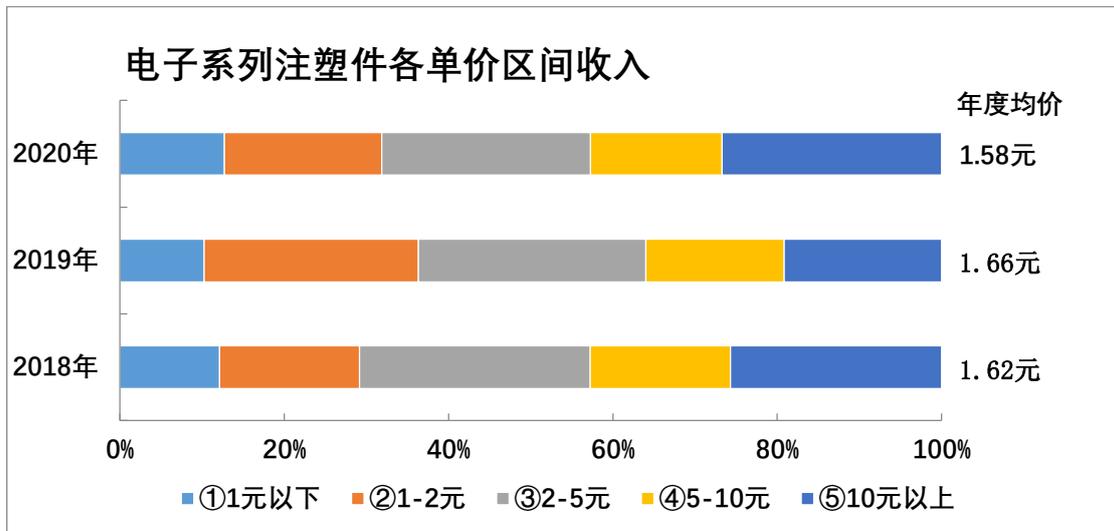
应用领域	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	销售数量	销售金额	平均单价	销售数量	销售金额	平均单价	销售数量	销售金额	平均单价
电子领域	12,783.92	20,182.05	1.58	8,839.87	14,693.57	1.66	7,028.98	11,351.87	1.62
家居领域	23,779.99	11,321.69	0.48	19,102.45	9,917.47	0.52	13,463.40	8,558.05	0.64
其他领域	6,203.01	7,687.00	1.24	4,868.82	5,596.56	1.15	5,279.17	4,403.75	0.83
合计	42,766.92	39,190.74	0.92	32,811.14	30,207.60	0.92	25,771.55	24,313.68	0.94

A、电子领域注塑件产品

报告期内，电子领域注塑件产品销售金额分别为 11,351.87 万元、14,693.57 万元和 20,182.05 万元，呈快速增长趋势。2019 年随着电子烟产品获得美国 FDA 准入，以及第三代电子烟产品的推广，盈趣科技向发行人的采购金额大幅增加，电子领域注塑件金额也随之上升。2020 年电子领域注塑件金额上升主要是因为盈趣科技家用雕刻机业务与康普集团通讯业务下游市场发展迅速，公司与盈趣科技和康普集团的销售收入得到大幅提升，电子领域注塑件金额也随之上升。

报告期内，电子领域注塑件产品单价分别为 1.62 元、1.66 元和 1.58 元，保持相对稳定，主要是由产品结构不同造成的。报告期内，公司电子领域注塑件产品单价区间收入结构

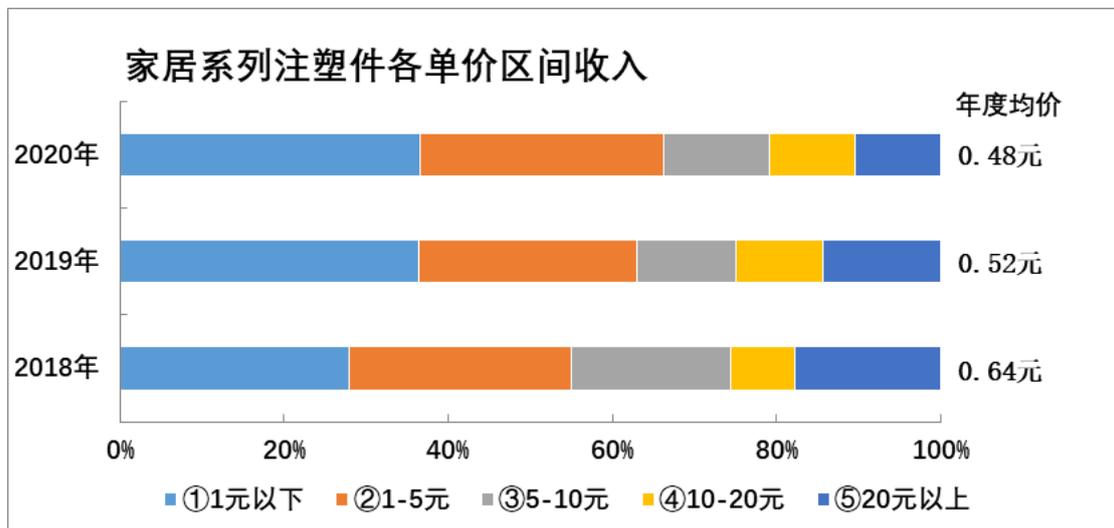
如下：



B、家居领域注塑件产品

报告期内，家居领域注塑件产品销售金额分别为 8,558.05 万元、9,917.47 万元和 11,321.69 万元。2019 年、2020 年上升较快主要系威卢克斯集团需求旺盛，且公司的注塑件价格相比欧洲注塑件厂商有明显优势，推动销售金额持续增长。

报告期内，家居领域产品单价分别为 0.64 元、0.52 元和 0.48 元，持续下滑，主要原因系宜家集团收入金额逐年上升所导致的，宜家集团主要产品为家具小配件等，产品数量多且单价低，拉低了整体单价。报告期内，公司家居领域注塑件产品单价区间收入结构如下：

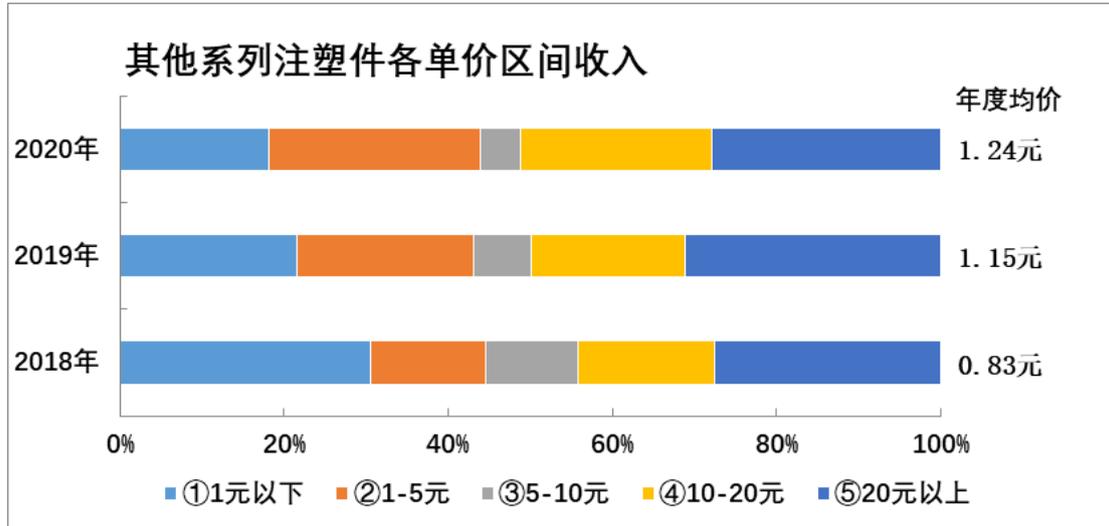


C、其他领域注塑件产品

报告期内，其他领域注塑件产品销售金额分别为 4,403.75 万元、5,596.56 万元和 7,687.00 万元，呈上升趋势，主要是由于安保集团和金史密斯集团报告期内注塑模具业务销售收入增长较快：①报告期内由于安保集团的颈罩项目开始转移至公司进行生产，销售金额逐步提升；②报告期内公司为金史密斯集团配套走步机项目，其中 A1 项目是开创从跑步

机到走步机首款产品，从大件会所训练器到轻量结实可折叠家用的创新，逐渐得到白领阶层青睐，打开了国内外市场，报告期内销量急速增长。

报告期内，其他领域注塑件产品单价为 0.83 元、1.15 元和 1.24 元，逐年上升，主要是由于金史密斯集团收入占比逐年提升，其走步机配件单价较高，拉高了平均单价。报告期内，公司其他领域注塑件产品单价区间收入结构如下：



3. 产品应用于电子烟的，请披露电子烟销售地区及当地监管政策对产品销售的影响

电子烟可分为电子雾化烟和加热不燃烧电子烟。加热不燃烧电子烟起步较晚，市场规模已经接近电子雾化烟。据弗若斯特沙利文咨询公司统计数据，全球加热不燃烧电子烟销售额规模已从 2013 年的 0.2 亿美元快速增长至 2019 年的 196 亿美元，表现出强劲的发展动力。相对于电子雾化烟，加热不燃烧电子烟产品上市时间短、覆盖市场范围小，但价格高，总销售额已经接近电子雾化烟，成为新型烟草市场的重要增长动力。公司电子烟配件产品主要用于加热不燃烧电子烟产品。

公司电子烟配件终端品牌商为 IQOS，该品牌占据加热不燃烧电子烟产品约 70% 市场份额，产品主要销售地区是东亚（日本、韩国）、欧盟地区（意大利、德国等）及东欧等地区。

目前，各国对新型烟草制品电子烟的监管政策差异较大。日本、韩国、英国、欧盟地区允许加热不燃烧新型烟草制品（HNB）销售，日本将 HNB 纳入烟草监管范围，但是由于日本禁止贩卖含尼古丁的烟油及制品（禁止电子雾化烟销售），因此 HNB 在日本销售火爆。美国拥有全球最大的雾化电子烟消费市场，将雾化电子烟、加热不燃烧烟草制品均视为烟草制品，并受到 FDA 严格监管，HNB 起步较雾化电子烟晚，目前在美国市场渗透率较低。2018 年英美烟草公司的加热不燃烧产品 Eclipse 获得 FDA 批准登陆美国市场，成为首家在美国销售 HNB 的厂商。菲莫国际的 IQOS 紧跟其后于 2019 年 4 月 30 日获得 FDA 的 PMTA（烟草产品上市前申请）许可，成为第二个在美国销售 HNB 的厂商。2020 年 IQOS 通过 MRTP（风险改进烟草产品，也称“减害型”产品）申请，成为第一个也是目前唯一一个在美国获得 FDA 减害型认证

的加热不燃烧新型烟草制品，美国市场潜力将有望进一步释放。中国加热不燃烧烟草制品被视同传统卷烟监管，目前尚未有加热不燃烧烟草制品获批在国内上市。不过基于加热不燃烧烟草制品在减害性方面的显著优势以及良好的市场前景，四川中烟、云南中烟、广东中烟等中烟系企业在近年来陆续推出了各自的加热不燃烧烟草制品产品，并在韩国、柬埔寨、老挝、乌克兰等国外市场“试水”。

综上所述，各国对加热不燃烧电子烟的监管政策日趋成熟，电子烟销售地区当地监管政策对产品销售有利。

（四）补充披露各类健康产品对应的主要直接客户及终端品牌商，报告期各期各类健康产品的销售金额、销量及平均价格，如发生较大变动的，请披露原因及合理性。

1. 各类健康产品对应的主要直接客户及终端品牌商

报告期内，公司主要健康产品为空气净化器和玻璃清洁机，其主要客户及终端品牌商情况如下：

主要产品	对应主要直接客户	对应的终端品牌商
空气净化器	晨北集团	Levoit
	润丰电商	RENPHO
	傲基电商	PARTU
	莫霍克电商	Vremi
	大宇环球	GRUENLUFT
	巨浪电商	Hokeki、toyugo
	TCL 集团	TCL
玻璃清洁机	历德集团	Silvercrest

2. 报告期各期各类健康产品的销售金额、销量及平均价格，如发生较大变动的，请披露原因及合理性

报告期内，各类健康产品的销售金额、销量和平均价格情况如下（单位：销售金额为万元；销售数量为台；单价为元/台）：

主要产品	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	销售金额	销售数量	单价	销售金额	销售数量	单价	销售金额	销售数量	单价
空气净化器	23,494.10	1,327,078	177.04	9,952.20	547,107	181.91	10,997.10	614,562	178.94
玻璃清洁机	1,101.42	147,639	74.60	2,858.88	385,675	74.13	1,276.30	154,694	82.50
其他	1,983.21	201,292	98.52	345.26	41,156	83.89	199.99	32,969	60.66
合计	26,578.73	1,676,009	158.58	13,156.34	973,938	135.08	12,473.39	802,225	155.48

1) 空气净化器

2018年和2019年空气净化器的销售数量和销售收入相对平稳，2020年受到“加州火山”、

“新冠疫情”等因素影响，人们健康意识进一步增强，对室内环境要求提高，空气净化器成为热销商品，发行人空气净化器的销售数量和销售收入有较大幅度提高。

报告期内，公司空气净化器单价较为稳定，主要是由于产品结构不同所导致。

2) 玻璃清洁机

2018 年公司采取薄利多销的策略，开发了大客户历德集团。2019 年玻璃清洁机产品销售数量和销售金额较 2018 年度大幅上升是由于历德集团销售金额上升导致的。2020 年欧洲疫情较为严重，客户部分线下商超在被要求限时开放，因此客户延迟了玻璃清洁机的市场推广时间，公司部份产品的出货时间延迟到 2021 年初，因此 2020 销售收入下降。

报告期内，公司玻璃清洁机单价 2019 年下滑较多是因为历德集团销量明显上升，价格有所下降。

综上，报告期各期各类健康产品的销售金额、销量及平均价格波动合理。

(五) 补充披露采用 ODM 模式和 OEM 模式生产健康产品对应的收入金额、客户情况及毛利率差异。

1. 采用 ODM 模式和 OEM 模式生产健康产品对应的收入金额和毛利率情况

报告期内，公司采用 ODM 模式和 OEM 模式生产的健康产品的收入、占健康产品金额比例和毛利率情况如下（销售收入：万元）：

生产模式	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	销售收入	占比	毛利率	销售收入	占比	毛利率	销售收入	占比	毛利率
ODM	24,359.90	91.65%	28.45%	12,112.18	92.06%	22.12%	10,608.58	85.05%	26.37%
OEM	2,193.31	8.25%	16.49%	978.73	7.44%	15.16%	1,837.48	14.73%	11.07%
其他 ^注	25.52	0.10%	-	65.43	0.50%	-	27.33	0.22%	-
合计	26,578.73	100.00%	-	13,156.34	100.00%	-	12,473.39	100.00%	-

注：其他类为自有品牌销售和无法区分生产模式的零星销售，未分析其毛利率。

2. 采用 ODM 模式和 OEM 模式生产健康产品毛利率差异分析

总体而言，ODM 模式毛利率高于 OEM 模式毛利率，主要原因系 ODM 模式下，公司自主研发设计产品，提高了产品的附加值。

1) ODM 模式

2019 年有所下降主要原因是历德集团的玻璃清洁机产品成本提升，发行人未相应涨价，导致毛利率降低；2020 年历德集团毛利率略有恢复，总体毛利率有所提升。

2) OEM 模式

2018 年 OEM 模式下 TCL 集团销售收入占比超过 60%，当年 OEM 模式毛利率较低是由于下游市场未达到 TCL 集团预期，公司库存积压，经过双方协商降价处理库存所导致的。2019 年和 2020 年 TCL 集团销售收入占比下降，公司开发了三二零集团、聪明空气(北京)科技有

限公司等新客户，毛利率有所提升。

3. 采用 ODM 模式和 OEM 模式生产健康产品的主要客户情况

报告期内，采用 ODM 模式生产健康产品的主要客户收入、占 ODM 模式金额比例如下（销售收入：万元）：

客户名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	销售收入	占比	销售收入	占比	销售收入	占比
晨北集团	12,053.66	49.48%	4,838.25	39.95%	6,870.85	64.77%
润丰电商	2,296.37	9.43%	753.98	6.22%	14.67	0.14%
巨浪电商	1,108.26	4.55%	346.79	2.86%	45.04	0.42%
莫霍克电商	1,059.17	4.35%	831.40	6.86%	-	-
傲基电商	858.43	3.52%	582.99	4.81%	538.25	5.07%
历德集团	847.64	3.48%	2,645.24	21.84%	1,012.57	9.54%
大字环球	263.02	1.08%	1,124.68	9.29%	1,278.58	12.05%
合计	18,486.56	75.89%	11,123.33	91.84%	9,759.97	92.00%

上述主要客户基本情况如下：

客户名称	客户基本情况	合作起始时间
晨北集团	晨北集团总部位于美国，是一家以用户需求为驱动，专注于高品质家电产品的研发和销售，为用户提供优质创新产品的品牌服务商	2017 年
润丰电商	亚马逊网站跨境电商，主要经营智能秤、按摩器、空气净化器等产品，2019 年被亚马逊评为中国跨境百强品牌	2018 年
巨浪电商	跨境电商，主要产品为电子产品和通讯产品等	2018 年
莫霍克电商	美国知名线上跨境电商，主要产品是电子和家电	2019 年
傲基电商	傲基电商（原股票代码：834206）经营跨境电子商务业务，主要通过 Amazon、eBay、Wish、速卖通等第三方销售平台以及自建销售网站，把高性价比的中国制造产品直接销售给国外消费者	2018 年
历德集团	历德集团是一家全球连锁超市，在欧洲已有 40 多年的历史，总部位于德国，在全球超过 30 个国家和地区经营超过 10,000 家门店	2018 年
大字环球	韩国知名品牌代理商，主要经营空气净化器等家电产品的批发	2015 年

报告期内，采用 OEM 模式生产健康产品的主要客户收入、占 OEM 模式金额比例如下（销售收入：万元）：

客户名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	销售收入	占比	销售收入	占比	销售收入	占比
可立新电子（东莞）有限公司	650.35	29.65%	-	-	-	-
聪明空气(北京)科技有限公司	540.65	24.65%	165.37	16.90%	-	-
TCL 集团	343.96	15.68%	105.3	10.76%	1,234.90	67.21%
三二零集团	216.63	9.88%	286.54	29.28%	-	-
合计	1,751.60	79.86%	557.21	56.94%	1,234.90	67.21%

上述主要客户基本情况如下：

客户名称	客户基本情况	合作起始时间
可立新电子（东莞）有限公司	可立新电子（东莞）有限公司成立于 2015 年，主营业务是手机配套耳机及集成电子产品的研发和生产，该公司产品远销欧美、东亚等国	2020 年
聪明空气（北京）科技有限公司	聪明空气（北京）科技有限公司成立于 2014 年，以推广 DIY 空气净化器为切入点，普及空气污染知识，传播洁净空气不是奢侈品的理念	2018 年
TCL 集团	TCL 集团成立于 1981 年，为 A 股上市公司（股票代码 000100），总部位于中国。TCL 集团是智能产品制造和互联网服务的全球领先企业	2017 年
三六零集团	三六零集团是一家全球领先的产品开发公司，专注于开发、采购及市场推广跨品类耐用消费品	2018 年

（六）对于注塑件和健康产品，补充披露发行人与客户关于销售价格的约定，是否存在同种产品价格逐年降低的类似约定，是否符合行业惯例。

发行人与注塑件及健康产品客户确定销售价格的方式为：发行人取得客户需求后，根据注塑件或健康产品的原材料成本、加工费、其他费用、利润等计算产品的基准报价，并综合考虑需求量、交期及市场竞争等其他因素对基准报价进行加成，以报价单的方式向客户提供，最后经双方协商确定销售价格。一般情况下，销售价格协商确定后交易过程中较少变动，但当上游原材料价格发生较大波动，或客户需求量、交期等发生重大变化时，双方会重启议价程序。

部分客户框架合同或订单中有对同种产品价格逐年降低的类似约定（以下简称“年降”）。公司年降情况主要出现在汽车领域，均胜电子旗下宁波普瑞均胜汽车电子有限公司及艾福迈集团等客户合同条款中有约定年降情形，例如宁波普瑞均胜汽车电子有限公司合同中明确约定部分产品每年降价 4%，连续降价 3 年。

报告期内，公司涉及年降的产品销售收入金额及比例如下（单位：万元）：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
年降产品销售收入	1,503.13	711.38	604.58
注塑件产品销售收入	44,922.21	37,498.69	31,356.72
占比	3.35%	1.90%	1.93%

报告期各期公司涉及年降产品销售收入占注塑件产品销售收入比例较低，对注塑件产品销售收入影响较小。

经查询同行业可比公司招股说明书披露内容，肇民科技与少数汽车部件客户签有年降条款，公司年降情况符合行业惯例。

（七）补充披露注塑模具、注塑件和健康产品的订单特征，从下单、发货到收入确认的周期，与同行业公司相比是否存在较大差异。

1. 注塑模具、注塑件和健康产品的订单特征

注塑模具通常根据客户的项目签订订单，一个订单包含项目中需要的多套模具，例如汽

车厂商改款车型，订单中包含多个外观件、功能结构件的模具；注塑件的订单特征和模具类似，通常包含客户成品所需的配套多款注塑件产品；健康产品订单金额大小区间范围较广，根据客户实际需求进行下单，具有不规律性。

2. 注塑模具、注塑件和健康产品的订单从下单、发货到收入确认的周期，与同行业公司相比是否存在较大差异

公司注塑模具、注塑件和健康产品的订单从下单、发货到收入确认的周期如下：

产品类别	周期
注塑模具	7-13 个月
注塑件	3-4 个月
健康产品	3-4 个月

经查询同行业可比公司中披露的下单、发货到收入确认的周期，无注塑件和健康产品订单到收入确认周期数据，仅注塑模具产品查到可比公司数据，其对比情况如下：

类别	海泰科	宁波方正	本公司
注塑模具确认周期	公司生产周期大多为 6-18 个月，平均生产周期为 12 个月	订单签订至收入确认所需平均周期为 13.18 个月	下单到收入确认平均周期为 7-13 个月

公司与客户论证项目可行性，如可行则在达成合作意向后先进行备料，然后签订订单，双方开始进行项目讨论和多个部门反复论证，等设计方案双方协商一致后开始进行模具制作，制作完毕后试模打样交付客户确认，客户确认后公司发货，最终进行收入确认。模具产品属于定制化产品，影响订单从下单、发货到收入确认的周期的因素众多，例如是否提前备料、双方反复论证的时间、试模样品物流的在途时间、客户的验证时间、模具复杂度等等。总体而言，公司注塑模具确认周期与同行业可比公司海泰科、宁波方正周期相近，不存在重大差异。

（八）补充披露对健康产品按生产模式披露其收入构成情况。

健康产品按生产模式收入构成情况参见本小题（五）回复

（九）补充披露报告期内是否存在模具修改业务，如是，披露各期收入金额、主要客户、收入确认时点及收入成本核算原则，与模具质保服务的差异。

1. 补充披露报告期内是否存在模具修改业务，如是，披露各期收入金额、主要客户

报告期内，发行人存在模具修改（又称“修改模”）业务，主要包括：①已超过模具销售合同规定的质保期限的模具，客户后续的模具维护需求所产生的业务；②未超过模具销售合同规定的质保期限，但客户对模具提出新的功能要求所产生的业务；③客户从其他供应商处购买取得的模具，送至发行人处进行模具修改所产生的业务。

1) 报告期内各期模具修改业务收入情况如下（单位：万元）：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
----	---------	---------	---------

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
模具修改业务收入	1,449.41	1,431.74	1,405.29
注塑模具收入	17,769.53	18,301.09	19,641.48
模具修改业务收入占比	8.16%	7.82%	7.15%

报告期内，公司注塑模具主要为销售成套模具收入，模具修改业务收入占各期总体销售模具收入的比例均未超过 10%。

2) 报告期内各期模具修改业务的主要客户收入金额如下（单位：万元）：

当期模具修改业务收入金额排序	2020 年度		
	集团客户名称	收入金额	模具修改业务收入占比
1	施耐德博士集团	174.71	12.05%
2	慧鱼集团	163.74	11.30%
3	均胜电子	158.11	10.91%
4	卡尔海丝公司	94.34	6.51%
5	ZF Friedrichshafen AG	84.63	5.84%
	合计	675.53	46.61%

续：

当期模具修改业务收入金额排序	2019 年度		
	集团客户名称	收入金额	模具修改业务收入占比
1	均胜电子	360.83	25.20%
2	卡尔海丝公司	135.13	9.44%
3	施耐德博士集团	117.79	8.23%
4	GEALAN Formteile GmbH	114.92	8.03%
5	依工集团	90.18	6.30%
	合计	818.84	57.20%

续：

当期模具修改业务收入金额排序	2018 年度		
	集团客户名称	收入金额	模具修改业务收入占比
1	均胜电子	434.11	30.89%
2	安波福集团	131.28	9.34%
3	施耐德博士集团	123.80	8.81%
4	依工集团	100.45	7.15%
5	安保集团	61.03	4.34%
	合计	850.66	60.53%

2. 收入确认时点及收入成本核算原则

公司在生产过程中，将直接材料、直接人工、制造费用计入生产成本。直接材料包括生

产过程中耗用的原材料、辅助材料及配件等费用。直接人工包括生产人员的工资、津贴、补贴和福利费等薪酬费用。制造费用核算生产部门为组织和管理生产所发生的各项间接费用。修改模过程中的直接材料成本为工单记录的实际领用材料成本；直接人工及制造费用根据工单中记录的工时进行分摊。修改模业务完成时，所对应的成本全部转入完工成本。在满足销售收入确认条件时，确认收入并将修改模业务的完工成本转入主营业务成本，成本与收入配比。

具体执行如下：

公司营销中心在收到客户订单后对该模具修改业务进行编号。模具生产中心根据客户订单的需求确定设计方案、材料清单，由此安排该模具修改业务的原料采购、工艺设计、生产等。由模具生产中心进行模具修改业务的生产与管理，直至模具修改业务完成。在模具修改业务完成并通过与客户确认后将与客户确认的时点为收入确认时点，同时将完工成本结转至主营业务成本。

3. 模具修改业务与模具质保服务的差异。

模具质保服务与模具修改业务的主要区别体现在：

1) 履约义务不同。模具质保服务系发行人针对模具销售合同所销售的模具提供的质量保证服务，其目的是为了向客户保证所销售模具符合既定标准，未向客户提供除具有销售合同所述功能的模具之外的其他服务，因此，模具质保服务不属于一项单独的履约义务。而模具修改业务系客户对已完成销售的模具提出超出原合同范围的新需求，或超过模具质保期限后的模具维护要求，以及要求发行人修改从其他供应商处取得的模具，相关模具修改业务属于一项单独的履约义务。

2) 费用承担方不同。模具质保服务根据的是发行人与客户签订的模具销售合同中的质保服务条款的规定，在质保期内出现与模具质量相关的问题或其他与模具使用相关的技术问题，发行人提供技术支持、维修、部分零件的调换等服务，对不合格的产品进行补足维修、返工、调换产生的全部费用均由发行人承担；而模具修改业务则是根据发行人与客户签订的模具修改业务订单的约定，客户需对发行人提供的模具修改服务产生的各项成本支付相应的费用。

3) 账务处理不同。模具质保服务产生的各项成本均计入当期的“销售费用-售后服务费”科目中，而模具修改业务则是在模具修改服务完成后，经客户确认后结转收入和相应的成本，模具修改业务的收入成本金额计入“主营业务收入”及“主营业务成本”科目中。

(十) 会计师的核查与结论

1. 执行的核查程序

针对上述事项，我们履行了以下核查程序：

- (1) 获取报告期内发行人的销售收入明细表；
- (2) 访谈公司管理层，了解注塑模具以汽车产品为主但注塑件以电子和家居产品为主的原因；将各类产品收入变动情况与下游行业发展趋势和客户经营业绩进行匹配分析；
- (3) 对汽车领域销售负责人进行访谈，了解主要产品应用于哪些汽车部件，是否应用于新能源车，对应的主要直接客户及整车厂商；发行人属于第几层供应商；将主要产品收入变动情况与行业景气度、行业政策等进行匹配；询问是否存在根据国六标准进行更新换代的情况；
- (4) 对电子、家居、其他领域销售负责人进行访谈，了解各类产品对应的主要直接客户及终端品牌商，了解销售收入的影响因素；对各领域主要产品发生变动的情况进行分析；查询电子烟销售地区当地监管政策，分析当地监管政策对发行人电子烟销售的影响；
- (5) 对报告期各期健康产品的销售金额、销量及平均价格进行分析，了解发生较大变动的原因；
- (6) 对健康产品按生产模式的收入金额、客户情况和毛利率差异进行分析；
- (7) 查阅发行人主要客户合同条款，分析是否存在年降情形；查询同行业可比公司公开信息，判断年降约定是否符合行业惯例；
- (8) 查阅发行人订单，统计发行人从下单、发货到收入确认周期；查询同行业可比公司下单、发货到收入确认周期的公开信息进行对比，判断是否存在较大差异；
- (9) 了解与收入确认相关的关键内部控制，评价这些控制设计的合理性，并测试相关关键内部控制执行的有效性；与发行人营销总监及主要销售人员、财务人员进行访谈，了解销售基本情况、收入确认流程等；对营业收入及毛利率按年度、产品、客户等实施实质性分析程序；取得发行人收入明细表，并抽样核查报告期内客户与发行人之间的销售合同/订单、模具合格验收报告、销售出库单、出口报关单等收入确认依据，判断收入确认是否真实合理；以抽样方式对资产负债表日前后确认的收入进行截止测试，核对出库单、报关单等支持性文件，以评估收入是否在恰当的期间确认；
- (10) 报告期内，我们主要采用实地走访等形式对公司主要客户进行了核查，实地查看了主要客户的经营场所。此外，对各期主要客户收入执行了函证程序，确认发行人与客户之间的交易金额。报告期各期，走访和函证的情况如下（单位：万元）：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入	91,053.54	69,925.76	64,133.13
走访核查收入	72,377.62	56,421.96	52,264.97
走访比例	79.49%	80.69%	81.49%
发函金额	78,676.32	62,104.81	57,167.68
发函比例	86.41%	88.82%	89.14%
回函金额	74,567.10	56,520.96	54,459.02

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
回函比例	81.89%	80.83%	84.92%

注：我们对上述未回函的部分执行了替代程序，发函（回函）比例为发函（回函）金额/营业收入。

由上表可见，报告期内保荐人和申报会计师的客户走访和函证回函比例较高。我们对回函不符的差异原因进行核查，不存在异常情况；对于未回函的询证函，检查了对应收入的记账凭证、销售合同、客户签收单、销售发票、出库单和银行回单等，并进行了期后回款等替代测试，不存在异常情况。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

（1）发行人注塑模具以汽车产品为主但注塑件以电子和家居产品为主的结构具有合理性，报告期内各类产品收入变动情况与下游行业发展趋势匹配，与下游客户经营业绩基本匹配；

（2）发行人部分产品用于新能源车，发行人汽车领域产品型号较多，通常无法对应具体的车型信息，所以主要产品收入变动情况无法与整车厂商相关车型出货量、更新换代周期匹配，发行人主要产品收入变动情况与行业景气度和行业政策相匹配；发行人国六新旧标准切换对发行人经营情况影响不大；

（3）报告期内电子领域、家居领域、其他领域销售金额、销量及平均价格变动具有合理性；各国对加热不燃烧电子烟的监管政策日趋成熟，电子烟销售地区当地监管政策对产品销售有利；

（4）报告期内健康产品的销售金额、销量及平均价格变动具有合理性；

（5）健康产品不同生产模式下的毛利率波动具有合理性，ODM 模式毛利率高于 OEM 模式毛利率，主要原因系 ODM 模式下公司自主研发设计产品，提高了产品的附加值；

（6）发行人少数客户存在价格年降的情形，符合行业惯例；

（7）发行人已补充披露注塑模具、注塑件和健康产品的订单特征，以及从下单、发货到收入确认的周期，发行人上述情况与同行业公司相比未存在较大差异；

（8）报告期内发行人存在修改模业务；模具修改模业务与模具质保业务的区别主要体现在履约义务不同、费用承担方不同、账务处理不同；

（9）发行人收入具有真实性、准确性和完整性，不存在体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情况。

二、【**审核意见 3. 关于境外业务**】报告期内，发行人境外销售收入分别为 26,915.05 万元、34,004.72 万元、37,177.11 万元和 20,044.78 万元，占主营业务收入的比例分别为 51.16%、53.57%、53.91%和 59.74%；其中对美国客户的销售收入分别为 4,133.32 万元、5,368.54 万元、6,733.79 万元和 5,548.98 万元。报告期内，发行人汇兑损益分别为 172.63

万元、-9.10 万元、-99.33 万元和-59.06 万元，公司在德国耶拿市、马来西亚新山市设有子公司。请发行人：（1）按区域披露报告期各期发行人外销收入构成及变动情况，各区域内主要出口国家和外销客户的数量及集中度情况；（2）披露境外销售前五大客户的开发历史、交易背景，大额合同订单的签订依据、执行过程；（3）补充披露发行人向美国销售的产品是否列入加征关税名单，如是，披露相关情况及中美贸易摩擦对发行人出口业务的影响，发行人的应对措施；（4）补充披露除美国以外的出口地区是否存在对发行人不利的贸易政策或潜在贸易摩擦风险，如是，请详细披露；（5）结合发行人主要结算货币汇率波动情况、外汇管理政策、境外资金运营政策等情况，补充披露汇兑损益与发行人的外销规模及境外经营规模是否匹配，汇兑损益金额较小的原因及合理性；（6）补充披露发行人境外销售收入与海关申报退税记录存在差异的各项原因对应的差异金额，发行人报关时间与收入确认时间的差异情况，报关后单价调整原因；（7）定量分析并补充披露相关国家贸易政策及国际政治环境变化对发行人产品境外销售的影响。请保荐人和申报会计师发表明确意见。

回复：

（一）按区域披露报告期各期发行人外销收入构成及变动情况，各区域内主要出口国家和外销客户的数量及集中度情况。

1. 外销收入按区域构成及变动情况

报告期内，公司外销主营业务收入按区域构成情况如下（单位：万元，%）：

区域	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
欧洲	16,881.85	30.20	17,851.88	48.02	14,096.34	41.45
亚洲	26,848.48	48.02	12,223.41	32.88	13,655.94	40.16
北美洲	11,566.04	20.69	6,918.80	18.61	5,978.46	17.58
其他	612.24	1.10	183.02	0.49	273.98	0.81
总计	55,908.61	100.00	37,177.11	100.00	34,004.72	100.00

报告期内，公司外销收入主要来源于欧洲、亚洲两个区域，欧洲和亚洲地区外销收入变动主要是由于主要客户结构及收入变动所导致的，具体如下：

1) 欧洲区域：2019 年施耐德博士集团受到大众汽车尾气排放事件和欧洲排放标准的影响销量下降，造成发行人对其销售减少，但是得益于威卢克斯集团和均胜电子销售的增长，欧洲地区 2019 年销售收入有所上升。2020 年，一方面是新冠疫情对欧洲区域影响较大，Altcam 集团和历德集团销售收入下滑明显，另一方面，威卢克斯集团和卡尔海丝公司销售收入呈现增长，综合上述两方面因素，2020 年欧洲区域销售收入略有下降。

2) 亚洲区域：2019 年销售收入下降，主要系晨北集团新产品种类比较多，推广力度分

散，导致空气净化器产品销售额有所下降。2020 年，一方面因为晨北集团的空气净化器销量保持增长，另一方面新增马来西亚盈趣的家用雕刻机业务，因此亚洲地区在疫情影响下销售总体保持增长。

2. 各区域内主要出口国家和外销客户的数量及集中度情况

报告期内，各区域内主要出口国家主营业务收入比例如下（单位：万元，%）：

区域	国家	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
欧洲	德国	8,058.65	47.74	9,785.05	54.81	7,247.03	51.41
	捷克	1,792.97	10.62	1,069.08	5.99	1,067.87	7.58
	西班牙	514.89	3.05	1,999.85	11.20	1,897.53	13.46
	丹麦	1,596.76	9.46	1,094.35	6.13	935.11	6.63
	法国	980.14	5.81	894.76	5.01	642.38	4.56
	小计	12,943.42	76.67	14,843.09	83.15	11,789.93	83.64
亚洲	中国香港	15,926.63	59.32	6,756.63	55.28	7,579.95	55.51
	中国（保税区）	4,335.15	16.15	3,428.08	28.05	3,855.12	28.23
	韩国	320.04	1.19	1,122.11	9.18	1,279.98	9.37
	马来西亚	4,454.76	16.59	62.18	0.51	215.05	1.57
	小计	25,036.58	93.25	11,369.00	93.01	12,930.11	94.68
北美洲	美国	11,166.44	96.55	6,316.62	91.30	5,222.53	87.36
	小计	11,166.44	96.55	6,316.62	91.30	5,222.53	87.36

由上述表格可以看出，各区域内主要出口国家比较集中，欧洲地区以德国为主，主要产品为汽车领域注塑模具等；亚洲地区以中国香港为主，主要产品为空气净化器等健康产品；北美洲以美国为主，主要产品是电子通讯类注塑件等。

各区域内主要外销客户的数量及集中度情况：

区域	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	数量（家）	集中度	数量（家）	集中度	数量（家）	集中度
欧洲	88	47.04%	76	57.72%	65	67.17%
亚洲	46	86.99%	35	89.78%	29	93.40%
北美洲	42	65.74%	44	57.06%	37	59.18%

注：客户数量按集团统计，客户集中度为每年前五名客户销售收入占该区域销售主营业务收入的比例。

（二）披露境外销售前五大客户的开发历史、交易背景，大额合同订单的签订依据、执行过程。

1. 报告期内前五大外销客户销售情况

外销前五大客户的开发历史、交易背景及大额订单签订、执行情况：

客户名称	开发历史	交易背景	大额订单依据及执行情况
YOOWO CO., LIMITED	2016 年通过展会接洽，2017 年通过 VK-6011 型号空气净化器开始合作，此款机型成为亚马逊单品爆款	YOOWO CO., LIMITED 的集团母公司晨北集团 (VeSync Co., Ltd) 是美国小家电线上零售商，主要通过亚马逊平台进行销售，亚马逊单品排名中空气净化器排第一，空气炸锅排第二。VeSync Co., Ltd 于 2020 年 12 月在香港联交所上市，股票代码：2148	2018-2019 年晨北集团实现销售收入 1.45 亿美元和 1.72 亿美元，发行人主要为其 ODM 生产核心品牌 “levoit” 空气净化器产品
康普集团	2007 年开始公司与泰科电子合作，为其提供连接器和通讯零件。2015 年，公司因康普集团收购泰科电子的网络生产部门而进入康普集团供应商体系，2016 年正式开始合作，陆续参与开发了不少新项目	康普集团是一家总部位于美国的世界领先的通信网络基础设施解决方案及天线制造商。康普集团是纳斯达克上市公司，股票代码：COMM	康普集团 2018-2020 年实现营业收入 45.69 亿美元和 83.45 亿美元、84.36 亿美元，公司为其提供光纤连接盒配件
威卢克斯集团	2005 年通过丹麦商会认识，其开发门窗产品所需零部件品类众多、精密度要求高，公司拥有精密模具制造能力且产品品质稳定，双方通过合作共同进步，形成良好的合作关系	威卢克斯集团是世界屋顶窗领域的领导者，威卢克斯是全球建材领域最有实力的国际品牌之一	发行人主要为其配套屋顶窗上各种塑料配件，报告期内发行人为其配套的门窗智能开关项目市场推广顺利，加之成本优势，发行人获得的订单较多
博格步集团	2006 年通过欧洲展会认识，2007 年邀请公司参与婴儿手推车配件供应商征询，双方开始合作，公司通过项目上优良的品质赢得了客户的信赖，2011 年建立了战略合作伙伴关系	全球知名的时尚高端多功能儿童推车品牌，全球超过 50 个国家有售，是众多明星、皇室家庭的御用坐骑	发行人是博格步集团的战略合作伙伴，就近配套其厦门保税区内的工厂，获得的订单较多
盈趣科技	2015 年因家用雕刻机项目开始合作，此项目对产品外观要求高、产品结构复杂、零部件多，公司积极投入经验丰富的产品设计工程师，替客户解决了高光亮面及多个产品结合为一个整体开模的难题，赢得了客户的信任	盈趣科技是中国领先的智能控制部件与创新消费电子研发及智能制造企业	盈趣科技是 A 股上市公司，2018-2019 年实现营业收入 27.79 亿元和 38.54 亿元，其主力产品电子烟、家用雕刻机产品相关配件大部分由发行人配套生产
历德集团	2017 年在香港电子展会上认识，历德集团对公司玻璃清洁机产品感兴趣，通过一系列认证后将玻璃清洁机产品导入	历德集团一家全球连锁超市，在欧洲已有 40 多年的历史，总部位于德国，在全球超过 30 个国家和地区经营超过 10,000 家门店	2018 年发行人开始向其供货玻璃清洁机，由于其门店多铺货量大，订单金额较大
施耐德博士集团	2009 年开始尝试开发兰博基尼模具，因为公司的模具精度和良好品质而进一步合作，2010 年开始保持长期、全面的合作关系	施耐德博士集团是一家德国汽车内饰件制造商，集团在全球各地拥有八个生产基地，主要给保时捷、迈巴赫、奥迪、宝马、奔驰等汽车高档品牌进行配套	报告期内给予发行人的汽车中控件、出风口等汽车注塑模具订单较多
Altcam 集团	2007 年公司通过欧洲模具展会认识，后期客户访华参观公司工厂，对公司的模具质量、生产规模、品质管控有进一步的了解，得到客户的	Altcam 集团是专注汽车注塑件生产，是各大汽车品牌的供应商	报告期内给予发行人汽车注塑模具订单较多

客户名称	开发历史	交易背景	大额订单依据及执行情况
	认可，在 2011 年开始正式的业务合作		

（三）补充披露发行人向美国销售的产品是否列入加征关税名单，如是，披露相关情况
及中美贸易摩擦对发行人出口业务的影响，发行人的应对措施。

1. 发行人向美国销售的产品被列入加征关税名单情况

自 2018 年以来，美国对我国部分出口产品实施加征关税措施，目前公司出口美国的注塑模具、注塑制品均被加征 25% 的关税，空气净化器产品由于疫情影响报告期内未加征关税。

2. 中美贸易摩擦对发行人出口业务的影响

报告期内，发行人对美国客户的销售收入分别为 5,368.54 万元、6,733.79 万元和 11,843.88 万元，其中被加征 25% 额外关税的注塑模具及注塑件产品销售主营业务收入为 5,048.23 万元、5,062.19 万元和 8,019.99 万元，整体呈上升趋势。报告期内中美贸易摩擦对发行人出口美国业务影响较小，发行人未因中美贸易摩擦出现对美国客户的销售收入大幅下滑的情况，但存在个别客户推迟新项目或要求适当降价的情况。

如果中美贸易摩擦未来进一步持续或升级，美国客户将可能要求发行人分担或全额承担加征关税金额，假设发行人按加征关税金额的 20%、50% 和 100% 降低销售价格，则对报告期内发行人的经营业绩影响情况如下（单位：万元）：

项目		2020 年度	2019 年度	2018 年度	合计
对美国地区客户销售收入		11,843.88	6,733.79	5,368.54	23,946.22
对美国地区客户销售主营业务收入①		11,803.46	6,711.94	5,355.41	23,870.81
其中：外销视同内销②		637.02	395.32	132.88	1,165.22
外销主营业务收入③=①-②		11,166.44	6,316.62	5,222.53	22,705.59
其中：模具+注塑④		8,019.99	5,062.19	5,048.23	18,130.42
主营业务收入⑤		89,270.47	68,956.12	63,471.59	221,698.18
加征关税金额⑥=④*25%		2,005.00	1,265.55	1,262.06	4,532.60
毛利⑦		32,721.33	25,994.71	24,136.01	82,852.05
按加征关税 20% 降价	收入下降金额⑧=⑥*20%	401.00	253.11	252.41	906.52
	加征关税对主营业务收入影响⑨=⑧/⑤	0.45%	0.36%	0.39%	0.41%
	加征关税对毛利影响⑩=⑧/⑦	1.23%	0.97%	1.05%	1.09%
按加征关税 50% 降价	收入下降金额⑪=⑥*50%	1,002.50	632.77	631.03	2,266.30
	加征关税对主营业务收入影响⑫=⑪/⑤	1.12%	0.92%	0.99%	1.02%
	加征关税对毛利影响⑬=⑪/⑦	3.06%	2.43%	2.61%	2.74%

项目		2020 年度	2019 年度	2018 年度	合计
按加征关税 100%降价	收入下降金额 ^⑭ = ^⑥ *100%	2,005.00	1,265.55	1,262.06	4,532.60
	加征关税对主营业 务收入影响 ^⑮ = ^⑭ / ^⑤	2.25%	1.84%	1.99%	2.04%
	加征关税对毛利影 响 ^⑯ = ^⑭ / ^⑦	6.13%	4.87%	5.23%	5.47%

以上为假定发行人按加征关税金额的 20%、50%和 100%降低销售价格，三年合计主营业务收入分别下降 0.41%、1.02%和 2.04%，三年合计毛利分别下降 1.09%、2.74%和 5.47%，对发行人整体影响相对较小。

3. 发行人对中美贸易摩擦的应对措施

1) 积极与客户协商，通过将产能转移至境外来减少中美贸易摩擦影响。2019 年公司在马来西亚新山市投资建厂，可将部分注塑件生产业务转移海外，以应对关税压力。

2) 积极开拓其他境外市场及国内市场。对现有业务区域布局进行调整，积极开拓美国以外的市场，寻找新的客户群体；抓住“内循环”战略契机，开拓好国内市场。

3) 增加产品竞争力。增加研发投入，做好产品的增值服务，并利用自身技术和制造优势，向复杂制造和总成发展，提升产品附加值，增加客户广度和黏度。

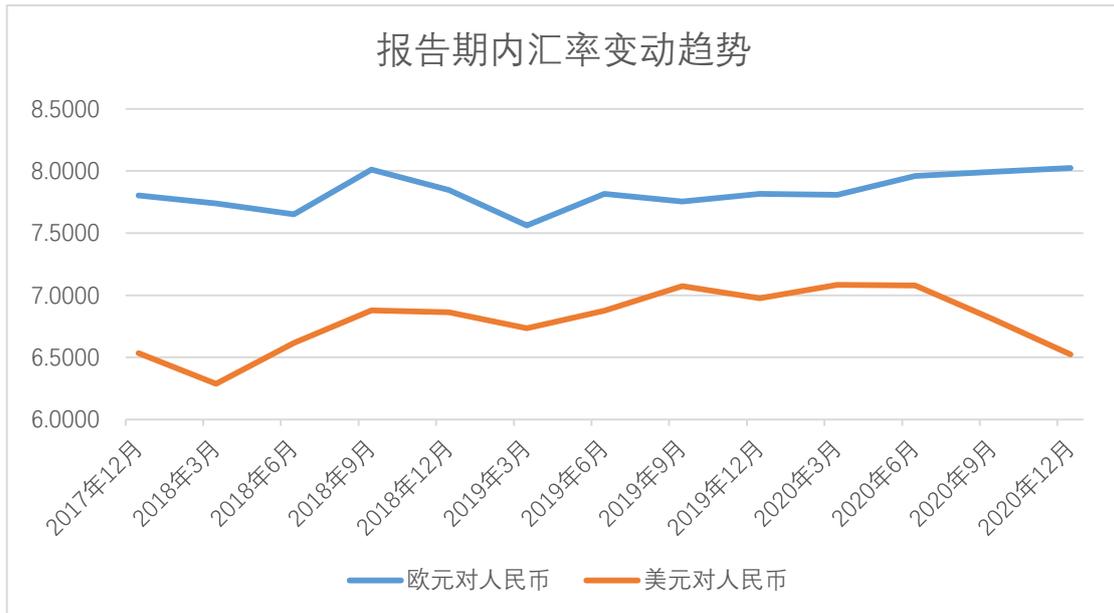
(四) 补充披露除美国以外的出口地区是否存在对发行人不利的贸易政策或潜在贸易摩擦风险，如是，请详细披露。

除美国对我国进口产品征收额外关税外，其他主要出口国家和地区均不存在采取设置贸易壁垒、提高关税征收额度或开展反倾销、反补贴调查等措施，不存在对发行人不利的贸易政策或潜在的贸易摩擦风险。

(五) 结合发行人主要结算货币汇率波动情况、外汇管理政策、境外资金运营政策等情况，补充披露汇兑损益与发行人的外销规模及境外经营规模是否匹配，汇兑损益金额较小的原因及合理性。

1. 结合发行人主要结算货币汇率波动情况、外汇管理政策、境外资金运营政策等情况

1) 报告期内，发行人主要结算货币对人民币的汇率变动情况如下：



2) 发行人外汇管理政策

A、进口付汇：严格按照国家外汇管理局政策规定，进口物料优先采用外汇收入进行支付，在外汇收入无法满足付款币别时，方申请购汇支付，支付时严格按照《厦门唯科模塑科技股份有限公司付款管理规定》进行。

B、出口收汇方面：严格按照国家外汇管理局政策规定，对出口业务创造的外汇收入采取灵活的管理方式，根据中国人民银行等权威金融机构发布的人民币汇率走势预测，结合公司实际经营的资金需求，在人民币进入贬值趋势时，适度减少或延迟外汇结汇；在人民币进入升值趋势时，适度增加或加快外汇结汇。

3) 发行人境外资金运营政策

发行人对境外资金的运营政策，包括使用审批流程、合法合规以及对境外账户的管理，具体如下：

实行安全高效的境外资金管理体系，严格按照国际外汇管理政策执行，通过对境外账户、资金集中监管、国际结算规范管理等手段，确保境外资金运转的安全、规范和高效。

发行人资金部实施境外账户集中管理，境外资金主要用于支付员工工资、采购款项及公司运营的相关费用；并根据未来收支预测情况合理安排境外资金预算。境外子公司按照经审批后的相关单据进行资金结算，确需计划外紧急用款的，应至少提前3个工作日填报紧急用款申请，上报发行人资金部进行统筹计划批准。各境外子公司按照发行人资金部批准的境外资金计划办理资金收付，不得办理未经批准的超计划付款。

发行人已结合实际情况和管理需要制定《资金管理制度》，对境外子公司资金的管理进行规范，防范交易风险。

2. 汇兑损益与发行人的外销规模及境外经营规模是否匹配以及汇兑损益金额较小的原

因和合理性分析

项目（单位：万元）	2020 年度	2019 年度	2018 年度
结购汇产生的汇兑损益	236.74	-29.75	19.92
资产负债表日货币性外币项目产生的汇兑损益	534.13	-69.58	-29.02
汇兑损益总额（"-"为收益）	770.86	-99.33	-9.10
境外营业收入	56,373.99	37,264.00	34,056.82
境外子公司经营收入	7,023.00	1,610.55	575.28
产生汇兑损益的主要境外收入	47,820.38	33,346.48	32,994.10
其中：美元结算	38,772.64	22,782.34	22,933.06
欧元结算	9,047.74	10,564.14	10,061.04

注：资产负债表日货币性外币科目产生的汇兑损益为发行人主要外币货币性项目有银行存款、应收账款、其他应收款、应付账款、其他应付款等。

2018 年，美元对人民币的汇率整体呈下降再上升状态，欧元对人民币汇率呈先下降后上升再下降的趋势，当年产生汇兑损益的以美元和欧元结算的外销收入比例约为 2.35:1，外销收汇形成的应收账款汇兑净收益 98.88 万元；扣除因投资需要持有的欧元汇率变动导致的汇兑净损失等其他项目后，当年形成的财务费用-汇兑净收益 9.10 万元。

2019 年，美元和欧元对人民币的汇率呈波动上升的趋势，当年外销收汇形成的应收账款汇兑净收益 92.26 万元，当年财务费用-汇兑净收益 99.33 万元。

2020 年，美元对人民币汇率在上半年呈小幅波动上升的趋势，下半年下降幅度较大，美元对人民币平均汇率全年跌幅达 5.42%；欧元对人民币汇率全年呈波动上升状态，当年产生汇兑损益的以美元和欧元结算的外销收入比例约为 4.29:1，外销收汇形成的应收账款汇兑净损失 596.31 万元，当期形成的财务费用-汇兑净损失 770.86 万元。

报告期内，发行人的汇兑损益受收付汇日期与结购汇日期汇率差异、外汇发生日期与资产负债表日汇率差异等因素影响而发生波动。总体上，发行人的汇兑损益变动趋势与发行人的外销规模及境外经营规模相匹配，2018 年和 2019 年汇兑损益较小主要系主要外币结算币种汇率变动方向和收付汇方向不同等原因形成的汇兑损益相互抵消所致，具有合理性。

（六）补充披露发行人境外销售收入与海关申报退税记录存在差异的各项原因对应的差异金额，发行人报关时间与收入确认时间的差异情况，报关后单价调整原因。

1. 报告期内，发行人境外销售收入与海关报关出口记录匹配情况

项目（单位：万元）	2020 年度	2019 年度	2018 年度
合并外销收入（主营+其他）①	56,373.99	37,264.00	34,056.82
减：境外子公司收入②	7,544.32	1,610.55	575.28
加：内部交易③	1,059.39	1,027.70	189.23
国内单体外销收入汇总④（①-②+③）	49,889.07	36,681.15	33,670.77
海关报关出口记录的外销收入⑤	51,013.13	37,478.22	33,812.28

项目（单位：万元）	2020 年度	2019 年度	2018 年度
差异（④-⑤）	-1,124.07	-797.07	-141.51

报告期内，发行人境外销售收入与海关报关出口记录的主要差异原因系模具外销收入确认时点与报关出口时点差异、客户扣款等冲减收入差异、报关后单价调整差异、汇率差异和净额法确认收入差异等。具体差异明细如下：

项目（单位：万元）	2020 年度	2019 年度	2018 年度
收入确认时间性差异	-474.16	-432.12	-
报关后单价调整	-15.26	-7.63	-49.99
汇兑差异	-4.44	-10.78	7.78
客户扣款等冲减收入	-169.89	-344.17	-99.30
出口的商品属零退税率的不能申报退税视同内销缴税差异	-0.10	-2.36	-
净额法确认收入差异	-460.22		
合计	-1,124.07	-797.07	-141.51

说明：

1) 收入确认时间性差异：主要系发行人收入确认时点与报关出口时点差异，导致账面外销收入和海关报关出口数据不一致；2019 年差异-432.12 万元，主要原因系模具 2019 年已报关出口未验收；2020 年差异-474.16 万元，主要原因系：A、2019 年已报关出口于 2020 年验收影响 432.12 万元；B、2020 年已报关出口未验收影响-906.28 万元；

2) 报关后单价调整差异：主要系部分产品报关后最终与客户确认的单价有调整，导致账面外销收入和海关报关出口数据不一致；

3) 客户扣款等冲减收入差异：主要系报关后部分客户质量扣款、返利等原因冲减收入所致；

4) 净额法确认收入差异：主要系晨北集团委托发行人代购配件销售的情况。由于在海关申报退税时按总额申报，但会计账面采用净额法确认收入，导致账面外销收入小于海关数据。

2. 报告期内，发行人境外销售收入与海关申报退税记录匹配情况

项目（单位：万元）	2020 年度	2019 年度	2018 年度
合并外销收入（主营+其他）①	56,373.99	37,264.00	34,056.82
减：境外子公司收入②	7,544.32	1,610.55	575.28
加：内部交易③	1,059.39	1,027.70	189.23
国内单体外销收入汇总④（①-②+③）	49,889.07	36,681.15	33,670.77
海关申报退税记录的外销收入⑤	46,085.56	35,461.51	30,862.14
差异（④-⑤）	3,803.51	1,219.64	2,808.63

报告期内，发行人境外销售收入与海关退税记录的主要差异原因系申报退税时间性差异、

免税处理差异、汇兑差异和净额法确认收入差异等。

差异明细如下：

项目（单位：万元）	2020 年度	2019 年度	2018 年度
申报退税时间性差异（a-b）	4,273.48	1,200.07	2,602.10
其中：下期申报退税销售额在当期确认收入 a	14,335.68	10,153.92	8,953.85
当期申报退税销售额在前期确认收入 b	10,062.20	8,953.85	6,351.74
汇兑差异	-10.35	-12.47	0.76
免税处理差异	-	-	204.96
视同内销差异	0.60	32.04	0.81
净额法确认收入差异	-460.22		
合计	3,803.51	1,219.64	2,808.63

说明：

- 1) 申报退税时间性差异：主要系发行人申报退税时间与收入确认时间差异；
- 2) 免税处理差异：主要系超期末申报退税做免税处理；
- 3) 视同内销差异：主要系生产型企业出口铜块、塑料粒子或出口的商品属零退税率的，不能申报退税需转内销处理所致。

总体而言，报告期内，发行人境外销售收入、海关报关出口记录与海关申报退税记录不存在重大异常差异，匹配性较高。

（七）定量分析并补充披露相关国家贸易政策及国际政治环境变化对发行人产品境外销售的影响。

相关国家贸易政策变化对发行人产品境外销售的影响已在本题(三)、(四)中做了回复。

（八）会计师的核查与结论

1. 执行的核查程序

针对上述事项，我们履行了以下核查程序：

- （1）对发行人外销收入进行了穿行测试；
- （2）对发行人外销收入区域构成进行了统计分析，对区域销售收入变动的原因进行了分析；
- （3）了解主要外销客户的开发历史、交易背景等信息，确认国外客户的真实性；
- （4）通过查阅中国出口信用保险公司出具的主要客户的海外资信报告和通过互联网查询主要客户的公开信息，确认国外客户的真实性；
- （5）将发行人账面的出口收入金额与国家电子口岸导出的海关出口申报数据进行核对，确认发行人境外销售的真实性；
- （6）将发行人账面国外客户的回款信息与国家外汇管理局服务平台导出的涉外收入申

报数据进行核对，确认发行人境外销售回款的真实性；

(7) 检查各期末境外客户应收账款的期后回款情况，确认发行人境外收入的真实性；

(8) 对发行人汇兑损益情况进行了分析，了解了汇兑损益较小的原因；

(9) 了解了主要出口国的贸易政策和贸易摩擦情况，分析了中美贸易摩擦对发行人经营业绩的影响。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

(1) 发行人按区域的外销收入变动原因合理；

(2) 外销前五大客户的开发历史、交易背景清晰，大额合同订单的签订依据合理，订单正常执行；

(3) 发行人向美国销售的产品中注塑模具及注塑件产品被列入加征关税名单，但整体影响较小；

(4) 除中美贸易摩擦外，其他主要出口国不存在对发行人不利的贸易政策或贸易摩擦情况；

(5) 发行人汇兑损益与其外销政策、境外经营政策相适应，2018 年和 2019 年汇兑损益较小的原因合理；发行人境外销售收入、海关报关出口记录与海关申报退税记录不存在重大异常差异，匹配性较高。

三、【**审核意见 4. 关于收入确认**】申报材料显示，注塑模具在产品交付并验收后确认收入，注塑件及健康产品采用寄售模式的，在客户实际领用后确认收入，直接销售的，在产品送达并签收后确认销售收入。外销产品根据报关单等确认收入。请发行人补充披露：

(1) 对于注塑模具等产品，发行人是否负有安装义务，如是，披露报告期各期与安装相关的成本费用金额及会计处理，结合与安装相关的合同条款、安装的复杂程度及是否涉及定制改装等事项，分析并披露根据新收入准则，安装服务是否构成单项履约义务，是否需要单独确认收入；(2) 销售合同关于注塑模具验收程序的约定，如区分预验收、初验、终验等环节，请明确与收入确认相关的验收环节及凭证；(3) 报告期各期注塑件及健康产品采用寄售模式和非寄售模式的金额及比例，采用寄售模式的客户名称、销售产品、合同结算条款及在报告期内是否发生变化，对同一客户如同时存在寄售模式和非寄售模式，请披露相关金额及原因；(4) 报告期各期按不同贸易术语实现的销售金额及占外销收入的比例，是否存在目的地交货或类似的贸易结算约定，如是，披露相关收入确认时点及确认依据；

(5) 销售合同关于质量保证责任、质保金和质保期的约定，质保金对应的收入确认时点及是否构成单项履约义务，对质量保证责任或售后服务费是否计提预计负债，是否符合《企业会计准则》的规定和行业惯例；(6) 注塑件和健康产品在报告期内的良品率及与可比公

司的对比情况，销售合同关于退换货的约定，报告期内是否存在退换货情况，如有，披露各期退换货金额、原因、内容、客户名称等情况及相关会计处理；（7）发行人对客户是否存在销售返利政策，如是，披露返利政策的内容、在报告期内是否发生变化，报告期各期返利计提和实际发放金额，相关会计处理；（8）发行人与客户就生产注塑件所使用模具的所有权与使用权的约定，该等模具领用后的会计计量与会计处理，是否视同销售；（9）发行人与同行业可比公司收入确认政策及主要贸易条款的对比情况，如存在较大差异，请披露原因。请保荐人和申报会计师发表明确意见。

回复：

（一）对于注塑模具等产品，发行人是否负有安装义务，如是，披露报告期各期与安装相关的成本费用金额及会计处理，结合与安装相关的合同条款、安装的复杂程度及是否涉及定制改装等事项，分析并披露根据新收入准则，安装服务是否构成单项履约义务，是否需要单独确认收入。

在注塑生产中，主要的生产设备是注塑机，注塑模具仅是与注塑机配套使用的工装之一。在实际生产过程中，根据注塑件产品的变化，注塑模具会被频繁的安装到注塑机上，或从注塑机上拆卸下来以便安装另一套模具，行业通常称为上下模，是注塑件产品生产过程中的一个环节，由客户或注塑生产企业自行完成。因此，对于直接对外销售的注塑模具等产品，发行人不负有安装义务。

（二）销售合同关于注塑模具验收程序的约定，如区分预验收、初验、终验等环节，请明确与收入确认相关的验收环节及凭证。

模具生产流程包括模具设计及评审、工艺编制、粗加工、精加工、装配、试模、修改、样品确认、模具入库及发货等阶段。模具作为客户生产塑料制品的重要工装设备，模具质量、精度水平和使用寿命决定了塑料零部件的良品率，因此客户在模具设计、工艺编制、生产及试模阶段，均深度参与到模具设计方案制定、技术参数确认及试模样品检验等方面。

模具在发行人工厂完成生产及装配后，一般情况下，会根据客户的要求在发行人工厂内进行试模生产，并将试模生产的样品及载有模具和样品信息的相关文件寄给客户确认，或者客户到发行人工厂现场查看模具及试模生产过程并对样品检验确认；经多次反复试模送样，样品最终达到约定的技术标准通过客户检验后，客户会通过邮件或现场下达发货指令，同时签署模具验收确认文件。

报告期内，发行人典型合同条款中关于注塑模具验收程序的约定如下：

产品类型	验收程序的约定
注塑模具	合同 1：供应商使用模具自费生产必要数量的样品部件，以便成功完成 PPAP（生产件批准程序），并提交 PSW（零件提交保证书）。在必要的样品已提交并获批准后，该模具完成。
	合同 2：模具试产 200 件，产品应符合甲方提供的技术图纸要求。
	合同 3：注塑参数，机台信息，产品尺寸等都要经过客户批准，确认可接受后才能模具出货。

产品类型	验收程序的约定
	合同 4: 1、参照甲方的图纸要求和技术标准。 2、产品外观质量参照甲方外观件验收标准。 合同 5: 按所提供图纸或样品及（模具验收细则）有关条款规定进行，以验证模具射出注塑品的质量及模具使用状况。模具验收以《样品确认书》要求提供的内容为准。

综上，一般情况下，确认发行人模具质量是否合格的验收程序未区分预验收、初验、终验等环节，统一以客户签署的模具验收确认文件为准。客户对模具的验收通常只有试模样品检验合格，成型效率、加工精度等参数达到设计标准，才会签署模具的验收确认文件，依据合同的约定或客户的指令发货，发行人依据该模具验收确认文件作为收入确认的凭证。

（三）报告期各期注塑件及健康产品采用寄售模式和非寄售模式的金额及比例，采用寄售模式的客户名称、销售产品、合同结算条款及在报告期内是否发生变化，对同一客户如同时存在寄售模式和非寄售模式，请披露相关金额及原因。

1. 报告期各期注塑件及健康产品采用寄售模式和非寄售模式的金额及比例

寄售模式系发行人根据客户的需求预测提前将货物运送至客户仓库或指定的第三方仓库，客户根据实时需求自行从上述寄售仓自行提货，发行人每月依据客户实际提货数量及相应的对账单进行货物和货款的结算的销售模式。在寄售模式下，客户领用前，产品所有权为发行人所有，产品所有权上的主要风险和报酬尚未转移给客户，为发行人的发出商品；货物经客户实际领用后，所有权及风险报酬转移给客户。

发行人在注塑件的销售中对部分客户采取寄售模式进行销售，对健康产品未采用寄售模式进行销售。

报告期各期注塑件采用寄售模式和非寄售模式的金额及比例如下表所示(单位:万元):

模式	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
寄售	3,154.11	7.02	2,746.00	7.32	1,801.68	5.75
非寄售	41,768.10	92.98	34,752.69	92.68	29,555.04	94.25
合计	44,922.21	100.00	37,498.69	100.00	31,356.72	100.00

由上表可知，发行人报告期各期销售注塑件采用寄售模式的比例较低，各期占比均未超过 10.00%。

2. 采用寄售模式的客户名称、销售产品、合同结算条款

报告期内采用寄售模式的客户名称、销售的产品类型以及合同结算条款如下表所示:

序号	集团客户名称	产品类型	合同结算条款	报告期内是否变化
1	艾福迈集团	注塑件	仓库中寄存的货物在投入生产前归供应商所有。艾福迈集团有权对存放的货物根据其需求进行索取。投入使用行为构成艾福迈集团与供应商之间的销售合同，该合同应符合一般采购条款的要求。投入使用时，合同产品应视为被艾福迈集团按照发货时约定的价格所购买。 投入使用应符合“先进先出”原则。艾福迈集团应每月与供应商对账，	2019 年 4 月部分产品开始采用寄售

序号	集团客户名称	产品类型	合同结算条款	报告期内是否变化
			<p>标明上个月的投入使用的数量。为已发货数量开立发票应当以发货时约定的价格为依据。</p> <p>未发货的合同产品应当在入库后 3 个月内开立发票。</p>	
2	福迪威集团	注塑件	<p>供应商同意，存放于仓库的产品的所有权、灭失风险和保险利益仍归供应商所有，直到仓库应买方的要求将产品交由承运人保管，此时产品的所有权、灭失风险和保险利益才转移给买方。</p> <p>买方同意根据供应商的要求购买任何在仓库存放超过 4 个月的存货。</p> <p>扣除任何有争议的金额后，买方将在收到发票日期起 90 天内通过电汇支付，或在适用订单中买方指定的地点收到买方可接受的产品之日起 90 天内支付，以较晚者为准。</p>	否
3	丹纳赫集团	注塑件	<p>第三方仓库的管理工作由第三方物流公司负责，货物由第三方物流公司转移给丹纳赫集团使用之前，第三方仓库的库存材料属于供应商的财产；货物从第三方仓库提出交付至丹纳赫集团方管理的仓库或丹纳赫集团指定的其他地点时，材料视为供应商销售给丹纳赫集团，货物所有权方始转移。</p> <p>货物一旦经丹纳赫集团的仓管员签字领取后，货物的所有权即归属于丹纳赫集团。若货物在第三方仓库出库到甲方仓库运输途中发生损坏或丢失，责任由甲方承担。</p> <p>供应商需按照丹纳赫集团的要求备相应的安全库存。如丹纳赫集团未能在 120 天/一年内消耗完此安全库存（从产品入库日期算起），丹纳赫集团将无条件吸收此安全库存。</p>	否
4	英维斯塔集团	注塑件	<p>供应商同意，存放于仓库的产品的所有权、灭失风险和保险利益仍归供应商所有，直到仓库应买方的要求将产品交由承运人保管，此时产品的所有权、灭失风险和保险利益才转移给买方。</p> <p>买方同意根据供应商的要求购买任何在仓库存放超过 4 个月的存货。</p> <p>扣除任何有争议的金额后，买方将在收到发票日期起 90 天内通过电汇支付，或在适用订单中买方指定的地点收到买方可接受的产品之日起 90 天内支付，以较晚者为准。</p>	否
5	麦格纳集团	注塑件	<p>本协议项下的产品在产品运至需方工厂或需方指定的地点，并将产品从车辆或其他交通工具卸下后由需方负责管理，所有权仍属于供方，需方使用完的产品所有权转移至需方。需方在接受货物时的签字或盖章不应被视为对合同货物的最终验收。</p> <p>供方同意以寄售形式向需方供货，需方根据质保部检验合格证明及实际使用调拨单，每月 10 日以对账单形式通知供方开具合法有效的发票，开票所对应的产品数量为上个月 26 日到当月 25 日之间的实际使用的数量。供方必须在每月 25 日前将发票送达到需方。供方提供的合同货物经需方验收并使用，双方确认实际使用数量，供方根据<对账单>，以合同结算价格为依据开具增值税发票并于次月 25 日前交到需方。</p> <p>对于国内供应商的付款日期应为需方财务收到正确的、完整的发票后，录入财务系统的 90 天内结算。</p>	否

3. 同一客户同时存在寄售模式和非寄售模式

报告期内发行人的同一客户同时存在寄售模式和非寄售模式销售的金额如下表所示(单位: 万元):

序号	集团客户名称	销售模式	2020 年度	2019 年度	2018 年度
1	艾福迈集团	寄售	1,836.98	1,179.53	
		非寄售	622.57	2,244.02	1,808.86
		小计	2,459.55	3,423.55	1,808.86
2	福迪威集团	寄售	832.32	1,057.03	1,094.43
		非寄售	145.4	175.75	168.02
		小计	977.72	1,232.78	1,262.45

序号	集团客户名称	销售模式	2020 年度	2019 年度	2018 年度
3	丹纳赫集团	寄售	437.85	390.42	550.71
		非寄售	1,558.66	1,091.76	964.4
		小计	1,996.50	1,482.18	1,515.11
4	英维斯塔集团	寄售	45.89	82.68	84.46
		非寄售	207.03	375.44	439.54
		小计	252.91	458.12	524
5	麦格纳集团	寄售	1.08	24.35	58.68
		非寄售	584.78	1,206.64	1,747.80
		小计	585.86	1,230.99	1,806.48

寄售模式是汽车行业常用的销售模式之一，艾福迈集团、麦格纳集团均属于汽车行业供应商。艾福迈集团由于仓储空间紧张等原因，于 2019 年 4 月要求所有注塑件供应商采用第三方仓库寄售模式进行交易，而注塑模具及其他产品仍沿用原有交易模式。

丹纳赫集团、英维斯塔集团、福迪威集团均属于国际性大集团公司，其部分子公司出于精益生产需要采用寄售模式，部分子公司未采用寄售模式。

综上，同一客户同时采用寄售模式和非寄售模式原因合理。

（四）报告期各期按不同贸易术语实现的销售金额及占外销收入的比例，是否存在目的地的交货或类似的贸易结算约定，如是，披露相关收入确认时点及确认依据。

1. 报告期各期按不同贸易术语实现的销售金额及占外销收入的比例

报告期内，发行人主营业务外销收入按不同贸易术语实现的销售金额（单位：万元）及占外销收入的比例情况如下：

贸易方式	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
FOB	40,077.08	71.68%	27,607.17	74.26%	23,626.67	69.48%
CIF	1,122.68	2.01%	774.13	2.08%	1,430.33	4.21%
C&F	102.07	0.18%	107	0.29%		
EXW	818.31	1.46%	560.6	1.51%	26.13	0.08%
保税区	4,337.39	7.76%	3,934.37	10.58%	3,911.36	11.50%
境外子公司	7,272.73	13.01%	1,578.93	4.25%	575.28	1.69%
DAP、DDP	2,178.35	3.90%	2,614.91	7.03%	4,434.95	13.04%
外销收入金额	55,908.61	100.00%	37,177.11	100.00%	34,004.72	100.00%

由上表可知，报告期内，发行人的外销收入对应的贸易方式主要为 FOB、保税区、境外子公司和 DAP、DDP 等目的地交货等。

2. 是否存在目的地交货或类似的贸易结算约定，如是，披露相关收入确认时点及确认

依据

发行人报告期内存在以下两种目的地交货的贸易结算约定，具体如下：

序号	贸易模式	风险转移与物权交付的时间点	收入确认时点	收入确认依据
1	DAP	Delivered at Place: 目的地交货（指定目的地），是指公司将货物运至进口国指定目的地交付给客户，不办理进口手续也不从交货的运输工具上将货物卸下，即完成交货。在此种贸易方式下，自指定目的地交货时起货物灭失或损坏的一切风险由买方承担。	DAP 贸易结算方式涉及的产品均为模具产品。公司按照出口报关日期与模具验收日期孰晚作为收入确认时点来确认收入	出口报关单及模具验收报告
2	DDP	Delivered Duty Paid: 完税后交货（指定目的地）是指公司将货物运至进口国指定地点，将在运输工具上尚未卸下的货物交付给客户，公司负责办理进口报关手续，交付在目的地应缴纳的任何进口“税费”，公司负担将货物交付给客户前一切费用和风险。在此种贸易方式下，自指定目的地交货时起货物灭失或损坏的一切风险由买方承担。	DDP 贸易结算方式涉及的产品均为模具产品。公司按照出口报关日期与模具验收日期孰晚作为收入确认时点来确认收入	出口报关单及模具验收报告

报告期内，目的地交货的贸易模式按签收确认收入金额与按出口报关单出口日期与模具验收报告日期孰晚确认收入金额（单位：万元）差异如下：

贸易方式	2020 年度	2019 年度	2018 年度
按签收确认收入金额	2,934.03	1,989.33	4,174.81
按出口报关单出口日期与模具验收报告日期孰晚确认收入金额	2,178.35	2,614.91	4,434.95
差异	755.68	-625.58	-260.14
外销收入金额	55,908.61	37,177.11	34,004.72
占比	1.35%	-1.68%	-0.77%

报告期内，外销收入目的地交货的贸易模式按签收确认收入金额与按出口报关单出口日期与模具验收报告日期孰晚确认收入金额的差异金额占外销收入金额比例为-0.77%，-1.68%和 1.35%，对各期财务报表影响较小。

报告期内，发行人的外销收入涉及 DAP、DDP 等目的地交货贸易模式的收入均为注塑模具收入，采用出口报关单出口日期与模具验收报告日期孰晚的原则作为收入确认的依据。报告期内采用 DAP、DDP 等目的地交货贸易模式的注塑模具均已在当期通过客户验收并取得模具验收报告，已达到客户的技术标准和要求，验收完成并在海关报关出口后未发生退换货情况，因此在海关报关出口时已实现了主要风险和报酬或控制权转移，符合发行人模具产品的特性及交易实质，具备合理性。

（五）销售合同关于质量保证责任、质保金和质保期的约定，质保金对应的收入确认时点及是否构成单项履约义务，对质量保证责任或售后服务费是否计提预计负债，是否符合《企业会计准则》的规定和行业惯例。

1. 销售合同关于质量保证责任、质保金和质保期的约定，质保金对应的收入确认时点及是否构成单项履约义务

报告期内，发行人不同产品类型下典型合同条款中关于质量保证责任、质保金和质保期的约定如下：

产品类型	质量保证责任和质保期的约定	质保金的约定
注塑模具	合同 1：模具寿命为 100 万模次，并遵守零缺陷目标，并为此持续优化其性能。	未约定
	合同 2：1.从量产起计算，模具至少要保证 6 个月的使用寿命； 2.模具至少要保证 100 万模次的产能。	
	合同 3：模具设计寿命至少达到 100 万模次，在以后生产中因模具原因，造成产品不符合甲方提供的技术图纸要求时，乙方应及时修模或改进模具。	
	合同 4：模具自投产出现由于开发或/和制造的缺陷引起模具不能正常使用的情况，乙方有责任进行及时免费修理，模具的正常寿命不低于要求模次，在此期间乙方负责模具的免费维修与保养。	
注塑件和健康产品	合同 5：在检验、生产和销售过程的 24 个月内甲方发现不合格品，经双方确认其不良原因来自乙方时，乙方应负责换货或维修。	
	合同 6：乙方对其交付的任何产品都应根据产品而提供至少 2 年或 3 年的保修期，从交货日期开始算起。	
	合同 7：自交付产品之日起 12 个月内，产品须在材料和工艺上均无缺陷。	
	合同 8：乙方提供的甲方产品整机 18 个月保修，核心零部件 2 年保修，自甲方收到乙方货物之日起算。	

对于注塑模具产品，公司在销售合同中与客户约定一定期限或者工作量作为质保期。在质保期内提供免费的维修或保养，或就模具使用相关的技术问题提供技术支持、维修、部分零件的调换等服务。由于模具属于高度定制化产品，因此当模具出现质量问题时，客户不会简单采用一般产品的退换货方式解决，通常通过维修、部分零件调换的方式解决，因此公司提供的该等售后服务符合行业惯例，属于保证型质保。同时，公司不收取合同约定以外的其他费用，未单独定价。

对于注塑件和健康产品，通常约定如存在产品质量缺陷，公司应承担换货、维修等保证责任。公司提供的质量保证是保证所销售的商品符合既定标准，为了保护客户以免其因购买瑕疵或缺陷商品而造成损失，而非为客户提供一项单独的服务，因此公司提供的该类质量保证符合法律法规的要求和行业惯例，属于保证型质保。

根据新收入准则（财会[2017]年 22 号）第三十三条“对于附有质量保证条款的销售，企业应当评估该质量保证是否在向客户保证所销售商品符合既定标准之外提供了一项单独的服务。企业提供额外服务的，应当作为单项履约义务，按照本准则规定进行会计处理。”

新收入准则根据质量保证条款是否“在向客户保证所销售商品符合既定标准之外提供了一项单独的服务”，将产品质量保证区分为服务类质量保证和保证类质量保证，服务类质量保证在新收入准则下作为单项履约义务进行处理，保证类质量保证不属于单项履约义务，仍按或有事项准则规定处理。

公司销售产品及质保期的承诺之间有高度关联性，实质上产生的是一项维修或保护客户

因产品瑕疵而遭受损失的保证，性质上属于保证类质量保证，因此不作为单项履约义务，于产品实现销售时依据合同一次性确认收入。

2. 对质量保证责任或售后服务费是否计提预计负债，是否符合《企业会计准则》的规定和行业惯例

1) 公司对质量保证责任或售后服务费未计提预计负债。

公司注塑模具严格按客户要求要求进行设计、加工和装配。从前期模具设计开始，公司就需与客户不断讨论设计方案和技术交流，在试模打样的样品经客户确认验收后，还需在客户的生产过程中与其持续沟通，依据客户进一步需求不断对注塑模具产品进行优化改造，以充分确保客户使用公司注塑模具能生产出符合性能要求的注塑件产品。由于注塑模具为非标准化定制产品，每套模具销售后实际发生的售后服务费因具体项目情况千差万别，并且注塑模具的使用频次与相关注塑件在终端的需求有关，当终端需求旺盛，模具的使用频率较高，维修保养的概率也较高。由于在质保期内的维修具有较高的不确定性，因此，报告期内公司因模具质保服务而产生的售后服务费不符合企业会计准则中对预计负债的定义，公司亦未计提预计负债。

公司的注塑件和健康产品，下游客户无法通过抽样检验等传统检测手段即时对全部产品质量做出合理判断和检验，而仅能在下游客户的终端产品客户的使用过程中才能发现产品的质量缺陷，并需经检测认证等流程确认终端产品的质量缺陷确实由公司提供的产品导致后，公司才会承担相应的退/换货及质量赔偿义务，不确定性较高。因此，报告期内公司因产品质量保证而产生的售后服务费不符合企业会计准则中对预计负债的定义，公司亦未计提预计负债。

2) 同行业可比公司预计负债的计提情况

报告期内，同行业可比公司质保责任预计负债计提情况如下：

可比公司	是否对质保责任和售后服务费计提预计负债	计提标准	计提比例
昌红科技	否		
横河模具	否		
上海亚虹	否		
天龙股份	否		
肇民科技	否		
宁波方正	是	按模具业务收入比例计提	2.50%
海泰科	是	按模具业务收入比例计提	1.50%

注：摘录自同行业上市公司公开披露的年度报告、招股说明书等文件。

由上可见，报告期内，除宁波方正和海泰科两家企业外，其余可比公司均未对质量保证责任计提预计负债。

3) 报告期内，公司因质量保证责任产生的售后服务费占主营业务收入的比例较小，对

公司的生产经营未造成重要影响，具体情况如下（单位：万元）：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
售后服务费	347.79	310.83	238.46
主营业务收入	89,270.47	68,956.12	63,471.59
质保费用占收入比例	0.39%	0.45%	0.38%

假定按上述宁波方正、海泰科等可比公司计提预计负债的方式（以模具业务收入为基数），按其平均值 2%计提预计负债测算，对公司各期财务数据的总体影响不大，如下表（单位：万元）：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
预计负债期初余额	273.07	217.88	63.51
加：计提的质保费用	355.39	366.02	392.83
减：实际的质保费用	347.79	310.83	238.46
预计负债期末余额	280.67	273.07	217.88
计提与实际的差额（即对当期利润表的影响）	7.60	55.19	154.37
当期利润总额	19,322.93	11,144.52	5,439.57
差额占利润总额比例	0.04%	0.50%	2.84%

综上，报告期内，公司未对质量保证责任计提预计负债，符合《企业会计准则》的规定，具有合理性，符合行业惯例。

（六）注塑件和健康产品在报告期内的良品率及与可比公司的对比情况，销售合同关于退换货的约定，报告期内是否存在退换货情况，如有，披露各期退换货金额、原因、内容、客户名称等情况及相关会计处理。

1. 注塑件和健康产品在报告期内的良品率及与可比公司的对比情况

1) 注塑件

发行人在注塑件产品批量生产前会进行首件产品检查，对于检验合格的注塑件，按客户订单规定的交付期限批量生产供货。在批量生产时，入库前均会进行产品检测，在检测合格后方可入库用于销售。产品检验不合格发生退货或换货时，产品会被定义为不良品。报告期内发行人生产注塑件的良品率如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
良品率	99.27%	99.56%	98.58%

由上表可见，发行人报告期各期注塑件的良品率分别为 98.58%、99.56%和 99.27%，良品率比较稳定，不存在异常。

报告期内，同行业可比公司注塑件的良品率如下：

可比公司	2019 年度	2018 年度
------	---------	---------

可比公司	2019 年度	2018 年度
肇民科技	97.90%	99.93%
发行人	99.56%	98.58%

注：摘录自同行业公司公开披露的招股说明书等文件，同行业可比公司昌红科技、横河模具、上海亚虹、天龙股份未具体披露；肇民科技未披露 2020 年度良品率数据，故未比较。

由上表可见，报告期各期，发行人与肇民科技的注塑件良品率不存在重大差异。

2) 健康产品

发行人主要采取 ODM、OEM 相结合的方式组织生产健康产品。健康产品在注塑结构件生产、零部件采购等环节均进行了品质检验，检验合格的注塑结构件及零部件才能入库成为健康产品的生产装配原材料，在生产装配完成后需进行性能检测，整机包装后还需要进行包装检验、外观检验等检验环节才能入库。在健康产品入库前的生产过程中，出现检验不良品的情况将直接在现场进行拆机返工，入库健康产品均为合格品。产品检验不合格或产品出现质量问题而发生返修时，产品会被定义为不良品。

报告期内发行人健康产品的良品率如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
良品率	99.57%	97.74%	100.00%

由上表可见，报告期内，发行人健康产品的良品率分别为 100.00%、97.74%和 99.57%，相对比较稳定。

2. 销售合同关于退换货的约定以及各期退换货金额、原因、内容、客户名称等情况与相关会计处理

发生退换货的产品实际退回公司成品仓库后，公司仓管人员在 ERP 系统进行退货入仓处理，营销中心人员在 ERP 系统发起退货订单，财务人员根据 ERP 系统信息在发生退换货的当期开具红字发票进行退换货账务处理，冲减当期的收入及成本，同时增加库存商品的账面金额，相关会计处理符合《企业会计准则》相关规定。

1) 注塑件

发行人报告期内各期注塑件退换货总金额如下表所示：

单位：万元

项目名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
退货	75.29	8.51	26.87
换货	489.62	316.18	401.55
合计	564.91	324.69	428.42

发行人报告期内注塑件主要客户的合同中关于对供应商退换货较为典型的约定如下：

公司名称	退换货约定条款
博格步集团	1.博格步应向供应商提出采取质量纠正措施（CAR）的要求。供应商应在 1 个工作日内确认其收到该质量纠正措施要求。随后，博格步应将问题批次退回给供应商，供应商应在 2 个工作

公司名称	退换货约定条款
	<p>日内替换该问题批次，并在 5 个工作日内向博格步提交一份纠正/预防措施计划。若供应商未能在 2 个工作日内替换问题批次，其应立即以书面形式通知博格步。在随后的 3 个月期间，若物品无法满足进料质量控制批次退返率<1.8%的要求以及生产用材料不良率<1%的要求，供应商应按照表<1 所示缴纳罚金。</p> <p>2.在紧急情况下，博格步可颁发特许权接受问题批次，且供应商应按问题批次价值的 20%承担罚金。万一需要博格步协助进行必要的整理或返工，博格步应另行按 65 元人民币每人力劳动/小时向供应商收取额外费用，作为整理和实际返工所发生的费用。整理完毕后，博格步应将瑕疵部件返还给供应商，或者将其毁损。</p> <p>3.当质量不合规导致博格步顾客订单延期交付时，博格步应有权要求供应商赔偿公司为弥补延期交付所花费的成本，包括但不限于替换材料、空运费用和人工成本。</p> <p>4.针对由质量不合规引起的客户投诉博格步有权向供应商索赔。此外，如若供应商违反了本协议，则其应对所有损失、损害赔偿、索赔、或博格步或其客户承担的罚款负责并做出赔偿。</p>
盈趣科技	<p>1.对需要退货、重做、更换、返修的缺陷产品，乙方应在甲方通知规定的时间内取走；若乙方能及时取走缺陷产品，甲方可用乙方货款或垫付费用将货品返还，委托保管或变卖后抵偿保管费，在此期间因产品毁损灭失造成的损失由乙方承担。</p> <p>2.对于重做、更换、返修的缺陷产品，乙方应在甲方所要求的时间内将重做、更换、返修后合格产品送至甲方指定地点。</p> <p>3.在检验、生产和销售过程的 24 个月内甲方发现不合格品，经双方确认其不良原因来自乙方时，乙方应负责换货或维修，甲方应及时书面反馈给乙方，乙方应在接到通知后立即做出应急措施，并在甲方要求的 2 日内进行原因分析和实施可行的纠正和预防措施，并通知甲方；乙方不能按期限回复时，需事先通知甲方，在取得甲方认可后，可延期回复。</p> <p>4.乙方已预见到产品可能作为元器件被用于甲方制造的成品中，如产品的质量或功能不符合本协议约定，不论该质量及功能上的缺陷发现于甲方制造其成品过程中，还是发现于甲方将成品售出后或最终用户使用过程中，乙方均有义务进行维修或更换及赔偿甲方的损失。如该缺陷导致甲方就其成品对第三方承担违约或侵权责任，甲方有权要求乙方承担该责任，并要求乙方赔偿由此给甲方造成的损失。</p>
均胜电子	<p>在缺陷产品进入买方生产流程之前检测出缺陷的，卖方应有机会在由买方规定的时间期限内对缺陷货物进行拆除和更换，前提是任何此类补救并不对买方的生产造成任何延误。卖方如无法对买方的合理要求做出及时响应，买方应有权取消相关订单，并在卖方承担费用和风险的前提下将相关货物退还给卖方。在紧急情况下，或由于运作方面的原因（特别是由于与时间和安装次序有关的原因），如果买方不能合理地期望允许卖方补救缺陷或更换有缺陷的货物，或如果卖方不能补救或更换有缺陷的货物，则买方应有权（i）自己修补缺陷，其费用由卖方负担，或（ii）请第三方修补缺陷，其费用由卖方负担或（iii）返回有缺陷的货物，其成本由卖方负担。卖方在接到买方通知后仍一再交付缺陷货物的，买方应有权取消涉及及相关货物的任何或所有订单，或终止相关供应协议的全部或部分内容。</p>

由上表可见，注塑件主要客户均与发行人在合同中约定了退换货权利，规定了在产品存在缺陷的情况下客户可以提出退货、重做、返修以及更换等要求。报告期内，发行人发生产品退换货的原因均为客户检验不合格的产品退换货，即客户对退回产品的质量检测验收不合格未确认该批产品，发行人在发生退换货的当期开具红字发票进行退换货处理，冲减当期的收入及成本。

其中发行人报告期内各期注塑件主要退货客户金额情况如下表所示（单位：万元）：

集团客户名称	各期退货原因	2020 年度	2019 年度	2018 年度
丹纳赫集团	产品检验不合规	34.72	0.01	0.02
盈趣科技	产品检验不合规	11.04	1.07	1.40
博格步集团	产品检验不合规	0.01	0.06	9.54
萨玛集团	产品检验不合规	9.01	-	-
英维斯塔集团	产品检验不合规	8.02	-	-

集团客户名称	各期退货原因	2020 年度	2019 年度	2018 年度
小计		62.80	1.14	10.96
退货金额合计		75.29	8.51	26.87
主要客户退货金额占比		83.41%	13.40%	40.79%

发行人报告期内各期注塑件主要换货客户金额情况如下表所示（单位：万元）：

集团客户名称	各期退货原因	2020 年度	2019 年度	2018 年度
盈趣科技	产品检验不合规	291.25	160.74	230.31
金史密斯集团	产品检验不合规	25.55	24.40	17.51
博格步集团	产品检验不合规	15.72	15.50	10.93
厦门康勃医疗科技有限公司	产品检验不合规	2.79	3.37	33.33
丹纳赫集团	产品检验不合规	3.39	7.12	16.60
小计		338.70	211.13	308.68
换货金额合计		489.62	316.18	401.55
主要客户换货金额占比		69.18%	66.78%	76.87%

2) 健康产品

发行人健康产品在产品检验不合格或出现质量问题时，一般采用返修相关产品等方式进行处理，因此报告期内无退换货情况。

发行人报告期内健康产品主要客户的合同中关于对供应商退换货较为典型的约定如下：

公司名称	退换货约定条款
YOOWO Co., LIMITED	1.不合格的批次产品，甲方有权拒收，按以下原则处理： 2.乙方应在 10 日内或其他甲方书面认可的时间内将不合格的产品进行补足、维修、返工、调换，由此产生的全部费用（包括但不限于质量检验/鉴定费用、返工费、运输费用、多支付的报关费用等）由乙方承担，且不因此免除乙方逾期交货的责任。同时乙方按 RMB600/人/天、交通住宿等差旅费用以实报实销的方式向甲方支付甲方人员重验费用。 3.返工后，该批次产品甲方有权进行全检（非抽样）或按照加严标准抽检。如仍不合格的，甲方有权拒收，乙方应退还该批次已支付的款项，并按照该费用的 5%向甲方支付违约金。

（七）发行人对客户是否存在销售返利政策，如是，披露返利政策的内容、在报告期内是否发生变化，报告期各期返利计提和实际发放金额，相关会计处理。

1. 发行人对客户是否存在销售返利政策，如是，披露返利政策的内容、在报告期内是否发生变化

发行人在报告期内对个别客户存在销售返利政策。返利政策主要包括：按年度订单金额计算阶梯式返利、按年度实际收到的 Invoice（发票）金额计算阶梯式返利、按单笔 PO（订单）的金额计算一次性返利等几类。

报告期内销售返利的主要客户、具体内容及报告期内的变化情况披露如下：

客户名称	支付主体	2020 年度	2019 年度	2018 年度
宁波普瑞均胜汽车电子有限公司	唯科模塑	按照全年新模、修改模订单总金额，对应计算阶梯式返利比例： 低于 50 万欧元，返利比例 1%； 50 万欧元到 75 万欧元，返利比例 2%； 75 万欧元到 125 万欧元，返利比例 3%； 125 万欧元到 200 万欧元，返利比例 3.5%； 200 万欧元以上，返利比例 4%		按照全年新模订单金额，对应计算阶梯式返利比例： 低于 50 万欧元，返利比例 1%； 50 万欧元到 75 万欧元，返利比例 2%； 75 万欧元到 125 万欧元，返利比例 3%； 125 万欧元到 200 万欧元，返利比例 3.5%； 200 万欧元以上，返利比例 4%
	上海克比			
CommScope Connectivity LLC	唯科模塑	按照康普集团年度支付的 Invoice 金额，对应计算阶梯式返利比例： 0-49.99 万美元，不返利； 50-74.99 万美元，返利比例 1.0%； 75-99.99 万美元，返利比例 2.0%； 100-124.99 万美元，返利比例 2.5%； 125-149.99 万美元，返利比例 3.0%； 150-199.99 万美元，返利比例 3.5%； 200 万美元以上，返利比例 4.0%	未约定返利	未约定返利
赫比(厦门)精密塑胶制品有限公司		针对特定产品范围的销售总额，按 2%的返利比例计算返利金额	未约定返利	未约定返利
上海世禄仪器有限公司		未约定返利	未约定返利	按照 2017 年度实现的销售额，一次性返利
ALFMEIER PRÄZISION Aktiengesellschaft /艾福迈汽车系统(上海)有限公司	上海克比	按照全年销售艾福迈集团模具与模具相关产品金额合计，对应计算阶梯式返利比例： 销售额以人民币或欧元计算，返利阶梯分为 20 级，返利比例 0.225%到 4.500%		按照全年销售艾福迈集团模具与模具相关产品金额合计，对应计算阶梯式返利比例： 销售额以人民币或欧元计算，返利阶梯分为 23 级，返利比例 0.225%到 5.000%

2. 报告期各期返利计提和实际发放金额，相关会计处理

单位：万元

项目	返利期初金额	本期应计提返利金额	实际发放返利金额	应计提数与实际发放差额	返利期末余额
2018 年度	3.85	49.75	17.11	32.64	36.49
2019 年度	36.49	91.92	67.71	24.22	60.70
2020 年度	60.70	58.26	109.15	-50.89	9.81

由于返利的计提数与实际发放差异较小，且各期返利最终确定金额取决于双方协商的结果。基于重要性原则，公司各期末未计提返利，按实际发放时做会计处理。

返利相关会计处理如下：

根据发行人与客户约定的返利政策，双方核对销售数据（包括订单金额或实际收款金额、以及适用的返利比例等），经核对一致，符合返利结算条件时，通常允许客户在下次采购时用于抵减货款，同时冲减营业收入和应收账款。

借：主营业务收入

贷：应收账款

（八）发行人与客户就生产注塑件所使用模具的所有权与使用权的约定，该等模具领用后的会计计量与会计处理，是否视同销售。

发行人与客户就生产注塑件所使用模具的相关情况如下：

模具生产方	成本费用承担方	所有权约定	使用权约定	是否视同销售	具体情形	会计计量及具体的会计处理
	由客户承担	客户所有	发行人依照约定使用	是	对客户已与发行人就承担的模具成本费用签订协议并单独收费的模具	以合同约定金额确认收入,同时结转模具成本 借: 应收账款 贷: 主营业务收入 应交税费-销项税额 借: 主营业务成本 贷: 存货-库存商品
发行人生产	由发行人和客户分担	共同所有,在完成合同约定数量的塑料零部件生产后,模具的所有权由发行人转移至客户	发行人依照约定使用	按合同约定,客户承担成本部分视同销售	订单明确约定客户承担一定比例模具费用,剩余比例模具价款按合同约定分摊在该模具对应注塑件价格中	1、以合同约定金额确认收入,同时结转相应比例的模具成本,会计处理同上(金额按合同约定比例*合同总额) 2、其余成本转入长期待摊费用,按照合同约定期限进行摊销转入制造费用,会计处理: 借: 长期待摊费用 贷: 存货(剩余比例) 按合同期限摊销时: 借: 制造费用 贷: 长期待摊费用
	由发行人承担	发行人所有	发行人拥有	否	发行人基于经营战略考虑,按照客户要求开发模具生产注塑产品而自制的模具	以成本全额转入固定资产,在使用寿命内扣除净残值后按平均年限法进行折旧,计入制造费用 借: 固定资产 贷: 存货 借: 制造费用 贷: 固定资产-累计折旧
客户提供		客户所有	发行人依照约定使用	否	模具由客户提供用于生产注塑件,发行人负责保管和依照约定使用	为客户提供,发行人不需进行会计计量和处理

上述所有注塑件业务所涉及模具均放置在发行人厂区,由发行人登记在册并进行定期盘点,对于模具所有权归属于客户的模具,在模具验收合格后,发行人承担模具的保管责任和毁损灭失风险。发行人已建立相应的模具管理制度,对模具的存放、管理、维护保养等作出明确规定。报告期内,发行人未实际发生模具毁损灭失的情况。

(九) 发行人与同行业可比公司收入确认政策及主要贸易条款的对比情况，如存在较大差异，请披露原因。

1、发行人与同行业可比公司的收入确认政策对比

发行人收入确认政策与同行业可比公司对比分析，具体情况如下：

可比公司	业务类型		收入确认方式	与发行人是否一致
昌红科技	注塑产品	内销收入	塑胶产品及其他产品，公司根据订单约定的交货时间和交货数量及时发送至客户的仓库。并按照交易习惯，每月会与客户进行及时对账，与对方对账后确认收入	对是否需要到账存在差异
		外销收入	塑胶产品确认标志为产品已经发出，与对方对账报关后确认收入	
	注塑模具	内销收入	模具产品及医疗设备产品确认标志为产品完工移交给客户，经对方验收确认后确定收入	基本一致
		外销收入	模具产品及医疗设备产品确认标志为产品完工移交给客户，经对方验收确认收入并完成报关手续后确认收入	
横河模具	注塑产品	内销收入	根据与客户签订的销售合同或订单需求，完成相关产品生产，并送至客户指定地点，经客户签收确认后，确认收入	基本一致
		外销收入	A.离岸出口业务：根据与客户签订的销售合同或订单需求，完成相关产品生产，出库并办理报关出口手续后，确认收入； B.出口到国内出口加工区或保税区、深加工结转业务：根据与客户签订的销售合同或订单需求，完成相关产品生产，并送至出口加工区、保税区或客户指定地点，经客户签收确认后，确认收入	
	注塑模具	内销收入	根据与客户签订的销售合同或订单需求，模具完工并进行试样生产合格，并经客户验收，送至客户指定地点或移送至公司注塑产品生产车间后，确认收入	
		外销收入	根据与客户签订的销售合同或订单需求，模具完工并进行试样生产合格，并经客户验收，出库并办理报关出口手续后，确认收入	
上海亚虹	未区分	未区分	在货物出库并移交给客户后，依据取得的与客户对账一致的结果确认收入	基本一致
天龙股份	注塑产品	寄售模式	根据与客户签订的合同或订单发货，每月根据客户实际领用清单确认销售收入	基本一致
		国内直接销售	按合同或订单发货，根据经客户确认收货的发货单确认销售收入	
		国外直接销售	产品出库、办理报关出口手续并取得提单后，开具销售发票并确认收入	
	注塑模具	内销收入	模具完工交付客户验收合格后，确认销售收入	
外销收入		模具完工经客户验收合格后出库、办理报关出口手续并取得提单后，开具销售发票并确认收入		
肇民科技	注塑产品	内销收入	公司根据与客户的销售合同或订单要求组织生产，由仓库配货后将货物发运，客户验收货物包括数量清点、质量检测，经客户对产品数量与质量无异议确认后确认收入	基本一致
		外销收入	公司根据与客户的销售合同或订单要求组织生产，经检验合格完成报关出口时确认收入	
	注塑模具	未区分	公司根据与客户的销售合同或订单要求组织模具设计、生产、试模及检验，取得客户认可的合格证书后确认相应的收入	
宁波方正	模具产品	内销收入	在产品已经送达目的地，对方指定的责任人验收后确认收入实现	基本一致
		外销收入	①采用 FOB、CIF、FCA 条款，在产品已经发出并向海关报关后确认收入实现 ②采用 EXW、DDU、DDP 等条款，在产品交付予客户指定的收货地点，对方指定责任人签收后确认收入实现	
海泰科	注塑产品	内销收入	于对方签收后或未签收但超过约定的异议期限后确认收入	基本一致
		外销收入	于完成出口报关时确认收入	

可比公司	业务类型	收入确认方式	与发行人是否一致	
发行人	注塑模具	内销收入	于对方最终验收合格后或未验收但超过约定的异议期限后确认收入	基本一致
		外销收入	于完成出口报关时确认收入	
	注塑产品	寄售模式	根据与客户签订的合同或订单发货，在客户实际领用后，确认销售收入	
		国内直接销售	完成相关产品生产，并送至客户指定地点并经客户签收后，确认销售收入	
		国外直接销售	完成相关产品生产，出库并办理报关出口手续后，确认销售收入	
	注塑模具	内销收入	模具完工交付客户确认，并经客户验收合格后，确认销售收入	
外销收入		模具完工经客户验收合格后，根据出口报关单和客户的验收资料等确认销售收入		

注：摘自自同行业上市公司公开披露的年度报告、招股说明书等文件。

从上表来看，发行人与同行业可比公司的收入确认方式基本一致，符合行业惯例和《企业会计准则》的要求。

2、发行人的主要贸易条款及相关收入确认政策对比

可比公司	贸易方式	主要贸易条款	企业会计准则约定的风险报酬转移或控制权转移时点	公司收入确认具体原则/时点
宁波方正	FOB/CIF	未具体披露	货物在装船后风险转移给买方	报关后确认收入
	EXW/DDU/DDP等	未具体披露	交付指定的收货地点并签收后风险转移给买方	对方指定责任人签收后确认收入实现
海泰科	FOB/CIF	在将货物装上买方指定的船只前，卖方应承担所有的费用和风险，当货物交付到船上后，买家将承担所有相关责任，与货物所有权相关的毁损、灭失风险自货物在装运港越过指定船舷后转移给买方，即货物办理报关手续并离港时，与货物所有权有关的毁损、灭失风险已转移给客户。	在报关后，与所有权相关的主要风险和报酬已转移，发行人无需再履行安装、调试义务，也无需承担验收责任。	报关后确认收入
	EXW	EXW（工厂交货）贸易方式下，发行人在自己工厂处将货物交予买方处置时，即完成交货，与货物灭失有关的风险由买方承担。因此，在报关后，发行人已完成交货，已实现所有权转移，与所有权相关的主要风险和报酬已转移，发行人无需再履行安装、调试义务，也无需承担验收责任。		
	DAP/DDU/DDP	在 DAP、DDU 和 DDP 贸易模式下，发行人产品在办理报关手续并离港时，公司已无法通过该产品形成经济利益；模具属于定制化产品，只有客户才能通过该产品形成经济利益。同时，卖方即发行人已按照报关价的 1.1 倍进行投保，通过支付运保费的方式将运输过程中的风险也转移给第三方。托运人与承运人通过合同明确了运输过程中的责任和风险，损失由承运方或保险机构赔偿。		
发行人	FOB/CIF/C&F	船上交货或指定转运港交货，卖方负责办理出口清关手续，在合同规定的装运港和规定的期限内，将货物交到买方指定的船上，承担货物在装运港越过船舷之前的一切风险，并及时通知买方。	将货物交付到买方指定的船上或地点，一般以报关单为控制权或风险报酬转移时点	以报关单出口日期确认收入
	EXW	当卖方在其所在地或其他指定的地点（如工场、工厂或仓库）将货物交给买方处置时，即完成交货，卖方不办理出口清关手续或将货物装上任何运输工具。买方报关时以卖方的名义报关。		

可比公司	贸易方式	主要贸易条款	企业会计准则约定的风险报酬转移或控制权转移时点	公司收入确认具体原则/时点
	DAP/ DDP	<p>Delivered at Place: 目的地交货（指定目的地），是指公司将货物运至进口国指定目的地交付给客户，不办理进口手续也不从交货的运输工具上将货物卸下，即完成交货。在此种贸易方式下，自指定目的地交货时起货物灭失或损坏的一切风险由买方承担。</p> <p>Delivered Duty Paid: 完税后交货（指定目的地），是指公司将货物运至进口国指定地点，将在运输工具上尚未卸下的货物交付给客户，公司负责办理进口报关手续，交付在目的地应缴纳的任何进口“税费”，公司负担将货物交付给客户前一切费用和风险。在此种贸易方式下，自指定目的地交货时起货物灭失或损坏的一切风险由买方承担。</p>	在报关及模具验收后，与所有权相关的主要风险和报酬已转移至买方	以报关单出口日期和模具验收日期孰晚确认收入

注：摘录自同行业公司公开披露的招股说明书等文件，同行业公司昌红科技、横河模具、上海亚虹及天龙股份未具体披露。

综上，公司在上述贸易模式下的收入确认时点与同行业可比公司无重大差异。

（十）会计师的核查与结论

1. 执行的核查程序

针对上述事项，我们履行了以下核查程序：

（1）检查合同中关于注塑模具后续安装的具体条款及关于注塑模具验收的相关约定，并访谈相关销售人员和财务人员，了解后续服务的具体情况以及收入确认时点；查阅并比对新收入准则，判断发行人收入确认是否符合新收入准则的要求；

（2）访谈营销部门、财务部门相关人员，了解报告期各期注塑件及健康产品采用寄售模式和非寄售模式的情况；

（3）检查合同中的主要贸易条款，包括但不限于：质量保证、质保金以及销售返利的约定；针对质量保证的情况，通过比对《企业会计准则》，判断其是否符合准则的规定及行业惯例；针对销售返利的情况，依据合同条款，测算并核查主要客户所得返利的金额，判断销售返利的发放是否真实合理；

（4）与公司主要销售人员进行访谈，检查可比公司对模具收入的确认政策，识别与商品所有权上的风险和报酬转移相关的合同条款与条件（包括交货条款、退换货条款等），评价发行人的收入确认时点是否符合企业会计准则的要求；

（5）检查报告期内发行人的退换货情况，关注退换货时间、数量及原因，计算退换货占当期销售比例，并查阅同行业可比公司的公开披露的良品率数据；

（6）对公司销售人员、财务人员进行访谈，取得公司与客户签订的合同及订单，了解公司模具相关工艺、所有权及会计处理情况；

（7）查阅同类可比上市公司公开披露的文件，获取同类上市公司关于收入确认的政策，并对比发行人及同行业上市公司的收入确认政策，核查发行人的收入确认政策是否与同行业上市公司一致。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

- (1) 对于注塑模具等产品，发行人没有安装义务；
- (2) 发行人的客户对模具的验收通常只有试模样品检验合格，成型效率、加工精度等参数达到设计标准，客户才会签署模具的验收确认文件，依据合同的约定或客户的指令发货，此时控制权已经转移，发行人依据该验收报告作为收入确认的凭证；
- (3) 发行人报告期各期销售注塑件采用寄售模式的比例较低，报告期内未发生重大变化；同一客户同时存在寄售模式和非寄售模式的原因主要是由于产品类别不一致导致的，原因具有合理性；
- (4) 发行人的外销收入对应的贸易方式主要为 FOB、保税区、境外子公司和 DAP、DDP 等目的地交货等，收入确认方式符合企业会计准则规定；
- (5) 发行人提供的质量保证责任符合行业惯例，属于保证型质保。同时，发行人不收取合同约定以外的其他费用，未单独定价。因此，公司提供的质保服务不构成一项单独的履约义务。发行人已补充披露报告期各期质量保证责任发生金额、对收入确认的影响，发行人关于质量保证责任的会计处理方式符合《企业会计准则》和行业惯例；
- (6) 报告期内，注塑件和健康产品的良品率与可比公司不存在重大差异，退换货相关会计处理无重大异常；
- (7) 由于返利的计提数与实际发放差异较小，且各期返利最终确定金额取决于双方协商的结果。基于重要性原则，公司各期末计提返利，按实际发放时做会计处理，相关会计处理符合会计准则要求；
- (8) 对客户已与发行人就承担的模具成本费用签订协议并单独收费的模具视同销售；订单明确约定客户承担一定比例模具费用，剩余比例模具价款按合同约定分摊在该模具对应注塑件价格中，客户承担成本的部分视同销售；发行人基于经营战略考虑，按照客户要求开发模具生产注塑产品而自制的模具不视同销售；模具由客户提供用于生产注塑件，发行人负责保管和依照约定使用的情形不视同销售；
- (9) 发行人与同行业可比公司的收入确认方式基本一致，符合行业惯例和《企业会计准则》的要求。

四、【审核意见 5. 关于主要客户】报告期各期发行人向前五大客户的销售收入占营业收入的比例分别为 40.80%、38.91%、36.48%、35.42%，境外销售中向前五大客户的销售收入占外销收入的比例分别为 52.54%、52.36%、42.33%、42.87%。请发行人：（1）补充披露注塑模具及注塑件各应用领域和健康产品的前五大客户基本情况，包括合作历史、成立时间、主营业务、行业地位及市场份额、订单获取方式（商业谈判、招投标等）、终端产品品牌商等，报告期各期销售收入金额及占该类产品收入的比例，如各类产品的客户集中度

存在较大差异，请披露原因及合理性；（2）补充披露注塑模具和注塑件的客户重合情况，如主要客户中存在发行人仅提供注塑件而未提供模具的，请披露该等客户获取方式、开展业务的原因及合理性；（3）补充披露报告期各期发行人对注塑件各应用领域、健康家电产品五大客户的销售收入是否发生较大变动或存在非连续购买的情形，如是，请披露变动原因及合理性，报告期各期注塑件及健康家电产品存量客户持续交易情况，发行人对主要客户的供货份额是否存在下降风险，与客户合作是否具有稳定性与持续性；（4）补充披露报告期各期注塑模具新增客户和存量客户的数量及收入贡献情况，对收入贡献较大的新客户基本情况及业务获取过程，结合下游行业集中度、同行业竞争情况、发行人获客能力等因素分析客户增长潜力；（5）针对发行人对盈趣科技的销售收入与盈趣科技年报披露的供应商采购数据存在一定差异，请披露差异原因及合理性，如发行人存在其他上市公司客户且其定期报告披露前五大供应商数据的，请分析并披露数据的一致性。请保荐人和申报会计师发表明确意见。

回复：

（一）补充披露注塑模具及注塑件各应用领域和健康产品的前五大客户基本情况，包括合作历史、成立时间、主营业务、行业地位及市场份额、订单获取方式（商业谈判、招投标等）、终端产品品牌商等，报告期各期销售收入金额及占该类产品收入的比例，如各类产品的客户集中度存在较大差异，请披露原因及合理性。

1. 注塑模具及注塑件应用领域前五大客户

1) 汽车领域

报告期各期，发行人汽车领域前五大客户共 7 家，基本情况如下：

序号	客户名称	各期排名			合作历史	成立时间	主营业务	行业地位和市场份额	订单获取方式	终端产品品牌商
		2020年度	2019年度	2018年度						
1	均胜电子	1	1	1	2014年开始合作	1992年8月	一家全球化的汽车零部件顶级供应商,主要致力于智能驾驶系统、汽车安全系统、新能源汽车动力管理系统以及高端汽车功能件总成等的研发与制造	“2020 中国品牌 500 强”排行榜第 179 位, 入选 2020 年全球汽车零部件企业百强榜	商业谈判	大众、福特、宝马、奥迪、特斯拉等
2	艾福迈集团	2	2	4	2012年开始合作	20世纪60年代	全球化的汽车零部件一流生产型企业,致力于为汽车行业的流体技术和座椅舒适性领域开发和生产创新的高精度组件	是全球各大汽车品牌注塑产品的优质供应商	商业谈判	奥迪、宝马、通用、奔驰、福特等
3	施耐德博士集团	3	4	2	2009年开始合作	1927年	高级汽车内饰产品专家,产品从创新的出风口系统到高度集成的装饰板以及高品位的仪表板和中控台模块	在豪华车领域,施耐德博士集团的空调出风口系统和车门框装饰条在国际市场处于领先地位	商业谈判	奥迪、宝马、捷豹/路虎、兰博基尼、奔驰、保时捷、劳斯莱斯等
4	卡尔海丝公司	4	-	-	2011年开始合作	1959年1月	致力于设计、研发和生产塑料的技术性解决方案厂商,产品涉及汽车行业、电子行业、家居用品以及机械制造等领域。汽车领域的主要产品有内外饰及发动机配件产品的注塑生产	旗下有 28 个工厂,主要为各汽车厂商提供模具和注塑产品	商业谈判	大众、奔驰、奥迪、宝马等
5	慧鱼集团	5	-	-	2018年开始合作	2001年1月	主要从事机械制造、钢管制造、液压成型、环保技术等领域企业,是全球不锈钢、特种合金钢管及部件的重要供货商	集团在多个国家拥有生产基地和子公司。2018年及2016年,Fischer汽车荣获通用汽车颁发的供应商质量卓越奖。2015年,Fischer汽车荣获SPE塑料在汽车制造中创新使用奖	商业谈判	大众、奔驰、奥迪、宝马等
6	麦格纳集团	-	5	5	2017年开始合作	1957年	主要从事汽车零部件的生产,加工,装配等业务,产品涵盖不同的汽车零部件领域	世界 500 强企业之一,是全球最大的汽车零部件制造商之一,2020 年全球汽车零部件企业百强排名第 4	商业谈判	奥迪、宝马、通用、奔驰、福特等
7	Altcam 集团	-	3	3	2011年开始合作	1986年4月	全球化的汽车零部件一流生产型企业,致力于为汽车电子,模具和注塑	年营业额已达 5,000 万欧元,是全球前十大汽车第一级供	商业谈判	奥迪、宝马、通用、奔驰、福特

序号	客户名称	各期排名			合作历史	成立时间	主营业务	行业地位和市场份额	订单获取方式	终端产品品牌商
		2020年度	2019年度	2018年度						
							以及组装等生产,主要产品包括汽车安全系统,座椅和车门系统	应商博世和博泽的注塑产品优质供应商		等

报告期各期,发行人汽车领域上述7家前五大客户销售收入及占比情况如下(单位:万元):

公司名称	2020年度			2019年度			2018年度		
	注塑模具	注塑件	小计	注塑模具	注塑件	小计	注塑模具	注塑件	小计
均胜电子	1,870.81	2,312.16	4,182.97	2,840.32	3,215.64	6,055.95	3,331.17	2,635.79	5,966.96
艾福迈集团	603.02	1,856.53	2,459.55	1,529.06	1,894.49	3,423.55	95.75	1,713.11	1,808.86
施耐德博士集团	1,850.70	181.08	2,031.78	1,574.56	183.90	1,758.47	3,222.41	200.40	3,422.82
卡尔海丝公司	884.52	45.25	929.77	383.34	4.09	387.43	1,189.44	12.04	1,201.48
慧鱼集团	685.89	6.17	692.07	846.45	7.12	853.57	-	0.66	0.66
麦格纳集团	221.86	364.00	585.86	424.32	806.67	1,230.99	93.82	1,712.66	1,806.48
Altcam集团	517.30	11.76	529.05	2,011.69	18.84	2,030.53	1,865.18	32.35	1,897.53
前五大客户合计	6,634.10	4,776.95	11,411.05	9,609.75	6,130.74	15,740.49	9,797.78	6,307.01	16,104.78
汽车领域合计	10,068.88	5,731.47	15,800.34	13,371.06	7,291.09	20,662.15	15,448.47	7,043.04	22,491.51
占比	65.89%	83.35%	72.22%	71.87%	84.09%	76.18%	63.42%	89.55%	71.60%

报告期各期,汽车领域上述7家前五大客户实现销售收入合计分别为16,104.78万元、15,740.49万元和11,411.05万元,占该领域销售收入的比例分别为71.60%、76.18%和72.22%,呈现一定的波动,主要原因为汽车领域,报告期内发行人虽然不断加强对注塑件的销售,但该领域仍以注塑模具为主,模具为项目型收入,不连续性特征明显,因此该领域前五大客户合计收入及占比呈现一定的波动。

发行人汽车领域以注塑模具为主,报告期内,受到宏观经济增速放缓、美国贸易政策、新冠疫情等因素影响注塑模具销售收入持续下滑,主要客户中模具收入波动较大的有施耐德博士集团、卡尔海丝公司、Altcam集团,A、施耐德博士集团和卡尔海丝公司2019年销售均出现大幅减少,主要原

因为受到大众汽车尾气排放事件和欧洲排放标准的影响，部分新开发项目推迟，相应注塑模具收入减少；2020年大众汽车尾气排放事件和欧洲排放标准影响逐步消除，该等客户2019年推迟的项目重新启动，注塑模具收入呈现增长趋势；B、Altcam集团总部位于西班牙，其模具产品采取工程师驻厂验收方式，受到新冠疫情影响，2020年较长时间内Altcam集团无法派遣工程师驻厂验收从而导致当年注塑模具收入大幅下降。

发行人汽车领域前五大客户中注塑件收入较大的有均胜电子、艾福迈集团、麦格纳集团等，其中A、均胜电子2019年注塑件产品收入上升系由于中控系统项目其市场占有率的提高，2020年受到新冠疫情等因素的影响，公司对其销售收入有所下滑；B、2019年我国开始实施国六排放标准，使得整车厂对艾福迈集团生产的国六排放标准汽车油箱阀门需求增加，从而带动发行人的销售额增加，2020年保持相对稳定；C、麦格纳集团于2019年后自行建造配套注塑厂，与发行人交易金额明显下降。报告期内，发行人与前述注塑件收入较大的客户均保持持续交易，除麦格纳集团明显下降外，交易金额、供货份额较为稳定，不存在供货份额下降的风险，与合作具有稳定性和持续性。

2) 电子领域

报告期各期，电子领域前五大客户共6家，基本情况如下：

序号	客户名称	各期排名			合作历史	成立时间	主营业务	行业地位和市场份额	订单获取方式	终端产品品牌商
		2020年度	2019年度	2018年度						
1	盈趣科技	1	1	1	2015年开始合作	2011年5月	A股上市公司(股票代码002925)，为客户提供智能控制部件、创新消费电子等产品的研发、生产	中国领先的智能控制部件与创新消费电子研发及智能制造企业	商业谈判	IQOS、Cricut
2	康普集团	2	2	2	2007年开始合作	1976年	康普集团是一家总部位于美国的世界领先的通信网络基础设施解决方案及天线制造商	在企业网络、宽带、无线和有线通信网络的连接解决方案领域处于国际领先地位	商业谈判	CommScope
3	尼得科集团	3	-	-	2012年开始合作	1973年4月	工业用/民生用/家电用马达电机及控制设备的开发、制造、销售，东京证券交易所上市公司	在精密小型电动机领域的市场占有率位居世界领先地位	商业谈判	-
4	力纳克集团	4	4	4	2014年开始合作	1907年	医院、办公室、家居、农业和加工行业用先进电动直线推杆系统和解决方案的全球领先制造商。	全球领先电动推杆系统制造商	商业谈判	-
5	福迪威集团	5	3	3	2008年开始合作	2015年7月	是纽约证券交易所上市公司，专注在专业仪器仪表、自动化、传感和运输	2018年，在财富500强中位列第420位；在自动化、测量仪表、	商业谈判	-

序号	客户名称	各期排名			合作历史	成立时间	主营业务	行业地位和市场份额	订单获取方式	终端产品品牌商
		2020年度	2019年度	2018年度						
							技术等方面	运输、传感、产品实现等领域处于领先地位		
6	丹纳赫集团	-	5	5	2008年开始合作	1969年	丹纳赫集团是纽约证券交易所上市公司、全球知名的仪器与工业设备制造商	2018年，在财富500强中位列第162位；在生命科学、诊断和环境与应用方案等市场上确立了领导地位	商业谈判	-

报告期各期，发行人电子领域上述6家前五大客户销售收入及占比情况如下（单位：万元）：

公司名称	2020年度			2019年度			2018年度		
	注塑模具	注塑件	小计	注塑模具	注塑件	小计	注塑模具	注塑件	小计
盈趣科技	293.14	9,197.85	9,490.99	150.92	7,056.88	7,207.80	848.51	3,764.74	4,613.25
康普集团	1,028.96	4,144.18	5,173.15	472.62	2,241.80	2,714.43	667.86	2,878.48	3,546.34
尼得科集团	203.91	1,613.33	1,817.24	30.23	704.70	734.94	29.44	348.39	377.84
力纳克集团	292.82	800.88	1,093.69	94.73	911.35	1,006.08	119.61	959.15	1,078.76
福迪威集团	10.63	967.09	977.72	64.34	1,168.43	1,232.78	23.86	1,238.27	1,262.13
丹纳赫集团	3.75	841.60	845.35	67.14	772.55	839.69	18.69	861.31	880.00
前五大客户合计	1,833.20	17,564.93	19,398.13	879.99	12,855.72	13,735.72	1,707.97	10,050.33	11,758.30
电子领域合计	2,469.37	20,182.05	22,651.42	1,445.40	14,693.57	16,138.97	2,324.38	11,351.87	13,676.26
占比	74.24%	87.03%	85.64%	60.88%	87.49%	85.11%	73.48%	88.53%	85.98%

报告期各期，电子领域上述6家前五大客户销售收入分别为11,758.30万元、13,735.72万元和19,398.13万元，占该领域销售收入比例分别为85.98%、85.11%和85.64%，销售收入呈现增长趋势。

发行人电子领域以注塑件为主，前五大客户中销售收入变动较大的有盈趣科技、康普集团、尼得科集团，具体原因为：A、盈趣科技，发行人主要

为其提供电子烟、家用雕刻机等产品配件，2019 年盈趣科技第三代电子烟上市，销售收入大幅度增长；2020 年度盈趣科技电子烟销售收入保持稳定，家用雕刻机市场火爆，子公司马来西亚唯科配套盈趣科技马来西亚工厂提供家用雕刻机配件，销售收入持续增长；B、康普集团，发行人主要为其提供光纤通讯设备的零件，2018 年底为应对中美贸易摩擦，客户增加了安全库存量而加大了对发行人的采购，2019 年逐步消化库存量，所以 2019 年销售收入有所下降。2020 年，新冠疫情期间人们居家办公从而对于网络的需求量激增，叠加国外 5G 基础建设速度加快，康普集团销售收入增长明显；C、尼得科集团，发行人主要为其提供马达绝缘外壳、支架等配件，需求量大，2019 年增加了对其墨西哥工厂的供货，销售收入显著上升，2020 年双方合作稳定，进一步提升了销售金额。报告期内，发行人与电子领域前五大客户均有持续交易，交易金额整体保持稳定，力纳克集团、福迪威集团等个别客户销售金额下降未造成对其供货份额的大幅下降，与客户的合作具有稳定性与持续性。

3) 家居领域

报告期各期，发行人家居领域前五大客户共 5 家，具体情况如下：

序号	客户名称	各期排名			合作历史	成立时间	主营业务	行业地位和市场份额	订单获取方式	终端产品品牌商
		2020 年度	2019 年度	2018 年度						
1	博格步集团	1	1	1	2006 年开始合作	1999 年 3 月	一家总部位于荷兰的世界知名童车开发与生产制造商，主要从事婴儿车、手推车、自行车、汽车安全座椅、轮椅等的研发、生产和销售	全球知名的时尚高端多功能儿童推车品牌，全球超过 50 个国家有售，是众多明星、皇室家庭的御用坐骑	商业谈判	Bugaboo
2	威卢克斯集团	2	2	2	2005 年开始合作	1941 年	是现代屋顶窗的创造者，更是世界屋顶窗领域的领导者	威卢克斯是世界屋顶窗领域的领导者，是全球建材领域最有实力的国际品牌之一	商业谈判	Velux
3	宜家集团	3	3	3	2014 年开始合作	1943 年	宜家集团是全球知名的瑞典家具和家居零售商	来自瑞典的全球知名家具和家居零售商，宜家名列福布斯 2020 全球品牌价值 100 强第 40 位	商业谈判	IKEA
4	冯氏集团	4	4	4	2011 年开始合作	1906 年	香港的一家全球供应链管理跨国集团	世界《财富》杂志评选的全球最佳创意、最具竞争力的公司之一，在供应链管理方面颇具研究价值	客户介绍	家得宝

序号	客户名称	各期排名			合作历史	成立时间	主营业务	行业地位和市场份额	订单获取方式	终端产品品牌商
		2020年度	2019年度	2018年度						
5	诺沃雷克斯公司	5	5	5	2014年开始合作	1935年	包装和食品服务产品创新、选择和可持续性的领导者	诺沃雷克斯集团北美和欧洲拥有超过 60 个工厂和办公室	商业谈判	-

报告期各期，发行人家居领域上述 5 家前五大客户销售收入及占比情况如下（单位：万元）：

公司名称	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	注塑模具	注塑件	小计	注塑模具	注塑件	小计	注塑模具	注塑件	小计
博格步集团	563.53	3,764.81	4,328.35	483.45	3,428.44	3,911.90	25.55	3,696.24	3,721.79
威卢克斯集团	454.42	3,412.17	3,866.59	108.29	2,681.98	2,790.26	193.67	1,951.66	2,145.33
宜家集团	149.30	2,534.72	2,684.02	425.77	2,013.00	2,438.77	161.26	897.60	1,058.86
冯氏集团	-	682.09	682.09	-	848.84	848.84	-	718.12	718.12
诺沃雷克斯公司	-	246.26	246.26	2.15	363.36	365.51	-	692.61	692.61
前五大客户合计	1,167.26	10,640.05	11,807.31	1,019.67	9,335.61	10,355.28	380.47	7,956.24	8,336.71
家居领域合计	1,420.52	11,321.69	12,742.21	1,338.61	9,917.47	11,256.08	501.85	8,558.05	9,059.90
占比	82.17%	93.98%	92.66%	76.17%	94.13%	92.00%	75.81%	92.97%	92.02%

报告期各期，家居领域上述 5 家前五大客户销售收入分别为 8,336.71 万元、10,355.28 万元和 11,807.31 万元，占该领域销售收入比例分别为 92.02%、92.00%和 92.66%，整体较为稳定。

发行人家居领域以注塑件为主，前五大客户销售收入变动的原因为：A、博格步集团，发行人主要为其提供婴儿车配件等产品，报告期内销售收入保持平稳；B、威卢克斯集团，发行人主要为其配套屋顶窗上各种塑料配件，双方合作年限超过 10 年，报告期内发行人为其配套的门窗智能开关项目市场推广顺利，加之成本优势，发行人获得的订单较多，销售收入快速增长；C、宜家集团，发行人主要为宜家集团提供家具小配件等零件，随着发行人产品质量、交期和服务获得客户认可，销售额逐年增加；D、冯氏集团，发行人主要为其提供工具箱等，报告期内销售收入保持平稳；E、诺沃雷克斯集团，发行人主要为诺沃雷克斯集团提供塑料叉子、盘子等产品，2019 年和 2020 年受中美贸易摩擦的影响销售收入持续下滑。报告期内，发行人

与家居领域前五太客户均有持续交易，交易金额整体保持稳定，除诺沃雷克斯集团销售金额下降幅度较大外，与主要客户的合作具有稳定性与持续性。

4) 其他领域

报告期各期，发行人其他领域前五大客户共 7 家，具体情况如下：

序号	客户名称	各期排名			合作历史	成立时间	主营业务	行业地位和市场份额	订单获取方式	终端产品品牌商
		2020年度	2019年度	2018年度						
1	金史密斯集团	1	1	1	2017 年开始合作	2015 年 11 月	小米旗下生态链企业，国内知名运动器材跑步机与跑步机研发制造商	国内知名品牌	商业谈判	Walking Pad
2	安保集团	2	2	5	2001 年开始合作	1956 年	从事麻醉、诊断和急救等医疗器械的生产和销售	纳斯达克上市公司，急救等医疗器械行业龙头企业	商业谈判	Ambu
3	丹纳赫集团	3	4	3	2008 年开始合作	1969 年	丹纳赫集团是纽约证券交易所上市公司、全球知名的仪器与工业设备制造商	2018 年，在财富 500 强中位列第 162 位；在生命科学、诊断和环境与应用方案等市场上确立了领导地位	商业谈判	PALL, LEICA, BECKMAN 等
4	贝莱胜集团	4	-	-	2015 年开始合作	1979 年	一家将概念转化为品牌产品并投放市场，并参与电子制造服务的公司	专门为具有高度复杂产品和苛刻监管环境的行业的客户提供服务美国纳斯达克上市公司	商业谈判	GE&DRAGER
5	厦门赫比	5	-	-	2012 年开始合作	2001 年	厦门赫比是赫比集团在中国厦门投资的生产基地。赫比集团成立于 1980 年，是一家全球领先的电子代工厂，为移动电话、平板电脑、家用和个人护理设备、计算机和外围设备、物联网、医疗设备和工业设备等品牌提供代工服务	全球领先的电子代工厂，新加坡上市公司，2019 年营收 13.7 亿新币	商业谈判	HUDSON & KEURIG
6	BE 航空	-	3	4	2014 年开始合作	1987 年	一家全球知名的机舱内饰供应商，原美国纳斯达克上市公司，2017 年被 Rockwell Collins 并购而退市	美国航空领域知名机舱内饰供应商	商业谈判	波音、空客
7	柏林包装	-	5	2	2013 年开始合作	1898 年	已有 100 多年的历史，为客户提供全面的产品包装和解决方案	年销售额约 13 亿美元	商业谈判	-

报告期各期，发行人其他领域上述 7 家前五大客户销售收入及占比情况如下（单位：万元）：

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
------	---------	---------	---------

	注塑模具	注塑件	小计	注塑模具	注塑件	小计	注塑模具	注塑件	小计
金史密斯集团	36.25	2,590.18	2,626.43	159.19	1,760.35	1,919.53	119.11	931.4	1,050.51
安保集团	1,117.98	732.85	1,850.83	1,046.72	231.14	1,277.86	549.15	8.77	557.91
丹纳赫集团	135.11	1,016.05	1,151.16	-3.43	645.91	642.48	48.09	587.02	635.11
贝莱胜集团	376.19	167.23	543.41	15.80	25.63	41.43	28.57	20.28	48.85
厦门赫比	538.99	1.55	540.54	-	-	-	171.38	8.01	179.39
BE 航空	43.11	334.24	377.35	1.24	737.34	738.58	55.37	543.6	598.96
柏林包装	7.35	501.84	509.19	13.22	494.16	507.38	37.78	839.03	876.81
前五大客户合计	2,254.99	5,343.93	7,598.92	1,232.75	3,894.52	5,127.27	1,009.44	2,938.10	3,947.55
其他领域合计	3,810.77	7,687.00	11,497.77	2,146.02	5,596.56	7,742.58	1,366.78	4,403.75	5,770.53
占比	59.17%	69.52%	66.09%	57.44%	69.59%	66.22%	73.86%	66.72%	68.41%

报告期各期,其他领域上述7家前五大客户销售收入分别为3,947.55万元、5,127.27万元和7,598.92万元,占该领域销售收入比例分别为68.41%、66.22%和66.09%,整体呈一定的波动,主要原因为客户较为分散,单个客户各期销售收入变动较大。

发行人其他领域前五大客户中收入变动原因如下:A、金史密斯集团,发行人主要为其提供走步机(Walking Pad)配件,走步机因轻薄、可折叠等受到消费者青睐,销量呈快速增长,发行人对其销售收入快速增长;B、安保集团,发行人主要为其提供呼吸球等急救器械和其他医疗诊断器械的模具项目,2019年开始安保转移了颈罩注塑组装项目给我司,注塑件收入有了大幅度提升;C、丹纳赫集团,发行人除为丹纳赫集团提供电子产品配件外,还为其提供医疗器械配件,2020年受到新冠疫情的影响,发行人对其销售有所增加;D、贝莱胜集团,贝莱胜集团全球分公司较多,2020年新增了其马来西亚和美国的模具及注塑产品订单;E、厦门赫比,公司2020年为其提供咖啡机配件模具,销售收入较高;F、BE航空,发行人主要为其提供飞机座椅等配件,2019年销售收入增长主要原因为基于客户对公司技术专业的认可,合作项目从飞机座椅拓展到其他飞机内饰件,合作项目增加,2020年新冠疫情对航空业影响较大,所以销售收入下滑明显;G、柏林包装,2019年、2020年由于中美贸易摩擦,业务受到一定影响。报告期内,发行人与前述其他领域以注塑件为主的客户均有持续交易,交易金额整体保持稳定,个别客户销售金额下降未造成对其供货份额的大幅下降,与客户的

合作具有稳定性与持续性。

2. 健康产品应用领域前五大客户

报告期内，发行人健康产品前五大客户共 8 家，基本情况如下：

序号	公司名称	各期排名			合作历史	成立时间	主营业务	行业地位和市场份额	订单获取方式	终端产品品牌商
		2020年度	2019年度	2018年度						
1	YOOWO CO., LIMITED	1	1	1	2017 年开始合作	2015 年 9 月	YOOWO CO., LIMITED 的集团母公司晨北集团 (VeSync Co., Ltd) 是美国小家电线上零售商，主要通过亚马逊平台进行销售，亚马逊单品排名中空气净化器排第一，空气炸锅排第二。VeSync Co., Ltd 于 2020 年 12 月在香港联交所上市，股票代码：2148	2018-2019 年晨北集团实现销售收入 1.45 亿美元和 1.72 亿美元，发行人主要为其 ODM 生产核心品牌 “levoit” 空气净化器产品	商业谈判	LEVOIT
2	润丰电商	2	5	-	2018 年开始合作	2011 年 9 月	知名跨境电商，主打产品为健康智能家电，家居及运动电子产品	有多款产品在亚马逊平台上属热销产品，有较好的品牌知名度	商业谈判	RENPHO
3	巨浪电商	3	-	-	2018 年开始合作	2017 年 9 月	跨境电商，主要产品为电子产品和通讯产品等	拥有良好的销售渠道	商业谈判	Hokeki、toyugo
4	莫霍克电商	4	4	-	2019 年开始合作	2014 年 9 月	美国知名线上跨境电商，主要产品是电子和家电	在美国亚马逊平台上，该客户旗下品牌除湿机排名第一，移动空调排名第五	商业谈判	Vremi
5	傲基电商	5	-	5	2018 年开始合作	2010 年 9 月	知名跨境电商，主要从事具有创新用户体验的智能、数码消费和家居产品的自主研发、设计与销售	旗下多个品牌 (Aukey、Tacklife、Aicok、Homfa 和 Naipo) 在美国亚马逊平台销售量排名第一	商业谈判	PARTU
6	历德集团	-	2	4	2018 年开始合作	1930 年	历德集团是欧洲知名的零售商，欧洲最大的连锁商超，拥有全球知名的零售品牌	全欧洲有分店超过 10000 家，遍布 30 个国家，设有超过 150 个配送中心。现有超过 1.7 万名员工	商业谈判 & 竞标	SilverCrest
7	大宇环球	-	3	2	2017 年开始合作	-	韩国小家电、家居产品的品牌代理商	在韩国市场拥有销售渠道	商业谈判	Gruenluft
8	TCL 集团	-	-	3	2016 年开始合作	1982 年 3 月	国际知名的家电品牌，主营业务是半导体、电子产品及通讯设备、新型光电、液晶显示器件等	2020 年《财富》中国 500 强，TCL 科技集团股份有限公司排名第 135 位	商业谈判	TCL

报告期内，发行人健康产品上述 8 家前五大客户的销售收入及占比情况如下（单位：万元）：

客户名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
YOOWO CO., LIMITED	12,053.66	4,838.25	6,870.85
润丰电商	2,296.37	753.98	14.67
巨浪电商	1,108.26	346.79	45.04
莫霍克电商	1,059.17	831.40	-
傲基电商	858.43	582.98	538.26
历德集团	847.64	2,645.24	1,012.57
大字环球	263.02	1,124.68	1,278.58
TCL 集团	343.96	105.30	1,234.90
前五大客户合计	18,830.52	11,228.63	10,994.87
健康产品合计	26,578.73	12,966.56	12,279.27
占比	70.85%	86.60%	89.54%

报告期各期，发行人健康产品上述 8 家前五大客户销售收入分别为 10,994.87 万元、11,228.63 万元和 18,830.52 万元，占该领域销售收入比例分别为 88.15%、85.35%和 70.85%。2018 年和 2019 年健康产品的销售收入相对平稳，2020 年受到“加州火山”、“新冠疫情”等因素影响，人们健康意识进一步增强，对室内环境要求提高，空气净化器成为热销商品，发行人空气净化器等健康产品的销售收入有较大幅度提高。

报告期内，发行人健康领域销售收入变动原因如下：1) YOOWO CO., LIMITED 所属的晨北集团 2019 年下降是由于产品结构调整导致的，2020 年受“加州火山”、“新冠疫情”等因素影响，加之发行人为晨北集团 ODM 模式生产的空气净化器具有较高的性价比，因此在亚马逊平台热卖，导致当年销售收入大幅回升，因此报告期内呈现一定波动性；2) 历德集团，德国大型连锁超市集团，2018 年发行人开始向其供货玻璃清洁机，由于其门店多体量大（其在全球超过 30 个国家和地区经营超过 10,000 家门店），随着合作的深入，2019 年对其销售收入大幅增加，2020 年欧洲疫情较为严重，客户部分线下商超被要求限时开放，因此客户延迟了玻璃清洁机的市场推广时间，公司部份产品的出货时间延迟到 2021 年初，因此 2020 年销售收入下降；3) 大字环球是韩国小家电、家居产品的品牌代理商，2020 年销售金额大幅下降一方面是由于韩国空气净化器市场需求下降，另一方面是由于韩国市场空气净化器竞争激烈，三星等大厂纷纷通过降价方式抢占市场份额；4) 巨浪电商、润丰电商、傲基电商、莫霍克电商均为亚马逊平台跨境电商，近年来随着跨境电商的活跃，以及发行人与晨北集团合作的市场示范效应，众多小家电跨境电商纷纷向发行人寻求合作，叠加 2020 年新冠疫情影响，健康产品下游火爆，报告期内销售收入大幅度增加；5) TCL 集团系 OEM 合作模式，2019 年销售金额大幅下滑是由于 2018 年以来国内空气质量逐步好转，空气净化器产品市场增速放缓，2020 年受到新冠疫情影响，空气净化器产品市场有所回升，销售金额上升。

(二) 补充披露注塑模具和注塑件的客户重合情况，如主要客户中存在发行人仅提供注塑件而未提供模具的，请披露该等客户获取方式、开展业务的原因及合理性。

由于同一客户注塑模具、注塑件的生产和销售可能出现跨期的情况，例如 2018 年制造模具，2019 年生产注塑件，因此在统计注塑模具和注塑件的客户重合情况时以整个报告期累计收入为依据。报告期内，注塑模具和注塑件客户重合情况如下：

分类	家数（家）	三年累计收入（万元）	
		模具	注塑件
仅销售模具	81	6,452.64	-
仅销售注塑件	133	-	7,873.02
模具+注塑件	88	49,259.47	105,904.59
合计	302	55,712.11	113,777.61

报告期内，存在仅销售注塑件未销售注塑模具的主要原因为：1）注塑模具、注塑件的生产和销售跨报告期，部分客户的模具为报告期之前已完成生产和销售；2）客户提供模具用于生产注塑件；（3）客户之间共用模具等。报告期内，发行人注塑模具和注塑件上述各领域前五大客户中，仅家居领域的冯氏集团和诺沃雷克斯公司（模具收入微小，为修改模收入）存在仅有注塑件收入而无注塑模具收入的情况，主要原因为：1）报告期内发行人销售给冯氏集团注塑件产品主要为工具箱、家居脚垫等，该等产品的注塑模具为发行人 2011-2013 年设计制造，报告期内无新产品也未进行修改；2）报告期内发行人销售给诺沃雷克斯公司注塑件产品主要为塑料叉子、盘子等，该等产品的注塑模具为发行人 2014 年设计制造，报告期内无新产品仅进行小修改。

冯氏集团创办于 1906 年，是香港的一家全球供应链管理跨国集团，业务包括贸易、物流、分销和零售，旗下上市公司包括利标品牌有限公司（香港联交所，股票代码：00787）以及利亚零售有限公司（香港联交所，股票代码：00831）。发行人于 2011 年经客户介绍与冯氏集团下属的 LF PRODUCTS PTE. LTD. 进行交易。

诺沃雷克斯公司成立于 1935 年，是全球包装和食品服务品牌，在北美和欧洲拥有 61 个工厂和办公室。2014 年，由于其供应商柏特莱关闭中国工厂，诺沃雷克斯公司转而与发行人合作。

综上，报告期内，发行人对冯氏集团、诺沃雷克斯公司仅有注塑收入，无注塑模具收入具有合理性。

(三) 补充披露报告期各期发行人对注塑件各应用领域、健康家电产品五大客户的销售收入是否发生较大变动或存在非连续购买的情形，如是，请披露变动原因及合理性，报告期各期注塑件及健康家电产品存量客户持续交易情况，发行人对主要客户的供货份额是否存在下降风险，与合作是否具有稳定性与持续性。

发行人已在本题（一）中对各应用领域、健康产品前五大客户的销售收入是否发生较大变化或存在非连续购买的情形等问题做了回复，详情参见本题（一）之回复。

(四) 补充披露报告期各期注塑模具新增客户和存量客户的数量及收入贡献情况，对收入贡献较大的新客户基本情况及业务获取过程，结合下游行业集中度、同行业竞争情况、发行人获客能力等因素分析客户增长潜力。

以2017年注塑模具客户为基数，报告期各期相对前一期新增客户（剔除个别前期有交易的非连续交易客户）和存量客户的数量及收入贡献情况如下（单位：万元）：

类型	收入区间	2020年度			2019年度			2018年度		
		家数(家)	金额	占比	家数(家)	金额	占比	家数(家)	金额	占比
存量客户	1000万元(不含)以上	4	5,868.45	33.03%	5	9,002.36	49.19%	7	13,736.76	69.94%
	100万元(不含)-1000万元(含)	26	9,200.50	51.78%	22	6,839.07	37.37%	18	4,244.14	21.61%
	100万元(含)以下	53	1,203.54	6.77%	38	901.71	4.93%	36	1,148.63	5.85%
	小计	83	16,272.50	91.58%	65	16,743.14	91.49%	61	19,129.53	97.39%
新增客户	100万元(不含)-1000万元(含)	2	509.67	2.87%	4	763.58	4.17%	1	147.28	0.75%
	100万元(含)以下	35	987.36	5.56%	30	794.37	4.34%	19	364.67	1.86%
	小计	37	1,497.03	8.42%	34	1,557.95	8.51%	20	511.95	2.61%
	合计	120	17,769.53	100.00%	99	18,301.09	100.00%	81	19,641.48	100.00%

报告期各期，公司注塑模具以存量客户为主，主要收入由存量客户贡献，新增客户收入贡献较小。

报告期各期，新增客户中销售收入超过100万元(含100万元)客户基本情况如下：

新增年度	客户名称	成立时间	注册资本	主营业务	业务获取过程
2018年新增	福建新成博光电科技有限公司	2015年9月	180万美元	一家专业的精加工及组装精密光学仪器的企业，目前是日本尼康的长期合作伙伴	客户介绍
2019年新增	森六汽车配件株式会社	1916年	164,010万日元	日系汽车一级供应商之一，主要经营包括汽车零部件、注塑模具和相关产品、模具的开发、生产和销售	客户主动寻求合作

新增年度	客户名称	成立时间	注册资本	主营业务	业务获取过程
	舒华体育股份有限公司	1996 年	4.11 亿元	国内专业、科学的运动健康解决方案供应商，主营业务为健身器材和展示架产品的研发、生产和销售。上交所上市公司，股票代码 605299	客户主动寻求合作
	瑞好聚合物(苏州)有限公司	2003 年	7,460.5 万美元	德国瑞好下属子公司。德国瑞好是欧洲高端门窗地暖的知名品牌，业务分布全世界 50 多个国家，拥有 45 家工厂和 180 多个办事处	通过上海 AWE 展会建认识
	三二零集团	1945 年	-	家电产品及空气循环装置的制造商和零售商，是空气循环扇产品的世界知名品牌。	通过美国 CES 展会认识
2020 年新增	泉州市华德机电设备有限公司	2003 年 3 月	5,132.00 万元	一家专业从事压缩机等机电产品的公司	客户介绍
	GN HEARING A/S	2016 年 5 月	6,497.10 万丹麦克朗	GN HEARING A/S 为 GN Store Nord A/S(以下简称 GN 集团)全资子公司，GN 集团成立于 1869 年，是智能音频解决方案领域全球领先企业，旗下品牌包括 Jabra、ReSound(瑞声达)、Beltone(贝尔通)、Interton(音腾)等，纳斯达克上市公司，股票代码 GNNDY	客户介绍

整体而言，注塑模具下游应用领域较为广泛，市场集中度较低，行业应用领域中成功案例对客户开发有积极正面效应，发行人已在汽车、电子、家居等下游应用领域树立了自己的经典案例，具有一定的知名度，获客渠道较多，获客能力较强。

(五) 针对发行人对盈趣科技的销售收入与盈趣科技年报披露的供应商采购数据存在一定差异, 请披露差异原因及合理性, 如发行人存在其他上市公司客户且其定期报告披露前五大供应商数据的, 请分析并披露数据的一致性。

1. 发行人对盈趣科技的销售收入与盈趣科技年报披露的供应商采购数据存在一定差异的原因及合理性

发行人主要向盈趣科技销售电子烟、家用雕刻机等产品的注塑模具和注塑件, 根据盈趣科技招股说明书等资料, 盈趣科技将注塑模具计入固定资产, 将注塑件计入存货-原材料, 而其招股说明书及年报披露的采购情况均不包括作为固定资产的注塑模具。

发行人的销售收入与盈趣科技年报披露的采购数据比较如下表所示 (单位: 万元):

年度	发行人确认的销售收入				盈趣科技披露的采购额⑤	差额⑥	剔除注塑模具的差额⑦ =①+③-⑤	差额占销售比例⑧= ⑦/(①+③)
	注塑件①	注塑模具②	其他③	小计④				
2018年度	3,814.74	1,017.88	5.43	4,838.05	3,824.32	1,013.73	-4.16	-0.11%
2019年度	7,092.11	150.92	33.52	7,276.55	7,098.39	178.17	27.24	0.38%
2020年度	9,222.94	293.14	26.70	9,542.78	/(注)	/	/	/

注: 盈趣科技拟于2021年3月20日披露《2020年年报》, 截至本反馈回复日, 尚无法取得其2020年采购数据。

剔除注塑模具后, 发行人对盈趣科技的销售收入与盈趣科技年报披露的供应商采购数据差异较小, 差异主要原因为时间性差异。

2. 发行人存在其他上市公司客户且其定期报告披露前五大供应商数据的, 请分析并披露数据的一致性

发行人报告期各期前五大客户中, 盈趣科技、均胜电子为上市公司, YOOWO CO., LIMITED 母公司 Vesync Co., Ltd 已于2020年12月在港交所上市。发行人未进入均胜电子前五大供应商之列。根据 Vesync Co., Ltd 申请材料, 发行人位列其前五大供应商中, 发行人对其销售收入与 Vesync Co., Ltd 申请材料披露的采购数据比较情况如下:

年度	唯科模塑确认的销售收入(万元)①	晨北集团披露的采购额(千美元)②	美元兑人民币年平均汇率③	晨北集团采购额(万元)④= ②×③	差额(万元)⑤ =①-④	差额占销售比例⑥=⑤/①
2018年度	6,870.85	10,224.00	6.6118	6,759.90	110.95	1.61%
2019年度	4,839.93	6,945.00	6.8967	4,789.76	50.17	1.04%
2020年度	12,124.19	/(注)	/	/	/	/

注: 截至本反馈回复日, Vesync Co., Ltd 尚未披露《2020年年报》, 无法取得其2020年采购数据。

发行人对 YOOWO CO., LIMITED 的销售收入与其母公司 Vesync Co., Ltd 申请材料披露的供应商采购数据差异较小。

发行人主要向 YOOWO CO., LIMITED 销售空气净化器产品, 均为出口外销, 采用 FOB 模式, 收入确认时点为办妥报关出口手续时, 和客户实际收到产品、确认采购完成的时点存在时间差。

根据盈趣科技、晨北集团（YOOWO CO., LIMITED 的母公司）披露的年报或招股说明书等公开资料，发行人是其前五大供应商，报告期内发行人对其销售收入与公开资料披露的供应商采购数据的差异较小，差异主要原因为数据口径不同、时间性差异等。

（六）会计师的核查与结论

1. 执行的核查程序

针对上述事项，我们履行了以下核查程序：

（1）取得企业销售明细表，通过全国中小企业信用信息公示系统、中信保等查询注塑模具及注塑件各应用领域和健康产品的前五大客户基本情况，访谈发行人销售负责人，了解注塑模具及注塑件各应用领域和健康产品前五大客户的合作历史、主营业务、行业地位及市场份额、订单获取方式、终端品牌商等，查看报告期各期销售收入金额及占该类产品收入比例，对集中度进行分析；

（2）查看注塑模具和注塑件的客户重合情况，访谈企业销售负责人，了解该客户的获取方式、开展业务的原因及合理性；

（3）查看发行人对注塑件各应用领域、健康家电产品前五大客户的销售收入是否发生较大变动或存在非连续购买的情形，分析该类情形的合理性，分析发行人对主要客户的供货份额是否存在下降风险，与客户的合作是否具有稳定性与持续性；

（4）查看报告期各期注塑模具新增客户和存量客户的数量及收入贡献情况，访谈发行人销售负责人，了解对收入贡献较大的新客户基本情况及业务获取过程，结合下游行业集中度、同行业竞争情况、发行人获客能力等因素分析客户增长潜力；

（5）查询了主要上市公司客户的年报，查询发行人是否属于客户前五大供应商，对比分析了年报中披露的差异。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

（1）注塑模具及注塑件各应用领域和健康产品的前五大客户集中度较高，其销售收入、销量、销售单价变动具有合理性；

（2）发行人报告期内对冯氏集团、诺沃雷克斯公司仅有注塑收入，无注塑模具收入具有合理性；

（3）发行人对注塑件各应用领域、健康家电产品五大客户变动具有合理性，报告期内，发行人与注塑模具与注塑件各领域大部分客户均有持续交易，交易金额整体保持稳定，个别客户销售金额下降未造成对其供货份额的大幅下降，与客户的合作具有稳定性与持续性，健康产品仍处于发展初期，仍处于客户开发和积累的过程中，客户迭代较快；

（4）注塑模具下游应用领域较为广泛，市场集中度较低，行业应用领域中成功案例对

客户开发有积极正面效应，发行人已在汽车、电子、家居等下游应用领域树立了自己的经典案例，具有一定的知名度，获客渠道较多，获客能力较强；

(5) 发行人是盈趣科技、Vesync Co., Ltd 的前五大供应商，报告期内发行人对其销售收入与公开资料披露的供应商采购数据的差异较小，差异主要原因为数据口径不同、时间性差异等，差异原因合理。

五、【审核意见 6. 关于营业成本】申报材料显示，报告期各期发行人的主营业务成本分别为 29,415.74 万元、39,656.83 万元、43,279.70 万元和 21,342.36 万元。请发行人补充披露：（1）注塑模具、注塑件和健康产品的成本构成及与可比公司的对比情况，如存在较大差异或在报告期内发生较大变动的，请披露原因及合理性；（2）健康产品的生产过程，如涉及委托加工或外协加工，请披露相关工序内容，自制和外购零部件的内容，成本结构中自制、外购、外协或委托加工的比例，分析并披露发行人对健康产品生产过程的主要贡献；（3）生产过程中使用模具钢等原材料是否产生废料，如是，请披露废料重量、金额及会计核算，原材料领用量与废料产出量的配比关系，在报告期内是否发生较大波动，如是，请披露原因及合理性；（4）各类产品在报告期内的单位成本及变动情况，注塑件和健康产品单位成本在报告期内连续下降的原因及合理性，2020 年上半年注塑模具单位成本下降而其他产品单位成本上升的原因及合理性；（5）注塑件和健康产品的制造费用明细构成及固定成本，分析产销量增加对固定成本及单位成本变动的的影响；（6）报告期各期生产人员数量和单位人工工时的变动情况，并结合薪酬政策分析直接人工变动的合理性；（7）海外子公司从事生产工作的具体情况，包括产品内容、生产环节、生产活动组织方式、生产人员数量及薪酬、主要供应商及客户、产销量及成本收入金额等，海外生产基地的产销量与其生产人员数量是否匹配，与境内生产基地相比存在的优势和劣势。请保荐人和申报会计师说明对发行人成本归集的完整性、准确性采取的核查程序、核查结论，对上述事项发表明确意见。

回复：

（一）注塑模具、注塑件和健康产品的成本构成及与可比公司的对比情况，如存在较大差异或在报告期内发生较大变动的，请披露原因及合理性。

1. 注塑模具的成本构成及与可比公司的对比情况（单位：万元）

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	5,674.68	53.64%	5,745.74	55.56%	6,107.19	61.19%
直接人工	2,356.71	22.28%	2,307.67	22.31%	1,884.18	18.88%
制造费用	2,548.63	24.09%	2,288.71	22.13%	1,989.63	19.93%
合计	10,580.02	100.00%	10,342.12	100.00%	9,981.00	100.00%

报告期内，公司模具直接材料、直接人工和制造费用占比整体较为稳定，存在小幅波动的情况，主要系不同期间模具类型不同所致。2018 年模具直接材料占比较高，主要原因系该期间销售除霜器、中控台等汽车领域的注塑模具产品，其材料价值占比较高。

注塑模具中模具钢、模架和热流道材料占直接材料的比例如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
模具钢	13.27%	12.89%	10.99%
模架	26.67%	28.87%	27.70%
热流道	20.49%	25.07%	21.37%
合计	60.42%	66.83%	60.06%

注：精密注塑模具直接材料包括模具钢、模架、热流道和其他配件等等。

从上表可以看出，精密注塑模具直接材料中模架成本占比最高，报告期内保持相对稳定。

模具同行业可比公司营业成本构成占比情况如下：

项目	营业成本构成	2019 年度	2018 年度
横河模具	直接材料	45.66%	34.03%
	直接人工	20.56%	18.44%
	制造费用	33.78%	47.53%
上海亚虹	直接材料	36.19%	48.46%
	直接人工	23.36%	18.85%
	制造费用	33.38%	24.38%
	外协加工费	7.07%	8.31%
天龙股份	直接材料	70.02%	70.02%
	直接人工	14.52%	14.52%
	制造费用	15.46%	15.46%
肇民科技	直接材料	59.21%	64.45%
	直接人工	23.31%	18.95%
	制造费用	17.48%	16.60%
可比公司均值	直接材料	52.77%	54.24%
	直接人工	20.44%	17.69%
	制造费用	25.02%	25.99%
	外协加工费	1.77%	2.08%
公司	直接材料	53.64%	61.19%
	直接人工	22.28%	18.88%
	制造费用	24.09%	19.93%

注：上表数据中同行业可比公司的数据主要为 wind 财务数据、年报数据和招股说明书等；同行业可比公司未披露 2020 年度数据，故未比较。

公司模具的营业成本构成与同行业可比公司均值较为接近，差异的主要原因系不同公司的模具类型不同。

2. 注塑件的成本构成及与可比公司的对比情况（单位：万元）

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	20,426.04	74.47%	16,802.59	74.18%	14,025.21	69.38%
直接人工	2,079.11	7.58%	1,715.16	7.57%	1,855.50	9.18%
制造费用	4,921.65	17.94%	4,134.52	18.25%	4,335.12	21.44%
合计	27,426.80	100.00%	22,652.26	100.00%	20,215.83	100.00%

报告期内，公司注塑件营业成本结构较为稳定，2019 年和 2020 年注塑件直接材料占比有小幅上升，主要原因系加强控制人工和制费成本，生产效率提高以及单位材料价值不同的产品结构变化等。

注塑件同行业可比公司营业成本构成占比情况如下：

项目	营业成本构成	2019 年度	2018 年度
横河模具	直接材料	65.31%	65.71%
	直接人工	16.88%	17.81%
	制造费用	17.81%	16.48%
上海亚虹	直接材料	73.24%	72.57%
	直接人工	11.00%	11.59%
	制造费用	13.49%	12.77%
	外协加工费	2.27%	3.07%
天龙股份	直接材料	69.13%	69.31%
	直接人工	5.14%	6.05%
	制造费用	25.73%	24.64%
肇民科技	直接材料	82.60%	80.72%
	直接人工	5.70%	6.84%
	制造费用	11.70%	12.45%
可比公司均值	直接材料	72.57%	72.08%
	直接人工	9.68%	10.57%
	制造费用	17.18%	16.58%
	外协加工费	0.57%	0.77%
公司	直接材料	74.18%	69.38%
	直接人工	7.57%	9.18%
	制造费用	18.25%	21.44%

注：上表数据中同行业可比公司的数据主要为 wind 财务数据、年报数据和招股说明书等；同行业可比公司未披露 2020 年度数据，故未比较。

公司注塑件的营业成本构成与同行业可比公司均值无重大差异。

3. 健康产品的成本构成（单位：万元）

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
----	---------	---------	---------

	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	17,600.93	91.30%	9,176.91	89.22%	8,711.24	92.08%
直接人工	726.29	3.77%	437.21	4.25%	337.42	3.57%
制造费用	951.18	4.93%	671.21	6.53%	411.35	4.35%
合计	19,278.40	100.00%	10,285.32	100.00%	9,460.01	100.00%

报告期内，公司健康产品的营业成本结构较为稳定，存在小幅波动的状况，主要系不同期间健康产品规格、型号等不同所致。

(二) 健康产品的生产过程，如涉及委托加工或外协加工，请披露相关工序内容，自制和外购零部件的内容，成本结构中自制、外购、外协或委托加工的比例，分析并披露发行人对健康产品生产过程的主要贡献。

1. 健康产品生产过程中涉及委托加工的相关工序

健康产品生产存在少量委托加工的情形，涉及的工序主要为喷涂、丝印、造粒、组装、滤材特殊处理等小工序。

2. 自制和外购零部件的内容

公司自制的零部件为使用自主设计、制造的模具注塑成型生产取得的塑料机箱外壳和内部结构件，外购零部件主要是滤材、电机、PCBA 板等。

3. 成本结构中自制、外购、外协或委托加工的比例

报告期内，公司各期成本结构中自制、外购、委托加工占主营业务成本的比例如下（单位：万元，%）：

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
自制件	4,728.77	24.53	2,767.88	26.91	2,325.04	24.58
外购件	12,202.99	63.30	6,168.56	59.97	6,252.97	66.10
委托加工	669.16	3.47	240.46	2.34	133.23	1.41
合计	17,600.93	91.30	9,176.91	89.22	8,711.24	92.08

4. 发行人对健康产品生产过程的主要贡献

以主要产品空气净化器为例，发行人对健康产品生产过程中的主要贡献表现在以下几个方面：

1) 产品设计方面

发行人拥有外观设计、结构设计、空气动力研究等相关研发人员，拥有从上至下的完整空气净化器的设计体系及辅助测试设备。公司的空气动力工程师先从空气动力角度进行理论分析，模型搭建，风轮、风道理论设计，再辅以风洞设备测试验证，从风量、空气阻力、噪音等方面综合规划，取得最佳的设计参数。结构工程师在此参数上对空气净化器整机进行各

项部件的分解、分析,自主研发完成空气净化器产品的设计,并形成了原材料和零部件采购、机身外壳和内部塑料零件生产并装配成整机的完整方案。

2) 注塑件等自制件生产方面

空气净化器等健康产品生产过程中对注塑件需求量占比较大,其对应的注塑模具及注塑件的批量生产均由发行人自主完成,主要包括空气净化器机箱外壳、风轮、风道对应注塑模具及注塑件的开发、设计和制造。

3) 产品总成方面

自制件塑料配件生产完成后,加上相关的外购配件,如电机、滤材、PCBA 板等,发行人自主完成产品总成及包装。

4) 其他方面

发行人空气净化器产品进行安规认证,目前空气净化器产品已获得 CCC、CE、UL 等产品认证证书。

(三) 生产过程中使用模具钢等原材料是否产生废料,如是,请披露废料重量、金额及会计核算,原材料领用量与废料产出量的配比关系,在报告期内是否发生较大波动,如是,请披露原因及合理性。

1. 废料重量、金额及会计核算

注塑件在注塑成型加工过程中和配料生产过程中产生的废料主要为不可回收的废塑料,注塑模具在线切割加工、慢走丝和铣床等工序中产生的废料主要为废铁屑。由于发行人生产过程中产生的废料较少,废料价值较小,鉴于成本效益原则和重要性原则,发行人一般不单独核算成本,但对于部分单位价值较高的废料销售时按照采购部提供当时的市场价格结转成本,并按与客户协商确认的售价作为其他业务收入。

报告期内,废塑料和废铁屑的销售重量分别为 113,834.47 公斤,67,019.28 公斤和 98,381.04 公斤;销售收入分别为 22.69 万元、9.58 万元和 10.64 万元;销售成本分别为 2.83 万元、0.35 万元和 0.03 万元。报告期内的废料销售重量与废料产出量没有明显的匹配关系,主要原因系根据外部废料收购价格进行集中销售,而非一个固定周期进行销售,存在当期销售以前的废料或当期形成的废料库存未在当期销售的情况。

2. 原材料领用量与废料产出量的配比关系

1) 废塑料

年度	废料产出量 (KG)A	领用数量 (KG)B	配比关系 C=A/B
2018 年度	83,003.15	6,563,280.28	1.26%
2019 年度	75,042.57	6,984,235.78	1.07%
2020 年度	116,544.43	11,618,873.46	1.00%

由上表可知,报告期内,废塑料的产出数量与其原材料的领用数量相对匹配,符合发行

人的生产经营情况。

2) 废铁屑

年度	废料产出量 (KG)A	领用数量 (KG)B	配比关系 C=A/B
2018 年度	39,361.59	208,388.26	18.89%
2019 年度	42,898.26	228,397.51	18.78%
2020 年度	43,106.47	239,220.50	18.02%

由上表可知，报告期内，废铁屑的产出数量与其原材料的领用数量相对匹配，符合发行人的生产经营情况。

(四) 各类产品在报告期内的单位成本及变动情况，注塑件和健康产品单位成本在报告期内连续下降的原因及合理性，2020 年上半年注塑模具单位成本下降而其他产品单位成本上升的原因及合理性。

1. 模具单位成本分析

报告期内，公司注塑模具主要为销售成套模具收入，占总体销售模具收入的比例均在 90%以上，其余为修改模具收入。报告期内，销售成套模具的单位成本分析如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
单位成本 (万元/套)	10.45	12.33	12.41
单位成本变动率	-15.25%	-0.64%	10.90%

注：上表模具不含修改模。

报告期内，销售成套模具单位成本分别为 12.41 万元/套、12.33 万元/套和 10.45 万元/套。模具属于定制化产品，每套模具的体积、重量、生产工艺的复杂程度、耗用的材料与工时等具有较大差异。2018 年、2019 年单位成本较为稳定；2020 年注塑模具单位成本下降主要系公司销售单位成本较低的电子、家居类模具的比例较高而单位成本较高的汽车类模具的比例较低所致。

2. 注塑件单位成本分析

公司为客户提供从精密注塑模具研发设计、生产制造到注塑成型的一体化服务，即注塑一体化的经营模式。注塑件的生产周期较短，生产工艺较模具简单，单件产品的价值含量也较低。

注塑件单位成本分析如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
单位成本 (元/件)	0.53	0.54	0.61
单位成本变动率	-1.85%	-11.48%	1.67%

报告期内，2019 年和 2020 年单位成本有所降低，其中 2019 年单位成本降幅 11.48%，主要系生产效率提高，人工成本与制造费用有所控制以及产品结构调整所致。

注塑件主营业务成本占比分行业列示如下：

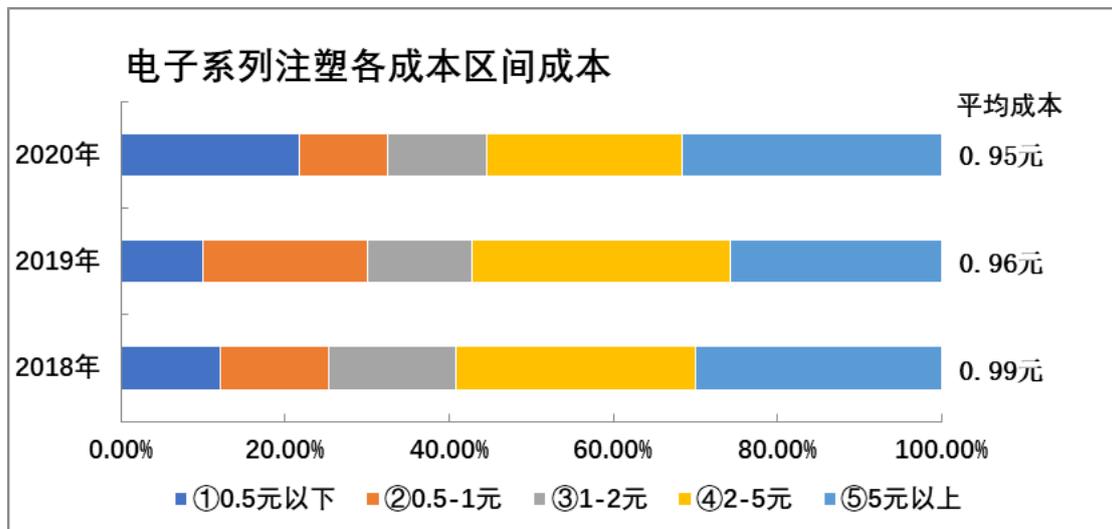
项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
电子系列	44.40%	37.51%	34.58%
汽车系列	12.82%	20.61%	22.35%
家居系列	25.58%	28.35%	30.12%
其他	17.20%	13.53%	12.96%
合计	100.00%	100.00%	100.00%

注塑件单位成本分行业列示如下（单位：元/件）：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
电子系列	0.95	0.96	0.99
汽车系列	0.40	0.53	0.62
家居系列	0.29	0.34	0.45
其他	0.76	0.63	0.50
平均单位成本	0.53	0.54	0.61

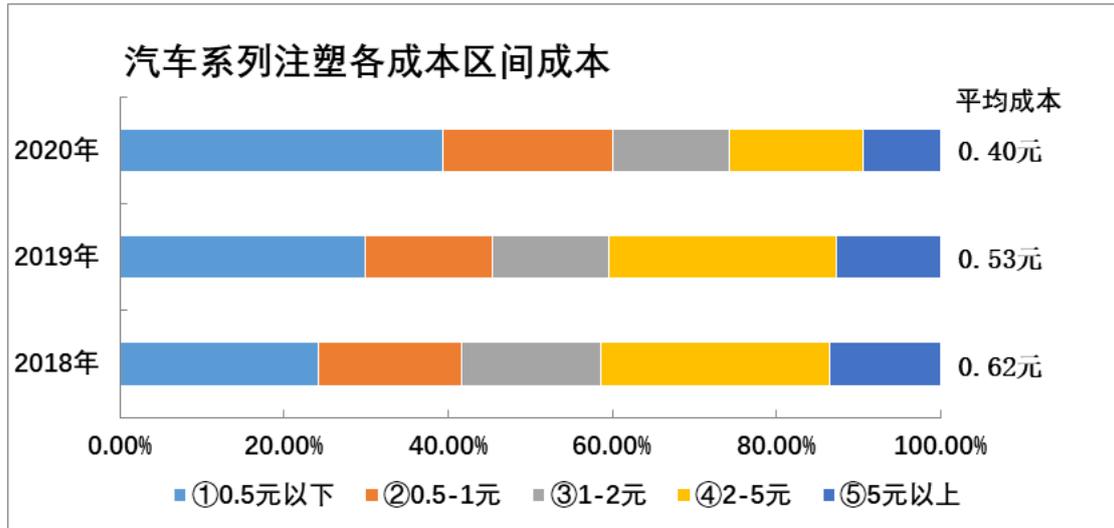
报告期内，注塑件单位成本连续下降主要系产品结构调整所致，具体分析如下：

1) 电子系列注塑件单位成本变动原因分析



报告期内，公司电子系列注塑件的单位成本分别为 0.99 元/件、0.96 元/件和 0.95 元/件。2019 年电子系列注塑件的单位成本下降，主要原因系：单位成本 0.5-1 元的成本占电子系列注塑件成本的比例较 2018 年增幅 6.92%；单位成本 5 元以上的成本占电子系列注塑件成本的比例较上年减幅 4.28%。2020 年电子系列注塑件的单位成本下降，主要原因系：单位成本 0.5 元以下的成本占电子系列注塑件成本的比例较 2019 年增幅 11.73%。

2) 汽车系列注塑件单位成本变动原因分析



报告期内，公司汽车系列注塑件的单位成本分别为0.62元/件、0.53元/件和0.40元/件。2019年汽车系列注塑件的单位成本下降，主要原因系：单位成本0.5元/件以下的成本占汽车系列注塑件成本的比例较2018年增幅5.70%。2020年汽车系列注塑件的单位成本下降，主要原因系：单位成本2-5元/件以上的成本占汽车系列注塑件成本的比例较上年减幅11.39%。

3) 家居系列注塑件单位成本变动原因分析

报告期内，公司家居系列注塑件的单位成本分别为0.45元/件、0.34元/件和0.29元/件。报告期内，家居系列注塑件的单位成本持续下降，主要系单位成本较低的宜家集团小配件占家居系列的比例逐年提高等所致。

3. 健康产品单位成本分析

公司空气净化器等健康产品虽然处于发展初期，但作为公司产业链的重要延伸，在大众健康意识走强的背景下，不断得到市场认可，近几年公司健康产品的相关收入大幅增加，并且随着国外的刚性需求，以及国内外市场潜力的逐步释放，未来将有广阔发展空间。

健康产品主营业务成本占比分产品类型列示如下：

项目	2020年度	2019年度	2018年度
空气净化器	86.86%	71.61%	88.43%
玻璃清洁机	4.81%	25.90%	10.22%
其他	8.33%	2.49%	1.35%
合计	100.00%	100.00%	100.00%

健康产品单位成本分产品类型列示如下（单位：元/台）：

项目	2020年度	2019年度	2018年度
空气净化器	126.19	134.62	136.14
玻璃清洁机	62.75	69.08	62.49

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
其他	79.78	62.19	38.62
平均单位成本	115.03	105.61	117.92

报告期内，公司空气净化器的单位成本分别为 136.14 元/台、134.62 元/台和 126.19 元/台。报告期内，健康产品空气净化器单位成本连续下降的主要原因系中小型空气净化器增加等产品结构调整。除了产品结构影响外，由于公司加强管理，生产效率提高，同时控制物料采购价格，报告期内空气净化器的单位成本有下降趋势。

报告期内，公司玻璃清洁机的单位成本分别为 62.49 元/台、69.08 元/台、62.75 元/台。2019 年玻璃清洁机单位成本相对 2018 年上升主要系由于品质要求提升使材料价格相对上升所致。

4. 2020 年注塑模具、注塑件单位成本下降而健康产品单位成本上升的原因及合理性

项目	2020 年	2019 年度	2018 年度
注塑模具单位成本（万元/套）	10.45	12.33	12.41
注塑件单位成本（元/件）	0.53	0.54	0.61
健康产品单位成本（元/台）	115.03	105.61	117.92

注：上表模具不含修改模。

2020 年注塑模具单位成本下降主要原因系公司单位成本较低的电子、家居类模具的销量比例提高，单位成本较高的汽车类模具的销售比例降低；2020 年注塑件单位成本略降主要系产品结构调整所致；2020 年健康产品单位成本较 2019 年上升主要系 2020 年单位成本较低的玻璃清洁机的销量下滑所致。因此，2020 年注塑模具、注塑件单位成本下降而健康产品单位成本上升的原因具有合理性。

（五）注塑件和健康产品的制造费用明细构成及固定成本，分析产销量增加对固定成本及单位成本变动的影响。

1. 报告期内，注塑件的制造费用明细构成及固定成本如下：

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
制造费用（万元）	4,921.65	100.00%	4,134.52	100.00%	4,335.12	100.00%
变动成本（万元）	1,664.94	33.83%	1,202.44	29.08%	1,530.38	35.30%
固定成本（万元）	3,256.71	66.17%	2,932.08	70.92%	2,804.74	64.70%
其中：间接人工	1,715.61	34.86%	1,653.12	39.98%	1,491.78	34.41%
折旧摊销	1,541.11	31.31%	1,278.96	30.93%	1,312.96	30.29%
产量（万件）	54,792.35	-	45,538.18	-	36,193.45	-
销量（万件）	53,643.87	-	43,187.87	-	33,994.75	-
单位制造费用（元/件）	0.0917		0.0957		0.1275	

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
单位固定成本（元/件）	0.0607		0.0679		0.0825	
销量变动率	24.21%		27.04%		18.71%	
单位制造费用变动率	-4.16%		-24.93%		16.24%	
单位固定成本变动率	-10.58%		-17.71%		15.05%	

报告期内，注塑件产销量均呈现上升趋势。注塑件的生产设备主要是注塑机，固定成本对单位制造费用的影响较大。

2018 年，虽然产销量增加，但公司为扩大产能，加大机器设备等固定资产投入，使得 2018 年折旧摊销同比上升；同时，整合生产职能部门与薪酬上涨叠加影响，使得间接人工同比上升，导致单位固定成本上升及单位制造费用上升。

2019 年产销量均增加，同时人工成本与制造费用有所控制、产品结构调整以及生产效率、产能利用率的提高，产量增加对固定成本的稀释较为明显并通过销量影响了本期营业成本下的制造费用，导致单位固定成本及单位制造费用均有所下降。

2020 年，虽然年初受新冠疫情影响，开工率不足，但随着复产复工的推动，发行人生产运营逐渐向好，产销量均增加，导致单位固定成本及单位制造费用下降。

2. 报告期内，健康产品的制造费用明细构成及固定成本如下：

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
制造费用（万元）	951.18	100.00%	671.21	100.00%	411.35	100.00%
变动成本（万元）	428.55	45.05%	309.60	46.13%	166.00	40.35%
固定成本（万元）	522.63	54.95%	361.60	53.87%	245.35	59.65%
其中：间接人工	252.98	26.60%	240.32	35.80%	142.09	34.54%
折旧摊销	269.65	28.35%	121.28	18.07%	103.26	25.10%
产量（万台）	172.69		88.61		92.80	
销量（万台）	161.77		98.09		79.31	
单位制造费用（元/台）	5.88		6.84		5.19	
单位固定成本（元/台）	3.23		3.69		3.09	
销量变动率	64.92%		23.68%		113.37%	
单位制造费用变动率	-14.07%		31.93%		-9.57%	
单位固定成本变动率	-12.36%		19.16%		-31.59%	

注：健康产品产量包括空气净化器、玻璃清洁机及其他健康产品。

健康产品主要依赖人工流水线组装，受订单量影响较大，同时因为模具及原材料注塑件为自产，所以配有相关机器设备，导致变动成本及固定成本对单位制造费用的影响比较接近。

2018 年，由于 2017 年下半年获取了客户晨北集团与 TCL 集团的批量订单，健康产品的产能在 2018 年得到释放，产销量增加导致单位固定成本及单位制造费用均有所下降。

2019年，健康产品销量小幅增加，但由于生产规模扩大，增加的生产后勤人员（品控、物流等部门人员）较多，因此间接人工增加，导致单位固定成本及单位制造费用上升。

2020年，健康产品需求增加，产销量的提升导致单位固定成本及单位制造费用下降。

（六）报告期各期生产人员数量和单位人工工时的变动情况，并结合薪酬政策分析直接人工变动的合理性。

报告期内，公司各期生产人员数量及单位人工工时变动情况如下：

项目	2020年度	2019年度	2018年度
直接人工（万元）	6,498.33	5,565.33	4,781.01
生产人员数量（人）	905	782	737
人均年薪（万元/期）	7.18	7.12	6.49
单位人工工时（小时/人/期）	2,826.00	2,695.00	2,814.00
单位小时直接人工（元/小时/人）	25.41	26.42	23.06

注1：直接人工为生产成本中的直接人工；

注2：生产人员数量=每月人数之和/12；人均年薪=直接人工/生产人员数量；单位人工工时=人工总工时/生产人员数量；单位小时直接人工=人均年薪/单位人工工时。

发行人生产人员的薪酬由“基本工资+绩效工资+补贴”构成。基本工资和绩效工资是直接人工的主要组成部分，同时对于加班员工会根据加班时间发放加班补贴。2018年、2019年，生产人员数量总体稳定，变动主要是部分员工入职时间较短即离职导致；直接人工的变动与劳动力成本逐年升高的大环境相匹配，具有合理性。2020年生产人员数量增加，单位小时直接人工下降的主要原因系受疫情影响社保费用减免以及马来西亚唯科于2020年投产，且当地的用工成本较低。

（七）海外子公司从事生产工作的具体情况，包括产品内容、生产环节、生产活动组织方式、生产人员数量及薪酬、主要供应商及客户、产销量及成本收入金额等，海外生产基地的产销量与其生产人员数量是否匹配，与境内生产基地相比存在的优势和劣势。

报告期内，发行人有2家生产经营性海外子公司，分别是德国唯科和马来西亚唯科。

1. 唯科科技德国有限公司

项目	内容
成立时间	2013年11月27日
设立目的	生产、销售注塑模具产品，同时作为公司的营销服务网点，为客户提供修改模服务。
产品内容	1、自主设计、生产、销售注塑模具，主要是汽车行业产品模具； 2、在德国代理销售集团内公司的相关模具； 3、为部分海外客户提供修、改模服务。
生产环节	模具设计、评审、粗加工、精加工、检测、模具装配、试模打样等。
生产活动组织方式	1、自成立起至2018年10月，德国唯科属于贸易型公司，除代理销售集团公司模具产品外，还通过外协的方式开展修改模业务； 2、2018年10月，德国唯科向非关联方 rWS GmbH 购买一项资产组，开始自主生产模具并可提供修改模服务。

与境内相比，德国唯科具有如下优势：1）丰富的汽车行业类模具经验，先进的生产设备，有利于保障产品品质，2）距离客户的路程较短，能快速响应客户的需求，更好的维系客户关系；劣势：1）运营、人工、材料等各方面的成本较高，2）不同的文化背景、政治环境等，导致管理成本较高。

德国唯科生产人员数量及薪酬、主要供应商及客户的情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
月均生产人员数量（人数） ^{注1}	31	19	20
生产人员薪酬（万元）	1,008.14	582.43	90.48
主要供应商	Moldata 、 Synventive GmbH Vario Metall GmbH & Co. KG Bearbeitung Plattenmaterial 等	Synventive GmbH、STM Stahl GmbH 等	rWS GmbH,Neuhaus、Sutter GmbH Willy 等
主要客户 ^{注2}	Autosplice Europe GmbH、TR Plast GmbH、Fischer Werkzeug、Walter Potthoff GmbH 等	TR Plast GmbH 、Autosplice Europe GmbH、Karl Hess GmbH&Co.KG 等	rWS GmbH、Schuberth GmbH 、 Dr.Schneider Kunststoffwerke GmbH 等
成套模具产量（套）	13.00	5.00	
成套模具销量（套） ^{注3}	49.00	31.00	9.00
收入（万元） ^{注4}	2,696.90	1,603.22	575.28
其中：成套模具	1,826.20	1057.35	287.52
成本（万元）	2,258.63	1,011.91	469.19
其中：成套模具	1,378.81	629.56	239.83

注 1：生产人员数量均为自有人员。

注 2：主要客户不属于发行人前五大客户的子公司

注 3：销量大于产量的原因系德国唯科代理集团内公司销售模具。

注 4：除成套模具外，剩余收入主要系修改模收入。

2018 年 11 月至 12 月为购买 rWS GmbH 资产后的投产期，主要通过外协方式提供修改模具服务，代理集团内公司注塑模具销售业务。

2018 年 rWS GmbH 既是客户又是供应商的原因系购买 rWS GmbH 资产前，rWS GmbH 对外提供模具修改服务，德国唯科是其中一个客户。德国唯科购买 rWS GmbH 资产后，rWS GmbH 不具备加工生产能力，rWS GmbH 为完成原有订单，委托德国唯科进行模具修改服务。

2019 年主要依靠自主生产方式提供修改模服务，模具为定制化产品，加工模具所需工时不同，产量与生产人员数量整体较为匹配。

2020 年生产人员增加的原因是，2020 年上半年购买厂房，增加生产人员。剔除该因素影响后，产销量与生产人员的变动，与 2019 年相比，差异较小。

2. 唯科科技（马来西亚）私人有限公司

项目	内容
成立时间	2018 年 11 月 21 日
设立目的	为应对中美贸易摩擦，将部分境内美国客户订单转至境外生产。

项目	内容
产品内容	目前主要是注塑件产品（比如，向盈趣科技（马来西亚）有限公司提供家用雕刻机相关的注塑件产品。）
生产环节	领料，烘料、模具安装、设备调试、注塑成型，包装等
生产活动组织方式	自主生产

与境内相比，马来西亚唯科具有如下优势：1）承接部分境内美国客户订单，一定程度上避免中美贸易摩擦影响，2）可使用外劳，劳动力成本优势，可有效节约生产成本，3）距离客户的路程较短，能快速响应客户的需求，更好的维系客户关系；劣势：1）材料采购周期较长，周边产业配套设施较差，2）复杂的语言环境，导致沟通成本较高。

马来西亚唯科生产人员数量及薪酬、主要供应商及客户的情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度
月均生产人员数量（人数）	85	20
其中：自有人员	2	
外劳人员	83	20
生产人员薪酬（万元）	355.56	5.19
主要供应商	金泰化工（香港）有限公司、巨益（香港）有限公司等	Ideal Packaging Industries Sdn Bhd 等
主要客户	Intretech (Malaysia) Sdn.Bhd.、Berlin Packaging LLC 等	Intretech (Malaysia) Sdn.Bhd.等
注塑产品产量（万件）	2,288.48	2.50
注塑产品销量（万件）	2,624.47	1.40
收入（万元）	4,847.42	7.33
其中：注塑件	4,562.80	7.33
成本（万元）	3,677.59	14.09
其中：注塑件	3,402.43	14.09

注：除注塑件收入、成本外，其余为销售原材料塑料粒子的收入和成本；Intretech (Malaysia) Sdn. Bhd. 为前五大客户盈趣科技的子公司。

2019 年马来西亚唯科的产销量与生产人员差异较大的主要原因是 2019 年 12 月调试设备并在下旬试生产。

2020 年初生产人员数量及设备不足导致产量不足，为此马来西亚唯科向唯科模塑采购成品对外销售。从 5 月份起，随着生产人员及设备逐步到位，生产逐渐正常运转，生产人员数量与产销量较为匹配。

（八）申报会计师对发行人成本归集的完整性、准确性采取的核查

1、注塑模具的成本归集

直接材料：注塑模具为非标准化产品，需按客户要求进行定制化生产，生产模具用的主要原材料（模具钢、模架、热流道、配件等）均需要根据具体模具的要求相应定制采购，公司对每套模具编制唯一的识别号（模号），按照模号设定每套模具的用料清单（BOM 表），

按用料清单核定的可领用量进行领料，并在 ERP 系统中产生《生产领料单》，成本核算时按《生产领料单》的成本对象（模号）归集每套模具的直接材料成本，公司 ERP 系统的仓存管理模块记录了完整的生产领料信息。原材料在实际领用时，从“原材料”科目转入“生产成本-直接材料”科目。按《生产领料单》的成本对象（模号）所归集到的材料成本直接结转至计入相应模具的直接材料成本。

直接人工与制造费用：直接人工是指公司在生产产品过程中，直接从事产品生产的工人工资、津贴、补贴五险一金等。制造费用是指企业为生产产品和提供劳务而发生的各项间接费用，包括企业生产部门（如生产车间）发生的水电费、生产易耗品、固定资产折旧、租赁费、无形资产摊销、车间管理人员的职工薪酬、五险一金以及职工福利费等。模具车间发生的直接人工、制造费用按照实际支出进行归集，并按工时进行分配。

2、注塑件和健康产品

直接材料：生产车间根据计划开立《生产任务单》，并按《生产任务单》进行领料，并在 ERP 系统中产生《生产领料单》，成本核算时按《生产领料单》的成本对象归集直接材料成本，公司 ERP 系统的生产管理模块和仓存管理模块记录了完整的生产任务单与生产发料信息。原材料在实际领用时，从“原材料”科目转入“生产成本-直接材料”科目，发出存货的计价方法为月末一次加权平均法。按《生产领料单》的成本对象所归集到的材料成本直接分配计入相应工单成品的直接材料成本。

直接人工与制造费用：直接人工是指公司在生产产品过程中，直接从事产品生产的工人工资、津贴、补贴五险一金等。制造费用是指企业为生产产品和提供劳务而发生的各项间接费用，包括企业生产部门（如生产车间）发生的水电费、生产易耗品、固定资产折旧、租赁费、无形资产摊销、车间管理人员的职工薪酬、五险一金以及职工福利费等。注塑件和健康产品发生的直接人工、制造费用按照实际支出进行归集，并按标准工时进行分配。

综上所述，经核查，保荐人和申报会计师认为发行人成本归集完整、准确，符合企业会计准则的规定。

（九）会计师的核查与结论

1. 执行的核查程序

针对上述事项，我们履行了以下核查程序：

（1）了解并测试发行人报告期内采购与付款循环、生产与仓储循环中与财务报告相关的内部控制；

（2）访谈财务总监、生产车间负责人，了解各产品生产工艺流程、成本核算流程及成本归集与分配的标准和方法，判断成本计算方法、过程及数据的准确性，评价成本核算方法是否符合公司实际经营情况，是否符合《企业会计准则》要求；了解发行人项目外协的情况

及内容：

(3) 获取存货、生产成本及营业成本明细表，检查采购总额、生产成本、半成品、产成品与营业成本之间的勾稽关系是否合理；

(4) 获取成本计算明细表执行分析性复核程序，对公司产品成本构成要素（直接材料、直接人工、制造费用）的变动情况以及主要产品的产量及单位成本进行分析；

(5) 取得原材料入库和出库明细，对期末存货进行监盘，核查计入项目成本的原材料成本的准确性和完整性；

(6) 复核各期人工成本，分析各期人工成本波动的原因及合理性；实施截止性测试，确保归集的人工费用及时、准确、完整；

(7) 获取各类产品各期制造费用明细表和固定成本明细表，分析制造费用和固定成本在各期间波动的原因和合理性；检查重大制造费用列支期间及金额的准确性；实施截止性测试，确保归集的制造费用及时、准确、完整；核算并分析产销量增加对固定成本及单位变动成本的影响；

(8) 结合存货出库计价测试，检查产成品的成本结转是否准确；

(9) 取得同行业可比公司的年报资料或招股书，分析其成本构成情况与发行人是否存在重大差异；

(10) 访谈海外子公司负责人，了解海外子公司从事生产工作的具体情况。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

(1) 发行人的成本结构在报告期内未发生较大变动，与可比公司相比不存在重大差异；

(2) 发行人对健康产品生产过程的贡献主要体现在开发、设计和制造环节；

(3) 发行人报告期内原材料领用量与废料产出量相对匹配，符合发行人的生产经营情况；发行人报告期内的废料销售重量与废料产出量没有明显的匹配关系，主要原因系根据外部废料收购价格进行集中销售，而并非一个固定周期进行销售，存在当期销售以前的废料或当期形成的废料库存未在当期销售的情况；

(4) 发行人注塑件单位成本在报告期内连续下降的主要原因系产品结构调整，原因具有合理性；2020 年注塑模具、注塑件单位成本下降而健康产品单位成本上升的主要原因系产品结构不同，原因具有合理性；

(5) 发行人注塑件的生产设备主要是注塑机，固定成本对单位制造费用的影响较大。健康产品主要依赖人工流水线组装，受订单量影响较大，同时因为模具及原材料注塑件为自产，所以配有相关机器设备，导致变动成本及固定成本对单位制造费用的影响比较接近；

(6) 报告期内，2018 年、2019 年生产人员数量总体稳定，2020 年生产人员数量增加，变动主要原因合理；直接人工的变动与劳动力成本逐年升高的大环境相匹配，具有合理性；

(7) 发行人海外生产基地的产销量与其生产人员数量能相互匹配。

六、【审核意见 7. 关于主要供应商】申报材料显示，发行人采购的主要原材料包括模具钢、模架、热流道、塑料粒子等，报告期各期向前五大供应商的采购金额占采购总额的比例分别 15.29%、22.11%、21.12%、19.98%，委托加工金额占采购总金额的比例分别为 4.65%、4.09%、4.14%、4.34%。请发行人补充披露：（1）主要原材料的用途、定制化程度，是否存在公开市场，采购单价与海泰科、宁波方正、肇民科技等注塑类申报企业相比存在较大差异的原因，主要原材料采购价格与公开市场报价的对比情况；（2）报告期各期客户指定品牌或供应商的各类原材料采购额占该类原材料采购额的金额及比例，客户指定品牌或供应商的原材料采购额占原材料总采购额的比例，在报告期内是否发生较大变化，该类原材料的定价依据，是否属于委托加工业务；（3）报告期内是否存在客户向发行人提供配件用于生产产品的情形，如是，披露报告期各期客户提供配件的金额、相关产品的销售金额及会计处理，是否按净额法确认收入，客户及主要产品基本情况，进行该等安排的原因；（4）注塑模具、注塑件和健康产品的单位原材料耗用量和单位耗电量情况，如在报告期内发生较大变化的，请披露原因及合理性；（5）报告期内发行人对前五大供应商采购金额占该类原材料采购金额的比例及占该供应商收入的比例，如比例较高，披露可替代的供应商数量及更换成本，是否存在发行人依赖单一供应商或供应商依赖发行人的情形；（6）报告期内各主要原材料的供应商数量和集中度，结合供应商变动情况分析与供应商合作的稳定性，结合上游行业集中度、产品差异化程度等因素分析发行人对供应商的议价能力；（7）主要委托加工供应商的基本情况、采购金额；发行人的委托加工与同行业可比公司外协加工的区别与联系，会计处理是否存在差异，发行人委托加工比例低于同行业可比公司的原因。请保荐人和申报会计师说明对主要供应商采取的核查程序、核查比例、核查结论，对采购价格的公允性、采购交易的真实性和上述事项发表核查意见。

回复：

（一）主要原材料的用途、定制化程度，是否存在公开市场，采购单价与海泰科、宁波方正、肇民科技等注塑类申报企业相比存在较大差异的原因，主要原材料采购价格与公开市场报价的对比情况。

1. 主要原材料采购金额及占当期采购总额比例情况

报告期内，公司采购的原材料主要为公司注塑模具生产制造所需模具钢、模架、热流道等、注塑件生产所需的塑料粒子等原材料，以及公司健康产品总成所需电机（含水泵，下同）、滤材、PCBA 板等部件，以上原材料采购金额及占当期采购总额比例情况如下：

项目	物料名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
----	------	---------	---------	---------

		金额 (万元)	比重	金额 (万元)	比重	金额 (万元)	比重
注塑模具	模具钢	936.75	1.93%	773.8	2.39%	799.13	2.60%
	模架	1,742.22	3.59%	1,705.13	5.28%	1,705.29	5.56%
	热流道	1,456.88	3.00%	1,334.13	4.13%	1,301.92	4.24%
注塑件	塑料粒子	19,910.57	41.05%	13,884.72	42.96%	12,855.30	41.88%
健康产品	电机	3,320.65	6.85%	1,194.61	3.70%	1,115.50	3.63%
	滤材	3,477.75	7.17%	1,532.13	4.74%	1,510.44	4.92%
	PCBA 板	3,194.20	6.58%	1,577.20	4.88%	1,773.78	5.78%
合计		34,039.01	70.17%	22,001.72	68.08%	21,061.36	68.61%

注：滤材包括 HEPA、复合滤材、活性炭、前滤网、纤维毡等，由于前滤网、纤维毡等金额占比较小且数量占比较大，所以此处仅统计 HEPA、复合滤材及活性炭的金额和数量，下同。

主要原材料的用途、定制化程度、是否存在公开市场情况如下：

项目	原材料类别	主要用途	定制化程度	是否存在公开市场
注塑模具	模具钢	用于制造注塑模具的镶件及辅助配件	不同镶件和辅助配件结构设计不同；根据注塑模具的不同用途，需要根据硬度、强度、耐磨性、韧性以及淬透性、淬硬性和其他工艺性能等不同来选择，定制化程度高	是
	模架	将模具各部分按一定规律和位置加以组合和固定，并使模具能安装到加工设备工作的部分	需要根据不同的注塑模具产品加工内容、大小等设计不同的非标模架，定制化程度高	否
	热流道	在注塑模具中使用的将融化的塑料粒子注入到模具内部的加热组件系统	根据注塑模具产品结构、大小的不同，需要根据热流道的热嘴型号、进胶方式不同进行定制化设计，定制化程度高	否
注塑件	塑料粒子	用于制造各种塑料制品的原材料	根据产品功能和性能不同选择不同型号的塑料粒子，通用类塑料粒子定制化程度相对较低，工程塑料定制化程度相对较高	是
健康产品	电机	把电能转换成机械能的一种设备	根据产品大小、功率、功能不同，设计不同型号电机，定制化程度高	否
	滤材	过滤环境中有害物质，例如粉尘等	根据产品大小、功率、功能不同，设计不同型号滤材，定制化程度高	否
	PCBA 板	以电子元器件作为载体，实现电子电路所需要的功能控制	根据产品需要实现的不同功能，需要设计不同结构的 PCBA 板，定制化程度高	否

2. 主要原料平均价格变化情况

报告期内，公司主要原材料的平均价格的变动趋势如下表所示（单位：元）：

项目	物料名称	计量单位	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
			数量	均价	数量	均价	数量	均价
注塑模具	模具钢	Kg	243,105.18	38.53	228,365.03	33.88	207,674.59	38.48
	模架	套	1,010	17,249.71	904	18,862.06	856	19,921.57
	热流道	套	676	21,551.45	551	24,212.89	586	22,217.11

项目	物料名称	计量单位	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
			数量	均价	数量	均价	数量	均价
注塑件	塑料粒子	吨	11,754.02	16,939.36	6,845.72	20,282.35	6,671.73	19,268.30
健康产品	电机	万个	156.92	21.16	79.79	14.97	90.38	12.34
	滤材	万个	156.11	22.28	59.57	25.72	62.28	24.25
	PCBA 板	万个	340.31	9.39	158.86	9.93	200.02	8.87

报告期内，各类主要原材料采购价格变动原因及与海泰科、宁波方正、肇民科技等企业公开市场报价的对比情况如下：

1) 注塑模具类

A、模具钢

报告期内，发行人采购的模具钢种类较多、结构分散，采购金额较大的为 1.2343/1.2344、S136、1.2738、1.2767 等型号进口模具钢，采购数量、采购金额、占比及均价情况如下（单位：数量 Kg；金额为万元；占比为%；均价为元/Kg）：

型号		1.2343/1.2344	S136	1.2738	1.2767	合计
2020 年度	数量	90,532.19	10,571.37	14,108.38	8,646.78	123,858.73
	金额	390.53	103.00	31.90	37.10	562.53
	占比	41.69	11.00	3.40	3.96	60.05
	均价	43.14	97.43	22.61	42.91	-
2019 年度	数量	46,793.25	7,098.10	35,158.60	6,382.66	95,432.60
	金额	208.67	69.60	78.89	32.73	389.89
	占比	26.97	8.99	10.20	4.23	50.39
	均价	44.60	98.06	22.44	51.27	-
2018 年度	数量	59,085.43	10,787.75	18,301.30	9,284.07	97,458.54
	金额	262.29	110.31	42.97	49.99	465.57
	占比	32.82	13.80	5.38	6.26	58.26
	均价	44.39	102.26	23.48	53.85	-

①与海泰科、宁波方正、肇民科技等企业比较情况

报告期内，发行人模具钢采购均价与海泰科、宁波方正、肇民科技等企业比较情况如下（单位：元/Kg）：

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
海泰科	17.72	16.47	18.29
宁波方正	18.84	16.31	15.83
肇民科技	未披露	未披露	未披露
本公司	38.53	33.88	38.48

注：海泰科、宁波方正 2020 年度未披露数据，上述数据为其半年度数据。

公司模具钢单价比海泰科、宁波方正高，主要原因是由于采购模具钢材品牌、型号的结果

构不同所导致。公司主要注塑模具产品为功能结构件模具，属于中小型模具，对产品精度要求相对较高。公司采购的模具钢主要用于模仁，模仁系模具核心，质量要求高，故采购进口品牌模具钢占比较高。海泰科、宁波方正所生产的模具大部分属于大型模具，其模具钢除用于模仁外，还大量用于模架等部位，使用较多的预硬钢，该类钢材单价相对较低。

上述企业中，同样按型号披露模具钢采购价格的仅有宁波方正，其采购的模具钢型号与发行人相重合的有 1.2343/1.2344、1.2738 两大类，宁波方正采购价格如下（单位：元/Kg）：

型号	2020 年度	2019 年度	2018 年度
1.2343/1.2344	47.76	48.40	49.44
1.2738	17.95	19.33	17.77

注：宁波方正 2020 年度未披露数据，上述数据为其半年度数据。

发行人与宁波方正 1.2343/1.2344 型号模具钢采购价格不存在重大差异，1.2738 型号模具钢采购价格差异主要系宁波方正该等模具钢的用量较大，议价能力较强。

②与公开市场报价的对比情况

报告期内，公司采购的 1.2343/1.2344 型号模具钢价格与市场价格对比如下：

钢材型号		2020 年度	2019 年度	2018 年度
1.2343/1.2344	采购价格	43.14	44.60	44.39
	市场价格	56.70	56.64	54.64

市场价格来源：我的钢铁网、宁波方正招股说明书

报告期内，发行人采购的 1.2343/1.2344 型号模具钢价格总体略低于市场价格，主要由于市场价格为零售价格，发行人采购数量较大，因此价格低于零售价格。报告期内，公司 1.2343/1.2344 型号模具钢价格相对稳定。

报告期内，公司采购的 S136 型号模具钢价格与市场价格对比如下（单位：元/Kg）：

钢材型号		2020 年度	2019 年度	2018 年度
S136	采购价格	97.43	98.06	102.26
	市场价格	107.42	107.07	-

市场价格来源：我的钢铁网，“-”表示未查询到市场数据

报告期内，发行人采购的 S136 型号模具钢价格总体略低于市场价格，主要由于市场价格为零售价格，发行人采购数量较大，因此价格低于零售价格。报告期内，公司的 S136 型号模具钢价格相对稳定。

报告期内，公司采购的 1.2738 型号模具钢价格与市场价格对比如下（单位：元/Kg）：

钢材型号		2020 年度	2019 年度	2018 年度
1.2738	采购价格	22.61	22.44	23.48
	市场价格	23.07	23.01	21.89

市场价格来源：我的钢铁网、宁波方正招股说明书

报告期内，发行人采购的 1.2738 型号模具钢价格与市场价格相近。报告期内，公司的

1. 2738 型号模具钢价格相对稳定。

发行人采购的 1.2767 型号模具钢不存在公开市场价格。

综上，报告期内，发行人模具钢采购价格与公开市场价格不存在重大差异。

B、模架

报告期内，发行人模架采购均价与海泰科、宁波方正、肇民科技等企业比较情况如下（单位：万元/副）：

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
海泰科	7.59	8.04	8.91
宁波方正	未披露	未披露	未披露
肇民科技	1.11	1.06	0.85
本公司	1.72	1.89	1.99

海泰科、肇民科技 2020 年度未披露数据，上述数据为其半年度数据

模架定制化程度高，其单价影响因素有体积、复杂程度、钢材材质等方面。一般而言，模具体积越大，需要使用的钢材越多，产品结构越复杂，价格越高。海泰科生产的注塑模具为汽车模具，为大型注塑模具，公司生产注塑模具多数为功能结构件模具，相对尺寸小于宁波方正，肇民科技产品类型和尺寸与本公司相类似，所以发行人模架均价低于海泰科，和肇民科技价格相对接近。

C、热流道

报告期内，发行人热流道采购均价与海泰科、宁波方正、肇民科技等企业比较情况如下（单位：万元/套）：

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
海泰科	7.40	7.28	6.71
宁波方正	7.27	7.44	6.99
肇民科技	3.45	2.80	2.74
本公司	2.16	2.42	2.22

注：海泰科、肇民科技、宁波方正 2020 年度未披露数据，上述数据为其半年度数据

热流道定制化程度高，其单价影响因素有型号大小、进胶点数、进胶方式等方面。一般而言，模具体积越大，需要定制更大型号、进胶点数更多的热流道产品，价格越高。海泰科、宁波方正生产的注塑模具为汽车模具，为大型注塑模具，公司生产注塑模具多数为功能结构件模具，相对尺寸小于海泰科和宁波方正，肇民科技产品类型和尺寸与本公司相类似，所以发行人热流道均价低于海泰科、宁波方正，和肇民科技价格相对接近。

2) 注塑件类

报告期内，公司采购的塑料粒子品类繁多，主要品类有 ABS、PA6、PP、POM、PC/ABS 等，其采购数量、采购金额及占比如下（单位：采购数量为吨；采购金额为万元；均价为万元/吨）：

型号		ABS	PA6	PP	POM	PC/ABS	合计
2020 年度	数量	5,089.07	1097.32	2007.36	545.53	261.11	9,000.39
	金额	6,935.31	2121.67	2,438.06	1097.12	647.37	13,239.53
	占比	34.83%	10.66%	12.25%	5.51%	3.25%	66.50%
	均价	1.36	1.93	1.21	2.01	2.48	-
2019 年度	数量	2,376.71	1,018.33	1,145.79	444.92	298.83	5,284.57
	金额	3,276.40	2,040.07	1,461.32	933.15	788.98	8,499.93
	占比	23.60%	14.69%	10.52%	6.72%	5.68%	61.22%
	均价	1.38	2.00	1.28	2.10	2.64	-
2018 年度	数量	2,123.96	905.57	1,286.35	581.24	294.25	5,191.37
	金额	3,337.56	1,943.83	1,631.07	1,187.25	850.82	8,950.53
	占比	25.96%	15.12%	12.69%	9.24%	6.62%	69.63%
	均价	1.57	2.15	1.27	2.04	2.89	-

报告期内，公司采购的上述品类塑料粒子金额占塑料粒子采购总金额比例超过 60%，塑料粒子均价变动主要受上述品类塑料粒子采购占比及均价变动影响。

A、与海泰科、宁波方正、肇民科技等企业比较情况

海泰科、宁波方正未披露塑料粒子采购单价，肇民科技披露的主要塑料粒子品种中与公司重叠的有 ABS，其单价情况如下（单价：万元/吨）：

品种	2020 年度	2019 年度	2018 年度
ABS	2.24	2.05	2.09

注：肇民科技 2020 年度未披露数据，上述数据为其半年度数据

发行人 ABS 均价低于肇民科技，主要原因为发行人 ABS 主要用在空气净化器产品生产，单个种类用量多，大部分是标准型号，定制化程度低，所以单价较低。

B、与公开市场报价的对比情况

上述塑料粒子中，PA6、POM、PC/ABS 为工程塑料，其价格受市场波动影响较小，报告期内单价稳定，价格变动主要是由于同类塑料粒子中不同品牌型号及不同性能粒子价格差异引起；ABS、PP 两种塑料粒子为通用类塑料粒子，其价格受市场价格波动影响较大，具体情况如下：

中国塑料城 ABS 价格指数：



数据来源：中塑在线网站

中国塑料城 PP 价格指数：



数据来源：中塑在线网站

经对比，公司通用类塑料粒子价格波动与市场价格波动趋势基本一致。

（二）报告期各期客户指定品牌或供应商的各类原材料采购额占该类原材料采购额的金额及比例，客户指定品牌或供应商的原材料采购额占原材料总采购额的比例，在报告期内是否发生较大变化，该类原材料的定价依据，是否属于委托加工业务。

1. 报告期内的指定采购情况

注塑模具的各类原材料中，模具钢、热流道等在一定程度上决定了模具使用寿命、模次，因此部分客户会指定使用特定品牌的模具钢或热流道，不存在指定供应商的情况。

塑料粒子是注塑件最主要的原材料，对注塑件的性能和品质要求有较大影响。因此客户通常会指定产品所使用的塑料粒子品牌、规格、型号范围，由公司根据供应商评估结果确定最终合作供应商，少部分客户出于产品质量、原材料工艺和合作历史考虑，还会指定某些产品对应原材料的采购渠道。

健康产品的原材料主要由发行人自主采购，存在少量客户指定电机、滤材、PCBA 板供应商的情况。

报告期内，发行人注塑模具、注塑件及健康产品等产品各类原材料采购中均存在客户指定品牌和/或指定供应商的情况，具体如下（单位：万元）：

大类	物料名称	采购类型	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
			金额	占比	金额	占比	金额	占比
注塑模具	模具钢	指定供应商	-	-	-	-	-	-
		指定品牌	511.93	54.65%	443.47	57.31%	476.85	59.67%
		自主采购	424.81	45.35%	330.33	42.69%	322.29	40.33%
		小计	936.75	100.00%	773.80	100.00%	799.13	100.00%
	热流道	指定供应商	-	-	-	-	-	-
		指定品牌	962.4	66.06%	918.03	68.81%	917.43	70.47%
		自主采购	494.48	33.94%	416.10	31.19%	384.49	29.53%
		小计	1,456.88	100.00%	1,334.13	100.00%	1,301.92	100.00%
	模架	指定供应商	-	-	-	-	-	-
		指定品牌	-	-	-	-	-	-
		自主采购	1,742.22	100.00%	1,705.13	100.00%	1,705.29	100.00%
		小计	1,742.22	100.00%	1,705.13	100.00%	1,705.29	100.00%
注塑件	塑料粒子	指定供应商	6,753.38	33.92%	3,461.93	24.93%	1,832.95	14.26%
		指定品牌	8,025.37	40.31%	9,120.46	65.69%	9,503.68	73.93%
		自主采购	5,131.82	25.77%	1,302.33	9.38%	1,518.68	11.81%
		小计	19,910.57	100.00%	13,884.72	100.00%	12,855.30	100.00%
健康产品	电机	指定供应商	-	-	18.51	1.55%	-	-
		指定品牌	-	-	-	-	-	-
		自主采购	3,320.65	100.00%	1,176.10	98.45%	1,115.50	100.00%
		小计	3,320.65	100.00%	1,194.61	100.00%	1,115.50	100.00%

大类	物料名称	采购类型	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
			金额	占比	金额	占比	金额	占比
	滤材	指定供应商	89.38	2.55%	80.19	5.19%	24.41	1.61%
		指定品牌	-	-	-	-	-	-
		自主采购	3,411.28	97.45%	1,465.89	94.81%	1,493.88	98.39%
		小计	3,500.67	100.00%	1,546.08	100.00%	1,518.30	100.00%
	PCBA 板	指定供应商	-	-	20.47	1.30%	13.26	0.75%
		指定品牌	-	-	-	-	-	-
		自主采购	3,194.20	100.00%	1,556.73	98.70%	1,760.52	99.25%
		小计	3,194.20	100.00%	1,577.20	100.00%	1,773.78	100.00%
其他	指定供应商	1,029.12	8.02%	1,109.63	12.38%	687.82	8.22%	
	指定品牌	273.86	2.13%	442.30	4.93%	492.94	5.89%	
	自主采购	11,533.23	89.85%	7,413.44	82.69%	7,189.02	85.89%	
	小计	12,836.21	100.00%	8,965.37	100.00%	8,369.78	100.00%	
合计	指定供应商	7,871.89	16.79%	4,690.74	15.14%	2,558.44	8.69%	
	指定品牌	9,773.56	20.84%	10,924.26	35.26%	11,390.90	38.69%	
	自主采购	29,252.69	62.37%	15,366.04	49.60%	15,489.65	52.62%	
	合计	46,898.14	100.00%	30,981.04	100.00%	29,439.00	100.00%	

报告期内，客户指定品牌或指定供应商的原材料采购金额占原材料总采购额的比例分别为 47.38%、50.40%和 37.63%，2020 年度指定采购占比较低是由于健康产品生产所需塑料粒子原材料主要采用自主采购形式，健康产品业务在 2020 年发展较快导致的。

2. 该类原材料的定价依据，是否属于委托加工业务

在指定品牌的情况下，客户通常仅指定原材料的品牌、规格、型号范围，而由发行人自主选择供应商，根据市场价格协商定价。

在指定供应商的情况下，客户通常不仅指定原材料的品牌、规格、型号范围，还会指定一家或多家供应商，多数情况下由发行人与指定供应商根据市场价格协商定价，仅有少部分客户会提供事先确定的协议价格。

指定品牌或供应商的原材料采购业务不属于委托加工业务，原因如下：

1) 客户仅指定部分原材料的品牌或者供应商，一般情况下并未指定原材料的采购价格，原材料采购价格一般由发行人与供应商协商确定；指定供应商情况下少部分客户会提供事先确定的协议价格，也会根据市场价格变动而变动，发行人需承担原材料价格变动风险；

2) 发行人具有所销售产品的完整销售定价权，发行人定价方式为成本加合理的利润；

3) 发行人拥有原材料的所有权，并承担与原材料所有权有关的风险，包括价格波动风险、保管和灭失风险；

4) 发行人客户指定品牌或指定供应商采购的原材料与发行人成品之间存在实质性的差异；

5) 发行人承担了最终产品销售对应账款的信用风险。

指定原材料品牌或供应商的情形下，一般由发行人与相应供应商就采购内容、数量、价格等条款进行独立商务谈判和独立结算，发行人独立承担相应的风险和权利义务，故发行人按照独立购销业务进行处理，不属于委托加工情形，该种情形是由发行人所处的产业特性决定，符合行业惯例及《首发业务若干问题解答》、《企业会计准则》的相关要求。

（三）报告期内是否存在客户向发行人提供配件用于生产产品的情形，如是，披露报告期各期客户提供配件的金额、相关产品的销售金额及会计处理，是否按净额法确认收入，客户及主要产品基本情况，进行该等安排的原因。

报告期内，发行人存在 2 例客户向发行人提供配件用于生产产品的情形，即发行人向客户采购指定类型滤材用于生产空气净化器的情况。报告期各期，客户提供配件的金额、相关产品的销售金额如下（单位：万元）：

客户名称	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
聪明空气（北京）科技有限公司	客供配件	80.47	24.40 ^{注1}	
	销售产品	540.65	165.37	
北京亚都环保科技有限公司	客供配件			
	销售产品			106.84 ^{注2}

注 1：2019 年，发行人向聪明空气（北京）科技有限公司采购滤材 80.19 万元，仅 24.40 万元用于生产销售给聪明空气（北京）科技有限公司的产品，其他为发行人根据自身生产需求自行采购。

注 2：2017 年向北京亚都环保科技有限公司采购 14.36 万元滤材用于生产空气净化器，并于 2018 年销售给北京亚都环保科技有限公司。

发行人对客户提供配件的会计处理与发行人外购存货的会计处理一致，即材料到厂时，暂估入账；发票到后，冲减暂估金额并按发票金额记账；后续成本核算时，客供配件计入完工入库产品成本。产品实现销售收入时，按总额法确认相关收入，同时库存商品成本结转至主营业务成本。

收入采用总额法的主要原因是：①发行人拥有客供配件的所有权，并承担与原材料所有有关的风险，包括价格波动风险、保管和灭失风险；客户不对其提供的配件进行后续管理，客户不会回购未使用的客供配件，控制权已转移；②发行人向客户采购的客供配件与发行人销售的空气净化器产品之间存在实质性的差异，配件采购金额只占整体产品成本的一小部分，对于其他主要原材料的采购，公司通常与主要供应商签署框架协议，并采用具体订单的形式向供应商订货，约定原材料的具体价格、数量、型号、交货时间等要求。

客户基本情况如下：

客户名称	成立时间	注册资本 (万元)	股权结构	主营业务及主要产品
聪明空气(北京)科技有限公司	2014.05	10	郭娅 100%	Smart Air 品牌的空气净化器
北京亚都环保科技有限公司	2012.03	55,000	启迪亚都(滕州)科技有限公司 100%	YADU 品牌的空气净化器

上述客户均为发行人空气净化器产品 OEM 客户，要求滤材必须使用其自有产品，因此向发行人提供配件用于生产。

(四) 注塑模具、注塑件和健康产品的单位原材料耗用量和单位耗电量情况，如在报告期内发生较大变化的，请披露原因及合理性。

1. 注塑模具、注塑件和健康产品的单位原材料耗用量情况

1) 注塑模具的单位原材料耗用量情况如下：

主要材料	期间	期初数量	本期采购数量	本期领用数量	期末数量	产量(套)	单位耗用量
模具钢 (Kg)	2018 年度	5,609.39	207,674.59	208,388.26	4,895.72	828	251.68
	2019 年度	4,895.72	228,365.03	228,397.51	4,863.24	859	265.89
	2020 年度	4,863.24	243,105.18	239,220.50	8,747.92	992	241.15
模架(套)	2018 年度	-	856	856	-	828	1.03
	2019 年度	-	904	904	-	859	1.05
	2020 年度	-	1010	1010	-	992	1.02
热流道 (套)	2018 年度	-	586	585	1	828	0.71
	2019 年度	1	551	552	-	859	0.64
	2020 年度	-	676	676	-	992	0.68

注：单位耗用量=本期领用/产量。

报告期内，平均每套注塑模具的模具钢原材料耗用量分别为 251.68Kg、265.89Kg 和 241.15 Kg，平均每套注塑模具的模架原材料耗用量分别为 1.03 套、1.05 套和 1.02 套，平

均每套注塑模具的热流道原材料耗用量分别为 0.71 套、0.64 套和 0.68 套，总体在合理范围内。由于注塑模具为按客户要求进行定制化生产的产品，生产周期相对较长。因此，受生产周期较长的影响，存在当期领用原材料但实际因未完成生产从而未体现在产量中的情况，所以按本期领用量除以产量计算的单位耗用量存在一定波动，该波动主要是由于发行人所在行业和产品特性引起。

2) 注塑件的单位原材料耗用量情况如下：

主要材料	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
塑料粒子	领用量（吨）	11,618.87	6,984.24	6,563.28
	产量（吨）	11,084.91	6,798.76	6,277.35
	单位耗用量	1.05	1.03	1.05

注：单位耗用量=本期塑料粒子领用量/产量，产量为根据塑料粒子标准耗用量计算的产量（吨）。

报告期内，平均每公斤注塑件的塑料粒子原材料耗用量为 1.05 公斤、1.03 公斤、1.05 公斤，总体在合理范围内，符合公司的生产经营情况。

3) 健康产品的单位原材料耗用量情况如下：

主要材料	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
电机	领用量（万个）	146.93	79.73	87.58
	产量（万台）	172.69	88.61	92.80
	单位耗用量（个/台）	0.85	0.90	0.94
PCBA 板	领用量（万个）	363.23	160.86	191.60
	产量（万台）	172.69	88.61	92.80
	单位耗用量（个/台）	2.10	1.82	2.06
滤材	领用量（万个）	172.63	74.28	69.37
	产量（万台）	172.69	88.61	92.80
	单位耗用量（个/台）	1.00	0.84	0.75

注：单位耗用量=本期原材料领用量/产量。

报告期内，平均每台健康产品的电机耗用量分别为 0.94 个、0.90 个和 0.85 个，2020 年单位电机耗用量下滑主要系未使用电机的产品增加所致；平均每台健康产品的 PCBA 板耗用量分别为 2.06 个、1.82 个和 2.10 个，报告期内耗用量变动的主要原因系不同型号的空气净化器使用 PCBA 板的个数不同等所致；平均每台健康产品的滤材耗用量分别为 0.75 个、0.84 个和 1.00 个，2019 年和 2020 年单位滤材耗用量较 2018 年增加主要系部分空气净化器产品配套使用 2 个及以上滤材所致。

综上，由于健康产品种类众多，不同种类产品的主要材料耗用种类存在差异，同种产品的主要材料耗用个数也会存在差异，故报告期内健康产品的单位原材料耗用量发生波动，但是总体在合理范围内。

2. 注塑模具、注塑件和健康产品的单位耗电量情况

1) 注塑模具的单位耗电量情况

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
电量(万千瓦时)	780.70	709.53	557.76
产量(套)	992.00	859.00	828.00
单位产品耗电量(千瓦时/套)	7,870.00	8,259.94	6,736.23

报告期内，单位注塑模具耗电量分别为 6,736.23 千瓦时/套、8,259.94 千瓦时/套和 7,870.00 千瓦时/套。报告期内的单位注塑模具产品耗电量处于合理范围内，其中 2018 年单位产品耗电量较小主要系当年有特殊要求需外协加工的模具较多所致。

2) 注塑件的单位耗电量情况

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
电量(万千瓦时)	2,254.15	1,787.67	1,734.35
产量(吨)	11,084.91	6,798.76	6,277.35
单位产品耗电量(千瓦时/KG)	2.03	2.63	2.76

注：产量为根据塑料粒子标准耗用量计算的产量(吨)。

报告期内，单位注塑件耗电量为 2.76 千瓦时/Kg、2.63 千瓦时/Kg、2.03 千瓦时/Kg，处于合理范围内。

3) 健康产品的单位耗电量情况

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
电量(万千瓦时)	68.48	32.78	24.78
产量(万台)	172.69	88.81	92.80
单位产品耗电量(千瓦时/台)	0.40	0.37	0.27

注：健康产品的单位耗电量不含自产自用注塑件耗电量。

报告期内，单位健康产品耗电量为 0.27 千瓦时/台、0.37 千瓦时/台、0.40 千瓦时/台，总体处于合理范围内。由于健康产品种类繁多，加工工序及复杂程度、加工时间各不相同，单位产品生产所耗用时间也存在较大的差异，2018 年单位健康产品耗电量略低主要系当年产量大且集中生产有效节省电费所致。

(五) 报告期内发行人对前五大供应商采购金额占该类原材料采购金额的比例及占该供应商收入的比例，如比例较高，披露可替代的供应商数量及更换成本，是否存在发行人依赖单一供应商或供应商依赖发行人的情形。

1. 报告期内前五名供应商的依赖度

报告期各期前五名供应商采购金额占该类原材料采购金额的比例及占该供应商收入比例情况如下：

供应商名称	主要采购类别	占该类原材料采购金额比例			占该供应商收入比例		
		2020 年度	2019 年度	2018 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度

供应商名称	主要采购类别	占该类原材料采购金额比例			占该供应商收入比例		
		2020年度	2019年度	2018年度	2020年度	2019年度	2018年度
厦门志联化工有限公司	塑料粒子	16.95%	7.70%	9.01%	约 9%	约 3%	约 3%
海森林（厦门）净化科技有限公司	滤材	69.23%	72.03%	84.71%	约 15%	约 23%	约 36%
厦门晶欣电子有限公司	PCBA 板	73.21%	79.14%	94.13%	约 29%	约 24%	约 22%
金泰集团	塑料粒子	9.37%	0.60%	1.72%	约 2%	不到 1%	不到 1%
东莞德恒电机有限公司	电机	54.79%	23.18%	82.38%	约 15%	约 3%	约 14%
瀚堂贸易/澜盛贸易/世朗工贸	塑料粒子	7.39%	15.40%	6.60%	约 15%	约 13%	约 5%
同益集团	塑料粒子	1.34%	8.41%	11.69%	不到 1%	不到 1%	约 1%
毅兴行集团	塑料粒子	4.47%	7.86%	8.40%	约 1%	约 2%	约 2%

注 1：占该供应商收入比例系根据供应商年报或自行提供的营业额计算得到；

注 2：金泰集团包括厦门金泰化工有限公司和金泰化工（香港）有限公司，双方系同一实际控制人控制的企业，故合并计算；瀚堂贸易/澜盛贸易/世朗工贸包括上海瀚堂贸易有限公司、上海澜盛贸易有限公司和上海世朗工贸有限公司，均系同一实际控制人控制的企业，故合并计算；同益集团包括深圳市同益实业股份有限公司和香港同益实业有限公司，双方系同一实际控制人控制的企业，故合并计算；毅兴行集团包括厦门毅兴行塑胶原料有限公司、广州市毅兴行塑胶原料有限公司和毅兴塑胶原料（香港）有限公司，均系同一实际控制人控制的企业，故合并计算。

报告期各期，发行人向前五名供应商采购金额占该供应商收入的比例均未超过 50%，不存在供应商依赖发行人的情形。

报告期各期，发行人对前五名供应商的采购金额占该类原材料采购金额的比例较高的有东莞德恒电机有限公司、海森林（厦门）净化科技有限公司和厦门晶欣电子有限公司，分别属于电机类供应商、滤材类供应商和 PCBA 板类供应商。

报告期内，公司集中向东莞德恒电机有限公司采购电机的原因为：东莞德恒电机有限公司性价比较高、技术相对成熟，质量、交期均有保证。

报告期内，公司集中向海森林（厦门）净化科技有限公司采购滤材的原因为：滤材属于体积大、重量轻的抛货，运输效率低，适合就近配套，因此主要选择位于同区域的海森林（厦门）净化科技有限公司采购。

报告期内，公司集中向厦门晶欣电子有限公司采购 PCBA 板的主要原因为：厦门晶欣电子有限公司是厦门本地历史较长、规模较大的 PCBA 板生产商，其研发能力较强，技术相对成熟，质量、交期均有保证，发行人健康产品业务起步起就一直和厦门晶欣电子有限公司合作。

由于电机、滤材和 PCBA 板市场成熟度较高，市场竞争激烈，公司所在地周边符合条件的电机、滤材和 PCBA 板类供应商众多，供应商报价基本一致，更换成本主要体现在电机、PCBA 板安规认证及滤材的性能测试，通常安规认证时间为 1-3 个月，性能测试时间为 1 周左右，因此更换供应商成本较低。

综上，报告期内发行人不存在依赖单一供应商或供应商依赖发行人的情形。

(六) 报告期内各主要原材料的供应商数量和集中度, 结合供应商变动情况分析 with 供应商合作的稳定性, 结合上游行业集中度、产品差异化程度等因素分析发行人对供应商的议价能力。

1. 报告期内各类主要原材料的供应商数量和集中度

类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	数量 (家)	前五占比	数量 (家)	前五占比	数量 (家)	前五占比
模具钢类	27	69.00%	18	74.61%	21	87.92%
模架类	25	80.50%	22	83.56%	21	81.40%
热流道类	18	77.85%	13	90.79%	9	92.04%
塑料粒子类	187	44.65%	168	43.24%	187	39.96%
电机类	25	88.87%	17	89.85%	13	96.61%
滤材类	6	99.96%	5	100.00%	5	100.00%
PCBA 板类	7	97.59%	10	98.50%	6	99.99%

报告期内, 精密注塑模具各类原材料供应商数量略有波动, 2020 年度模具钢类、模架类、热流道类前五大占比下降是由于德国唯科 2020 年注塑模具业务增长较快, 模具钢类、模架类、热流道类供应商数量增加所导致的。注塑粒子供应商数量增减较多, 前五名采购金额占比呈现上升趋势; 健康产品类, 由于处于发展初期且报告期内增长较快, 其各类前五名供应商变动较大, 采购金额占比集中度较高。

2. 报告期内各类主要原材料供应商采购情况

1) 模具钢类

报告期内, 模具钢类前五名供应商采购情况如下 (单位: 万元):

年份	序号	供应商名称	金额	占该类采购额比例
2020 年度	1	厦门市星星耀工贸有限公司	240.42	25.66%
	2	壹胜百集团	158.27	16.90%
	3	厦门瀚昇金属科技股份有限公司	89.51	9.56%
	4	上海帛艺金属材料有限公司	80.28	8.57%
	5	厦门欣顺艺机械科技有限公司	77.89	8.31%
		合计	646.36	69.00%
2019 年度	1	厦门瀚昇金属科技股份有限公司	267.06	34.51%
	2	信昌精密模具 (上海) 有限公司	109.96	14.21%
	3	壹胜百集团	102.35	13.23%
	4	厦门欣顺艺机械科技有限公司	51.17	6.61%
	5	上海捷宝金属材料有限公司	46.82	6.05%
		合计	577.36	74.61%
2018 年度	1	厦门瀚昇金属科技股份有限公司	271.90	34.02%

年份	序号	供应商名称	金额	占该类采购额比例
	2	壹胜百集团	158.92	19.89%
	3	信昌精密模具（上海）有限公司	129.44	16.20%
	4	上海捷宝金属材料有限公司	79.94	10.00%
	5	厦门博天翔科技有限公司	62.44	7.81%
		合计	702.64	87.92%

注：壹胜百集团包括厦门壹胜百模具有限公司、一胜百模具技术（上海）有限公司，均系同一实际控制人控制的企业，故合并计算。

报告期内，发行人不存在向单一模具钢供应商采购超过 50%的情况。

报告期内，模具钢前五名供应商较为稳定。2020 年度由于厦门市星星耀工贸有限公司配套的热处理工厂转移至厦门，公司采购成本降低，1.2343/1.2344 型号模具钢由之前大部分向厦门瀚昇金属科技股份有限公司采购转向厦门市星星耀工贸有限公司采购。

公司采购模具钢大部分依据客户指定模具钢型号进行采购。模具钢集中度较高，由于其品质决定了模具寿命并进而影响客户生产成本和效率，客户对模具钢的品质敏感度高于对其价格的敏感度，因此特定品牌模具钢产品具有较高客户粘性。目前，进口模具钢主要集中在壹胜百，布德鲁斯，斯穆碧根柏，葛利兹，百禄等知名品牌，国产模具钢主要集中在宝钢、抚钢等知名品牌。进口模具钢品质高且质量稳定，国内模具钢价格较低。目前，模具钢原材料供应充足，公司根据客户的不同需求采购不同型号不同性能的模具钢，公司根据不同品牌的报价进行比价，选择合适的供应商进行采购，有一定的议价能力。

2) 模架类

报告期内，模架类前五名供应商采购情况如下（单位：万元）：

年份	序号	供应商名称	金额	占该类采购额比例
2020 年度	1	尚硕隆模具科技（苏州）有限公司	694.04	39.84%
	2	明原钢模机械工业有限公司	337.27	19.36%
	3	苏州和翔精密机械有限公司	176.24	10.12%
	4	东莞明利钢材模具制品有限公司	118.76	6.82%
	5	昆山市颖明机械有限公司	76.12	4.37%
			合计	1,402.42
2019 年度	1	尚硕隆模具科技（苏州）有限公司	692.33	40.60%
	2	明原钢模机械工业有限公司	406.10	23.82%
	3	苏州和翔精密机械有限公司	159.33	9.34%
	4	东莞明利钢材模具制品有限公司	101.94	5.98%
	5	昆山市颖明机械有限公司	65.12	3.82%
			合计	1,424.81
2018 年度	1	明原钢模机械工业有限公司	413.09	24.22%
	2	昆山市颖明机械有限公司	409.43	24.01%

年份	序号	供应商名称	金额	占该类采购额比例
	3	苏州金同胜金属制品有限公司	235.00	13.78%
	4	苏州和翔精密机械有限公司	229.29	13.45%
	5	东莞明利钢材模具制品有限公司	101.34	5.94%
		合计	1,388.15	81.40%

报告期内，发行人不存在向单一模架供应商采购超过 50%的情况。

报告期内，发行人模架供应商较为稳定，除尚硕隆模具科技（苏州）有限公司为 2018 年新开发的供应商外，其余均为长期持续合作的供应商。

公司模具产品通常为中小型模具，中小型模具模架技术相对成熟，行业集中度较低，公司根据模架报价自主选择供应商，议价能力高。

3) 热流道类

报告期内，热流道类前五名供应商采购情况如下（单位：万元）：

年份	序号	供应商名称	金额	占该类采购额比例
2020 年度	1	马斯特模具（昆山）有限公司	368.19	25.27%
	2	深圳市阿德万斯科技有限公司	315.8	21.68%
	3	英柯欧模具（上海）有限公司	215.05	14.76%
	4	圣万提注塑工业（苏州）有限公司	148.49	10.19%
	5	英格斯模具制造（中国）有限公司	86.68	5.95%
			合计	1,134.21
2019 年度	1	马斯特模具（昆山）有限公司	460.53	34.52%
	2	深圳市阿德万斯科技有限公司	370.50	27.77%
	3	圣万提注塑工业（苏州）有限公司	196.67	14.74%
	4	英柯欧模具（上海）有限公司	117.40	8.80%
	5	模斯堡模具工业（无锡）有限公司	66.10	4.95%
			合计	1,211.19
2018 年度	1	马斯特模具（昆山）有限公司	388.99	29.88%
	2	深圳市阿德万斯科技有限公司	351.94	27.03%
	3	圣万提注塑工业（苏州）有限公司	231.32	17.77%
	4	英柯欧模具（上海）有限公司	162.52	12.48%
	5	模斯堡模具工业（无锡）有限公司	63.45	4.87%
			合计	1,198.23

报告期内，发行人不存在向单一热流道供应商采购超过 50%的情况。

报告期内，热流道类前五名供应商较为稳定。

热流道行业集中度高，客户指定品牌进行采购，公司议价能力有限。

4) 塑料粒子类

报告期内，塑料粒子类前五大供应商采购情况如下（单位：万元）：

年份	序号	供应商名称	金额	占该类采购额比例
2020 年度	1	厦门志联化工有限公司	3,374.43	16.95%
	2	金泰集团	1,864.74	9.37%
	3	世朗/瀚堂/澜盛	1,471.63	7.39%
	4	合肥杰事杰新材料股份有限公司	1,137.91	5.72%
	5	巨益（香港）有限公司	1,041.71	5.23%
		合计	8,890.41	44.65%
2019 年度	1	世朗/瀚堂/澜盛	2,138.57	15.40%
	2	同益集团	1,167.32	8.41%
	3	毅兴行集团	1,092.01	7.86%
	4	厦门志联化工有限公司	1,069.05	7.70%
	5	红丽兴/伟光联	536.37	3.86%
		合计	6,003.32	43.24%
2018 年度	1	同益集团	1,502.80	11.69%
	2	厦门志联化工有限公司	1,158.26	9.01%
	3	毅兴行集团	1,080.02	8.40%
	4	世朗/瀚堂/澜盛	848.61	6.60%
	5	红丽兴/伟光联	547.60	4.26%
		合计	5,137.29	39.96%

注：金泰集团包括厦门金泰化工有限公司和金泰化工（香港）有限公司，双方系同一实际控制人控制的企业，故合并计算；瀚堂贸易/澜盛贸易/世朗工贸包括上海瀚堂贸易有限公司、上海澜盛贸易有限公司和上海世朗工贸有限公司，均系同一实际控制人控制的企业，故合并计算；红丽兴/伟光联包括厦门红丽兴工贸有限公司和伟光联物流有限公司，双方系同一实际控制人控制的企业，故合并计算；同益集团包括深圳市同益实业股份有限公司和香港同益实业有限公司，双方系同一实际控制人控制的企业，故合并计算；毅兴行集团包括厦门毅兴行塑胶原料有限公司、广州市毅兴行塑胶原料有限公司和毅兴塑胶原料（香港）有限公司，均系同一实际控制人控制的企业，故合并计算。

发行人塑料粒子供应商较为分散，报告期内不存在向单一塑料粒子供应商采购超过 50% 的情况。

发行人塑料粒子类供应商大部分为客户指定品牌或指定供应商，其采购金额根据客户注塑件产品项目需要量波动，具有合理性。

塑料粒子型号众多，可分为通用塑料、工程塑料等，通用塑料技术成熟且代理商众多，公司议价能力较强；工程塑料技术难度较高，需要根据产品性能等需求进行定制，公司议价能力较低。

5) 电机类

报告期内，发行人电机类前五大供应商采购情况如下（单位：万元）：

年份	序号	供应商名称	金额	占该类采购额比例
2020 年度	1	东莞德恒电机有限公司	1,819.53	54.79%
	2	佛山市南海区绿智电机设备有限公司	528.44	15.91%

年份	序号	供应商名称	金额	占该类采购额比例
	3	信华仓储贸易（深圳）有限公司	323.02	9.73%
	4	佛山市顺德区乐普达电机有限公司	146.32	4.41%
	5	上海佳罕科技有限公司	133.81	4.03%
	合计		2,951.11	88.87%
2019 年度	1	佛山市顺德区乐普达电机有限公司	516.82	43.26%
	2	东莞德恒电机有限公司	276.87	23.18%
	3	佛山市南海区绿智电机设备有限公司	109.58	9.17%
	4	广东力好集团	90.89	7.61%
	5	佛山冠驱电机科技有限公司	79.16	6.63%
	合计		1,073.31	89.85%
2018 年度	1	东莞德恒电机有限公司	918.92	82.38%
	2	广东力好集团	81.42	7.30%
	3	佛山市顺德区乐普达电机有限公司	35.30	3.16%
	4	上海佳罕科技有限公司	23.00	2.06%
	5	欣纬国际贸易（深圳）有限公司	18.99	1.70%
	合计		1,077.63	96.61%

注：广东力好集团包括江西力好新能源科技股份有限公司和广东力好电机科技有限公司，双方系同一实际控制人控制的企业，故合并计算。

报告期内，除 2018 年、2020 年东莞德恒电机有限公司占比较高外，发行人不存在向单一电机类供应商采购超过 50%的情况。

东莞德恒电机有限公司性价比较高、技术相对成熟，质量、交期均有保证，报告期内系公司健康产品电机主要供应商。2019 年度占比下降，系由于 2019 年客户对电机性能要求提升，东莞德恒电机有限公司短期内未达到客户提出的性能要求，公司向技术达标的佛山市顺德区乐普达电机有限公司进行采购，因此 2019 年佛山市顺德区乐普达电机有限公司的采购金额占比提升。2020 年东莞德恒电机有限公司技术提升，达到客户性能要求，其性价比高于佛山市顺德区乐普达电机有限公司，因此 2020 年度东莞德恒电机有限公司金额占比较高。

电机为成熟产品，行业集中度低、竞争充分，可选择的供应商众多，发行人议价能力较高。

6) 滤材类

报告期内，滤材类前五大供应商采购情况如下（单位：万元）：

年份	序号	供应商名称	金额	占该类采购额比例
2020 年度	1	海森林（厦门）净化科技有限公司	2,423.39	69.23%
	2	漳州康创净化材料有限公司	955.92	27.31%
	3	聪明空气（北京）科技有限公司	80.47	2.30%
	4	中山市上品环境净化技术有限公司	30.63	0.87%

年份	序号	供应商名称	金额	占该类采购额比例
	5	东莞市万恩环保科技有限公司	8.92	0.25%
		合计	3,499.33	99.96%
2019 年度	1	海森林（厦门）净化科技有限公司	1,113.57	72.03%
	2	漳州康创净化材料有限公司	253.58	16.40%
	3	聪明空气（北京）科技有限公司	80.19	5.19%
	4	中山市上品环境净化技术有限公司	52.64	3.40%
	5	佛山市顺德区阿波罗环保器材有限公司	46.10	2.98%
		合计	1,546.08	100.00%
2018 年度	1	海森林（厦门）净化科技有限公司	1,286.22	84.71%
	2	漳州康创净化材料有限公司	186.32	12.27%
	3	SHEPROS SDN. BHD.	24.41	1.61%
	4	佛山市顺德区阿波罗环保器材有限公司	18.94	1.25%
	5	中山市上品环境净化技术有限公司	2.40	0.16%
		合计	1,518.30	100.00%

报告期内公司滤材采购比较集中，主要向海森林（厦门）净化科技有限公司采购，主要原因为滤材为抛货，出于运输成本考虑就近向海森林（厦门）净化科技有限公司配套采购。

滤材为成熟产品，行业集中度低、竞争充分，可选择的供应商众多，发行人议价能力较高。

7) PCBA 板类

报告期内，PCBA 板类前五名供应商采购情况如下（单位：万元）：

年份	序号	供应商名称	金额	占该类采购额比例
2020 年度	1	厦门晶欣电子有限公司	2,338.53	73.21%
	2	厦门著赫电子科技有限公司	375.86	11.77%
	3	厦门鑫森海电子股份有限公司	268.95	8.42%
	4	广东吉宝电器科技有限公司	85.55	2.68%
	5	佛山市汉毅电子技术有限公司	48.33	1.51%
		合计	3,117.21	97.59%
2019 年度	1	厦门晶欣电子有限公司	1,248.22	79.14%
	2	厦门著赫电子科技有限公司	142.71	9.05%
	3	厦门鑫森海电子股份有限公司	111.68	7.08%
	4	厦门华联电子科技有限公司	30.48	1.93%
	5	漳州南靖万利达科技有限公司	20.45	1.30%
		合计	1,553.54	98.50%
2018 年度	1	厦门晶欣电子有限公司	1,669.68	94.13%
	2	厦门鑫森海电子股份有限公司	87.42	4.93%

年份	序号	供应商名称	金额	占该类采购额比例
	3	漳州南靖万利达科技有限公司	10.87	0.61%
	4	上海庆科信息技术有限公司	3.22	0.18%
	5	惠州三华工业有限公司	2.39	0.13%
		合计	1,773.58	99.99%

报告期内公司 PCBA 板采购比较集中，主要向厦门晶欣电子有限公司采购，主要原因为发行人健康产品业务起步起就一直和厦门晶欣电子有限公司合作。

PCBA 板为成熟产品，行业集中度低、竞争充分，可选择的供应商众多，发行人议价能力较高。

(七) 主要委托加工供应商的基本情况 & 采购金额；发行人的委托加工与同行业可比公司外协加工的区别与联系，会计处理是否存在差异，发行人委托加工比例低于同行业可比公司的原因。

1、报告期内前五名委托加工供应商情况及采购金额

报告期内，公司向前五名委托加工供应商的采购情况如下（单位：万元）：

年份	序号	委托加工供应商名称	主要加工类别	金额	占委托加工总额比重
2020 年度	1	厦门市旺达伟业工贸有限公司	注塑件喷漆	107.77	6.69%
	2	厦门市翔安区翔煜昌模具加工店	铣床	90.79	5.64%
	3	厦门金广盛模具有限公司	车床	64.15	3.98%
	4	厦门恒元茂工贸有限公司	CNC 开粗	57.62	3.58%
	5	厦门市翔安区岚希模具加工店	线切割	56.43	3.50%
			合计		376.76
2019 年度	1	厦门市集美区多纳多五金配件商行	注塑件铣切	120.93	9.04%
	2	聚力信/聚力盛	铣床	70.80	5.29%
	3	厦门市翔安区翔煜昌模具加工店	铣床	61.39	4.59%
	4	厦门金广盛模具有限公司	车床	58.60	4.38%
	5	厦门市翔安区岚希模具加工店	线切割	52.36	3.91%
			合计		364.08
2018 年度	1	厦门市集美区多纳多五金配件商行	注塑件铣切	99.85	7.95%
	2	厦门金广盛模具有限公司	车床	70.14	5.58%
	3	聚力信/聚力盛	铣床	62.50	4.97%
	4	福建新永发塑胶模具有限公司	注塑件电镀	44.77	3.56%
	5	厦门市旺达伟业工贸有限公司	注塑件喷漆	42.56	3.39%
			合计		319.82

注：聚力信/聚力盛包括厦门聚力信工贸有限公司、厦门聚力盛工贸有限公司，双方系同一实际控制人控制企业，故合并计算。

报告期内，前五大委托加工供应商基本情况如下：

序号	公司名称	成立时间	注册资本 (万元)	经营范围
1	厦门市旺达伟业工贸有限公司	2011年6月	100.00	加工、销售：塑胶制品、金属制品、电子元器件、五金制品、机械设备（不含特种设备）；2、销售：日用百货、化工产品（不含危险化学品及监控化学品）、建筑材料；3、经营各类商品和技术的进出口（不另附进出口商品目录），但国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外。
2	厦门市翔安区翔煜昌模具加工店	2014年7月	-	模具制造；其他未列明金属制品制造。
3	厦门金广盛模具有限公司	2016年9月	100.00	模具制造；其他非金属加工专用设备制造；机械零部件加工；其他金属加工机械制造；其他机械设备及电子产品批发；五金产品批发；金属及金属矿批发（不含危险化学品和监控化学品）；建材批发；其他未列明批发业（不含需经许可审批的经营项目）；五金零售；其他未列明零售业（不含需经许可审批的项目）。
4	厦门恒元茂工贸有限公司	2016年11月	100.00	模具制造；机械零部件加工；五金产品批发；五金零售；其他机械设备及电子产品批发；其他未列明批发业（不含需经许可审批的经营项目）；金属及金属矿批发（不含危险化学品和监控化学品）；建材批发；其他未列明零售业（不含需经许可审批的项目）。
5	厦门市翔安区岚希模具加工店	2013年5月	1.00	模具加工。
6	厦门市集美区多纳多五金配件商行	2012年9月	5,000.00	五金零售；五金产品批发；其他金属工具制造；机械零部件加工；其他未列明零售业（不含需经许可审批的项目）。
7	厦门聚力信工贸有限公司	2017年4月	30.00	模具制造；其他金属加工机械制造；金属制品修理；五金产品批发；电气设备批发；五金零售；经营各类商品和技术的进出口（不另附进出口商品目录），但国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外。
8	厦门聚力盛工贸有限公司	2015年1月	50.00	其他通用零部件制造；其他未列明金属制品制造；其他金属加工机械制造；金属制品修理；五金产品批发；电气设备批发；五金零售；经营各类商品和技术的进出口（不另附进出口商品目录），但国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外；模具制造。
9	福建新永发塑胶模具有限公司	2011年5月	3,000.00	模具设计与制造；塑胶成型；自动化专用设备设计与制造；电子产品生产；塑胶表面处理喷涂、真空镀。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

2、发行人的委托加工与同行业可比公司外协加工的区别与联系，会计处理是否存在差异

报告期内，发行人委托加工与同行业可比公司外协加工内容基本一致，会计处理与同行业可比公司会计处理一致，不存在重大差异。

3、发行人委托加工比例低于同行业可比公司的原因

报告期内，发行人委托加工比例低于同行业可比公司，主要原因有 1) 发行人设备较多，除热处理、表面处理等个别环节外，发行人拥有注塑模具及注塑件生产的各个环节设备；2) 公司十分注重提升生产过程中，特别是关键工序设备的精细化、自动化水平，并通过使用自主开发的 MES 系统，可根据订单和实际设备状况迅速地匹配产能、调整产量，从而减少订单数量和时间的错配；3) 公司下游客户群体主要为国际上知名企业或者大型企业，对产品质量

量、精度和稳定性要求高，委托加工质量相对不可控，一般情况下公司仅会将不影响质量的车床、铣床、CNC 开粗等粗加工环节委外，因此公司委托加工比例较低。

（八）会计师的核查与结论

1. 执行的核查程序

针对上述事项，我们履行了以下核查程序：

（1）取得发行人采购明细表，统计报告期各期主要原材料的采购价格；对采购部经理进行访谈，了解公司主要原材料用途与定制化程度；查阅公开市场中模具钢与塑料粒子的历史行情，了解价格波动情况；查阅海泰科、宁波方正、肇民科技披露的主要原材料采购单价；将公司主要原材料采购价格与公开市场报价与海泰科、宁波方正、肇民科技的单价进行对比，分析差异的原因；

（2）检查了客户指定采购的具体情况和占比，分析报告期内是否发生较大变化；获取客户指定采购供应商采购合同，了解该类原材料的定价依据，分析是否属于委托加工业务；

（3）检查了客户提供配件的金额和相关产品的销售金额，查阅了相关的会计处理；访谈公司销售负责人，了解提供配件用于生产产品客户及主要产品基本情况，和进行该等安排的原因；

（4）获取并分析发行人生产原材料清单、生产领料单、销售明细、电费明细，检查并分析产品的原材料消耗情况和单位耗电量情况；

（5）通过走访发行人供应商，了解前五大供应商收入金额；检查发行人前五大供应商采购金额占该类原材料采购金额的比例及占该供应商收入的比例；访谈采购负责人，了解前五大供应商采购金额占该类原材料采购金额的比例及占该供应商收入的比例较高的供应商可替代供应商数量及更换成本，分析是否存在发行人依赖单一供应商或供应商依赖发行人的情形；

（6）检查了报告期内各主要原材料的供应商数量和集中度，访谈采购负责人，了解供应商变动情况及供应商合作稳定性；查询各原材料市场情况，结合上游行业集中度、产品差异化程度等因素分析发行人对供应商的议价能力；

（7）获取了发行人委托加工明细，检查了委托加工加工的内容、金额以及占营业成本的比重；通过“国家企业信用信息公示系统”、天眼查等公开渠道查询了报告期内前五大委托加工厂商的情况；查阅同行业可比公司公开披露外协加工的情况，分析发行人委托加工与同行业可比公司外协加工的区别与联系、会计处理是否存在差异；通过访谈采购负责人，了解并分析发行人委托加工比例低于同行业可比公司的原因；

（8）报告期内，我们主要采用实地走访等形式对公司主要供应商进行了核查，实地查看了主要供应商的经营场所。此外，对各期主要供应商采购执行了函证程序，确认发行人与供应商之间的交易金额。报告期各期，走访和函证的情况如下（单位：万元）：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
采购金额	48,508.43	32,318.51	30,695.61
采购走访核查金额	36,535.68	24,667.55	23,668.88
采购走访核查比例	75.32%	76.33%	77.11%
采购发函金额	40,921.47	28,202.73	25,639.58
采购发函比例	84.36%	87.26%	83.53%
采购回函金额	38,112.29	27,142.83	24,517.89
采购回函比例	78.57%	83.99%	79.87%

注：采购金额包含外协加工费，采购金额的发函（回函）比例为发函（回函）金额/采购金额。

由上表可见，报告期内，供应商走访和函证回函比例较高。对供应商回函不符的差异原因进行核查，不存在异常情况；对于未回函的询证函，检查了对应的记账凭证、销售合同和银行回单等原始单据，并进行了期后回款等替代测试，不存在异常情况。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

（1）发行人塑料粒子与模具钢存在公开市场，采购单价与海泰科、宁波方正、肇民科技等注塑类申报企业相比存在差异的原因主要是采购原材料结构不同、模具产品大小不同、塑料粒子应用领域不同，需要定制不同性能的产品，发行人主要原材料采购价格合理，和公开市场报价基本一致；

（2）发行人按照指定品牌或供应商采购原材料，采用独立购销业务进行处理，不属于委托加工情形，是由发行人所处的产业特性决定，符合行业惯例及《首发业务若干问题解答》、《企业会计准则》的相关要求；

（3）发行人报告期内存在 2 例客户向其提供配件用于生产的情形，按照总额法确认收入，符合行业惯例及《首发业务若干问题解答》、《企业会计准则》的相关要求；

（4）报告期内注塑模具、注塑件和健康产品的单位原材料耗用量和单位耗电量合理，符合发行人所在行业和产品特性；

（5）报告期内不存在发行人依赖单一供应商或者供应商依赖发行人的情形；

（6）目前，模具钢原材料供应充足，公司根据客户的不同需求采购不同型号不同性能的模具钢，公司根据不同品牌的报价进行比价，选择合适的供应商进行采购，有一定的议价能力。报告期内，发行人模架供应商较为稳定，除尚硕隆集团为 2018 年新开发的供应商外，其余均为长期持续合作的供应商。公司模具产品通常为中小型模具，中小型模具模架技术相对成熟，行业集中度较低，公司根据模架报价自主选择供应商，议价能力高。报告期内，热流道类前五名供应商较为稳定，热流道行业集中度高，客户指定品牌进行采购，公司议价能力不高。发行人塑料粒子前五名供应商较为稳定，均为持续合作，无新增供应商。塑料粒子行业型号众多，可分为通用塑料、工程塑料等，通用塑料技术成熟且代理商众多，公司议价

能力较强；工程塑料技术难度较高，需要根据产品性能等需求进行定制化，公司议价能力较低；健康产品采购的电机、滤材、PCBA 板均为成熟产品，行业集中度低、市场竞争充分，可选择的供应商众多，公司议价能力较高；

(7) 发行人的委托加工与同行业可比公司外协加工无区别，会计处理不存在差异，发行人委托加工比例低于同行业可比公司主要是由于柔性化管理、生产效率高以及质量控制所导致的，原因合理；

综上，经核查，我们认为发行人采购价格具有公允性、采购交易具有真实性。

七、【审核意见 8. 关于毛利率】报告期各期发行人的注塑模具业务毛利率分别为 56.75%、49.18%、43.49%、43.10%，注塑产品毛利率分别为 41.64%、35.53%、39.59%、38.48%，健康产品毛利率为 26.75%、24.16%、21.82%和 25.32%。请发行人：（1）结合产品附加值及与客户的议价能力等因素，补充披露发行人注塑模具和注塑产品的毛利率均高于同行业平均水平的原因及合理性；（2）补充披露报告期各期健康产品中各类产品的毛利率情况，销售给 Lidl Hong Kong Limited 的玻璃清洁机的销售占比及毛利占比，该产品的材料成本上涨但单位售价未能上涨的原因，结合竞争者数量、供应商切换成本、工艺技术壁垒等因素分析发行人对客户的议价能力；（3）补充披露发行人的注塑模具和注塑件毛利率较高，但健康产品毛利率较低的原因及合理性；（4）按产品应用领域及构成披露各类产品毛利率情况，披露部分期间毛利率下滑的原因，因产品结构变化导致的请简要说明具体变化情况，结合下游行业竞争压力对发行人毛利率的传导机制分析发行人对供应商是否普遍缺乏议价能力，毛利率是否存在持续下滑风险；（5）补充披露当发行人对同一客户同时存在境内和境外销售时，同类产品的毛利率对比情况及存在差异的原因；（6）补充披露发行人在同一期间对不同客户销售同类产品的毛利率对比情况，是否存在对个别客户销售价格显失公允的情形。请保荐人和申报会计师发表明确意见。

回复：

（一）结合产品附加值及与客户的议价能力等因素，补充披露发行人注塑模具和注塑产品的毛利率均高于同行业平均水平的原因及合理性。

1、公司注塑模具毛利率高于同行业平均水平的原因及合理性

公司注塑模具业务毛利率与同行业可比公司比较情况如下：

公司名称	2019 年度	2018 年度
横河模具	30.71%	17.80%
上海亚虹	35.48%	37.41%
天龙股份	22.27%	22.22%
昌红科技	27.94%	32.98%
肇民科技	54.00%	57.54%

公司名称	2019 年度	2018 年度
算术平均值	34.08%	33.59%
公司	43.49%	49.18%

注 3：上表数据中同行业可比公司的数据主要为 wind 财务数据、年报数据和招股说明书等；由于同行业可比公司未披露 2020 年度数据，故未与同行业可比公司 2020 年度数据进行比较。

公司精密注塑模具的毛利率低于肇民科技，但是高于同行业平均值。公司精密注塑模具业务分布于汽车、电子、家居等领域，不同领域每套模具的体积、重量、生产工艺的复杂程度、耗用的材料与工时、交付时间等具有较大差异，相应的单位售价、单位成本和毛利率等有所差异。

1) 产品附加值

公司注塑件产品大多为电子、汽车等领域的功能部件，产品品质要求较高，对应模具的复杂程度和工艺难度也较高，为保证注塑件产品生产的一致性和稳定性，精密注塑模具的精度和质量至关重要，相应的产品附加值较高。

公司的客户对精密注塑模具的材质要求、加工精度、质量标准 and 及时交付能力等要求较高，客户通常在某个产品上仅选择一家供应商，开发一套模具，客户会综合考虑模具精度、开发难度和及时交付能力等后给予一定的技术溢价，特别对于工艺难度大、复杂程度高的模具产品，包含较高的附加值。

2) 客户的议价能力

公司注塑模具领域主要客户为汽车行业的均胜电子、施耐德博士集团、艾福迈集团等。

模具属于非标准定制化产品，该产品属性使发行人具有较强的客户粘性和议价能力。发行人的自身定位不仅仅是模具生产商，更是模具解决方案提供商，致力于为客户解决特殊应用中的特殊问题，因此发行人产品多具有专属性、唯一性。由于不同模具供应商对生产成本的控制存在差异，尽管下游客户对上游供应商的整体成本有一定的了解，但对单套模具的成本一般难以准确获知。

由于注塑模具是下游汽车零部件供应商进行规模化生产的基础，因此相对于采购成本，下游客户更加关注模具的产品质量、及时交付能力和服务能力等。下游汽车厂商对模具供应商和产品有严格的准入体系，一旦选定供应商，便会倾向于长期合作，呈现出较高的客户粘性。

2、公司注塑件毛利率高于同行业平均水平的原因及合理性：

公司名称	2019 年度	2018 年度
横河模具	18.95%	19.71%
上海亚虹	20.15%	21.07%
天龙股份	25.71%	25.58%
昌红科技	22.74%	21.55%

公司名称	2019 年度	2018 年度
肇民科技	39.39%	36.89%
算术平均值	25.39%	24.96%
本公司	39.59%	35.53%

注：上表数据中同行业可比公司的数据主要为 wind 财务数据、年报数据和招股说明书等；由于同行业可比公司未披露 2020 年度数据，故未比较。

公司注塑件产品的毛利率高于同行业平均值，但是接近于肇民科技。注塑模具的质量往往决定了注塑件以及终端成品的生产规模、技术和质量水平，公司凭借在精密注塑模具积累的较强的综合实力，可更好地满足客户对注塑件产品需求，具备向下游延伸的天然优势。

1) 产品附加值

公司产品结构具有“小批量、多品种”的特点，单个产品在电子、汽车、家居等领域中的用量相对较小，加之产品规格小，在产品中所占成本的比重相对较低，与汽车内外饰件、家用电器外观件等用量较大的注塑件具有较大区别。正因如此，公司需不断丰富自身产品品类，与客户保持紧密合作，持续开发新产品，以“多品种”的产品结构来弥补单个产品“小批量”的不足，进而保证自身整体利润水平。

同时，对客户而言，由于单个产品的批量较小，通常在考虑经济性的情况下，针对某个产品仅选择一家供应商，开发一套模具，但产品的重要性、品质和及时交付能力等要求较高，因此在产品报价合理的情况下，在认可公司产品质量的同时也给予一定的利润空间。

2) 客户的议价能力

发行人注塑件的主要客户为电子行业的盈趣科技、康普集团，家居行业的宜家集团、博格步集团、威卢克斯集团等。

公司注塑件产品主要通过报价单与客户确定价格，报价单通常包括原材料成本、加工费、其他费用、利润等要素。公司在考虑自身成本及市场竞争的情况下，向客户提供报价，并协商确定最终价格。由于公司客户主要为全球知名的电子、汽车和家居企业，具有较好的商业信誉，同时，公司产品多为核心功能部件，产品精度高、规格小，客户更加注重产品品质和及时交付能力等，并且与客户形成了长期稳定的合作关系，因此公司具有一定的议价能力。

(二) 补充披露报告期各期健康产品中各类产品的毛利率情况，销售给 Lidl Hong Kong Limited 的玻璃清洁机的销售占比及毛利占比，该产品的材料成本上涨但单位售价未能上涨的原因，结合竞争者数量、供应商切换成本、工艺技术壁垒等因素分析发行人对客户的议价能力。

报告期内，主要健康产品的销售毛利率情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
空气净化器	28.72%	26.00%	23.85%
玻璃清洁机	15.89%	6.81%	24.26%

Lidl Hong Kong Limited 的玻璃清洁机的收入占健康产品收入比例及毛利比例如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
收入占比	3.19%	20.11%	8.12%
毛利占比	1.34%	6.22%	9.00%

2019 年健康产品毛利率较低主要系销售给 Lidl Hong Kong Limited 的玻璃清洁机材料成本上涨而单位售价未能相应上涨所致。Lidl Hong Kong Limited 是发行人 2018 年新开发的客户，其集团母公司历德集团为德国大型连锁超市，拥有超过 10,000 家门店，终端销售量较大。2018 年发行人对其销售额为 1,012.57 万元，2019 年为 2,645.24 万元，处于快速增长的合作初期，一方面发行人为获得客户的认可，稳定客户合作关系，进一步增加玻璃清洁机的销量，另一方面希望以玻璃清洁机为契机，打开其他新品合作通路，因此发行人在玻璃清洁机成本上涨的情况下未相应上涨销售价格。

玻璃清洁机产品概念本身源自欧洲，历德集团在与发行人合作之前就一直从中国进口类似产品，每年的订单量大且稳定，对于中国小家电的厂商是很好的合作对象。玻璃清洁机产品为小家电产品，市场竞争较为激烈。玻璃清洁机系发行人为历德集团 ODM 生产，发行人拥有自主知识产权，对市场竞争者有一定的技术壁垒；同时，发行人在玻璃清洁机研发、设计和生产方面体现的专业技术能力、生产品质稳定、产品交付及时等，获得了历德集团的高度认可，建立了较为稳固的合作关系。

（三）补充披露发行人的注塑模具和注塑件毛利率较高，但健康产品毛利率较低的原因及合理性。

单位：万元

项目	注塑模具	注塑件	健康产品	合计	
2020 年度	收入	17,769.53	44,922.21	26,578.73	89,270.47
	成本	10,580.02	27,426.80	19,278.40	57,285.23
	毛利率	40.46%	38.95%	27.47%	35.83%
2019 年度	收入	18,301.09	37,498.69	13,156.34	68,956.12
	成本	10,342.12	22,652.26	10,285.32	43,279.70
	毛利率	43.49%	39.59%	21.82%	37.24%
2018 年度	收入	19,641.48	31,356.72	12,473.39	63,471.59
	成本	9,981.00	20,215.83	9,460.01	39,656.83
	毛利率	49.18%	35.53%	24.16%	37.52%

公司注塑模具和注塑件产品品质要求较高，产品附加值较高，而且与众多下游应用领域知名企业或大型企业客户建立了长期稳定的合作关系，积累了丰富的客户资源，因此毛利率较高。健康产品包含注塑和组装工序，其中附加值较高的注塑工序系公司的主要利润点，而外购配件的组装工序对该产品毛利额贡献较小。公司系承担注塑生产的注塑件提供商，与产

品有关的单价较高的非注塑配件（如电机、PCBA 板和滤材等）需要对外采购，并根据报价清单将配件成本包含在产品单价中销售给客户，单价较高的外购配件对单位成本贡献较大，对毛利率具有摊薄作用，使得该产品系列毛利率相对偏低。

发行人健康产品以空气净化器、玻璃清洁机为主，属于小家电市场领域。由于发行人在小家电市场领域起步较晚，自有品牌市场知名度较低且未建设终端销售渠道，因此仅能通过 ODM 或 OEM 方式为品牌商或渠道商代工，相对可获得的利润主要来自设计和生产环节，无法获得品牌或渠道溢价，整体附加值较低，因此发行人健康产品的毛利率较低。

（四）按产品应用领域及构成披露各类产品毛利率情况，披露部分期间毛利率下滑的原因，因产品结构变化导致的请简要说明具体变化情况，结合下游行业竞争压力对发行人毛利率的传导机制分析发行人对供应商是否普遍缺乏议价能力，毛利率是否存在持续下滑风险。

报告期内，公司各类产品收入按行业分类占同类产品比重如下：

项目	行业分类	2020 年度	2019 年度	2018 年度
注塑模具	电子系列	13.90%	7.90%	11.83%
	汽车系列	56.66%	73.06%	78.65%
	家居系列	7.99%	7.31%	2.56%
	其他	21.45%	11.73%	6.96%
	小计	100.00%	100.00%	100.00%
注塑件	电子系列	44.93%	39.18%	36.20%
	汽车系列	12.76%	19.44%	22.46%
	家居系列	25.20%	26.45%	27.29%
	其他	17.11%	14.92%	14.04%
	小计	100.00%	100.00%	100.00%
健康产品	家电系列	98.75%	98.56%	98.44%
	其他	1.25%	1.44%	1.56%
	小计	100.00%	100.00%	100.00%

1. 注塑模具毛利率分析

报告期内，发行人注塑模具分领域的毛利率情况如下：

行业分类	2020 年度	2019 年度	2018 年度
电子系列	33.88%	40.83%	31.52%
汽车系列	40.73%	45.88%	52.63%
家居系列	37.00%	24.80%	45.09%
其他	45.28%	42.01%	41.81%
注塑模具	40.46%	43.49%	49.18%

报告期内，精密注塑模具收入结构中，汽车系列的占比最高，分别为 78.65%、73.06%

和 56.66%，精密注塑模具毛利率下滑主要系汽车系列毛利下滑所致。

1) 电子系列精密注塑模具

报告期内，电子系列精密注塑模具毛利率分别为 31.52%、40.83%和 33.88%，其中 2018 年和 2020 年毛利率较低的主要原因系当年发行人为取得主要客户盈趣科技更多的注塑件批量订单，在模具价格方面给予一定优惠；2019 年毛利率较高的主要原因系注塑模具的策略性接单较少。

2) 汽车系列精密注塑模具

报告期内，汽车系列精密注塑模具毛利率分别为 52.63%、45.88%和 40.73%，毛利率逐年下滑的主要原因系：A、受下游汽车产业景气度下降、中美贸易摩擦以及新冠疫情等多重外在因素的影响，全球汽车整车销量下降，整车厂纷纷降价，为降低成本压力，将降价压力向上游供应商传递，压缩了模具供应商的利润空间；B、精密注塑模具系注塑件生产的核心工艺装备，均为定制化产品，其质量优劣直接影响注塑件产品品质，其毛利率水平与对应注塑件的复杂程度和工艺难度息息相关，2018 年开发了部分复杂程度高、工艺难度大的模具，从而 2018 年模具毛利率相对较高。

3) 家居系列精密注塑模具

报告期内，家居系列精密注塑模具毛利率分别为 45.09%、24.80%和 37.00%，其中 2019 年毛利率较低的主要原因系当年对主要客户博格步集团注塑模具的策略性接单较多。

2. 注塑件毛利率分析

报告期内，发行人注塑件分领域的毛利率情况如下：

行业分类	2020 年度	2019 年度	2018 年度
电子系列	39.66%	42.17%	38.42%
汽车系列	38.65%	35.96%	35.85%
家居系列	38.04%	35.25%	28.86%
其他	38.63%	45.23%	40.52%
注塑件	38.95%	39.59%	35.53%

报告期内，注塑件收入结构中，电子系列占比最高，分别为 36.20%、39.18%和 44.93%，电子系列产品主要客户为盈趣科技、康普集团等优质客户，对产品质量要求高，报告期内电子系列产品毛利率较高且波动较小，导致注塑件整体毛利率的波动也较小。

1) 电子系列注塑件

报告期内，电子系列注塑件毛利率分别为 38.42%、42.17%和 39.66%，其中 2018 年毛利率较低的主要原因系盈趣科技和康普集团产品结构发生变化等。

2) 汽车系列注塑件

报告期内，汽车系列注塑件毛利率分别为 35.85%、35.96%和 38.65%，其中 2018 年、2019

年毛利率较低的主要原因系受汽车行业竞争激烈影响和产品结构调整等。

3) 家居系列注塑件

报告期内，家居系列注塑件毛利率分别为 28.86%、35.25%和 38.04%，其中 2018 年毛利率较低的主要原因系客户博格步集团的产品结构和产品价格调整等。

3. 健康产品毛利率分析

行业分类	2020 年度	2019 年度	2018 年度
家电系列	27.27%	21.70%	23.89%
其他	40.67%	30.09%	40.99%
健康产品	27.47%	21.82%	24.16%

报告期内，健康家电产品毛利率为 23.89%、21.70%和 27.27%，其中 2019 年毛利率较低主要系销售给历德集团的玻璃清洁机材料成本上涨而单位售价未能相应上涨所致。

4. 结合下游行业竞争压力对发行人毛利率的传导机制分析发行人对供应商是否普遍缺乏议价能力，毛利率是否存在持续下滑风险；

1) 注塑模具

报告期内，发行人精密注塑模具毛利率分别为 49.18%、43.49%和 40.46%，整体呈下滑趋势，主要原因为汽车领域注塑模具毛利率下滑。

近年来，受汽车行业景气度下降、中美贸易摩擦、新冠疫情等多重因素叠加影响，发行人汽车领域注塑模具毛利率下滑。但从长远来看，汽车产业始终是世界主要经济体的支柱性产业，汽车产业的带动能力及辐射能力在国民经济生活中的地位无法撼动；注塑模具是汽车行业规模化生产重要的工艺装备之一，且技术和质量要求高、认证体系复杂，附加值仍较高。发行人与均胜电子、艾福迈集团、施耐德博士集团等主要汽车领域客户保持着长期稳定的合作关系，技术实力、生产能力已得到客户的认可，对客户具有一定的议价能力，在汽车工业市场未出现重大不利变化的情形下，其订单具备可预见的连续性和持续性。

发行人注塑模具上游主要为模具钢、模架、热流道等供应商，市场化程度较高，且发行人采购规模较大，因此除了对行业集中度高的热流道原材料供应商议价能力有限外，发行人对上游供应商具有一定的议价能力，能将下游客户部分降价压力传导给上游供应商。

综上，发行人精密注塑模具毛利率持续下滑的风险较小。

2) 注塑件

报告期内，发行人注塑件毛利率分别为 35.53%、39.59%和 38.95%，整体保持平稳。2018 年注塑件毛利率较低的主要原因包括两方面，一方面为汽车领域降成本需求，另一方面为电子、家居领域的产品结构变化。目前，汽车领域降成本已基本到位，电子、家居领域的产品结构变化较小。

由于塑料粒子等原材料占注塑件生产成本的比重较高，发行人紧盯塑料粒子的公开市场

价格，依据塑料粒子价格加成定价向客户报价，下游产品售价与上游原材料价格关联紧密，上下游的价格传导机制顺畅。

综上，发行人注塑件毛利率持续下滑的风险较小。

3) 健康产品

报告期内，发行人健康产品毛利率分别为 24.16%、21.82%和 27.47%，毛利率整体稳定，略有波动，主要原因为产品结构及 2019 年向历德集团策略性销售玻璃清洁机所致。

发行人健康产品上下游市场化程度均较高，价格传导机制较为顺畅。发行人拥有较强的健康产品研发设计能力、制造经验，且可借助“模塑一体化”模式大大削减产品塑料结构件的研发和生产周期，从而加速健康家电产品投放市场的速度，使客户在健康家电新品类加速迭代创新中占得市场先机，从而不断增强与下游客户合作粘性，具有一定的议价能力。同时，由于规模化生产，塑料粒子、电机、PCBA 板、滤材等采购量大，对上游供应商同样具有一定的议价能力。综上，发行人健康产品毛利率持续下滑的风险较小。

(五) 补充披露当发行人对同一客户同时存在境内和境外销售时，同类产品的毛利率对比情况及存在差异的原因。

报告期内，公司大量客户存在同一客户同时境内和境外销售同类产品的情况，主要原因为公司客户多为跨国企业，其供应链布局遍布全球各地。

1. 注塑模具产品

报告期内，同一客户境内和境外销售的注塑模具产品毛利率因模具产品本身的体积、重量、生产工艺的复杂程度、耗用的材料与工时等具有较大差异，以及运费、汇率变动、售后服务等不同，导致境内和境外毛利率的不同。整体而言境外毛利率会高于境内毛利率，主要原因为境外销售的沟通、服务成本较高和要求的模具工艺复杂程度更高等。

2. 注塑件产品

报告期内，同一客户境内和境外销售的注塑产品毛利率因产品的品类、规格、型号较多，且销售批量不一，加之汇率变动的影响而存在差异。

3. 健康产品

报告期各期，健康产品不存在境内和境外收入均超过 50 万元的客户情况。

(六) 补充披露发行人在同一期间对不同客户销售同类产品的毛利率对比情况，是否存在对个别客户销售价格显失公允的情形。

同一期间对不同客户销售同类产品的毛利率对比情况

1、注塑模具产品

发行人主要产品注塑模具为非标定制化产品，不同客户对模具的形状、结构、性能等技术指标的要求均存在较大差异，导致产品设计结构、加工工序、加工时间各不相同，每套模

具有唯一性，是各个主要客户注塑模具毛利率差异的主要原因。同时，由于各个主要客户所处的行业细分不同、市场地位不同，以及是否带动后续注塑件业务及带动的业务量差异，会促使发行人采取不同的销售定价策略，对各个主要客户的注塑模具毛利率也会产生不同的影响。

2、注塑件产品

报告期内，公司注塑件的主要产品为电子系列、汽车系列和家居系列，各系列主要客户之间毛利率存在一定差异，主要原因为：A、客户产品种类众多，同一客户产品中存在较多不同型号产品，报告期内公司注塑件产品型号超过 6,500 个，呈现典型的“小批量、多品种”的产品特点；B、公司注塑件产品主要通过报价单与客户确定价格，报价单通常包括原材料成本、加工费、包装费、运费、税费、其他费用、利润等要素，报价的时候还会综合考虑产品类型、需求量、起定量、生产周期、交期、生命周期、原料损耗、产品重量、穴数、机器吨位等因素对报价进行调整，报价影响因素较多，造成客户之间的毛利率也会差异。

3、健康产品

报告期内，公司健康产品的主要产品为空气净化器和玻璃清洁机，多数为根据客户要求 ODM 或 OEM 生产，不同客户的品类、规格、型号之间差别较大，导致同一期间对不同客户销售同类产品的平均单价、平均单位成本和毛利率产生波动。

（七）会计师的核查与结论

1. 执行的核查程序

针对上述事项，我们履行了以下核查程序：

（1）获取公司销售毛利表，复核报告期内公司模具、注塑产品、健康产品毛利率及内外销毛利率变动情况；

（2）对发行人销售负责人进行访谈，了解主要产品功能、性能及竞争优势、定价策略、产品更新迭代情况、产品用途、客户差异等情况，分析产品毛利率较高的原因。

（3）检查发行人向主要客户销售产品合同、订单及定价模式，复核发行人向主要客户销售的产品种类及各类产品销售订单、数量、单价及毛利率，分析各类产品销售数量、单价及毛利率变动原因及合理性；

（4）分析报告期内各主要产品单价变动的合理性，结合直接材料、直接人工和制造费用占营业成本的比重变动情况以及主要原辅料采购价格的波动情况等分析各主要产品单位成本变动的合理性；

（5）结合同行业毛利率水平和公司产品销售价格及产品成本的波动，分析毛利率波动是否合理。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

(1) 基于发行人的产品附加值高和客户的议价能力较强，发行人注塑模具和注塑产品的毛利率均高于同行业平均水平的原因具有合理性；

(2) 玻璃清洁机产品为小家电产品，市场竞争较为激烈，玻璃清洁机供应商的下游客户议价能力较强，供应商切换成本较低，但发行人拥有自主知识产权，对市场竞争者有一定的技术壁垒，在玻璃清洁机研发、设计和生产方面体现的专业技术能力、生产品质稳定、产品交付及时等，获得了历德集团的高度认可，建立了较为稳固的合作关系；

(3) 从产品生产模式与市场发展阶段等来看，健康产品可获得的利润主要来自设计和生产环节，无法获得品牌或渠道溢价，整体附加值较低，故发行人的注塑模具和注塑件毛利率较高，但健康产品毛利率较低的原因具有合理性；

(4) 发行人对供应商的议价能力较强，发行人注塑模具毛利率持续下滑的风险较小；

(5) 同一客户境内和境外销售的注塑模具产品毛利率因模具产品本身的体积、重量、生产工艺的复杂程度、耗用的材料与工时等具有较大差异，以及运费、汇率变动、售后服务等不同，导致境内和境外毛利率的不同；同一客户境内和境外销售的产品毛利率因产品的品类、规格、型号较多，且销售批量不一，加之汇率变动、售后服务的影响而存在差异；同一客户境内和境外销售的健康产品毛利率差异主要系产品型号不同所致；

(6) 发行人在同一期间对不同客户销售同类产品的毛利率因产品种类、技术指标、报价方式、经营战略等不同而存在差异，产品价格都是双方协商的结果，不存在对个别客户销售价格显失公允的情况。

八、【审核意见 9. 关于期间费用】申报文件显示，2017 年至 2019 年发行人计提的股份支付费用分别为 5,605.78 万元、5,760.29 万元和 800.22 万元。销售费用主要包括职工薪酬、运杂费、售后服务费等，其中报告期各期运杂费的金额分别为 699.88 万元、657.35 万元、680.74 万元、91.44 万元。请发行人补充披露：（1）计算股份支付费用时 2017 年和 2019 年股票公允价值的确定依据，2017 年至 2019 年各年度构成股份支付的股份数量计算依据及计算过程，股份支付费用的计算是否符合《企业会计准则》及《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》的相关规定；（2）报告期各期销售收入逐年增加但运杂费在 2018 年和 2020 年上半年下降的原因及合理性，运杂费与发货数量/重量等是否匹配；（3）2020 年 1-6 月销售费用率大幅下降的原因及合理性，报告期各期出货包装物费用与出货量是否存在勾稽关系，2020 年 1-6 月出货包装物费用下降是否合理；（4）研发费用构成与同行业公司的对比情况，研发费用率低于同行业公司的原因；（5）报告期各期销售人员、管理人员、研发人员的人员数量及平均薪酬，销售人员、管理人员、研发人员占员工人数的比例及平均薪酬与同行业公司的对比情况，如存在较大差异，请披露原因。请保荐人和申报会计师发表明确意见。

回复：

(一)计算股份支付费用时 2017 年和 2019 年股票公允价值的确定依据,2017 年至 2019 年各年度构成股份支付的股份数量计算依据及计算过程,股份支付费用的计算是否符合《企业会计准则》及《首发业务若干问题解答(2020 年 6 月修订)》的相关规定。

1. 计算股份支付费用时股票公允价值的确定依据

报告期内,2018 年 12 月及 2019 年 7 月员工持股平台等股东以低于公允价值的价格增资入股,以及 2020 年 10 月公司控股股东、实际控制人庄辉阳以低于公允价值的价格转让其持有的克比合伙出资份额给公司员工,均构成股份支付。

由于发行人为非公众公司,不存在公开活跃的股份转让市场,无法取得活跃的股份市场价格,并且在 2019 年以前公司均无外部投资者入股情况,根据《企业会计准则第 39 号—公允价值计量》及其应用指南的相关规定,公司在确定发行人股权的公允价值时,应按以下三个层次顺序参考:①公司股份价值有活跃市场的,参考活跃市场价格;②公司股份价值无活跃市场的,可参考最近一次外部投资者入股价格;③无外部投资者入股价格的,应采取合理估值方法确定。

发行人股权的公允价值采取合理估值方法等确定。

A、2018 年股票公允价值

发行人采用收益法中的企业自由现金流折现模型对其 2018 年 12 月 31 日的股权价值进行估值,发行人全部股权公允价值为 108,163.62 万元,以 2018 年末股份数量计算每股公允价值为 12.32 元,折合市盈率(股权公允价值/扣除非经常性损益后的归属于发行人的净利润)12.85 倍。

B、2019 年股票公允价值

由于 2019 年 7 月发生股份支付时上述评估报告尚在有效期内,因此 2019 年 7 月的每股公允价值直接采用 12.32 元/股,2019 年的市盈率(2019 年每股公允价值*期末股份数量/2019 年扣除非经常性损益后的归属于发行人的净利润)为 11.38 倍。

C、2020 年股票公允价值

2018 年 12 月、2019 年 7 月员工持股平台增资入股和 2020 年 1 月外部投资者增资入股对应的每股公允价值/入股价格及相应市盈率情况如下：

项目	2020 年 1 月	2019 年 7 月	2018 年 12 月
每股公允价值/入股价格 (元/股)	12.33	12.32	12.32
价格类型	外部投资者入股价格	评估值/每股公允价值	评估值/每股公允价值
市盈率	8.48	11.38	12.85

注：市盈率=每股公允价值*期末股份数量/当年扣除非经常性损益后的归属于母公司所有者的净利润。

发行人在确定 2020 年 10 月股份支付公允价值时,综合考虑 2018 年 12 月、2019 年 7

月员工持股平台增资入股的每股公允价值及相应市盈率，2020年1月外部投资者增资入股价格及相应市盈率，以及最近三年业绩成长、净资产增值等情况，基于重要性原则和谨慎性原则，采用孰高的原则计算确定股份支付股票公允价值，即采用三年中最高的市盈率倍数—12.85倍计算得到2020年10月股份支付的每股公允价值为18.68元/股（当年扣除非经常性损益后的归属于母公司股东的净利润/期末股份数量*市盈率倍数）。

2. 报告期各年度构成股份支付的股份数量计算依据及计算过程

根据《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》：“对于为发行人提供服务的实际控制人/老股东以低于股份公允价值价格增资入股事宜，如果根据增资协议，并非所有股东均有权按各自原持股比例获得新增股份，对于实际控制人/老股东超过其原持股比例而获得的新增股份，应属于股份支付；……。对于实际控制人/老股东原持股比例，应按照相关股东直接持有与穿透控股平台后间接持有的股份比例合并计算。”报告期内，各年度构成股份支付的股份数量计算依据及计算过程如下：

1) 2018年股份支付计算过程：

2018年12月第八次增资	增资前注册资本 (万股)	本次增加注册资 本(万股)	按原持股比例计 算可增加的注册 资本(万股)	超过其原持股比例 而获得的新增注册 资本(万股)
实际控制人庄辉阳、王燕夫妇	5,690.00			
厦门市科普特投资合伙企业(有限合伙)	1,500.00	146.30	1.86	144.44
厦门领唯创富管理咨询合伙企业(有限合伙)	686.00			
厦门立唯昇管理咨询合伙企业(有限合伙)		110.00		110.00
上海克比管理咨询合伙企业(有限合伙)		40.00	18.70	21.30
其他自然人股东	155.00	450.70	12.65	438.05
合计	8,031.00	747.00	33.21	713.79

注：上海克比管理咨询合伙企业(有限合伙)本期新增40.00万股，其中包含实际控制人庄辉阳18.70万股，按照相关规定属于按原持股比例计算可增加的注册资本。

如上表，2018年新增注册资本747万股，均为4.25元/股，按照计算，当年应确认股份支付金额=713.79*(12.32-4.25)=5,760.29万元。

2) 2019年股份支付计算过程：

2019年7月第九次增资	增资前注册资本 (万股)	本次增加注册资 本(万股)	按原持股比例计 算可增加的注册 资本(万股)	超过其原持股比例 而获得的新增注册 资本(万股)
实际控制人庄辉阳、王燕夫妇	5,690.00			
厦门市科普特投资合伙企业(有限合伙)	1,646.30	41.60	0.52	41.08
厦门领唯创富管理咨询合伙企业(有限合伙)	686.00			

2019年7月第九次增资	增资前注册资本 (万股)	本次增加注册资 本(万股)	按原持股比例计 算可增加的注册 资本(万股)	超过其原持股比例 而获得的新增注册 资本(万股)
厦门立唯昇管理咨询合 伙企业(有限合伙)	110.00	4.70	0.03	4.67
上海克比管理咨询合 伙企业(有限合伙)	40.00			
其他自然人股东	605.70	55.70	2.29	53.41
合计	8,778.00	102.00	2.84	99.16

如上表：2019年新增注册资本102万股，均为4.25元/股，按照计算，当年应确认股份支付金额=99.16*(12.32-4.25)=800.22万元。

3) 2020年股份支付计算过程：

实际控制人庄辉阳转让其持有的克比合伙出资份额至公司员工，折合唯科模塑股权合计18万股，转让价格为7.09元/股，按照计算，当年应确认股份支付金额=18*(18.68-7.09)=208.67万元。

3. 股份支付费用的计算是否符合《企业会计准则》及《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》的相关规定

依据《企业会计准则第11号—股份支付》“股份支付，是指企业为获取职工和其他方提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定的负债的交易。……。以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，应当以授予职工权益工具的公允价值计量。授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，应当在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积。”

报告期内，公司股权激励事项属于授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，由于没有明确约定服务期，根据准则要求，发行人在授予日按照权益工具的公允价值一次性计入管理费用，相应增加资本公积。会计分录如下：

借：管理费用——股份支付
 贷：资本公积——股本溢价

2018年至2020年，公司确认股份支付金额分别为5,760.29万元、800.22万元和208.67万元，均采用一次性计入当期损益，主要原因系：

A、公司实施上述股权激励的目的，主要是奖励给在公司执业多年或过往对公司存在较大贡献的员工并鼓励长期执业，激励股权已办理工商变更并登记至相应员工名下；

B、合伙协议约定的限售期条款，并不要求获取股权激励的员工在未来限售期内继续为本企业服务或者达到业绩条件，即服务期限的不确定性使得股份支付之后的限售期成为非可行权条件。

综上，报告期内公司实施股权激励行为，主要是奖励给在公司执业多年或过往对公司存在较大贡献的员工，不存在包括明确服务期限或业绩条件的限制性条件，属于授予后立即可

行权的以权益结算的股份支付，在授予日按照权益工具的公允价值一次性计入当期损益，符合《企业会计准则》及《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》的相关规定。

（二）报告期各期销售收入逐年增加但运杂费在 2018 年和 2020 年上半年下降的原因及合理性，运杂费与发货数量/重量等是否匹配。

报告期内，公司运杂费分别为 657.35 万元、680.74 万元和 822.69 万元（含重分类至营业成本-运杂费 671.58 万元），占销售费用（含重分类至营业成本的运杂费）的比例分别为 25.53%、23.06%和 28.65%，占营业收入的比例分别为 1.02%、0.97%和 0.90%。报告期内公司运杂费占营业收入的比例逐年下滑，主要原因如下：

1) 公司出于成本考虑，逐步增加使用自用货车配送的比重，对于目的地与公司同一城市或者周边城市的客户配送地，尽量采用自有货车配送的方式，在运力不足时再聘请第三方物流配送；

报告期内，公司与子公司上海克比的货车运力信息如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
货车数量（辆）	6	6	5
油费（万元）	31.38	32.00	18.27
行驶里程（公里）	284,613.00	238,920.00	170,194.00

注：2020 年行驶里程较 2019 年增加但油费减少，主要原因为 2020 年国内成品油价格较 2019 年下降所致。

2) 存放于发行人处用于生产注塑件的模具收入逐年增长，报告期内分别为 1,946.43 万元、2,953.58 万元和 4,538.05 万元，该等收入不会产生运杂费；

3) 宜家集团注塑件采用客户自提的方式，公司仅协助出口报关，报告期内注塑件收入金额分别为 897.61 万元、2,013.00 万元和 2,534.72 万元，报告期内收入逐年增加而几乎无运杂费；

4) 公司采用按趟结算的方式，集中管理同一城市或周边城市的公司客户物流运输，节省费用。

（三）2020 年 1-6 月销售费用率大幅下降的原因及合理性，报告期各期出货包装物费用与出货量是否存在勾稽关系，2020 年 1-6 月出货包装物费用下降是否合理。

报告期内，销售费用分别为 2,574.57 万元、2,952.66 万元和 2,200.34 万元，销售费用占当期营业收入的比例分别为 4.01%、4.22%和 2.42%。2019 年销售费用较 2018 年增长 14.69%，主要系公司收入规模扩大所致。2020 年销售费用大幅减少，主要原因系：①职工薪酬减少，2020 年营销中心精简部分人员，职工薪酬相应减少；②运杂费减少，主要系根据财政部 2017 年 7 月 5 日关于修订印发《企业会计准则第 14 号—收入》（以下简称新收入准则）{财会[2017]22 号}的要求，公司自 2020 年 1 月 1 日起开始执行新收入准则，将原计入销售费用的运输费、港杂费等应计入营业成本的费用重分类至营业成本；③广告宣传费减少，

受新冠肺炎疫情影响，2020 年发行人停止了国内外的参展活动，参展费等费用减少；④办公费用等下降，受新冠肺炎疫情影响，客户来访减少，业务招待费等费用减少；⑤出货包装物、售后服务费略有增加，主要原因系销售规模扩大。

1) 运杂费

详见本反馈回复第 9 题第二问。

2) 出货包装物

发行人出货包装物主要为注塑件等产品发货使用的周转框、隔板、吸塑盒、纸箱等可重复使用的周转包材。会计核算上，出货包装物领用时采用一次转销法核算，一次性计入费用。

报告期内，发行人出货包装物费用明细及与注塑件销量匹配情况如下（单位：万元）：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
周转框	78.88	61.25	84.49
隔板	52.15	81.41	72.83
吸塑盒	82.83	52.06	29.43
纸箱类	88.41	61.08	41.94
其他	44.01	53.17	50.66
合计	346.28	308.97	279.35
其中：用于注塑件产品	311.61	303.60	273.41
注塑件销售量（万件）	53,643.87	43,187.87	33,994.75
单位成本（元/件）	0.0058	0.0070	0.0080

2018-2019 年，发行人注塑件出货包装物单位成本波动较小，较为稳定；2020 年，由于发行人加大了对周转框、隔板等包材的回收利用，导致单位成本相应下降。

（四）研发费用构成与同行业公司的对比情况，研发费用率低于同行业公司的原因。

报告期内，公司研发费用构成明细与同行业可比公司的对比情况如下

可比公司	项目明细	2019 年度	2018 年度
横河模具	职工薪酬	54.79%	54.89%
	直接投入	29.62%	31.45%
	折旧与摊销	6.60%	8.45%
	其他	9.00%	5.20%
	合计	100.00%	100.00%
上海亚虹	职工薪酬	75.16%	59.91%
	直接投入	13.96%	32.90%
	折旧与摊销	8.62%	5.26%
	其他	2.26%	1.94%
	合计	100.00%	100.00%
天龙股份	职工薪酬	59.19%	64.14%

可比公司	项目明细	2019 年度	2018 年度
	直接投入	26.65%	22.48%
	折旧与摊销	0.00%	0.00%
	其他	14.16%	13.38%
	合计	100.00%	100.00%
昌红科技	职工薪酬	60.16%	60.17%
	直接投入	17.00%	18.19%
	折旧与摊销	17.37%	17.69%
	其他	5.47%	3.96%
	合计	100.00%	100.00%
肇民科技	职工薪酬	60.98%	55.42%
	直接投入	22.96%	21.68%
	折旧与摊销	13.97%	21.19%
	其他	2.10%	1.70%
	合计	100.00%	100.00%
可比公司均值	职工薪酬	62.05%	58.91%
	直接投入	22.04%	25.34%
	折旧与摊销	9.31%	10.52%
	其他	6.60%	5.24%
	合计	100.00%	100.00%
公司	职工薪酬	71.70%	74.54%
	直接投入	14.88%	9.51%
	折旧与摊销	7.02%	7.47%
	其他	6.39%	8.48%
	合计	100.00%	100.00%

注：上表数据中同行业可比公司的数据主要为年报数据和招股说明书等；由于同行业可比公司未披露 2020 年度数据，故未比较；天龙股份年报未披露折旧摊销费明细，视为 0 元处理；上海亚虹“专门用于研发活动的仪器、设备、房屋折旧费、租赁费、运行维护维修费用、调整校验费”视为折旧摊销费用处理。

1. 直接投入偏低的原因及合理性

公司侧重于在精密注塑模具设计、加工和装配、注塑成型、健康产品设计等方面进行研发，在产品的设计开发阶段引进了目标成本并对研发成本进行控制，优化产品结构、工艺，在试模阶段严格控制各种物料的损耗。同时，公司严格按照(国家税务总局公告 2017 年第 40 号)文的要求执行：对于企业研发活动直接形成产品或作为组成部分形成的产品对外销售的，研发费用中对应的材料费用应冲减当年的研发费用，不足冲减的，结转以后年度继续冲减。报告期内，冲减直接投入金额 141.81 万元、247.78 万元和 231.48 万元。所以，报告期内，公司的直接投入占比低于同行业可比公司均值。

2. 折旧与摊销费用偏低的原因及合理性

研发设备占比低的主要原因系公司为非上市公司，资金实力相对有限，有限的资金需要兼顾研发和生产的平衡，但随着公司盈利能力的提升，公司将不断增加研发设备投入。

报告期内，公司研发费用率与可比公司均值接近。2018 年研发费用率略低于同行业可比公司，主要系公司的直接投入和折旧摊销费用低于同行业可比公司所致。

(五) 报告期各期销售人员、管理人员、研发人员的人员数量及平均薪酬，销售人员、管理人员、研发人员占员工人数的比例及平均薪酬与同行业公司的对比情况，如存在较大差异，请披露原因。

1. 报告期各期销售人员、管理人员、研发人员的人员数量及平均薪酬，销售人员、管理人员、研发人员占员工人数的比例如下（单位：万元）：

人员分类	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	人数	占员工人数比	平均薪酬	人数	占员工人数比	平均薪酬	人数	占员工人数比	平均薪酬
销售人员	60	3.10%	14.43	66	3.88%	14.73	61	3.74%	13.72
管理人员	304	15.69%	13.82	279	16.41%	13.56	301	18.44%	12.51
研发人员	213	10.99%	11.17	228	13.41%	10.66	187	11.46%	10.3
合计	577	29.77%	12.91	573	33.70%	12.54	549	33.64%	11.89

注：人数为月度平均人数。

随着发行人经营规模扩大，部门结构逐渐完善，报告期内发行人销售人员和管理人员有所增加。研发人员数量增加较多的主要原因系为适应企业产能增加、提升企业研发能力的需要，公司增加了研发储备人员，加大研发投入。2018-2020 年，发行人员工平均薪酬水平逐年提高。

2. 销售人员、管理人员、研发人员平均薪酬与同行业公司的对比情况如下（单位：万元）：

项目	可比公司	2019 年度	2018 年度
销售人员	横河模具	9.66	13.77
	上海亚虹	10.07	8.17
	天龙股份	20.83	18.93
	昌红科技	16.92	13.18
	肇民科技	22.16	22.99
	平均值	15.93	15.41
	发行人	14.73	13.72
管理人员	横河模具	15.59	12.77
	上海亚虹	19.72	21.38
	天龙股份	14.84	13.02
	昌红科技	18.59	17.83
	肇民科技	23.57	未披露

项目	可比公司	2019 年度	2018 年度
	平均值	18.46	16.25
	发行人	13.56	12.51
研发人员	横河模具	4.82	4.13
	上海亚虹	14.40	13.53
	天龙股份	6.24	6.29
	昌红科技	4.74	4.75
	肇民科技	27.08	23.80
	平均值	11.46	10.50
	发行人	10.66	10.30

注：横河模具、上海亚虹、天龙股份和昌红科技平均薪酬为销售费用、管理费用、研发费用中的人员薪酬除以各类人员期末人数；肇民科技 2019 年管理费用人员、2020 年度销售费用、管理费用和研发费用人员平均薪酬为当期人员薪酬除以期末人数，其他的取自招股说明书及反馈回复；由于同行业可比公司未披露 2020 年度平均薪酬数据，故仅比较 2018 年与 2019 年的数据。

报告期内发行人销售人员、管理人员和研发人员平均薪酬水平较同行业公司低，主要是因为公司所在地区的工资水平和各个公司的薪酬体系不同。

3. 销售人员、管理人员、研发人员平均薪酬与厦门地区制造业近期 IPO 公司的对比情况如下：

项目	公司名称	2019 年度	2018 年度
销售费用	固克节能	13.55	12.04
	狄耐克	17.69	14.46
	东亚机械	未披露	未披露
	国安达	15.93	14.70
	力鼎光电	10.23	9.14
	平均值	14.35	12.58
	发行人	14.73	13.72
管理费用	固克节能	13.05	12.18
	狄耐克	未披露	未披露
	东亚机械	18.89	15.34
	国安达	18.07	15.64
	力鼎光电	7.91	6.89
	平均值	14.48	12.51
	发行人	13.56	12.51
研发费用	固克节能	9.96	9.60
	狄耐克	未披露	未披露
	东亚机械	16.56	15.59
	国安达	12.46	12.49
	力鼎光电	7.37	7.28
	平均值	11.59	11.24
	发行人	10.66	10.30

注：选取的厦门地区制造业部分近期 IPO 公司的平均薪酬数据来源于其披露的招股说明书；由于上述公司未披露 2020 年度平均薪酬数据，故仅比较 2018 年与 2019 年的数据。

报告期内发行人销售人员、管理人员和研发人员平均薪酬水平与选取的厦门地区制造业近期 IPO 公司较为接近，无重大差异。

（六）会计师的核查与结论

1. 执行的核查程序

针对上述事项，我们履行了以下核查程序：

（1）查阅发行人增资的股东会决议、员工股权激励计划、增资的验资报告及工商档案等文件；执行分析性复核、重新计算等程序，测算股权激励的公允价值以及股份支付费用金额；查阅同期可比案例公开交易信息，计算和比较发行人股份支付权益工具公允价值与同期可比案例估值；检查股份支付费用的账务处理是否符合《企业会计准则》及《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》的相关规定；

（2）访谈财务和业务相关人员，核实报告期各期销售收入逐年增加但运杂费在 2018 年和 2020 年上半年下降的原因；获取公司发货清单及运费台账，检查运输数量、发货数量的真实性、完整性，将运费变动与收入进行配比分析；

（3）对公司相关人员进行访谈，了解公司销售费用率大幅下降的原因；查阅同期可比公司公开披露文件，比较销售费用率，分析合理性；此外，检查发行人出货包装物费用、出货量的真实性、完整性，将出货包装物费用和出货量进行配比分析；

（4）测算发行人研发费用率；查询同行业可比公司公开披露文件，获取有关期间费用数据，分析其研发费用率与发行人是否存在差异，以及存在差异的原因；

（5）获取发行人报告期内各期销售人员、管理人员、研发人员的员工花名册及薪酬资料，并从同行业可比公司的披露文件中提取相关信息进行比对。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

（1）发行人 2019 年和 2020 年股权激励公允价值的确定依据合理，与同期可比案例估值不存在重大差异；股份支付金额的计算方法、依据及计算过程和会计处理符合《企业会计准则》及《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》的相关规定；

（2）发行人报告期各期销售收入逐年增加但运杂费在 2018 年和 2020 年上半年下降的主要原因系发行人逐步增加使用自用货车进行配送和邮寄样品运费影响等，原因具有合理性，运杂费与发货数量/重量等匹配；

（3）发行人 2020 年销售费用率大幅下降的主要原因系新冠疫情影响及报表重分类等，原因具有合理性；发行人报告期各期出货包装物费用与出货量存在勾稽关系，变动原因具有合理性；

（4）发行人研发费用率与可比公司均值接近。2018 年和 2020 年研发费用率略低于同

行业可比公司，主要系公司的直接投入和折旧摊销费用低于同行业可比公司所致；

(5) 发行人报告期内发行人销售人员、管理人员平均薪酬水平较同行业公司低，主要是因为公司所在地区的工资水平和各个公司的薪酬体系不同。研发人员平均薪酬与同行业可比公司不存在较大差异，相对比较接近。

九、【审核意见 10. 关于应收账款】申报材料显示，报告期各期发行人的应收账款余额分别为 13,099.72 万元、18,445.58 万元、18,400.22 万元、16,501.54 万元。请发行人补充披露：（1）报告期各期单项计提坏账准备和按信用风险组合计提坏账准备的应收账款余额及坏账准备计提比例，如存在单项计提坏账准备的应收账款，披露相关应收账款形成原因、账龄、坏账准备计提比例确定依据及是否充分；（2）一年以内应收账款坏账准备计提比例的确定依据，结合历史坏账率分析坏账准备计提比例的充分性，测算如按 5%对一年以内应收账款计提坏账准备，对各期资产负债表和利润表的影响；（3）发行人给予主要客户的信用政策和结算政策，在报告期内是否发生较大变化，是否存在放宽信用政策以刺激销售的情形；（4）报告期各期应收账款逾期情况，包括逾期金额、逾期比例、逾期账款期后回款情况、主要逾期客户及相关客户经营情况是否存在不利变化等；（5）报告期各期应收账款期后回款情况及期后核销情况，结合回款及核销情况进一步分析坏账准备计提的充分性；（6）报告期各期应收账款前五大客户所属的集团公司，如与营业收入及外销收入前五大客户不存在重合的（如山东金史密斯科技有限公司等），请简要披露发行人与该等客户的合作情况、销售内容、客户基本情况及简要财务数据等。请保荐人与申报会计师说明对应收账款真实性、完整性及坏账准备计提充分性采取的核查程序及核查结果，对上述事项发表明确意见。

回复：

（一）报告期各期单项计提坏账准备和按信用风险组合计提坏账准备的应收账款余额及坏账准备计提比例，如存在单项计提坏账准备的应收账款，披露相关应收账款形成原因、账龄、坏账准备计提比例确定依据及是否充分。

按坏账准备计提方法分类的坏账准备情况（单位：万元）：

类别	2020年12月31日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例(%)	金额	计提比例(%)	
单项计提预期信用损失的应收账款	-	-	-	-	-
按组合计提预期信用损失的应收账款	23,148.13	100.00	742.68	3.21	22,405.45
其中：账龄组合	23,148.13	100.00	742.68	3.21	22,405.45
关联方组合					

类别	2020年12月31日				账面价值
	账面余额		坏账准备		
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
合计	23,148.13	100.00	742.68	3.21	22,405.45

续:

类别	2019年12月31日				账面价值
	账面余额		坏账准备		
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
单项计提预期信用损失的应收账款	-	-	-	-	-
按组合计提预期信用损失的应收账款	18,400.22	100.00	588.46	3.20	17,811.77
其中: 账龄组合	18,400.22	100.00	588.46	3.20	17,811.77
关联方组合	-	-	-	-	-
合计	18,400.22	100.00	588.46	3.20	17,811.77

续:

类别	2018年12月31日				账面价值
	账面余额		坏账准备		
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
单项金额重大并单独计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款	18,445.58	100.00	585.09	3.17	17,860.50
其中: 账龄组合	18,445.58	100.00	585.09	3.17	17,860.50
关联方组合	-	-	-	-	-
单项金额虽不重大但单独计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
合计	18,445.58	100.00	585.09	3.17	17,860.50

报告期内,公司主要客户经营情况正常,未出现经营、财务状况异常等相关的负面新闻及其因拖欠货款被诉讼或被强制执行财产保全等可能导致应收账款减值的情形。因此,不存在需对应收账款进行单项计提坏账准备的情况。

(二) 一年以内应收账款坏账准备计提比例的确定依据,结合历史坏账率分析坏账准备计提比例的充分性,测算如按 5%对一年以内应收账款计提坏账准备,对各期资产负债表和利润表的影响。

1. 一年以内应收账款坏账准备计提比例的确定依据,结合历史坏账率分析坏账准备计提比例的充分性

1) 一年以内应收账款坏账准备计提比例的确定依据

公司充分考虑自身经营特点和行业特征,结合客户的销售规模 and 实际财务状况以及现金

流量情况，并考虑以前年度与之相同或相类似的、具有类似信用风险特征的应收款项组合的实际损失率，制定了谨慎、稳健的坏账准备计提政策。

公司与同行业可比公司的坏账计提政策进行比较如下：

账龄	横河模具	上海亚虹	天龙股份	昌红科技	肇民科技	宁波方正	海泰科	发行人
3个月以内	5.00%	3.00%	5.00%	0.00%	5.00%	3.00%	3.00%	3.00%
4-12个月				5.00%				
1-2年	10.00%	10.00%	10.00%	20.00%	20.00%	20.00%	30.00%	20.00%
2-3年	20.00%	20.00%	20.00%	50.00%	50.00%	50.00%	70.00%	50.00%
3-4年	30.00%	50.00%	50.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
4-5年	50.00%	80.00%	80.00%					
5年以上	100.00%	100.00%	100.00%					

注：上表数据中同行业可比公司的数据主要为wind财务数据、年报数据和招股说明书等。

公司主要客户为汽车零部件一级供应商、国内外知名电子通讯生产商等，具有较强经济实力，发生坏账的概率较小，故公司1年以内坏账计提比例为3%，与上海亚虹、宁波方正和海泰科一致。由上表可知，公司应收账款坏账计提比例与同行业可比公司坏账计提政策无重大差异，符合公司的实际情况。

2) 一年以内坏账准备计提比例远高于历史损失率

公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过迁徙模型测算出历史损失率，并在此基础上进行前瞻性因素的调整计算出预期损失准备率。具体过程如下：

第一步：计算平均迁徙率

迁徙率是指在一个时间段内没有收回而迁徙至下一个时间段的应收账款的比例。2018年12月31日、2019年12月31日及2020年12月31日，公司应收账款各账龄下的年迁徙率具体如下：

各账龄在下一年迁徙率	2020年12月31日	2019年12月31日	2018年12月31日	平均迁徙率
1年以内	0.70%	0.69%	0.60%	0.67%
1-2年	18.23%	23.40%	4.23%	15.29%
2-3年	64.65%	28.35%	94.15%	62.38%
3年以上	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

第二步：根据第一步计算的迁徙率来计算历史损失率

项目	注释	迁徙率	使用本时间段及后续所有时间段的迁徙率计算历史损失率计算过程	历史损失率	公司坏账准备计提比例
1年以内	a	0.67%	$a*b*c*d$	0.06%	3%
1-2年	b	15.29%	$b*c*d$	9.54%	20%
2-3年	c	62.38%	$c*d$	62.38%	50%
3年以上	d	100.00%	d	100.00%	100%

注：2-3 年应收账款坏账计提比例主要系参考同行业公司坏账计提比例综合确定为 50%，虽低于历史损失率，但由于报告期内 2-3 年应收账款金额较小，分别为 8.27 万元、18.14 万元和 23.05 万元，如采用 70%的坏账准备计提比例计算，与原坏账准备差额分别为 1.65 万元、3.63 万元和 4.61 万元，影响微小。

综上，发行人账龄在一年以内的应收账款的历史损失率为 0.06%，远低于一年以内坏账准备计提比例。

2. 测算如按 5%对一年以内应收账款计提坏账准备，对各期资产负债表和利润表的影响

假设按 5%对一年以内应收款计提坏账准备，各期资产负债表和利润表的主要项目影响如下（单位：元）：

2020 年 12 月 31 日/2020 年度（单位：万元）：

项目	原报表数（一年以内应收账款按 3%计提坏账准备）	测算报表数（一年以内应收账款按 5%计提坏账准备）	影响
应收账款	22,405.45	21,945.84	-459.61
递延所得税资产	350.06	424.34	74.28
未分配利润	26,752.00	26,383.35	-368.65
少数股东权益	1,473.86	1,457.19	-16.67
信用减值损失	-158.49	-253.12	-94.63
所得税费用	2,644.39	2,629.94	-14.45
净利润	16,678.53	16,598.36	-80.17
归属于母公司所有者的净利润	16,075.66	16,005.20	-70.46
少数股东损益	602.88	593.16	-9.72

2019 年 12 月 31 日/2019 年度（单位：万元）：

项目	原报表数（一年以内应收账款按 3%计提坏账准备）	测算报表数（一年以内应收账款按 5%计提坏账准备）	影响
应收账款	17,811.77	17,446.79	-364.98
递延所得税资产	201.16	260.99	59.83
未分配利润	11,706.76	11,408.56	-298.20
少数股东权益	800.23	793.28	-6.95
信用减值损失	-64.39	-62.48	1.91
所得税费用	1,660.98	1,662.43	1.46
净利润	9,483.54	9,484.00	0.46
归属于母公司所有者的净利润	9,545.48	9,546.65	1.17
少数股东损益	-61.94	-62.65	-0.71

2018 年 12 月 31 日/2018 年度（单位：万元）：

项目	原报表数（一年以内应收账款按 3%计提坏账准备）	测算报表数（一年以内应收账款按 5%计提坏账准备）	影响
应收账款	17,860.50	17,493.60	-366.89
递延所得税资产	216.16	277.44	61.28
未分配利润	34,071.55	33,772.18	-299.37

项目	原报表数（一年以内应收账款按 3% 计提坏账准备）	测算报表数（一年以内应收账款按 5% 计提坏账准备）	影响
少数股东权益	1,138.00	1,131.76	-6.24
资产减值损失	-568.36	-677.49	-109.13
所得税费用	1,700.53	1,682.08	-18.46
净利润	3,739.03	3,648.36	-90.67
归属于母公司所有者的净利润	3,594.79	3,505.99	-88.80
少数股东损益	144.24	142.36	-1.88

由上表可知，如按 5%对一年以内应收账款计提坏账准备，对各期资产负债表和利润表影响较小。

（三）发行人给予主要客户的信用政策和结算政策，在报告期内是否发生较大变化，是否存在放宽信用政策以刺激销售的情形；

1. 发行人给予主要客户的信用政策

报告各期前十大客户的信用政策如下：

所属集团	客户名称	类别	2020 年度	2019 年度	2018 年度	备注
盈趣科技	漳州盈塑工业有限公司	注塑	见票 30 天	见票 30 天	见票 30 天	
	厦门盈趣科技股份有限公司	模具	按照合同或 PO	按照合同或 PO	按照合同或 PO	
		注塑	见票 30 天	见票 30 天	见票 30 天	
	Intrettech (Malaysia) Sdn. Bhd.	模具	按照合同或 PO	按照合同或 PO	按照合同或 PO	
注塑		月结 60 天	月结 60 天	/		
宜家集团	IKEA Components s. r. o.	模具	按照合同或 PO	按照合同或 PO	按照合同或 PO	
		注塑	INVOICE45 天	INVOICE45 天	INVOICE45 天	
均胜电子	宁波普瑞均胜汽车电子有限公司	模具	按照合同或 PO	按照合同或 PO	按照合同或 PO	
		注塑	月结 90 天	月结 90 天	月结 90 天	
	QUIN GmbH	模具	按照合同或 PO	按照合同或 PO	按照合同或 PO	
		注塑	INVOICE90 天	INVOICE90 天	INVOICE90 天	
Preh GmbH	模具	按照合同或 PO	按照合同或 PO	按照合同或 PO		
	注塑	INVOICE90 天	INVOICE90 天	INVOICE90 天		
麦格纳集团	麦格纳汽车镜像（天津）有限公司	模具	按照合同或 PO	按照合同或 PO	按照合同或 PO	
		注塑	发票日后 90 日内	发票日后 90 日内	发票日后 90 日内	
	麦格纳汽车镜像（上海）有限公司	模具	按照合同或 PO	按照合同或 PO	按照合同或 PO	
		注塑	月结 30 天	月结 30 天	月结 30 天	
麦格纳电子（张家港）有限公司	模具	按照合同或	按照合同或	按照合同或		

所属集团	客户名称	类别	2020 年度	2019 年度	2018 年度	备注
	司		PO	PO	PO	
		注塑	月结 60 天	月结 60 天	月结 60 天	
金史密斯集团	山东金史密斯科技有限公司	模具	按照合同或 PO	/	/	
		注塑	见票 60 天 /90 天, 因项目不同而异	/	/	
	北京金史密斯科技有限公司	模具	按照合同或 PO	按照合同或 PO	按照合同或 PO	
		注塑	见票 60 天 /90 天, 因项目不同而异	见票 60 天 /90 天, 因项目不同而异	见票 60 天	
晨北集团	YOOWO CO., LIMITED	健康产品	出货后 60 天	出货后 30 天	预收款	注 1
威卢克斯集团	VELUX A/S	模具	按照合同或 PO	按照合同或 PO	按照合同或 PO	
		注塑	月结 60 天	月结 60 天	月结 60 天	
	KHSK France S. A. S.	注塑	月结 60 天	月结 60 天	月结 60 天	
	Gasdal Bygningsindustri A/S	模具	按照合同或 PO	按照合同或 PO	按照合同或 PO	
		注塑	月结 60 天	月结 60 天	月结 60 天	
BKR CR, s. r. o.	注塑	月结 60 天	月结 60 天	月结 60 天		
历德集团	Lidl Hong Kong Limited	健康产品	远期信用证 45 天	远期信用证 45 天	远期信用证 45 天	
施耐德博士集团	Dr. Schneider Kunststoffwerke GmbH	模具	按照合同或 PO	按照合同或 PO	按照合同或 PO	
		注塑	月结 25 天	月结 25 天	月结 25 天	
康普集团	康普通联通信(苏州)有限公司	注塑	月结 90 天	月结 90 天	月结 90 天	
	Commscope Inc	模具	按照合同或 PO	按照合同或 PO	按照合同或 PO	
		注塑	月结 90 天	月结 90 天	月结 90 天	
	CommScope Czech Republic s. r. o.	模具	按照合同或 PO	按照合同或 PO	按照合同或 PO	
		注塑	月结 90 天	月结 90 天	月结 90 天	
	CommScope Connectivity LLC	模具	按照合同或 PO	按合同或 PO	按合同或 PO	
		注塑	月结 90 天	月结 90 天	月结 90 天	
	CommScope Connectivity Belgium BV	模具	按照合同或 PO	按合同或 PO	按合同或 PO	
		注塑	月结 90 天	月结 90 天	月结 90 天	
	CommScope Connectivity (I) PVT. LTD	模具	按合同或 PO	按合同或 PO	按合同或 PO	
注塑		月结 90 天	月结 90 天	月结 90 天		
博格步集团	博格步(厦门)轻工制品有限公司	注塑	见票 75 天	见票 75 天	见票 75 天	
	Bugaboo international b. v.	模具	按照合同或 PO	按照合同或 PO	按照合同或 PO	
Altcam 集	Altcam Automotive S.L.	模具	按照合同或 PO	按照合同或 PO	按照合同或 PO	

所属集团	客户名称	类别	2020 年度	2019 年度	2018 年度	备注
团		注塑	INVOICE85 天	INVOICE85 天	INVOICE85 天	
艾福迈集团	艾福迈汽车系统（上海）有限公司	模具	按照合同或 PO	按照合同或 PO	按照合同或 PO	
		注塑	见票 90 天	见票 90 天	见票 60 天	注 2
润丰电商	AC GREEN LIMITED	健康产品	即期信用证/ 出货后到港前一周付款	即期信用证/ 出货后到港前一周付款	20% 订金, 80% 出货后且到港前一周付清, 或货物超约定交期 30 天未提货付清尾款	注 3
	Energia Team Limited	健康产品	即期信用证/ 出货后到港前一周付款	即期信用证/ 出货后到港前一周付款	/	
	Rocdan Limited	健康产品	即期信用证/ 出货后到港前一周付款	/	/	

注 1: YOOWO CO., LIMITED 系 2017 年新增客户, 随着营业额的逐年增加, 发行人对该客户信用期由预收款逐渐放宽至出货后 60 天, 变更后的信用政策属合理范围;

注 2: 艾福迈集团对年采购额超过千万的供应商做出的统一要求, 信用期从 60 天延长至 90 天, 属于被动变动信用期的情况;

注 3: 2018 年是与客户合作初期, 需要客户支付订金, 2019 年随着与客户合作时间的增加与订单数量的增长, 客户与发行人沟通不再支付定金, 发行人基于风险管控的基础同时兼顾客户需求, 改为批量大货使用信用证与小额交易使用到港前一周 TT 付款的交易方式。2020 年仍然沿用 2019 年的付款方式, 2020 年批量大货金额较多, 因此 2020 年以信用证为主。

2. 发行人给予主要客户的结算政策

报告各期前十大客户的结算政策如下:

客户名称	产品类型	结算政策
盈趣科技	模具	模具按套分期结算, (1) 客户模具合同下达后, 支付 50% 预付款; (2) 模具验收 60 天支付 50% 尾款。
	注塑件	注塑件按月对账结算。
宜家集团	模具	模具按套结算, 在验收合格后 100% 开票, 客户见票后 45 天付款。
	注塑件	注塑件按月对账结算。
均胜电子	模具	模具按套分期结算: (1) 首样试模提交尺寸报告后支付 50%; (2) 模具核可后出货前支付 50%。
	注塑件	注塑件按月对账结算。
麦格纳集团	模具	模具按套分期结算: 合同签订后, 第一次预付 (30%); PPAP (生产件批准程序) 批准后第二次付款 (50%); 正式 SOP (标准作业程序) 生产 3 个月后, 第三次付款 (20%)。
	注塑件	注塑件按月对账结算。
金史密斯集团	模具	模具按套结算, 模具合同签订后, 5 个工作日内支付 40% 预付款, 模具量产 1 万套合格产品或样品签核 6 个月内 (以先到为准), 支付剩余 60% 模具款。
	注塑件	注塑件按月对账结算。
晨北集团	模具	模具按套分期结算: (1) 合同签订后 5 个工作日内, 支付应付模具款的 30%; (2) 模具首样试样样品验收合格后 5 个工作日内, 支付应付模具款的 40%; (3) 模具验收通过, 且首批量产产品验收合格后 5 个工作日内, 甲方支付应付模具款的 30%。

客户名称	产品类型	结算政策
	空气净化器	按月对账结算。
威卢克斯集团	模具	模具按套分期结算：（1）订单下达后支付 33.33%预付款；（2）样品核可之后支付 66.67%尾款。
	注塑件	注塑件按月对账结算。
历德集团	小家电	订单下达并出货后，见出货单据原件后月结 60 天。
施耐德博士集团	模具	模具按套分期结算，根据合同分 2 种结算方式（1）模具到达状态 2（指达到移模条件）后开形式发票 20%模具费用，此费用在下一个月付款，另外 80%的模具费在财务账期到期后付款。（2）首样交付后付 60%，模具状态 2（指达到移模条件）后付 20%，模具状态 1（指客户端批量生产时）后付 20%。
	注塑件	注塑件按月对账结算。
康普集团	模具	模具按套分期结算：（1）模具下单后付款 30%；（2）样品确认后见形式发票 90 天内付款 30%；（3）模具确认后见形式发票 90 天内付款 40%。
	注塑件	注塑件按月对账结算。
博格步集团	模具	模具按套分期结算：（1）模具订单下达后，开具形式发票给客户，客户见票 60 天内支付 40%；（2）首样检测完成后，开具形式发票给客户，客户见票 60 天内支付 30%；（3）模具验收后，开具形式发票给客户，客户见票 60 天内支付 30%。
	注塑件	注塑件按月对账结算。
Altcam 集团	模具	模具按套分期结算，（1）客户模具合同下达后，开 100%形式发票给客户，客户收到票后 30 天支付 30%定金；（2）模具出货前付 50%中款；（3）模具送到客户公司后最晚 90 天内付款 20%尾款，客户每月 25 日为付款日。
	注塑件	注塑件按月对账结算。
艾福迈集团	模具	在模具验收合格后，100%开票后 90 天付款。
	注塑件	注塑件按月对账结算。
润丰电商	空气净化器	出货后 3 个工作日内提供发票。

综上所述，报告期内，发行人给予主要客户的信用政策和结算政策未发生重大变化，不存在放宽信用政策以刺激销售的情形。

（四）报告期各期应收账款逾期情况，包括逾期金额、逾期比例、逾期账款期后回款情况、主要逾期客户及相关客户经营情况是否存在不利变化等；

1. 发行人各期应收账款逾期情况

报告期内，发行人各期应收账款逾期情况如下（单位：万元）：

项目	2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
应收账款余额	23,148.13	100.00%	18,400.22	100.00%	18,445.58	100.00%
逾期金额	1,573.36	6.80%	1,472.68	8.00%	1,587.53	8.61%
其中逾期 1 年以内	1,536.31	6.64%	1,274.23	6.93%	1,256.21	6.81%
逾期 1 年以上	37.06	0.16%	198.45	1.08%	331.32	1.80%
截至 2021 年 2 月 28 日逾期应收账	1,308.32	83.15%	1,472.68	100.00%	1,587.53	100.00%

项目	2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
款回款情况						

截至2021年2月28日，逾期应收账款回款比例分别为100.00%、100.00%和83.15%。各报告期末的逾期金额较小且逾期账款回款比率均达到80%以上，回款率较高。

2. 主要逾期客户及相关客户经营情况是否存在不利变化的情况

主要逾期客户及相关客户经营情况是否存在不利情况具体分析如下（单位：万元）：

各期末	客户名称	应收账款	逾期金额	占逾期总额的比例	期后回款金额（截至2021年2月28日）	期后回款比例
2020年 12月31日	Tredy Home Appliance LLC	237.34	237.34	15.08%	134.40	56.63%
	艾福迈汽车系统（上海）有限公司	1,167.15	211.39	13.44%	211.39	100.00%
	CommScope Connectivity LLC	797.82	130.15	8.27%	130.15	100.00%
	泰克科技（中国）有限公司	317.29	129.16	8.21%	129.16	100.00%
	Setra Systems Inc.	155.71	120.36	7.65%	59.35	49.31%
	小计	2,675.32	828.41	52.65%	664.46	80.21%
2019年 12月31日	艾福迈汽车系统（上海）有限公司	1,599.04	199.39	13.54%	199.39	100.00%
	宁波普瑞均胜汽车电子有限公司	1,465.30	166.21	11.29%	166.21	100.00%
	麦格纳汽车镜像（天津）有限公司	321.28	132.59	9.00%	132.59	100.00%
	Gems Sensors Inc.	197.22	128.25	8.71%	128.25	100.00%
	LINX PRINTING TECHNOLOGIES LTD	163.38	101.47	6.89%	101.47	100.00%
	小计	3,746.23	727.92	49.43%	727.92	100.00%
2018年 12月31日	YOOWO CO., LIMITED	688.32	260.31	16.40%	260.31	100.00%
	TCL 家用电器（中山）有限公司	582.89	235.19	14.82%	235.19	100.00%
	麦格纳汽车镜像（天津）有限公司	719.05	164.19	10.34%	164.19	100.00%
	Berlin Packaging LLC	338.48	131.43	8.28%	131.43	100.00%
	Gems Sensors Inc.	185.27	110.67	6.97%	110.67	100.00%
	小计	2,514.01	901.79	56.80%	901.79	100.00%

各报告期末，公司主要逾期客户逾期金额占逾期总额的比例分别为56.80%、49.43%和52.65%。主要逾期客户由于客户内部请款流程、疫情等原因未及时付款，但是主要逾期客户经营情况良好，不存在不利变化。

（五）报告期各期应收账款期后回款情况及期后核销情况，结合回款及核销情况进一

步分析坏账准备计提的充分性；

报告期各期应收账款期后回款情况及期后核销情况（单位：万元）

项目	应收期末余额	应收账款期后回款金额	回款比例	回款截止日期	应收账款核销金额
2020年12月31日	23,148.13	14,821.99	64.03%	2021年2月28日	7.26
2019年12月31日	18,400.22	18,328.15	99.61%	2021年2月28日	34.68
2018年12月31日	18,445.58	18,422.88	99.88%	2021年2月28日	-

各报告期末，公司应收账款期后回款分别占比为 99.88%、99.61%和 64.03%，2020 年末期后回款率较低主要系统统计回款时间较短等所致。报告期内，应收账款核销金额分别为 0 万元、34.68 万元和 7.26 万元，坏账核销金额较小。综上所述，除了 2020 年末应收账款期后回款相对较低外，公司应收账款期后回款率较高，坏账核销金额较小，坏账准备计提充分。

（六）报告期各期应收账款前五大客户所属的集团公司，如与营业收入及外销收入前五大客户不存在重合的（如山东金史密斯科技有限公司等），请简要披露发行人与该等客户的合作情况、销售内容、客户基本情况及简要财务数据等。

报告期公司应收账款余额前五大客户情况如下表所示：

资产负债表日	序号	公司名称	金额	占应收账款总额的比例	所属集团	客户收入当年排名
2020年12月31日	1	YOOWO CO., LIMITED	2,623.70	11.33%	晨北集团	营收第 1, 外销第 1
	2	厦门盈趣科技股份有限公司	2,363.62	10.21%	盈趣科技	营收第 2, 外销第 3
	3	Intretech (Malaysia) Sdn. Bhd.	1,829.36	7.90%	盈趣科技	营收第 2, 外销第 3
	4	Dr. Schneider Kunststoffwerke GmbH	1,202.00	5.19%	施耐德博士集团	-
	5	艾福迈汽车系统(上海)有限公司	1,167.15	5.04%	艾福迈集团	-
			合计	9,185.83	39.67%	-
2019年12月31日	1	厦门盈趣科技股份有限公司	2,512.76	13.66%	盈趣科技	营收第 1
	2	艾福迈汽车系统(上海)有限公司	1,599.04	8.69%	艾福迈集团	营收第 5
	3	宁波普瑞均胜汽车电子有限公司	1,465.30	7.96%	均胜电子	营收第 2
	4	Lidl Hong Kong Limited	1,215.81	6.61%	历德集团	外销第 4
	5	Dr. Schneider Kunststoffwerke GmbH	1,157.38	6.29%	施耐德博士集团	-
			合计	7,950.29	43.21%	-
2018年12月31日	1	Dr. Schneider Kunststoffwerke GmbH	3,341.70	18.12%	施耐德博士集团	外销第 3
	2	厦门盈趣科技股份有限公司	1,818.99	9.86%	盈趣科技	营收第 3
	3	Lidl Hong Kong Limited	1,000.92	5.43%	历德集团	-
	4	博格步(厦门)轻工制品有限公司	886.48	4.81%	博格步集团	营收第 4, 外销第 2

资产负债日	序号	公司名称	金额	占应收账款总额的比例	所属集团	客户收入当年排名
	5	麦格纳汽车镜像(天津)有限公司	719.05	3.90%	麦格纳集团	-
		合计	7,767.14	42.12%	-	-

报告期末公司应收账款前五大客户均与公司保持良好长期合作关系。

2019 年末前五大应收账款客户变动情况：A、麦格纳汽车镜像（天津）有限公司下滑的原因系汽车行业竞争激烈，客户战略性调整，原项目结束后未开发更多的新项目；B、艾福迈汽车系统（上海）有限公司 2019 年末增加的主要原因系汽车排放“国六标准”的出台和实施影响，客户艾福迈之前开发的项目全部转为量产，需求量大增；C、宁波普瑞均胜汽车电子有限公司 2019 年末余额较大的原因主要系 2019 年公司提供的产品可用于更多的车型使当年业务量增加所致。

2020 年前五大应收账款客户变动情况：A、YOOWO CO., LIMITED 年末余额较上年末大幅增加的主要原因系 2020 年发行人对晨北集团的销售额增加和信用期延长等；B、Intretech(Malaysia)Sdn. Bhd. 年末余额大幅增加主要系盈趣科技境外雕刻机业务量增加所致；C、艾福迈汽车系统(上海)有限公司和宁波普瑞均胜汽车电子有限公司年末余额降低主要原因系受汽车行业竞争激烈和疫情影响，公司 2020 年销售额减少；D、Lidl Hong Kong Limited 年末余额较上年减少的主要原因：受 2020 年欧洲疫情影响，部分线下商超被要求限时开放，延迟了玻璃清洁机的市场推广时间，导致公司玻璃清洁机的出货时间也相应延迟，因此公司 2020 年下半年玻璃清洁机销售额减少。

报告期各期末应收账款前五大客户中，其所属集团在报告期各期收入未曾进入过营业收入前五或外销收入前五的有麦格纳汽车镜像（天津）有限公司，其基本情况如下：

所属集团	麦格纳集团 (Magna International Inc.)
集团简介	世界 500 强企业之一，是全球最大的汽车零部件制造商之一，在全球 27 个国家/地区拥有 344 个制造工厂以及 93 个产品开发、工程和销售中心。麦格纳集团为纽约证券交易所上市公司，股票代码 MGA。
合作情况	发行人是飞利浦建兴数位科技股份有限公司供应商，该公司于 2015 年被麦格纳集团收购，发行人因此进入麦格纳集团供应商体系。2017 年，麦格纳汽车镜像（天津）有限公司（以下简称“天津麦格纳”）从其内部供应商体系中找到发行人，通过接触、认证后开始和公司展开合作。
应收账款客户名称	麦格纳汽车镜像（天津）有限公司
销售内容	汽车后视镜零部件的塑料模具
成立时间	2013 年 8 月 13 日
法定代表人	FREDERICK YEUNG SHAN KAO
注册资本	1,500 万美元
经营地址	天津空港经济区中环西路 491 号
控股股东	麦格纳国际(香港)有限公司
经营范围	包括设计、开发、测试、生产、组装汽车车镜、车把手、油箱盖、装饰件、闭锁系统；

所属集团	麦格纳集团 (Magna International Inc.)	
	自产产品销售并提供相关售后服务 (依法须经批准的项目, 经相关部门批准后方可开展经营活动)	
麦格纳集团主要财务数据	项目	2019年12月31日/2019年度
	总资产 (亿美元)	257.90
	净资产 (亿美元)	111.31
	营业收入 (亿美元)	394.31
	净利润 (亿美元)	16.32

数据来源: 麦格纳集团 2019 年年报。

(七) 会计师的核查与结论

1. 执行的核查程序

针对上述事项, 我们履行了以下核查程序:

- (1) 与发行人销售人员、财务人员进行访谈, 了解与应收账款相关的情况;
- (2) 取得并查阅公司与应收账款相关的内部控制制度, 并对公司报告期内与应收账款相关的内控流程执行穿行测试;
- (3) 获取发行人与主要客户签订的销售合同, 对比不同客户的付款条款、信用政策, 跟踪合同结算情况、回款情况, 检查是否存在超期应收账款以及长期挂账的应收账款, 是否存在坏账损失;
- (4) 抽查与销售相关的合同、发票、收货单、签收单以及报关单等资料, 重点关注客户名称与销售回款凭证的付款方、回款金额等信息, 并对大额应收账款进行函证, 核实与客户交易的真实性;
- (5) 对发行人报告期内主要客户进行实地走访、访谈, 了解主要客户基本情况、与发行人的合作背景、信用政策、合同执行情况、销售内容、简要财务数据、结算进度以及是否存在关联关系等信息;
- (6) 取得发行人应收账款坏账准备计提明细表, 并复核坏账准备计提的准确性;
- (7) 获取了应收账款逾期明细, 并结合访谈, 核查逾期客户的信用状况、信用期、各期应收账款期后回款情况及核销情况;
- (8) 我们通过函证、原始单据检查、比较同行业可比公司应收账款坏账准备计提方法和比例, 比较主要客户的信用政策和期后回款情况等核查方式核查应收账款的真实性、完整性以及坏账准备计提的充分性。应收账款的函证比例如下:

项目	2020年12月31日	2019年12月31日	2018年12月31日
应收账款余额	23,148.13	18,400.22	18,445.58
发函金额	21,523.60	17,145.34	16,632.38
发函比例	92.98%	93.18%	90.17%
回函金额	20,374.02	15,190.76	14,507.77

项目	2020年12月31日	2019年12月31日	2018年12月31日
回函比例	88.02%	82.56%	78.65%

2. 核查意见

经核查，我们认为：

- (1) 发行人报告期内不存在需对应收账款进行单项计提坏账准备的情况；
- (2) 发行人账龄在一年以内的应收账款的历史损失率为 0.06%，远低于一年以内坏账准备计提比例，发行人坏账准备计提比例充分合理；如按 5%对发行人一年以内应收账款计提坏账准备，对各期资产负债表和利润表影响较小；
- (3) 发行人给予主要客户的信用政策和结算政策，在报告期内未发生较大变化，不存在放宽信用政策以刺激销售的情形；
- (4) 发行人报告期内主要逾期客户由于客户内部请款流程、疫情等原因未及时付款，但是主要逾期客户经营情况良好，期后回款率较高，不存在不利变化；
- (5) 除了 2020 年末应收账款期后回款相对较低外，发行人应收账款期后回款率较高，坏账核销金额较小，坏账准备计提充分。

十、【**审核意见 11. 关于存货**】报告期各期发行人存货账面价值分别为 14,020.80 万元、15,444.87 万元、15,232.05 万元和 16,341.05 万元，发行人对注塑模具采取订单式生产、注塑件采取以销定产的生产模式。请发行人：（1）补充披露 2020 年上半年存货余额较高，特别是原材料和在产品余额增幅较大的原因及合理性；（2）结合发行人原材料采购、在产品生产和产品发货的周期及备货策略分析并披露存货周转率的合理性；（3）补充披露存货中用于注塑模具、注塑件和健康产品的存货构成，存货余额及结构与生产模式是否匹配；（4）补充披露原材料、在产品 and 低值易耗品一年以内库存比例较高的原因，存货跌价准备计提的充分性，存货库龄和存货跌价准备计提比例与可比公司的对比情况；（5）补充披露报告期各期末在产品、库存商品的订单覆盖比例，如比例较低，请披露原因，论证与生产模式是否匹配。请保荐人和申报会计师说明对存货真实性、完整性和存货跌价准备计提充分性采取的核查程序、核查结果，对上述事项发表明确意见。

回复：

（一）补充披露 2020 年末存货余额较高，特别是原材料和在产品余额增幅较大的原因及合理性。

2020 年 12 月 31 日存货账面余额 20,717.30 万元，各存货种类明细及与上期末比较情况如下（单位：万元）：

存货种类	2020年12月31日	2019年12月31日	变动比例
原材料	4,877.48	2,935.84	66.14%

存货种类	2020年12月31日	2019年12月31日	变动比例
在产品	9,318.56	8,588.76	8.50%
库存商品	4,770.78	3,478.06	37.17%
发出商品	1,505.83	607.03	148.07%
委托加工物资	200.6	50.66	295.97%
低值易耗品	44.06	39.52	11.49%
合计	20,717.30	15,699.87	31.96%

由上表可知，公司存货余额主要为原材料、在产品和库存商品，与上期末相比增幅较大的是原材料、在产品、库存商品及发出商品。

2020年末，原材料余额增幅较大的主要原因为交付订单而采购的塑料粒子等注塑件类原材料余额增加：1) 马来西亚唯科2019年12月投产，2020年开始主要为客户盈趣科技的马来西亚工厂持续供货，导致注塑件类原材料余额同比增加644.06万元；2) 健康产品需求增加，相应健康产品类原材料余额同比增加655.16万元。

2020年末，在产品余额增幅较大的主要原因为2020年模具验收项目减少：发行人注塑模具为需要与客户紧密配合的定制化产品，2020年由于新冠疫情影响，客户以居家办公为主，仅处理紧急事情，模具项目的推进较慢，导致注塑模具验收项目减少，在产品余额较上期涨幅较大。

2020年末，库存商品余额增幅较大的主要原因是：1) 马来西亚唯科2019年12月投产，2020年开始主要为客户盈趣科技的马来西亚工厂持续供货，导致注塑类库存商品余额同比增加247.80万元；2) 健康产品需求增加，相应健康产品类库存商品余额同比增加951.99万元。

2020年末，发出商品余额增幅较大的主要原因是：健康产品类存货在临近年底出库，年底新冠疫情反弹，报关出现排队现象，金额572.18万元。

(二) 结合发行人原材料采购、在产品生产和产品发货的周期及备货策略分析并披露存货周转率的合理性。

公司按产品类别划分的存货周转率如下：

项目	2020年度		2019年度		2018年度	
	存货周转率	存货周转天数	存货周转率	存货周转天数	存货周转率	存货周转天数
注塑模具	1.27	284.28	1.37	263.35	1.36	265.39
注塑件	4.08	88.29	4.05	88.85	4.12	87.41
健康产品	6.16	58.41	3.87	93.09	3.23	111.41
存货	3.15	114.43	2.74	131.56	2.61	137.93

注：分类存货周转率=各类产品主营业务成本/各类存货余额期初期末平均值，存货周转天数=360/存货周转率。

1. 注塑模具存货周转率分析

原材料采购，公司根据模具订单的设计要求，向供应商采购模具钢、模架、热流道等材料，通常 1 个月内到货。

在产品生产，模具需要经过加工、检测、装配、试模打样等生产流程，而在模具生产过程中，客户还会对模具提出优化改造的需求，所以模具的生产周期大多为 6 至 12 个月。

产品发货，一般 7 天左右到达内销客户，35 至 50 天到达外销客户。

综上，注塑模具的周转时间约为 7-13 个月，具有合理性。

2. 注塑件存货周转率分析

原材料采购，发行人根据订单情况结合生产周期、原材料库存、采购起订量、供应商交期等因素安排采购塑料粒子等原材料，除部分客户要求备 1 个月的安全库存物料外，原材料通常在订货后 7 至 30 天左右到厂。

在产品生产，发行人注塑成型生产过程简单，时间较短，通常一天内即可完成从塑料粒子到注塑件的生产。由于发行人注塑件主要采用按订单备货式生产，会根据订单数量、生产排程、客户要求交货时间等因素确定库存商品的提前生产备货，因此发行人会提前 1 至 2 个月进行生产。

产品发货，一般 7 天左右到达内销客户，35 至 50 天到达外销客户。

综上，注塑件的周转时间约为 3 个月，具有合理性。

3. 健康产品存货周转率分析

原材料采购，除部分电机需要提前 2 个月下单订购外，健康产品总体的原材料采购通常在订货后 7 至 30 天左右到厂。

在产品生产，健康产品生产过程主要是按照工艺流程，在流水线上对产品进行分步组装，从领料、上线、组装，然后进行产品检验、整机包装等流程即可入库转为库存商品，通常一天内即可完成。发行人健康产品也采用按订单备货式生产，通常也会提前 1 至 2 个月进行生产。

产品发货，一般 7 天左右到达内销客户，35 至 50 天到达外销客户。

发行人健康产品以外销为主，主要为空气净化器，销售的旺季时点是每年 3 至 4 月、7 月、11 月至 12 月（分别对应国外的花粉季、亚马逊会员日以及感恩节与圣诞节）。考虑到 1 至 2 个月的船期及上架等时间，客户会提前与公司沟通，公司需要在 1 月至 2 月生产产品并安排出货，而该时间段对应我国春节时间，所以公司会在 12 月加大产量，弥补春节期间的产能缺口，这导致 12 月末的库存商品较多，存货周转率较低。

2018 年和 2019 年健康产品的存货周转率较低主要原因系为玻璃清洁机和空气净化器订单备货等导致 2018 年末库存余额较大；2020 年健康产品存货周转率提升的主要原因系：健康产品需求旺盛，销量大幅增加，相关主营业务成本金额比 2019 年增加 8,993.08 万元，涨幅 87%；健康产品存货的平均余额变动 17.60%，变动较小；2019 年末公司根据历史订单

情况和预测订单量备货不多使其 2019 年末库存相对较小，2020 年第二季度健康产品订单量开始快速攀升导致备货大量增加。

综上，报告期内，健康产品的存货周转率逐年提升的原因具有合理性。

（三）补充披露存货中用于注塑模具、注塑件和健康产品的存货构成，存货余额及结构与生产模式是否匹配。

1. 注塑模具存货结构与生产模式匹配分析

报告期内，注塑模具的存货构成、存货余额及结构如下（单位：万元）：

存货项目	2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日	
	账面余额	占比%	账面余额	占比%	账面余额	占比%
原材料	125.57	1.40	125.67	1.62	121.68	1.65
在产品	8,227.11	91.82	7,061.63	91.13	6,558.26	88.84
库存商品	73.50	0.82	217.75	2.81	309.95	4.20
发出商品	495.87	5.53	307.49	3.97	357.23	4.84
低值易耗品	37.99	0.42	36.54	0.47	35.09	0.48
合计	8,960.04	100.00	7,749.08	100.00	7,382.21	100.00

注塑模具为高度定制化产品，公司需要根据每套模具的设计要求，向供应商采购模具钢、模架、热流道等原材料；后续，模具还需要经过加工、检测、装配、试模打样等生产流程，而在模具生产过程中，客户还会对模具提出优化改造，所以生产周期较长导致模具处于在产品状态的时间较长，在产品余额占比较大。

报告期各期末，公司注塑模具的在产品账面余额占存货的比例分别为 88.84%、91.13% 和 91.82%，占比较高且保持稳定，符合公司注塑模具生产经营模式。

2. 注塑件存货结构与生产模式匹配分析

报告期内，注塑件的存货构成、存货余额及结构如下（单位：万元）：

存货项目	2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日	
	账面余额	占比%	账面余额	占比%	账面余额	占比%
原材料	3,531.28	46.39	2,212.27	37.88	1,883.20	35.26
在产品	552.17	7.25	969.21	16.60	784.80	14.70
库存商品	2,988.17	39.26	2,442.51	41.82	2,424.23	45.39
发出商品	388.13	5.10	175.68	3.01	190.11	3.56
委托加工物资	147.89	1.94	39.71	0.68	56.75	1.06
低值易耗品	4.48	0.06	0.96	0.02	1.48	0.03
合计	7,612.11	100.00	5,840.35	100.00	5,340.57	100.00

报告期内，公司注塑件生产主要采用按客户订单备货式生产模式，公司根据客户订单，采购原材料（主要是塑料粒子），生产注塑件产品。由于注塑件产品种类多、差异大，导致

公司需要采购塑料粒子种类多，所以原材料余额占比较大；由于是备货式生产，期末库存商品也会较大。

报告期各期末，公司注塑件原材料账面余额占存货比例分别为 35.26%、37.88%和 46.39%，注塑件库存商品账面余额占存货比例分别为 45.39%、41.82%和 39.26%，均保持稳定且符合公司注塑件生产模式。

3. 健康产品存货结构与生产模式匹配分析

报告期内，健康产品的存货构成、存货余额及结构如下（单位：万元）：

存货项目	2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	账面余额	占比%	账面余额	占比%	账面余额	占比%
原材料	1,220.63	29.45	597.90	28.33	786.32	24.51
在产品	539.27	13.01	557.91	26.44	835.12	26.03
库存商品	1,709.11	41.23	817.80	38.75	1,559.53	48.60
发出商品	621.84	15.00	123.86	5.87	6.95	0.22
委托加工物资	52.72	1.27	10.95	0.52	20.89	0.65
低值易耗品	1.59	0.04	2.03	0.10	-	-
合计	4,145.16	100.00	2,110.45	100.00	3,208.81	100.00

报告期内，公司的健康产品主要为空气净化器、玻璃清洁机等，生产模式与注塑件相同，均是备货式生产，因此健康产品存货主要为库存商品及原材料、在产品。

报告期各期末，公司健康产品原材料账面余额占存货比例分别为 24.51%、28.33%和 29.45%，健康产品在产品账面余额占存货比例分别为 26.03%、26.44%和 13.01%，健康产品库存商品账面余额占存货比例分别为 48.60%、38.75%和 41.23%，在产品与库存商品波动，总体符合公司健康产品生产模式。

（四）补充披露原材料、在产品和低值易耗品一年以内库存比例较高的原因，存货跌价准备计提的充分性，存货库龄和存货跌价准备计提比例与可比公司的对比情况。

1. 报告期内，原材料相关库龄情况如下（单位：万元）：

年度	1年以内金额	1年以上金额	1年以内占比%	1年以上占比%	存货余额合计
2020年12月31日	4,219.21	658.27	86.50	13.50	4,877.48
2019年12月31日	2,356.26	579.59	80.26	19.74	2,935.84
2018年12月31日	2,382.93	408.27	85.37	14.63	2,791.20

原材料构成中，以塑料粒子等注塑件产品原材料及电机、PCBA 板等健康产品原材料为主。为及时生产，公司需要根据库存情况进行备料，此类原材料周转较快，大多数原材料库龄都在 1 年以内，所以 1 年以内原材料库存比例较高。

2. 报告期内，在产品相关库龄情况如下（单位：万元）：

年度	1年以内金额	1年以上金额	1年以内占比%	1年以上占比%	存货余额合计
2020年12月31日	7,522.63	1,795.93	80.73	19.27	9,318.56
2019年12月31日	7,258.63	1,330.13	84.51	15.49	8,588.76
2018年12月31日	6,641.27	1,536.90	81.21	18.79	8,178.17

在产品构成中，以注塑模具类在产品为主。由于注塑模具需要经过设计、评审、粗加工、精加工、检测、装配、试模打样等生产流程，而在模具生产过程中，客户还会对模具提出优化改造，所以生产周期较长，但通常仍可在一年内完成，报告期内模具的存货周转次数分别为1.36、1.37和1.27，所以1年以内在产品库存比例较高。

3. 报告期内，低值易耗品相关库龄情况如下（单位：万元）：

年度	1年以内金额	1年以上金额	1年以内占比%	1年以上占比%	存货余额合计
2020年12月31日	33.29	10.77	75.56	24.44	44.06
2019年12月31日	29.59	9.93	74.87	25.13	39.52
2018年12月31日	28.57	8.01	78.11	21.89	36.57

注塑模具低值易耗品主要是CNC加工中心所需的各类刀具、钻头、钻头等易耗品，流转较快，库龄通常都在1年以内。

4. 存货库龄与可比公司的对比情况：

报告期内，公司与同行业可比公司存货库龄的对比情况如下：

公司简称	2019年12月31日		2018年12月31日	
	1年以内存货占比	1年以上存货占比	1年以内存货占比	1年以上存货占比
肇民科技	92.75	7.25	88.16	11.84
唯科模塑	86.26	13.74	86.42	13.58

注：数据中同行业可比公司的数据为wind年报数据和招股说明书等；肇民科技未披露2020年12月31日数据，故未比较。上海亚虹、天龙股份、横河模具和昌红科技等4家可比公司未披露存货库龄情况。

2018年末和2019年末公司1年以内存货占比与肇民科技无重大差异。报告期各期末，1年以内与1年以上库龄存货的占比稳定。

5. 存货跌价准备计提比例与可比公司的对比情况：

公司存货跌价准备计提比例与同行业可比公司比较情况如下：

可比公司	2019年12月31日	2018年12月31日
昌红科技	7.11%	7.74%
横河模具	2.58%	2.17%
上海亚虹	4.77%	2.64%
天龙股份	1.67%	3.22%
肇民科技	4.04%	4.89%
可比公司均值	4.03%	4.13%

可比公司	2019年12月31日	2018年12月31日
唯科模塑	2.98%	3.06%

注：上表数据中同行业可比公司的数据主要为 wind 财务数据、年报数据和招股说明书等；肇民科技未披露 2020 年 12 月 31 日数据，故未比较。

资产负债表日，公司按存货成本高于其可变现净值的差额计提存货跌价准备。

1) 库存商品和用于出售的材料等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。

2) 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。

3) 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。

4) 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。

5) 以前减记存货价值的影响因素已经消失的，减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备金额内转回，转回的金额计入当期损益。

2018 年及 2019 年，发行人存货跌价计提比例较为稳定，存货跌价计提比例低于可比公司均值，主要原因是昌红科技的存货跌价计提比例较高，剔除昌红科技后，2018 年及 2019 年可比公司均值为 3.23%、3.27%，与公司的存货跌价计提比例接近。

报告期各期末，各存货类别计提的跌价金额如下（单位：万元）：

存货类别	2020年12月31日	2019年12月31日	2018年12月31日
原材料	63.80	44.42	46.78
在产品	569.82	202.34	330.91
库存商品	303.17	207.78	91.04
发出商品	5.86	13.29	18.00
总计	942.66	467.82	486.72

2020 年 12 月 31 日，公司存货跌价计提比例较高主要系在产品存货跌价计提金额增加：年初新冠疫情时，公司投产几套熔喷布模具拟生产口罩，随着口罩市场行情下行，相关模具计提跌价 97.03 万元；德国唯科新增了固定资产投资，并且受新冠疫情影响，开工率不足，导致在产品模具的固定成本上升，计提跌价 175.57 万元。

综上，公司存货跌价准备计提比例合理。

（五）补充披露报告期各期末在产品、库存商品的订单覆盖比例，如比例较低，请披露原因，论证与生产模式是否匹配。

各报告期末在产品、库存商品的订单覆盖率如下（单位：万元）：

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	期末余额	覆盖率%	期末余额	覆盖率%	期末余额	覆盖率%
库存商品	4,770.78	83.03	3,478.06	82.30	4,293.72	83.05
在产品	9,318.56	90.06	8,588.76	89.06	8,178.17	89.20

受行业特征影响，注塑件、注塑模具和健康产品均为定制化的产品，公司均以订单为基础组织采购、生产和销售，因此公司的报告期各期末在产品、库存商品的订单覆盖比例较高。

（六）会计师的核查与结论

1. 执行的核查程序

针对上述事项，我们履行了以下核查程序：

- （1）获取发行人存货采购与管理相关的内部控制制度，了解并评价公司关于存货采购、领用、管理、清查盘点等关键控制点内部控制设计合理性和执行的有效性；
- （2）获取公司盘点计划，复核盘点人员分工及时间安排的合理性，存货存放地点的完整性；
- （3）制定监盘计划，实施监盘，观察仓库中库存分布情况，观察公司盘点人员的盘点过程；实施抽盘，选取存货明细表中部分存货追查至实物，以验证存货的存在，选取现场实物与存货明细表进行核对，以验证存货的完整性；
- （4）向报告期各期末发出商品对应客户发函，核实发出商品现状及期后收入的确认情况；
- （5）获取发行人各类存货库龄明细表等，复核库龄计算是否正确，同时结合存货的状态分析存货跌价准备金额计提的合理性，检查发行人存货跌价准备的计提政策是否符合《企业会计准则》的规定；另外，查询同行业可比公司公开披露文件，获取存货、营业成本等相关财务数据，比较存货跌价准备计提比例和存货库龄，分析发行人存货跌价计提的充分性；
- （6）访谈采购部、仓储部和生产部主要负责人，了解公司原材料采购、在产品生产和产品发货等周期，分析存货变动的原因是否合理；了解 2020 年存货余额较高，其中原材料和在产品余额增幅较大的主要原因；以及原材料、在产品和低值易耗品一年以内库存比例较高的原因，分析原因合理性；
- （7）获取发行人详细财务数据，了解存货中用于注塑模具、注塑件和健康产品的存货构成；访谈相关业务人员，判断存货余额及结构与生产模式是否匹配；
- （8）核查销售订单或合同，并获取相关财务数据，测算报告期各期末在产品、库存商品的订单覆盖比例，结合主要产品与生产模式，判断订单覆盖比例与生产模式的匹配程度；
- （9）我们通过存货监盘、原始单据检查、库龄分析、比较同行业可比公司存货跌价准备计提方法和比例、存货减值测试等核查方式核查存货的真实性、完整性以及存货跌价准备计提的充分性。截止 2020 年 12 月 31 日，发行人存货余额为 20,717.30 万元，发行人自行

抽盘比例为 94.84%，我们的监盘比例为 72.55%。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

(1) 发行人 2020 年末存货主要由原材料、在产品和库存商品构成，其中，原材料增幅较大的主要原因系注塑件和健康产品原材料余额增加所致；在产品余额增幅较大的主要原因系由于新冠疫情影响，客户以居家办公为主，仅处理紧急事情，模具项目的推进较慢，导致注塑模具在产品余额较上期涨幅较大；原材料和在产品余额的变动原因具有合理性；

(2) 发行人报告期内的存货周转时间符合公司所在行业和产品特性，发行的存货周转率合理；

(3) 发行人存货余额及结构与生产模式较为匹配；

(4) 发行人原材料一年以内库存比例较高的原因主要系公司根据库存情况进行备料生产；在产品一年以内库存比例较高的主要原因系注塑模具生产周期较长导致处于在产品状态的时间较长，与模具的生产周期较为一致；低值易耗品一年以内库存比例较高的主要原因系公司为生产采购的备品备件等易耗品；存货跌价准备计提比例与同行业可比公司相比无重大差异，存货跌价准备计提具有充分性；

(5) 受行业特征影响，注塑件、注塑模具和健康产品均为定制化的产品，发行人均以订单为基础组织采购、生产和销售，因此公司各报告期末在产品、库存商品的订单覆盖比例较高，与生产模式匹配；

(6) 发行人存货真实、完整，存货跌价准备计提充分。

十一、【**审核意见 12. 关于应付账款**】申报材料显示，报告期各期末，发行人应付票据账面价值分别为 1,182.57 万元、1,365.11 万元、1,871.49 万元、3,161.22 万元，应付账款余额分别为 10,490.90 万元、9,569.87 万元、7,920.97 万元和 7,806.85 万元。请发行人补充披露：（1）应付账款中用于支付供应商货款的余额及变动情况，应付账款与应付票据余额和各期采购金额是否匹配；（2）主要供应商给予发行人的信用政策和结算政策，报告期各期应付账款周转率及与同行业公司的对比情况，分析发行人对供应商的议价能力。请保荐人和申报会计师发表明确意见。

回复：

（一）应付账款中用于支付供应商货款的余额及变动情况，应付账款与应付票据余额和各期采购金额是否匹配。

1. 应付账款中用于支付供应商货款的余额及变动情况

报告期各期末，应付账款主要是尚未支付的货款、设备和工程款等，具体构成如下（单位：万元）：

项目	2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
应付货款	11,567.48	96.50	7,595.02	95.89	8,817.11	92.13
应付设备款	311.34	2.60	248.84	3.14	519.38	5.43
应付工程款	107.52	0.90	77.11	0.97	233.38	2.44
合计	11,986.34	100.00	7,920.97	100.00	9,569.87	100.00
增幅	51.32%		-17.23%		-8.78%	

2019年末应付账款余额较2018年末减少，主要原因系公司货款结算采用应付票据-银行承兑汇票结算金额增加和后期应付设备款余额有所减少等。

2020年应付账款余额增加幅度较大，主要原因系四季度的采购额同比增加，其中健康产品相关采购额同比增加。马来西亚唯科生产逐渐稳定，采购额同比增加。

2. 应付账款与应付票据余额和各期采购金额匹配情况分析

报告期内，应付货款与应付票据余额和各期采购金额匹配情况如下（单位：万元）：

项目	2020年度	2019年度	2018年度
应付货款余额①	11,567.48	7,595.02	8,817.11
应付票据余额②	5,047.90	1,871.49	1,365.11
合计③	16,615.38	9,466.51	10,182.22
采购金额④	48,508.43	32,318.51	30,695.61
占比(③/④)	34.25%	29.29%	33.17%

2018年末、2019年末，发行人应付货款与应付票据余额合计金额较为稳定，2020年随着采购金额的大幅增加，2020年末应付货款与应付票据余额相应增加，各期末占比略有波动。

（二）主要供应商给予发行人的信用政策和结算政策，报告期各期应付账款周转率及与同行业公司的对比情况，分析发行人对供应商的议价能力。

1. 报告期内，公司主要供应商的结算政策和信用政策如下：

供应商名称	采购内容	结算政策	2020年度	2019年度	2018年度
厦门志联化工有限公司	塑料粒子	银行存款	月结30天	月结30天	月结30天
海森林（厦门）净化科技有限公司	滤材	银行承兑汇票/ 银行存款	银行承兑汇票、 月结30天	银行承兑汇票、 月结60天	月结60天
厦门晶欣电子有限公司	PCBA	银行承兑汇票/ 银行存款	银行承兑汇票、 月结30天	银行承兑汇票、 月结30天	月结30天
东莞德恒电机有限公司	电机	银行承兑汇票/ 银行存款	银行承兑汇票、 月结30天	银行承兑汇票、 月结30天	月结30天
厦门金泰化工有限公司	塑料粒子	银行存款	月结30天	月结30天	月结30天

供应商名称	采购内容	结算政策	2020 年度	2019 年度	2018 年度
金泰化工（香港）有限公司	塑料粒子	银行存款	月结 30 天	月结 30 天	月结 30 天
合肥杰事杰新材料股份有限公司	塑料粒子	银行承兑汇票/ 银行存款	银行承兑汇 票、 月结 90 天	月结 90 天	月结 90 天
上海瀚堂贸易有限公司	塑料粒子	银行存款	月结 30 天	月结 30 天	月结 30 天
上海澜盛贸易有限公司	塑料粒子	银行存款	月结 60 天	月结 60 天	/
上海世朗工贸有限公司	塑料粒子	银行存款	月结 30 天	月结 30 天	月结 30 天
深圳市同益实业股份有限公司	塑料粒子	银行存款	月结 30 天	月结 30 天	月结 30 天
香港同益实业有限公司	塑料粒子	银行存款	月结 30 天	月结 30 天	月结 30 天
厦门毅兴行塑胶原料有限公司	塑料粒子	银行存款	月结 30 天	月结 30 天	月结 30 天
广州市毅兴行塑胶原料有限公司	塑料粒子	银行存款	月结 30 天	月结 30 天	月结 30 天
毅兴塑胶原料（香港）有限公司	塑料粒子	银行存款	月结 30 天	月结 30 天	月结 30 天
帝斯曼工程材料（江苏）有限公司	塑料粒子	银行存款	月结 30 天	月结 30 天	月结 30 天
佛山市顺德区阿波罗环保器材有限公司	滤材	银行存款	月结 30 天	月结 30 天	月结 30 天
厦门众一工贸有限公司	塑料粒子	银行存款	月结 30 天	月结 30 天	月结 30 天

注：表中“/”表示当期未向该供应商发生采购。

报告期内，主要供应商的账期通常在 30 至 90 天。

2. 公司应付账款周转率与同行业可比公司比较情况

应付账款周转率	2019 年度	2018 年度
昌红科技	4.84	5.62
横河模具	3.54	4.60
上海亚虹	5.20	5.63
天龙股份	4.52	4.87
肇民科技	3.98	4.23
行业平均值	4.42	4.99
唯科模塑	5.02	3.99
应付账款周转天数	71.67	90.28

注 1：摘自同行业上市公司公开披露的年度公告、招股说明书等文件；同行业可比公司尚未披露 2020 年年报，故未比较。

注 2：应付账款周转率=营业成本/[（应付账款期初余额+应付账款期末余额）/2]×100%；应付账款周转天数=360/应付账款周转率

2018 年，公司应付账款周转率和同行业可比公司平均水平不存在重大差异。2019 年、2020 年，公司应付账款周转率提升较快，且高于同行业可比公司平均水平，主要原因发行人采用应付票据-银行承兑汇票结算金额增加较快，导致应付账款期末余额下降。

（三）会计师的核查与结论

1. 执行的核查程序

针对上述事项，我们履行了以下核查程序：

(1) 取得了发行人应付账款构成，对应付货款与应付票据余额和各期采购金额进行了配比分析；

(2) 检查报告期各期前五大供应商给发行人的结算政策和信用政策情况；

(3) 比较分析了发行人与同行业可比公司的应付账款周转率情况。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

(1) 发行人报告期内应付账款与应付票据余额和各期采购金额匹配；

(2) 发行人报告期内主要供应商的结算政策和信用政策较为稳定。2018年，公司应付账款周转率和同行业可比公司平均水平不存在重大差异。2019年、2020年，公司应付账款周转率提升较快，且高于同行业可比公司平均水平，主要原因系发行人采用应付票据-银行承兑汇票结算金额增加较快，导致应付账款期末余额下降。

十二、【审核意见 13. 关于长期资产】申报材料显示，截至 2020 年 6 月末发行人持有的投资性房地产账面原值为 4,852.36 万元，累计折旧为 2,446.04 万元；报告期各期末，发行人持有的长期股权投资期末余额分别为 935.83 万元、1,112.08 万元、1,566.99 万元、1,941.69 万元，投资对象为厦门康勃医疗科技有限公司和厦门百特盛康血液透析中心有限公司，各期末按权益法核算的长期股权投资收益分别为 235.82 万元、176.25 万元、274.92 万元、374.69 万元；2018 年 10 月，发行人子公司唯科科技德国有限公司购入一项资产组，确认商誉 267.76 万元并在当期末全额计提商誉减值准备；报告期内递延所得税负债受到非同一控制企业合并资产评估增值的影响。请发行人补充披露：（1）持有投资性房地产的具体情形、形成背景，租赁价格是否公允，自初始确认以来的计量模式以及是否发生过变更；（2）发行人持有被投资单位的股权比例，是否对其具有共同控制、重大影响或实施控制，长期股权投资的取得方式、初始计量情况、后续计量方法及会计处理过程；（3）2018 年末发行人子公司购入资产组的相关情况，资产组构成业务的判断依据，资产组的购买对价、可辨认净资产公允价值和期末可收回金额的确认依据及金额，资产组后续计量中折旧摊销的计提情况；（4）报告期内非同一控制企业合并形成的资产评估增值部分形成原因、金额计算过程等相关情况，报告期前是否发生非同一控制下企业合并的情况并对报告期当期产生影响，如是，请简要披露。请保荐人和申报会计师发表明确意见。

回复：

（一）持有投资性房地产的具体情形、形成背景，租赁价格是否公允，自初始确认以来的计量模式以及是否发生过变更。

1. 投资性房地产的基本情况

报告期内，发行人及其子公司持有的房产中有 8 处部分或全部被划分为投资性房地产，基本情况如下：

序号	权利人	权属证号	房产地址	房产面积 (m ²)	土地用途	形成背景			
						取得方式	购置时间	首次出租时间	出租原因
1	唯科模塑	闽(2020)厦门市不动产权第 0028867 号	翔安区翔虹路 16 号 101 东侧	1,917.54	工业用地	外购	2005.11	2016.8	赚取租金
2	唯科模塑	闽(2020)厦门市不动产权第 0028871 号	翔安区翔虹路 16 号 201	2,033.43	工业用地	外购	2005.11	2008.1	赚取租金
3	唯科模塑	闽(2020)厦门市不动产权第 0028872 号	翔安区翔虹路 16 号 301	2,033.43	工业用地	外购	2005.11	2008.1	赚取租金
4	健康科技	厦国土房证第 01163010 号	翔安区翔虹路 16 号 102	1,923.90	工业用地	外购	2005.11	2007.6	赚取租金
5	健康科技	厦国土房证第 01163013 号	翔安区翔虹路 16 号 103	1,916.90	工业用地	外购	2005.11	2007.6	赚取租金
6	健康科技	厦国土房证第 01163035 号	翔安区翔虹路 16 号 302	2,286.46	工业用地	外购	2005.11	2006.9	赚取租金
7	厦门沃尔科	厦国土房证第 01205663 号	厦门现代物流园(保税区)象兴一路 33 号之一	6,597.46	工业用地	并购	2013.12	2017.5	赚取租金
8	厦门沃尔科	厦国土房证第 01205665 号	厦门现代物流园(保税区)象兴一路 33 号	2,312.73	工业用地	并购	2013.12	2017.9	赚取租金

注：序号为 7、8 的房产系发行人于 2013 年 12 月通过并购厦门沃尔科的方式取得。

2. 对外出租价格及其公允性

报告期内，发行人及子公司持有投资性房地产的土地用途均为工业用地，对外租赁的价格如下：

出租方	承租方	房产地址	租赁面积 (m ²)	租赁单价 (元/月/平方米)		
				2020 年度	2019 年度	2018 年度
唯科模塑	厦门康勃医疗科技有限公司	厦门市翔安区翔虹路 16 号 101 东侧	183.00	22.00	20.00	20.00
唯科模塑	厦门康勃医疗科技有限公司	厦门市翔安区翔虹路 16 号 201	2,033.43	12.00	12.00	12.00
唯科模塑	厦门康勃医疗科技有限公司	厦门市翔安区翔虹路 16 号 301	2,033.43	12.00	12.00	12.00
健康科技	厦门康勃医疗科技有限公司	厦门市翔安区翔虹路 16 号 102	800.00	22.00	/	/

出租方	承租方	房产地址	租赁面积 (m ²)	租赁单价 (元/月/平方米)		
				2020 年度	2019 年度	2018 年度
健康科技	厦门 ABB 低压 电器设备有限公司	厦门市翔安区 翔虹路 16 号 103	2018 年 1-3 月为 1,916.90m ² , 4-7 月为 500m ²	/	/	30.60
健康科技	厦门康勃医疗 科技有限公司	厦门市翔安区 翔虹路 16 号 302	2,286.46	12.00	12.00	12.00
厦门沃尔科	厦门博乐德平 台拍卖有限公司	厦门现代物流 园 (保税区) 象兴一路 33 号 之一	6,597.46	24.25	24.25	24.25
厦门沃尔科	厦门丝纶堂丝 绸文化有限公司	厦门现代物流 园 (保税区) 象兴一路 33 号	2,312.73	/	/	30
厦门沃尔科	厦门市东渡鑫 飞翔机动车检 测有限公司		2,312.73	32.43	32.43	32.43

以同地市、同类土地用途、类似面积的厂房租赁价格作为可比价格，目前厦门市翔安区厂房网络公开租赁可比价格区间为 10.00-30.00 元/月/m²，厦门市湖里区（象屿保税区）厂房网络公开租赁可比价格区间为 20.00-40.00 元/月/m²。

发行人所持有投资性房地产的租金收入显著高于采用成本模式计量的折旧金额，对外租赁价格在所处地区厂房网络公开租赁价格的合理范围内，定价公允。

3. 投资性房地产的会计计量模式

自初始确认以来，发行人均采用成本模式对投资性房地产进行计量，报告期内未发生过变更。

（二）发行人持有被投资单位的股权比例，是否对其具有共同控制、重大影响或实施控制，长期股权投资的取得方式、初始计量情况、后续计量方法及会计处理过程。

1. 发行人持有被投资单位的股权比例，是否对其具有共同控制、重大影响或实施控制

1) 发行人持有被投资单位的股权比例等相关情况

项目/被投资单位	厦门康勃医疗科技有限公司	厦门百特盛康血液透析中心有限公司
发行人占被投资单位股权比例	33.34%	30.00%
被投资方董事会人数	3	3
其中：发行人派出代表人数	1	1
发行人派出代表及职务	发行人实际控制人庄辉阳任董事	发行人实际控制人庄辉阳任副董事长
发行人是否可以通过该代表参与被投资单位经营政策的制定，达到对被投资单位施加重大影响	是	是
发行人是否因涉入被投资方而享有可变回报	是	是
是否存在合营安排	否	否

2) 发行人对被投资单位具有重大影响，但不构成控制或共同控制，分析如下：

A、发行人在两家被投资单位的董事会中均派有代表，并相应享有实质性的参与决策权，发行人可以通过该代表参与被投资单位财务和经营政策的制定，且在制定过程中，可以为其自身利益提出建议和意见，从而可以对被投资单位施加重大影响；

B、从被投资单位的董事会结构来看，发行人仅派出 1 名代表，其享有的权利无法使其有能力主导被投资单位的相关活动和经营决策，因此发行人未对被投资单位实施控制；

C、从被投资单位股权比例来看，发行人直接或通过子公司间接持有的两家被投资单位 33.34%和 30%的表决权股份，对被投资单位具有重大影响；

D、发行人与其他投资方不存在集体控制某项安排的情况，因此未构成共同控制。

综上，根据《企业会计准则第 2 号—长期股权投资》及其应用指南关于重大影响判断的相关规定，可以判断发行人对上述两家被投资单位具有重大影响，但不构成共同控制或实施控制。

2. 长期股权投资的取得方式、初始计量情况、后续计量方法及会计处理过程

1) 对厦门康勃的长期股权投资

2016 年 12 月，唯科模塑通过股权受让的方式取得该联营企业 33.34%的股权；以取得投资时点应享有厦门康勃的净资产份额，确认初始投资成本 297.21 万元；由于对被投资方有重大影响，采用权益法进行后续计量，按照应享受或应分担厦门康勃实现净利润或净亏损的份额，调整长期股权投资的账面价值。

会计处理如下：

①初始计量

借：长期股权投资——成本

贷：银行存款

②后续计量

借：长期股权投资——损益调整

贷：投资收益

2) 对厦门百特盛康的长期股权投资

2017 年 7 月，子公司健康科技通过新设的方式取得该联营企业 30%的股权，分两期合计出资 600.00 万元，以实际出资的金额作为初始投资成本；由于该投资对被投资方产生重大影响，采用权益法进行后续计量，按照应享受或应分担厦门百特盛康实现净利润或净亏损的份额，调整长期股权投资的账面价值。

会计处理如下：

①初始计量

借：长期股权投资——成本

贷：银行存款

②后续计量

借：长期股权投资——损益调整

贷：投资收益

(三) 2018 年末发行人子公司购入资产组的相关情况，资产组构成业务的判断依据，资产组的购买对价、可辨认净资产公允价值和期末可收回金额的确认依据及金额，资产组后续计量中折旧摊销的计提情况。

1. 2018 年末发行人子公司购入资产组的相关情况

2018 年 10 月，发行人子公司德国唯科以 300.00 万欧元的价格，向非关联方 rWS GmbH 购买一项资产组，相关情况如下：

资产所在地	资产包含的主要内容
诺尔豪斯-谢尔施尼茨市弗里茨谷工业大街 3 号	1、有形资产，包括房产、技术设备、机器、其他设备、企业运营设备、企业车辆等； 2、无形资产，土地使用权、专利、实用新型专利和设计、商标、对著作权的使用权等； 3、原材料、辅料、经营加工材料等； 4、归为被出售业务之范围的一切商业经验产品、管理和销售流程、包括所有上述对象的一切载体，比如管理和销售机构的文件或其他业务文件； 5、在员工没有根据德国民法典第 613a 条第 6 款对劳动关系转让提出异议的情况下，买方应当依据规定承继于业务交割日存在且归于被出售业务范围内劳动关系中的所有权利和义务。

2. 资产组构成业务的判断依据

根据《企业会计准则解释第 13 号》“业务是指企业内部某些生产经营活动或资产的组合，该组合一般具有投入、加工处理过程和产出能力，能够独立计算其成本费用或所产生的收入。合并方在合并中取得的生产经营活动或资产的组合（以下简称组合）构成业务，通常应具有下列三个要素：1. 投入，指原材料、人工、必要的生产技术等无形资产以及构成产出能力的机器设备等其他长期资产的投入。2. 加工处理过程，指具有一定的管理能力、运营过程，能够组织投入形成产出能力的系统、标准、协议、惯例或规则。3. 产出，包括为客户提供的产品或服务、为投资者或债权人提供的股利或利息等投资收益，以及企业日常活动产生的其他的收益。……。合并方在合并中取得的组合应当至少同时具有一项投入和一项实质性加工处理过程，且二者相结合对产出能力有显著贡献，该组合才构成业务。”

公司购入的资产组，包括了房产、土地、生产所需的机器设备及必要的生产技术以及原材料，符合准则中的“投入”要素。由于公司同时承继了员工关系和与之相关的经验产品、管理和销售流程，具有一定的管理能力和运营过程，符合准则中的“加工处理过程”要素。公司购入该资产组的主要意图也是在现有经营场所继续运营该公司。

因此，该资产组至少同时具有“投入”和“加工处理过程”，并且二者结合对产出能力具有显著贡献，符合准则中关于业务的定义，该项购入的资产组构成业务。

3. 资产组的购买对价、可辨认净资产公允价值和期末可收回金额的确认依据及金额

1) 公司购入该项资产组的合同总价为 300.00 万欧元, 此外发生各项交易费用 16.53 万欧元, 合计 316.53 万欧元。

公司为房屋建筑物和土地使用权过户产生的交易税费为 7.53 万欧元, 为取得该项资产的成本, 计入资产原值。为该项交易发生的各项中介费用等合计为 9.00 万欧元, 按照《企业会计准则第 2 号—长期股权投资》“合并方或购买方为企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他相关管理费用, 应当于发生时计入当期损益”的要求计入了当期管理费用, 具体如下:

项目	购买日的公允价值 (万欧元)	备注
公司支付的总成本:	316.53	
其中: 合同交易价格①	300.00	
交易税费②	7.53	房产过户产生的交易税费
各项中介费用	9.00	计入当期管理费用
资产组公允价值: ③	273.41	
其中: 固定资产-设备类	143.87	
固定资产-房屋建筑物	107.02	
无形资产-土地使用权	15.51	
存货及其他	7.01	
差额 (①+②-③):	34.12	

购买成本大于交易中取得的可辨认净资产公允价值份额的差额 34.12 万欧元确认为商誉, 按 2018 年期末汇率折算为人民币 267.76 万元。

2) 2018 年末可收回金额的确认依据及金额

根据《以财务报告为目的的评估指南》及相关会计准则, 当资产的可收回价值低于资产的账面价值时, 该资产出现减值, 资产的可收回价值应当根据资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

经过评估, 截至评估基准日 2018 年 12 月 31 日, 商誉减值测试相关的商誉资产组, 采用未来净现金流量的现值和公允价值减处置费用和相关税费后的净额两种方法评估, 根据孰高原则, 确定资产组的可收回价值为 2,080.73 万元。

3) 商誉减值准备的计提

截至 2018 年 12 月 31 日, 与商誉相关的资产组的资产账面值合计 2,340.06 万元, 如下表:

项目	账面价值 (单位: 人民币万元)
固定资产	1,950.57
无形资产	121.73
商誉	267.76
资产总计	2,340.06

依据评估结果，与商誉相关的资产组发生减值 2,340.06-2,080.73=259.33 万元，与商誉金额 267.76 万元较为接近，出于谨慎原则，公司在 2018 年末对商誉一次性全额计提减值。

3. 资产组后续计量中折旧摊销的计提情况

取得该资产组后，报告各期后续计量中计提折旧摊销的情况如下（单位：万元）：

期间	期初	资产组变动			期末
		折旧/摊销	处置/报废	外币报表折算	
2018 年 11-12 月	2,078.57	17.17	0.93	11.83	2,072.30
2019 年度	2,072.30	200.03	29.53	-9.11	1,833.62
2020 年度	1,833.62	201.72	0.98	45.12	1,676.05

（四）报告期内非同一控制企业合并形成的资产评估增值部分形成原因、金额计算过程等相关情况，报告期前是否发生非同一控制下企业合并的情况并对报告期当期产生影响，如是，请简要披露。

1. 报告期内非同一控制企业合并形成的资产评估增值部分形成原因、金额计算过程等相关情况

公司在报告期增加的合并范围均为新设子公司，分别为 2018 年 11 月，公司新设立子公司唯科科技（马来西亚）私人有限公司；2019 年 1 月，公司新设立子公司泉州唯科健康产业有限公司。上述二家子公司自设立起纳入合并范围。

报告期内，公司除上述事项导致合并范围变化，及本题（三）披露的业务合并外，无其他企业合并事项。

2. 报告期前是否发生非同一控制下企业合并的情况并对报告期当期产生影响，如是，请简要披露

报告期前非同一控制下企业合并简介及影响如下：

报告期前，发行人通过非同一控制下企业合并取得的子公司分别为厦门沃尔科、厦门智蓝（已注销）以及上海居菲特（已注销），简要披露如下：

非同一控制下企业合并取得的子公司	取得控制权的时间	取得控制权的方式	交易对手及主要内容
厦门沃尔科模塑有限公司	2014 年 2 月	受让 100.00% 股权	股东 Omin Investors Pte. Ltd. 将其持有标的公司 100% 股权以 351.5 万美元转让给唯科模塑
厦门智蓝环保科技有限公司	2015 年 6 月	增资入股，入股后占股比 60.00%	标的公司原注册资本 100 万元。2015 年 5 月，标的公司注册资本增加至 600 万元。新增部分由原股东认缴 80 万元，唯科模塑公司认缴 360 万元，江培煌认缴 60 万元；
居菲特（上海）实业有限公司	2016 年 8 月	受让 100.00% 股权	原股东雷正举、肖登艾分别将所持标的公司 50% 的股权转让给唯科模塑，合计 2,000 万元人民币

续：

非同一控制下企业合并取得的子公司	取得资产的公允价值 (万元)	资产增值情况	交易价格 (万元)	交易价格与资产公允价值的差额	对报告期产生的影响
厦门沃尔科模塑有限公司	2,233.90	增值 212.64 万元, 主要为房屋建筑物增值 148.03 万元, 土地使用权增值 41.77 万元	2,147.28	-86.62	1、交易价格与公允价值的差额 86.62 万元, 增加报告期年初未分配利润; 2、评估增值部分每年折旧/摊销 36.45 万元, 影响各期损益
厦门智蓝环保科技有限公司	增资方式, 未评估。该主体已于 2019 年 9 月注销。				
居菲特 (上海) 实业有限公司	2,693.70	增值 1,407.41 万元, 主要为土地使用权增值 1,148.36 万元, 在建工程增值 258.50 万元	2,000.00	-693.70	1、交易价格与公允价值的差额 693.70 万元, 增加报告期年初未分配利润; 2、评估增值部分每年折旧/摊销 14.16 万元, 影响各期损益

(五) 会计师的核查与结论

1. 执行的核查程序

针对上述事项, 我们履行了以下核查程序:

- (1) 取得了发行人投资性房地产的构成; 计算了投资性房地产对外出租的价格并与市场价格进行了比较; 了解了发行人投资性房地产的计量方式;
- (2) 获取长期股权投资中被投资单位的基本情况, 对构成重大影响的依据进行了分析; 了解了被投资单位股权的取得方式、初始计量、后续计量等情况;
- (3) 了解了 2018 年发行人子公司德国唯科购入资产组的基本情况, 对购入资产组构成业务的依据、购买对价、可辨认净资产公允价格及商誉减值情况进行复核;
- (4) 了解了报告期前非同一控制企业合并的相关情况。

2. 核查意见

经核查, 我们认为:

- (1) 投资性房地产形成背景清晰, 租赁价格公允, 自初始确认以来的计量模式符合企业会计准则;
- (2) 发行人对被投资单位构成重大影响的依据合理, 发行人长期股权投资的取得方式、初始计量、后续计量方法及会计处理过程符合企业会计准则;
- (3) 发行人子公司 2018 年末购入资产组构成业务的判断依据合理, 商誉减值准备计提合理, 资产组后续计量中折旧摊销的计提合理;
- (4) 除前述购入资产组外, 报告期内不存在非同一控制企业合并形成资产评估增值情况, 报告期前发生的非同一控制下企业合并对报告期当期影响较小。

十三、【**审核意见 14. 关于财务规范性**】报告期内发行人第三方回款金额分别为 2, 505. 75 万元、2, 767. 58 万元、4, 760. 72 万元和 2, 300. 28 万元, 占营业收入比例分别为 4. 72%、4. 32%、6. 81%和 6. 75%; 存在转贷资金金额分别为 6, 000. 00 万元、7, 500. 00 万元和 1, 000. 00 万元。

请发行人补充披露：（1）报告期内通过集团财务公司或指定公司对外支付的主要客户名称、付款方名称及相应支付金额，CT Engineering Corporation Limited 代收客户货款的具体情况，该收款方简介及与客户的关系；（2）发行人在报告期内的转贷行为是否存在被追究责任的风险，是否存在相关贷款银行被监管机构处罚而追究发行人责任的风险，是否取得金融监管部门出具的证明文件，是否构成重大违法违规行为；（3）报告期内发行人是否存在无真实交易背景的票据融资、利用个人账户对外收付款项、违反内部资金管理规定进行大额现金借支或挪用资金等情形；（4）报告期内是否存在其他转贷、票据融资、银行借款受托支付、非经营性资金往来、关联方代收货款、无真实交易背景商业票据贴现融资、出借公司账户为他人收付款等情形，如是，披露相关交易形成时间、原因、资金流向和使用用途、利息、违反有关法律法规具体情况及后果、后续可能影响的承担机制、整改措施、相关内控建立及运行情况。请保荐人、发行人律师和申报会计师根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》关于财务内控不规范等相关规定对上述事项发表明确意见。请保荐人和申报会计师说明对发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、出纳人员等核心岗位人员资金流水的核查范围、核查标准及核查结论，发行人关联方及员工开立的银行账户与发行人及其客户、供应商是否存在异常资金往来，对发行人财务内部控制规范性发表明确意见。

回复：

（一）报告期内通过集团财务公司或指定公司对外支付的主要客户名称、付款方名称及相应支付金额，CT Engineering Corporation Limited 代收客户货款的具体情况，该收款方简介及与客户的关系。

报告期内，公司第三方回款金额列示如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
客户所属集团通过集团财务公司或指定相关公司代客户统一对外付款金额	3,848.57	4,361.30	2,746.25
应收账款保理金额	-	252.17	-
CT Engineering Corporation Limited 代收客户货款金额	-	147.25	-
其他第三方回款金额	-	-	21.33
第三方回款金额合计	3,848.57	4,760.72	2,767.58
营业收入	91,053.54	69,925.76	64,133.13
第三方回款金额合计/营业收入	4.23%	6.81%	4.32%
其他第三方回款金额/营业收入	-	-	0.03%

报告期内，发行人三方回款金额分别为 2,767.58 万元、4,760.72 万元和 3,848.57 万元，占营业收入比例分别为 4.32%、6.81%和 4.23%，其中属于“客户所属集团通过集团财务公司或指定相关公司代客户统一对外付款”的金额报告期分别为 2,746.25 万元、4,361.30

万元和 3,848.57 万元；属于“应收账款保理金额”报告期分别为 0.00 万元、252.17 万元和 0.00 万元；属于“CT Engineering Corporation Limited 代收客户货款金额”报告期分别为 0.00 万元、147.25 万元和 0.00 万元。

1. “客户所属集团通过集团财务公司或指定相关公司代客户统一对外付款”的主要构成情况如下：

所属集团	客户名称	付款方名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
威卢克斯集团	Gasdal Bygningsindustri A/S BKR CR, s. r. o. KH-SK France S. A. S. NB Polska Sp. z. o. o. NM Polska sp. z o. o. Partizanske Building Components-SK s. r. o.	VELUX A/S	3,237.92	2,691.77	1,861.42
冯氏集团	LF PRODUCTS PTE LTD	LF CENTENNIAL PTE LTD	34.92	772.33	314.87
英维斯塔集团	Pelton & Crane Dental Imaging Technologies Corp.	Kavo Dental Technologies LLC DH DENTAL BUSINESS SERVICES LLC Imaging sciences international	225.77	170.88	268.21
BE 航空	B/E Aerospace (Miami), Inc. B/E Aerospace (UK) Ltd B/E Aerospace Interior System Group B/E-LB SAO B/E-Seating Administration B/E-WS COMPONENTS B/E-WS Seat Assembly 等	B/E Aerospace (UK) Ltd B/E AEROSPACE B. V. B/E Aerospace, Inc.	40.17	92.01	79.50
均胜电子	Preh Mexico Preh GmbH	Preh GmbH Preh, Inc. Preh Portugal, Lda	51.73	159.12	0.51
霍尼韦尔	Intelligrated Systems, Inc Honeywell Analytics, Inc.	Intelligrated Software LLC Intelligrated Systems LLC Honeywell International, Inc.	44.68	-	82.05
奥创集团	Thomson Linear LLC	Kollmorgen Corporation	30.11	43.74	27.50
	合计		3,665.30	3,929.85	2,634.06
	占比		95.24%	90.11%	95.18%

注 1: 威卢克斯集团, 指 VELUX Group, 是现代屋顶窗的创造者, 更是世界屋顶窗领域的领导者, 是全球建材领域最有实力的国际品牌之一, 总部位于丹麦。公司主要与其旗下 BKR CR, s. r. o.、Gasdal Bygningsindustri A/S 等合作;

注 2: 冯氏集团, 指 Fung Group, 是香港的一家全球供应链管理跨国集团, 公司主要与其旗下 LF PRODUCTS PTE. LTD.、LF CENTENNIAL PTE. LTD. 等合作;

注 3: 英维斯塔集团, 指 Envista Holdings Corporation, 于 2019 年 6 月从全球最大的仪器公司丹纳赫分拆而来, 是全球最大的牙科产品公司之一, 在牙科产品行业的包括植入物、口腔正畸和数字成像技术拥有领先地位。公司主要与其旗下 Pelton & Crane、Palodex Group oy. 等合作;

注 4: BE 航空, 指 B/E Aerospace Inc., 原美国纳斯达克上市公司 (股票代码: BEAV), 是世界领先的飞机内部产品和解决方案供应商, 主要从事商用客机及行政专机之机舱内饰产品制造。公

司主要与其旗下 B/E Aerospace (UK) Ltd、B/EWS Seat Assembly 等合作；

注 5：均胜电子，指宁波均胜电子股份有限公司，A 股上市公司（股票代码：600699），是一家全球化的汽车零部件顶级供应商，主要致力于智能驾驶系统、汽车安全系统、新能源汽车动力管理系统以及高端汽车功能件总成等的研发与制造。公司主要与其旗下 Preh GmbH、宁波普瑞均胜汽车电子有限公司、QUIN GmbH 等合作；

注 6：霍尼韦尔，世界 500 强企业之一，产品涉及航空产品和服务、楼宇、家庭和工业控制技术、汽车产品、涡轮增压器等领域；

注 7：奥创集团是一家全球领先的专业从事运动控制和动力传输解决方案的设计、制造公司，公司股票在纳斯达克上市。产品范围包括制动器、推杆，丝杠，伺服电器，驱动器，离合器、联接器、传动器、轴承等。旗下包括 Thomson Linear, Kollmorgen, Portscap, Jacobs Vehicle System, Warner Electric, Warner Linear, Bauer, Wichita, Twiflex, Stromag, Stieber, TB Woods 等品牌公司。

经客户确认及公开网站查询等，上述付款方与客户均属于同一集团。

2. “CT Engineering Corporation Limited 代收客户货款金额”主要构成情况如下:

客户名称	付款方名称	2019 年度	2018 年度
Waddington North America Inc	CT Engineering Corporation Limited	70.38	-
LBP MANUFACTURING INC/LBP Manufacturing LLC		69.83	-
MANN+HUMMEL Purolator Filters LLC		7.04	-
合计		147.25	-

CT Engineering Corporation Limited 为实际控制人王燕控制的其他企业，成立于 2010 年 1 月，注册资本 10,000 港币，已于 2019 年 6 月解散。2018 年曾存在代发行人收取少数境外客户货款的情况，该等货款于 2019 年全部向发行人支付完毕，存在代收货款的主要原因为少数境外客户出于支付便利性考虑要求境外付款。

经核查，我们认为发行人第三方回款情况合理，不影响发行人销售真实性。

（二）发行人在报告期内的转贷行为是否存在被追究责任的风险，是否存在相关贷款银行被监管机构处罚而追究发行人责任的风险，是否取得金融监管部门出具的证明文件，是否构成重大违法违规行为。

公司的转贷行为是公司将已审批取得并存在公司银行账户的银行贷款资金支付给供应商后，供应商将该等资金一次性转付给公司，其前提是公司已合法取得银行审批的贷款，用途也是按银行约定用于支付货款等流动资金，不存在用于拆借、证券投资、股权投资、房地产投资或国家禁止生产、经营的领域和用途的情形，且按期或提前足额偿还本息，因此，并无骗取贷款银行发放贷款的故意或将该等贷款非法据为己有的目的，不具有骗取贷款的主观故意或恶意。报告期内，公司通过转贷取得的借款均已按照合同约定按期或提前足额还本付息，未发生逾期还款或其他违约的情形，未造成贷款银行资金损失。因此，公司报告期内的转贷行为不属于《刑法》或《商业银行法》规定的采取欺诈手段骗取贷款之行为。公司通过转贷取得的借款均已按约定足额还本付息，不存在因违反《贷款通则》之规定而被提前收回，或承担赔偿责任的情形。因此，公司报告期内的转贷行为不属于主观故意或恶意行为并构成重大违法违规。2020 年 12 月，中国农业银行股份有限公司厦门翔安支行、中国建设银行股份有限公司厦门市分行分别出具了《确认函》，确认上述贷款合同已履行完毕，合同履行过程中不存在纠纷或潜在纠纷，本行也未因此受到监管机构处罚，不会追究发行人的相关责任。2021 年 1 月，中国人民银行厦门市中心支行出具《证明》，证明其未对厦门唯科及其子公司作出过行政处罚。公司未因此受到相关监管机构的处罚，亦不存在因违反《刑法》《商业银行法》《贷款通则》等规定而受到处罚的风险。

（三）报告期内发行人是否存在无真实交易背景的票据融资、利用个人账户对外收付款项、违反内部资金管理规定进行大额现金借支或挪用资金等情形。

报告期内发行人不存在无真实交易背景的票据融资、利用个人账户对外收付款项、违反

内部资金管理规定进行大额现金借支或挪用资金等情形。

(四) 报告期内是否存在其他转贷、票据融资、银行借款受托支付、非经营性资金往来、关联方代收货款、无真实交易背景商业票据贴现融资、出借公司账户为他人收付款等情形,如是,披露相关交易形成时间、原因、资金流向和使用用途、利息、违反有关法律法规具体情况及后果、后续可能影响的承担机制、整改措施、相关内控建立及运行情况。

除上述转贷、第三方回款外,报告期内发行人不存在其他转贷、票据融资、银行借款受托支付、非经营性资金往来、关联方代收货款、无真实交易背景商业票据贴现融资、出借公司账户为他人收付款等情形。

(五) 对发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、出纳人员的资金流水核查以及关联方及员工的资金流水核查情况

1. 发行人的资金流水核查

1) 核查范围

发行人报告期内所有银行账户的资金流水,包括报告期内已经注销的银行账户。

2) 核查标准

核查程序如下:

A、通过询问、观察、检查等程序以了解和评价发行人资金管理相关内部控制制度;

B、获取了企业信用报告及发行人开立户清单,并与发行人财务核算中的贷款担保、银行账户进行核对;

C、获取了报告期内发行人开户银行账户的银行对账单,对银行流水的流入和流出情况进行核查,判断其是否存在异常情况。报告期内,保荐人和申报会计师核查了报告期内客户支付给发行人所有金额在 200 万元以上的银行流水和支出,并抽取了部分 200 万元以下的银行流水,核实是否具有真实的交易背景以及流水金额与对账单、发票等支持性文件是否匹配。报告期内,发行人采用经常性业务的税前利润确定财务报表重要性水平,具体金额为财务报表扣除非经常性损益后的经常性利润总额的 5%并向下取整,分别为 500 万元、550 万和 800 万。报告期内,保荐人和申报会计师抽查发行人的银行流水大额发生额的核查标准为 200 万元,低于重要性水平的 50%。

我们重点核查报告期内发生的以下事项:①发行人资金管理相关内部控制制度是否存在较大缺陷;②是否存在银行账户不受发行人控制或未在发行人财务核算中全面反映的情况,是否存在发行人银行开户数量等与业务需要不符的情况;③发行人大额资金往来是否存在重大异常,是否与公司经营活动、资产购置、对外投资等不相匹配;④发行人与控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员等是否存在异常大额资金往来;⑤发行人是否存在大额或频繁取现的情形,是否无合理解释;发行人同一账户或不同账户之间,是否存在

金额、日期相近的异常大额资金进出的情形，是否无合理解释；⑥发行人是否存在大额购买无实物形态资产或服务（如商标、专利技术、咨询服务等）的情形，如存在，相关交易的商业合理性是否存在疑问。

3) 核查结论

经核查，报告期内，发行人资金管理相关内部控制制度不存在重大缺陷；不存在银行账户不受发行人控制或未在发行人财务核算中全面反映的情况；发行人大额资金往来不存在重大异常，且与公司经营活动、资产购置、对外投资等相匹配；除已在招股说明书中披露的关联方 CT ENGINEERING CORPORATION LIMITED 代发行人收取客户款项等外，发行人与控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员以及其他关联方等不存在其他异常的大额资金往来；发行人不存在无合理解释理由的大额或频繁取现的情形或同一账户或不同账户之间金额、日期相近的异常大额资金进出的情形；发行人银行账户的流入和流出交易背景真实、具备商业合理性，不存在异常。

2. 对发行人以外的资金流水核查

1) 核查范围

对发行人以外的资金流水核查范围包括报告期内发行人实际控制人及其亲属、董事（不包括独立董事）、监事、高级管理人员、其他核心人员、主要财务人员、出纳人员等个人银行卡流水；报告期内发行人关联方实际控制人控制的其他企业、员工持股平台、参股公司等银行流水。

2) 核查标准

核查程序如下：

- A、获取了相关人员出具的《承诺函》，确认所提供银行账户资料的完整性；
- B、获取开户银行打印报告期内的资金流水明细；
- C、取得实际控制人、董监高的个人征信信息；

D、对发行人实际控制人、董事（不包括独立董事）、监事、高管、其他核心人员及其他关联方报告期的资金流水进行核查，核实上述资金的流入、流出是否存在异常情况，重点关注：①发行人实际控制人个人账户大额资金往来较多且无合理解释，或者频繁出现大额存现、取现情形；②控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员是否从发行人获得大额现金分红款、薪酬或资产转让款、转让发行人股权获得大额股权转让款，主要资金流向或用途存在重大异常；③控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员与发行人关联方、客户、供应商是否存在异常大额资金往来；④是否存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形。

对独立董事的替代核查程序：

- A、结合对发行人及其子公司报告期内银行流水的核查，关注独立董事及其控制的或任

董监高的关联法人在报告期内是否存在与发行人及其子公司有资金往来；

B、结合对发行人的控股股东、实际控制人、董监高报告期内的个人银行资金流水的核查，关注独立董事及其控制的或任董监高的关联法人在报告期内是否存在与发行人的控股股东、实际控制人、董监高有资金往来；

C、取得了其签署的承诺函，承诺报告期内与发行人客户、供应商不存在关联关系，不存在异常大额资金往来，不存在代发行人收取客户货款、不存在代发行人支付供应商货款，不存在为发行人或代发行人支付成本费用等情况，不存在通过体外循环帮助发行人虚增收入、利润的情形；

D、取得了其个人的征信报告，报告显示上述个人的信用状况良好，不存在大额已逾期未归还的银行贷款等负债。

3) 核查结论

经核查，报告期内，除已在招股说明书中披露的实际控制人替发行人代付薪酬等情形外，发行人实际控制人、董事、监事、高管、其他核心人员等与发行人关联方、客户、供应商不存在异常大额资金往来；发行人内部控制健全有效；不存在体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形。

3. 对发行人关联方及员工开立的银行账户的核查情况

我们通过以下补充或替代核查方式来核查发行人关联方及员工开立的银行账户情况：

1) 查阅了发行人报告期内客户和供应商清单，并对部分主要客户和供应商进行了访谈；

2) 结合对发行人及其子公司报告期内银行流水的核查，检查是否存在发行人与发行人关联方及员工异常资金往来；

3) 查阅了发行人、发行人关联方及相关人员出具的说明文件；

经核查，保荐人和申报会计师认为，发行人关联方及员工开立的银行账户与发行人及其客户、供应商不存在异常资金往来，发行人财务内部控制健全有效。

(六) 会计师的核查与结论

1. 执行的核查程序

针对上述事项，我们履行了以下核查程序：

(1) 对第三方付款情况进行了梳理，了解了第三方回款的主要客户的基本情况及其交易背景；

(2) 了解了报告期内发行人与其子公司之间的转贷情况，取得了贷款银行及相关主管部门出具证明；

(3) 对财务总监等人员进行访谈，了解报告期内是否存在其他财务内控不规范的情况。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

(1) 第三方回款主要为“客户所属集团通过集团财务公司”、“应收账款保理金额”等合理情形，实际控制人控制的 CT Engineering Corporation Limited 代收客户货款金额已整改完毕，CT Engineering Corporation Limited 已注销；

(2) 报告期内发行人与其子公司之间的转贷行为已整改完毕，并取得贷款银行及相关主管部门出具的无违法违规证明；

(3) 报告期内不存在其他转贷、票据融资、银行借款受托支付、非经营性资金往来、关联方代收货款、无真实交易背景商业票据贴现融资、出借公司账户为他人收付款等情形；

(4) 发行人已按《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》相关规定对财务内控不规范事项进行了整改，上述财务内控不规范事项不会对本次发行构成障碍。

十四、【**审核意见 16. 关于关联交易**】招股说明书披露，报告期内发行人存在购买商品、接受劳务，销售商品、提供劳务，关联租赁等经常性关联交易。偶发性关联交易中，2017 年发行人向厦门市康茂模塑有限公司购买固定资产 709.77 万元；2017 年发行人向董事江培煌) 购买其持有的厦门智蓝环保科技有限公司的 10.00% 股权，支付价款 45.00 万元；2019 年发行人向实际控制人之兄庄朝阳购买其持有的厦门唯科健康产业有限公司的 6.80% 股权，支付价款 324.10 万元。请发行人补充披露：(1) 报告期内各关联交易的交易背景、必要性、商业合理性、相关交易与发行人主营业务之间的关系、履行程序的合法合规性，分析并披露披露关联交易的定价公允性；(2) 发行人持股 5% 以上的股东、董监高及其关系密切的家庭成员控制或任职的公司实际从事的业务，与发行人是否存在重叠的客户、供应商，是否存在为发行人承担成本费用、利益输送或存在利益安排等情形；(3) 发行人针对报告期内关联交易履行的决策程序及其和合法合规性，减少关联交易措施的执行情况；(4) 发行人是否严格按照《公司法》《企业会计准则》及中国证监会及本所的有关规定披露关联方和关联交易，是否存在关联交易非关联化的情形；(5) 报告期内发行人的关联方是否与发行人及其实际控制人、董监高、其他主要核心人员、主要客户、供应商及主要股东之间存在资金、业务往来，是否存在关联交易非关联化、为发行人承担成本费用、利益输送或其他利益安排等情形。请保荐人、申报会计师、发行人律师根据《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》关于关联交易的相关规定发表明确意见，说明核查依据、核查过程。

回复：

(一) 报告期内各关联交易的交易背景、必要性、商业合理性、相关交易与发行人主营业务之间的关系、履行程序的合法合规性，分析并披露披露关联交易的定价公允性。

1. 经常性关联交易

1) 购买商品、接受劳务(单位: 万元)

关联方	交易内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
厦门康勃医疗科技有限公司	购买商品	38.05	0.81	1.21
厦门模具工程公共服务技术中心有限公司	购买商品、接受劳务	19.65	16.49	28.71
厦门康盛工贸有限公司	购买商品、接受劳务	20.96	-	0.04
合计		78.66	17.30	29.96

A、交易背景、必要性、商业合理性、相关交易与发行人主营业务之间的关系、履行程序的合法合规性

厦门康勃主要从事医疗器械的生产和销售业务,医疗器械考虑到患者使用的舒适性会大量使用质地较为柔软的液态硅胶类配件,因此其在液态硅胶生产方面有着较为丰富的经验;因此发行人生产中需要少量液态硅胶类配件时,会向厦门康勃采购。

厦门模具工程系由厦门市国资委下属的厦门科技产业化集团有限公司联合厦门市模具行业骨干企业组建的模具公共服务机构,面向市场提供模具产品及加工服务;报告期内,发行人基于生产需求及市场供求状况向其采购少量模架、配件和加工服务。

厦门康盛成立于 2006 年,长期从事模具原材料贸易;报告期内,发行人基于生产需求及市场供求状况向其采购少量模具钢材、配件以及加工服务。

综上,报告期内,发行人向厦门康勃、厦门模具工程、厦门康盛购买商品、接受劳务交易背景清晰、真实,均具有必要性和商业合理性。

发行人向厦门康勃、厦门模具工程、厦门康盛采购商品和服务均用于产品的生产和销售,与发行人主营业务相关。

第一届董事会第六次会议、2020 年第一次临时股东大会对 2018 年度、2019 年度关联交易进行了补充确认,第一届董事会第九次会议对 2020 年度关联交易进行了审议通过,关联交易履行的程序合法合规。

B、关联交易定价的公允性

报告期内,发行人向关联方购买商品、接受劳务基本情况如下:(单位: 万元)

关联方	交易内容	具体产品	2020 年度	2019 年度	2018 年度
厦门康勃	购买商品	雾化器面罩、硅胶片等	33.69	0.81	1.21
	接受劳务	注塑委外	4.36	-	-
厦门模具工程	购买商品	模架、配件	-	1.00	12.61
	接受劳务	机加工	19.65	15.49	16.10
厦门康盛	购买商品	钢材、配件	8.31	-	0.04
	接受劳务	机加工	12.65	-	-
合计			78.66	17.30	29.96

注: 负数主要为补差价形成, 下同。

①购买商品

报告期内，发行人向关联方购买商品的具体情况如下：（单位：万元、元/件、元/套、元/Kg）

公司名称	具体产品	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
		金额	数量	均价	金额	数量	均价	金额	数量	均价
厦门康勃	雾化器面罩（带伸缩管、咬嘴）（件）	0.74	2,110	3.50	0.46	1,317	3.5	0.74	2,105	3.51
	雾化器面罩（件）	-	-	-	-	-	-	0.47	1,550	3.01
	硅胶片（件）	31.54	44,700	7.06	0.35	500	7.08	-	-	-
	其他	1.42	-	-	-	-	-	-	-	-
	小计	33.69	-	-	0.81	-	-	1.21	-	-
厦门模具工程	模架（套）	-	-	-	1.29	1	12,931.03	12.66	19	6,660.62
	其他	-	-	-	-0.30	-	-	-0.04	-	-
	小计	-	-	-	1.00	-	-	12.61	-	-
厦门康盛	钢材（Kg）	-	-	-	-	-	-	0.04	20	20.75
	配件（件）	8.31	-	-	-	-	-	-	-	-
	其他	-	-	-	-	-	-	-0.01	-	-
	小计	8.31	-	-	-	-	-	0.04	-	-
-	合计	42.00	-	-	1.81	-	-	13.86	-	-

厦门康勃：发行人主要向厦门康勃采购雾化器面罩等液态硅胶类配件，均为定制化配件，无公开市场价格，且发行人未向其他供应商采购同类配件，价格可比性较差。报告期内，发行人除雾化器液态硅胶面罩外，还向第三方采购两款无纺布面罩：儿童无纺布面罩单价为 3.97 元/件，成人无纺布面罩为 4.19 元/件，与液态硅胶面罩价位相当，价格略高，差异的主要原因为材质不同。

厦门模具工程：模架为非标准配件，结构、尺寸各不相同，因此均价差异较大。2018 年、2019 年，发行人向厦门模具工程采购模架均价为 6,660.62 元/套和 12,931.03 元/套，同期发行人模架采购均价分别为 19,921.57 元/套和 18,862.06 元/套，向厦门模具工程采购模架均价较低的原因为模架尺

寸较小，且使用较为便宜的国产钢材。

厦门康盛：发行人向厦门康盛采购的钢材主要为牌号为 P20 的国产钢材，均价与市场价格无重大异常。

综上所述，发行人向厦门康勃、厦门模具工程和厦门康盛购买商品定价公允。

②接受劳务

报告期内，发行人向关联方接受劳务的具体情况如下：（单位：万元）

公司名称	委外工序	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
		加工费	数量	均价	加工费	数量	均价	加工费	数量	均价
厦门康勃	注塑委外	4.36	855576	0.05	-	-	-	-	-	-
	小计	4.36	-	-	-	-	-	-	-	-
厦门模具工程	慢走丝	11.29	447	252.52	11.76	416	282.63	9.53	359	265.51
	电火花	1.90	265	71.52	3.68	403	91.35	3.53	235	150.04
	其他	6.47	-	-	0.05	-	-	3.05	-	-
	小计	19.65	-	-	15.49	-	-	16.10	-	-
厦门康盛	NC 高速	6.74	78	864.53	-	-	-	-	-	-
	深钻孔	5.91	132	447.84	-	-	-	-	-	-
	其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	小计	12.65	-	-	-	-	-	-	-	-
-	合计	36.66	-	-	15.49	-	-	16.10	-	-

发行人委托加工的定价方式为：公司分别加工工序，根据工艺难度、设备种类、物料材质制定统一的加工收费标准，并依据订单具体内容计算加工费用，据此与供应商协商确定每件委外零部件加工价格。

报告期内，发行人向关联方委托加工的主要工序为慢走丝、电火花、NC 高速、深钻孔等。前述工序的统一加工收费标准如下：

工序	工艺难度/设备种类	物料材质	年度标准		
			2020 年度	2019 年度	2018 年度
慢走丝	无锥度	钢材	0.032 元/mm ² ，割一修二，工件高度 150mm 以上*1.5 倍，加工铜*1.5 计算		
	有锥度	钢材	割锥度 3 度到 10 度按 1.5 倍，15 度以上按 2 倍计算，单孔无面积的按 15 元计算，单件无面积的按 50 元计算		
电火花	国产普通	钢材	30 元/小时	30 元/小时	30 元/小时
	数控	钢材	75 元/小时	75 元/小时	75 元/小时
NC 高速	普通立铣	钢材	45 元/小时	45 元/小时	45 元/小时
	高速立铣	钢材	75 元/小时	75 元/小时	75 元/小时
	高速立铣	铜	40 元/小时	40 元/小时	40 元/小时
深孔钻	孔径 3	钢材	0.018 元/mm	0.018 元/mm	0.018 元/mm
	孔径 4-26	钢材	0.012 元/mm	0.012 元/mm	0.013 元/mm
	单斜校面	钢材	60 元/次	50 元/次	40 元/次
	斜孔沉头台阶透刀	钢材	5 元/次	5 元/次	5 元/次
	直孔沉头台阶透刀	钢材	5 元/次	5 元/次	5 元/次

报告期内，慢走丝、电火花、NC 高速、深钻孔等工序的收费标准较为稳定，发行人向关联方委外加工各类工序均价变动较大的原因为模具零部件定制化程度高，委外加工订单千差万别，且委外订单数量众多，各年平均值差异大。

报告期内，发行人注塑委外主要分别注塑机型号按加工工时计价。2020 年，发行人向厦门康勃注塑委外的产品主要是家具脚垫等产品，规格小、用时短，均价较低。

综上所述，发行人向厦门康勃、厦门模具工程和厦门康盛委外加工定价方式合理，定价公允。

2) 销售商品、提供劳务(单位：万元)

关联方	交易内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
厦门康勃医疗科技有限公司	销售商品	61.63	72.06	112.58
合计	-	61.63	72.06	112.58

A、交易背景、必要性、商业合理性、相关交易与发行人主营业务之间的关系、履行程序的合法合规性

医疗器械中大量使用注塑件产品，出于配套的便利、经济和效率，厦门康勃会向发行人采购少量模具和注塑件产品。

发行人向厦门康勃销售商品或提供服务交易背景清晰、真实，具有必要性和商业合理性。

报告期内，发行人主要向厦门康勃销售模具、注塑件等产品，与发行人主营业务相关。

第一届董事会第六次会议、2020 年第一次临时股东大会对 2018 年度、2019 年度关联交易进行了补充确认，第一届董事会第九次会议对 2020 年度关联交易进行了审议通过，关联交易履行的程序合法合规。

B、关联交易定价的公允性

报告期内，发行人向厦门康勃销售商品的具体构成如下（单位：万元、元/套、元/件、元/台）：

产品名称	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	金额	数量	均价	金额	数量	单价	金额	数量	均价
模具（套）	44.25	5	88,495.58	-	-	-	34.48	4	86,206.90
注塑件（件）	12.84	85,569	1.50	68.10	452,622	1.50	73.91	491,047	1.51
其他	4.55	-	-	3.96	-	-	4.19	-	-
合计	61.63	-	-	72.06	-	-	112.58	-	-

①模具：2018 年、2020 年销售模具产品均价分别为 86,206.90 元/套和 88,495.58 元/套，低于同期公司模具销售均价，主要原因为产品为呼吸罩注塑件模具，模具尺寸较小。

②注塑件：报告期内，发行人向厦门康勃销售的注塑件产品均价为 1.51 元/件、1.50 元/件和 1.50 元/件，高于同期公司注塑件销售均价，主要原因为产品为双色呼吸罩注塑件，体积虽小，但为双色注塑技术难度较高，因此均价较高。

综上所述，报告期内，发行人向厦门康勃销售商品定价公允。

3) 关联租赁

A、本公司作为出租方（单位：万元）

承租方名称	租赁资产种类	2020 年度	2019 年度	2018 年度
厦门康勃医疗科技有限公司	房产	98.44	91.31	91.31
厦门百特盛康血液透析中心有限公司 ^注	房产	62.17	69.90	66.66
合计	-	160.61	161.22	157.98

注：系发行人租赁厦门万银投资发展有限公司房屋转租给关联方厦门百特盛康血液透析中心有限公司。

①交易背景、必要性、商业合理性、相关交易与发行人主营业务之间的关系、履行程序的合法合规性

厦门康勃长期租赁发行人房产用于生产经营活动，自报告期之前一直延续至报告期，由于医疗器械生产许可对生产地址的变更及核查有较为严格的管理，地址变更成本较高、难度大，因此厦门康勃生产经营场所一直未搬迁。

经各方协商同意，发行人将其向厦门万银投资发展有限公司（以下简称“厦门万银”）租赁的房产转租给厦门百特盛康用于生产经营活动。

发行人向厦门康勃、厦门百特盛康出租房产交易背景清晰、真实，交易具有必要性和商业合理性。

发行人向厦门康勃、厦门百特盛康出租房产属于其他业务，与发行人的主营业务不相关。

第一届董事会第六次会议、2020 年第一次临时股东大会对 2018 年度、2019 年度关联交易进行了补充确认，第一届董事会第九次会议对 2020 年度关联交易进行了审议通过，关联交易履行的程序合法合规。

②定价公允性

报告期内发行人向厦门康勃出租的房产共 5 处，房产位置、出租价格情况如下：（单位：元/月/平方米）

序号	位置	单价		
		2020 年度	2019 年度	2018 年度
1	翔安区翔虹路 16 号 101 东侧	22.00	20.00	20.00
2	翔安区翔虹路 16 号 201	12.00	12.00	12.00
3	翔安区翔虹路 16 号 301	12.00	12.00	12.00
4	翔安区翔虹路 16 号 302	12.00	12.00	12.00
5 ^注	翔安区翔虹路 16 号 102	22.00	-	-

注：2020 年 9 月起发行人向厦门康勃出租面积增加 800m²。

经查询 58 同城、赶集网等公开网站，同区域厂房租赁单价范围为 10.00-30.00 元/m²/月，单价因房产位置、楼层、面积及结构等而不同。

综上，发行人向厦门康勃出租房产单价与同区域厂房租赁市场价格不存在重大差异，定价公允。

发行人向厦门百特盛康转租的房产系发行人向厦门万银租赁取得，转租价格与原始租赁价格一致，不存在差价，定价公允。

B、本公司作为承租方（单位：万元）

出租方名称	租赁资产种类	2020 年度	2019 年度	2018 年度
厦门市波仕达科技有限公司	房产	85.71	80.00	80.00
合计	-	85.71	80.00	80.00

注：租金为不含税金额。

①交易背景、必要性、商业合理性、相关交易与发行人主营业务之间的关系、履行程序的合法合规性

厦门波仕达系关联自然人庄朝阳控制的企业，未从事生产经营活动，因此将其拥有的厦门市翔安区翔虹路 26 号房产用于出租，而发行人生产经营扩张需要厂房，因此向其租赁该等厂房。交易背景清晰、真实，交易具有必要性和商业合理性。

发行人租赁厦门波仕达房产用于生产经营活动，与发行人主营业务相关。

第一届董事会第六次会议、2020 年第一次临时股东大会对 2018 年度、2019 年度关联交易进行了补充确认，第一届董事会第九次会议对 2020 年度关联交易进行了审议通过，关联交易履行的程序合法合规。

②定价公允性

报告期内发行人向厦门波仕达租赁的房产的位置、出租价格情况如下：（单位：元/月/平方米）

位置	单价（含税）			
	2020年7-12月	2020年1-6月	2019年度	2018年度
翔安区翔虹路26号	18.26	15.98	15.98	15.98

厦门波仕达该等房产为整栋出租，2020年6月30日租赁合同到期后重新签订合同，续租价格略有增长。

经查询58同城、赶集网等公开网站，同区域厂房租赁单价范围为10.00-30.00元/m²/月，单价因房产位置、楼层及结构等而不同。

综上，发行人向厦门波仕达租赁房产均价与同区域厂房租赁市场单价不存在重大差异，定价公允。

4) 关键管理人员薪（单位：万元）

项目	2020年度	2019年度	2018年度
关键管理人员薪酬	319.22	239.30	187.86

报告期内，发行人向关键管理人员支付薪酬是根据公司的薪酬制度发生的，与发行人的生产经营状况相匹配，主要是基于绩效表现和公司当地薪酬水平向其支付，薪酬公允。

2. 偶发性关联交易

1) 关联担保情况

报告期内，无本公司作为担保方的关联担保。本公司作为被担保方的关联担保情况如下：

担保方	担保金额（万元）	担保起始日	担保到期日	担保是否已经履行完毕
庄辉阳	3,336.77	2015年8月31日	2018年8月31日	是
庄辉阳	5,400.00	2017年5月19日	2020年5月18日	是
庄辉阳、王燕	10,000.00	2019年9月27日	2022年12月31日	否
庄辉阳、王燕	5,000.00	2020年12月31日	2023年12月31日	否

公司根据资金需求向银行申请贷款，根据银行要求，公司需提供相应保证和担保，经各方协商一致，同意由实际控制人庄辉阳和/或王燕为该等银行贷款提供担保，发行人为被担保方。该等关联方担保为目前银行风控的普遍措施，符合商业惯例，交易背景清晰、真实，具有必要性和商业合理性。

2) 关联方固定资产转让（单位：万元）

关联方	关联交易内容	2020年度	2019年度	2018年度
厦门康勃医疗科技有限公司	销售固定资产	-	1.06	-
厦门康勃医疗科技有限公司	购买固定资产	3.03	2.37	

关联方	关联交易内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
合计	-	3.03	3.43	-

A、交易背景、必要性、商业合理性、相关交易与发行人主营业务之间的关系、履行程序的合法合规性

厦门康勃医疗器械生产的部分机器设备为基础通用生产设备，与发行人存在重叠的情况，因此双方会偶尔进行生产设备买卖。报告期内，发行人与厦门康勃交易的主要设备为铣床、空气过滤器等，交易背景清晰、真实，交易具有必要性和商业合理性。

发行人与厦门康勃交易的设备为铣床、冲压机、空气过滤器等，均为生产所需的设备，与发行人的主营业务相关。

第一届董事会第六次会议、2020 年第一次临时股东大会对 2018 年度、2019 年度关联交易进行了补充确认，第一届董事会第九次会议对 2020 年度关联交易进行了审议通过，关联交易履行的程序合法合规。

B、定价公允性

2019 年发行人向厦门康勃销售精密铣床一台，价格 1.06 万元，定价依据为设备账面净值；2020 年发行人向厦门康勃购买精密铣床一台、冲压机一台，价格分别为 1.25 万元和 1.78 万元，2019 年购买空气过滤器一台，价格 2.37 万元，定价依据均为设备账面净值。综上，发行人与厦门康勃之间的固定资产交易定价公允。

3) 其他关联交易

2019 年，公司向实际控制人之兄庄朝阳购买其持有的厦门唯科健康产业有限公司的 6.80% 股权，支付价款 324.10 万元。

A、交易背景、必要性、商业合理性、相关交易与发行人主营业务之间的关系、履行程序的合法合规性

健康产业系发行人子公司，主要从事空气净化器等健康家电类产品生产和销售业务，本次股权收购前的股权结构为唯科模塑 77.30%、庄朝阳 6.80%、钟思等其他 9 名自然人 15.90%。庄朝阳系发行人实际控制人庄辉阳之兄，同时持有股份公司股权，为避免同时持有股份公司股权以及子公司健康产业少数股东权益可能产生的利益冲突，经双方协商，庄朝阳将其持有的健康产业 6.80% 股权转让给发行人。

该等股权交易与发行人的主营业务相关。

第一届董事会第六次会议、2020 年第一次临时股东大会对报告期内关联交易进行了补充确认，关联交易履行的程序合法合规。

B、定价公允性

股权转让定价系参考福建联合中和资产评估土地房地产估价有限公司出具的《厦门唯科模塑科技有限公司拟收购股权所涉及的厦门唯科健康产业有限公司股东全部权益价值资产

评估报告》（闽联合中和评报字（2019）第 5028 号）采用收益法确定的评估价值 4,766.12 万元，经双方协商一致，定价公允。

（二）发行人持股 5%以上的股东、董监高及其关系密切的家庭成员控制或任职的公司实际从事的业务，与发行人是否存在重叠的客户、供应商，是否存在为发行人承担成本费用、利益输送或存在利益安排等情形。

发行人持股 5%以上的股东、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员控制或任职的除发行人及其控股、参股子公司外的公司实际从事的业务，与发行人是否存在重叠的客户、供应商，是否存在为发行人承担成本费用、利益输送或存在其他利益安排等情况如下：

关联关系	关联方名称	实际从事的业务	主要客户是否重叠	主要供应商是否重叠	是否承担成本费用	是否存在利益输送	是否存在其他利益安排
实际控制人或任职的公司	厦门市科普特投资合伙企业（有限合伙）	持有发行人 18.0331%股权	否	否	否	否	否
	上海克比管理咨询合伙企业（有限合伙）	持有发行人 0.4274%股权	否	否	否	否	否
	AMOY WIN PTY LTD	未实际开展业务	否	否	否	否	否
持股 5%以上的股东或任职的公司	厦门领唯创富管理咨询合伙企业（有限合伙）	持有发行人 7.3291%股权	否	否	否	否	否
	厦门市波仕达科技有限公司	持有出租房产建筑物	否	否	否	否	否
董监高或任职的公司	武汉法尔多经贸有限公司	贸易	否	否	否	否	否
	武汉了然良策企业管理有限公司	企业管理	否	否	否	否	否
	四三九九网络股份有限公司	软件开发；互联网信息服务；信息技术咨询服务；数据处理和存储服务；动画、漫画设计、制作	否	否	否	否	否
关系密切的家庭成员或任职的公司	厦门欣隆翔贸易有限公司	未从事经营，已被吊销	否	否	否	否	否
	厦门红木缘翠玉装饰有限公司	建筑装饰	否	否	否	否	否
	厦门三赫精密模具有限公司	各类模具及配件、塑料制品的设计生产和销售	否	否	否	否	否
	厦门贝特威工贸有限公司	工艺品销售	否	否	否	否	否
	武汉互渡良谋企业管理有限公司	企业管理咨询、财税咨询、代理记账等	否	否	否	否	否

关联关系	关联方名称	实际从事的业务	主要客户是否重叠	主要供应商是否重叠	是否承担成本费用	是否存在利益输送	是否存在其他利益安排
	厦门高达上管理咨询有限公司	商务信息咨询、企业管理咨询、资产管理、投资管理	否	否	否	否	否
	厦门市盛腾轩商贸有限公司	建材批发，灯具、装饰物品批发等	否	否	否	否	否
	厦门市佳巢轩商贸有限公司	贸易	否	否	否	否	否
	上海衡鼎实业有限公司	未从事经营，已被吊销	否	否	否	否	否
	厦门爱甯科技有限公司	软件开发；信息技术咨询服务	否	否	否	否	否

注：上述企业不包括关联自然人担任独立董事的其他企业。

上述企业中，厦门三赫精密模具有限公司与发行人从事相同或相似业务，存在重叠的客户、供应商的情形，具体情况如下：

重叠客户名称	重叠供应商名称
厦门捷信达精密科技股份有限公司	厦门鑫浚源模具钢材有限公司
厦门华盛弘精密模具有限公司	上海顺高精密模具有限公司

厦门三赫精密模具有限公司未具体提供向上述重叠客户或供应商的销售或采购金额等资料，但根据其提供的 2018-2020 年财务报表，其营业收入分别为 131.50 万元、143.49 万元和 105.96 万元，整体经营规模较小，销售和采购规模较小。

上述重叠的客户或供应商均不是发行人的主要客户或供应商。报告期各期，发行人与上述重叠的客户或供应商仅为零星交易，2019 年、2020 年发行人向上述重叠客户销售收入分别为 17.13 万元和 3.16 万元；2018 年发行人向上述重叠供应商采购金额为 29.08 万元。

厦门三赫精密模具有限公司出具了不存在为发行人承担成本费用、利益输送或存在利益安排的承诺。

综上，报告期内持股 5%以上的股东、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员控制或任职的除发行人及其控股、参股子公司外的公司中，除厦门三赫精密模具有限公司外，与发行人不存在重叠的客户、供应商，不存在为发行人承担成本费用、利益输送或存在利益安排等情形。

（三）发行人针对报告期内关联交易履行的决策程序及其和合法合规性，减少关联交易措施的执行情况。

1. 报告期内关联交易所履行的程序

自整体变更设立股份公司以来，公司根据《公司法》等法律、法规，相继制定了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》及《关联交易管理

办法》，明确规定了关联交易应当履行的决策程序。股份公司设立后，公司按照相关规章制度对关联交易履行了必要的决策程序。

公司第一届董事会第六次会议、2020 年第一次临时股东大会审议通过了《关于确认厦门唯科模塑科技股份有限公司 2017 年度、2018 年度、2019 年度、2020 年 1-6 月与关联方之间关联交易事项的议案》，对公司报告期内发生的关联交易进行了补充确认。第一届董事会第九次会议对 2020 年度关联交易进行了审议。

报告期内关联交易履行的程序合法合规。

2. 独立董事对报告期内关联交易的意见

针对报告期内的关联交易，公司独立董事审慎核查后发表意见如下：公司最近三年的关联交易事项遵循公平、自愿的原则，交易价格是按市场方式确定，定价公允合理，对公司持续经营能力、损益及资产状况无不良影响。关联交易事项合法、有效，公司独立性没有因其受到不利影响，不存在损害公司及其他股东（特别是中小股东）利益的情形，有利于公司的正常经营和健康发展。

3. 减少关联交易措施的执行情况

1) 规范和减少关联交易

报告期内，发行人逐步规范和减少了关联方及关联交易，（1）对于实际控制人及其近亲属控制的企业，未实际经营业务、无用途的一律注销或转让，有经营的则相应进行规范，例如厦门康茂，发行人通过收购其模具相关固定资产的方式结束其业务后注销，从而大幅减少经常性的关联交易；（2）对于其他关联方，避免非必要的关联交易，相关业务转向无关联第三方，以减少关联交易金额。

2) 完善关联交易制度

报告期内，发行人逐步完善了关联交易制度，已在现行有效的《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》中，明确了关联交易公允决策的程序，规定了关联股东、关联董事对关联交易的回避制度。

除上述文件外，发行人还专门制定了《关联交易管理制度》，细化了关联人的认定、关联交易的范围、关联交易的决策权限和审议程序、关联交易的内部报告程序等制度内容。

3) 关于减少和规范关联交易的承诺

发行人控股股东、实际控制人以及董事、监事、高级管理人员已出具《关于减少及规范关联交易的承诺函》，详见“第十三节 附件”之“二、本次发行相关主体作出的重要承诺”之“（十）关于减少和规范关联交易的承诺函”。截至目前，上述减少和规范关联交易的承诺履行情况良好，不存在承诺人违反承诺的情况。

（四）发行人是否严格按照《公司法》《企业会计准则》及中国证监会及本所的有关

规定披露关联方和关联交易，是否存在关联交易非关联化的情形。

发行人已严格按照《公司法》、《企业会计准则第 36 号—关联方披露》、《上市公司信息披露管理办法》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》的相关规定披露了关联方和关联交易，详见财务报告附注注释十一、关联方及关联交易的相关披露，不存在关联交易非关联化的情形。

（五）报告期内发行人的关联方是否与发行人及其实际控制人、董监高、其他主要核心人员、主要客户、供应商及主要股东之间存在资金、业务往来，是否存在关联交易非关联化、为发行人承担成本费用、利益输送或其他利益安排等情形。

除上述关联交易外，报告期内发行人的关联方与发行人及其实际控制人、董监高、其他主要核心人员、主要客户、供应商及主要股东之间不存在异常的资金往来、业务往来，不存在为发行人承担成本费用、利益输送或其他利益安排等情形。

（六）会计师的核查与结论

1. 执行的核查程序

针对上述事项，我们履行了以下核查程序：

（1）抽查了购买商品、接受劳务，销售商品、提供劳务的订单，查阅了关联租赁、关联担保、关联方固定资产转让及其他关联交易的协议；了解发行人关联交易的定价方式、定价依据，取得资产评估报告等相关资料；通过公开渠道查询了钢材等物料的市场价格、关联租赁同区域房产市场租赁价格；对比分析了关联交易价格和发行人与无关联第三方进行相同或类似交易的价格或市场价格的差异及原因；

（2）了解了发行人持股 5%以上的股东、董监高及其关系密切的家庭成员控制或任职的公司实际从事的业务；取得前述企业主要客户、供应商清单及交易情况，并与发行人客户、供应商进行了比对；由前述企业出具了关于是否为发行人承担成本费用、利益输送或存在利益安排的承诺；

（3）查阅了发行人《公司章程》等涉及关联交易的规章制度，查阅了报告期内涉及关联交易的董事会、股东大会决议文件，了解了发行人减少和规范关联交易的措施情况；

（4）比照《公司法》、《企业会计准则第 36 号—关联方披露》、《上市公司信息披露管理办法》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等相关法律法规，对发行人关联方进行了梳理；统计了转让后仍继续与发行人交易的关联方及后续交易情况，对相关交易比照关联交易进行对比分析。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

报告期内，发行人关联交易金额较小，且背景清晰、真实，具有必要性和商业合理性，

关联交易已履行了必要的程序，合法合规，关联交易定价公允；报告期内本公司关联自然人控制、共同控制或实施重大影响的其他企业不存在为发行人承担成本费用、利益输送或存在利益安排等情形；发行人已严格按照《公司法》《企业会计准则》及中国证监会及深交所的有关规定披露关联方和关联交易。

综上所述，我们已对发行人的关联方认定，发行人关联交易信息披露的完整性，关联交易的必要性、合理性和公允性，关联交易是否影响发行人的独立性、是否可能对发行人产生重大不利影响，以及是否已履行关联交易决策程序等进行充分核查并发表了意见。

十五、【审核意见 21. 关于房屋租赁】招股说明书披露，发行人租赁的与生产经营相关的房产共 8 处，对外出租房产共 9 处。请发行人：（1）补充披露报告期发行人对外出租房产的具体情况、购置时间、开始出租时间、出租原因、出租价格及其定价公允性；（2）分析并披露公司同时存在租赁与出租房屋的原因及合理性；（3）补充披露承租房产承租价格及其定价公允性，相关房产是否具有产权证书，是否存在权属瑕疵或纠纷，出租方与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高之间是否存在关联关系或其他利益安排。请保荐人、发行人律师和申报会计师发表明确意见。

回复：

（一）补充披露报告期发行人对外出租房产的具体情况、购置时间、开始出租时间、出租原因、出租价格及其定价公允性。

1. 允许他人使用发行人资产情况

截至本报告签署日，公司对外出租房产共 10 处，具体情况如下：

序号	承租方	出租方	出租房屋位置	出租面积 (m ²)	租赁期限	购置或租赁时间	开始出租时间	出租原因	目前出租价格 (元/月/m ²)
1	厦门康勃医疗科技有限公司	唯科模塑	翔安区翔虹路 16 号 101 东侧	183.00	2020.1.1-2021.12.31	2005 年 11 月	2006 年 9 月开始, 一年一签, 期间陆续增加	报告期前长期租赁, 延续至今	22.00
2	厦门康勃医疗科技有限公司	唯科模塑	翔安区翔虹路 16 号 201	2,033.43	2020.1.1-2021.12.31				12.00
3	厦门康勃医疗科技有限公司	唯科模塑	翔安区翔虹路 16 号 301	2,033.43	2020.1.1-2021.12.31				12.00
4	厦门康勃医疗科技有限公司	健康科技	翔安区翔虹路 16 号 302	2,286.46	2020.1.1-2021.12.31				12.00
5	厦门康勃医疗科技有限公司	健康科技	翔安区翔虹路 16 号 102	800.00	2020.9.1-2022.8.31		2020 年 9 月	厦门康勃业务增长, 增加租赁面积	22.00
6	厦门博乐德平台拍卖有限公司	厦门沃尔科	厦门现代物流园 (保税区) 象兴一路 33 号之一	6,597.46	2018.1.1-2025.12.31	2013 年 12 月	2018 年 1 月	公司未实际生产经营, 且位置独立, 无法就近配套公司内部使用	整栋出租, 前三年每月 16 万元, 而后按年递增
7	厦门市东渡鑫飞翔机动车检测有限公司	厦门沃尔科	厦门现代物流园 (保税区) 象兴一路 33 号	2,312.73	2020.2.1-2025.12.31		2018 年 9 月		整栋出租, 前三年每月 7.5 万元, 而后按年递增
8	钛克 (天津) 科技有限公司	天津唯科	天津空港经济区东九道 45 号 2 号厂房 4 号车间	450.00	2019.8.1-2022.7.31	2016 年 12 月	2019 年 8 月	租赁面积超出自身需求, 对外转租	44.65
9	天津欧诺仪股份有限公司	天津唯科	天津市空港经济区东九道 45 号 2 号厂房 2 楼	2,323.00	2018.1.1-2022.8.31		2018 年 1 月		前两年每月 4.11 万元, 而后按年递增
10	厦门百特盛康血液透析中心有限公司	健康科技	厦门市思明区育秀里 9-12 号	895.59	2018.4.9-2021.9.8	2016 年 9 月	2016 年 9 月	转为厦门百特盛康租赁	原价转租

上述房屋租赁价格系参考市场价格, 由租赁双方协商确定, 价格公允。

(二) 分析并披露公司同时存在租赁与出租房屋的原因及合理性。

报告期内，发行人同时存在租赁和出租房产的原因：一方面，发行人及下属的健康产业、马来西亚唯科等子公司由于生产规模扩大，需要租赁房产；另一方面，由于历史延续、厂房位置独立无法配套内部使用或子公司区域性厂房过剩等原因，发行人将部分房产对外出租。同时存在租赁和出租房产具有合理性。

(三) 补充披露承租房产承租价格及其定价公允性，相关房产是否具有产权证书，是否存在权属瑕疵或纠纷，出租方与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高之间是否存在关联关系或其他利益安排。

1. 发行人使用他人资产情况

截至本招股说明书签署日，公司租赁的与生产经营相关的房产共 10 处，具体情况如下：

序号	承租方	出租方	房产坐落	租赁面积 (m ²)	租赁价格	租赁期限	是否具有 产权证书
1	天津唯科	天津鸿港投资有限公司	天津自贸试验区（空港经济区）东九道 45 号 2 号厂房	6,366.00	9.55 万元/月	2016.12.1-2026.11.30	是
2	健康产业	厦门市波仕达科技有限公司	厦门市翔安区翔虹路 26 号	4,381.65	8 万元/月	2020.7.1-2023.6.30	是
3	健康产业	厦门市立德兴工贸有限公司	厦门市翔安区翔虹路 20 号三层	1,107.00	1.9 万元/月	2020.10.18-2021.12.31	是
4			厦门市翔安区翔虹路 20 号一层	1,048.00	3.32 万元/月	2020.11.16-2021.12.31	是
5	健康科技	厦门万银投资发展有限公司	厦门市思明区育秀里 9-12 号	895.59	7.07 万元/月	2016.9.9-2021.9.8	是
6	泉州唯科	泉州万和针织有限公司	泉州市惠安县东园新沙工业区一楼车间、综合楼三楼	825.00	1.58 万元/月	2020.2.1-2022.1.31	是
7	马来西亚唯科	PengangkutanTey Selantan Sdn. Bhd.	Plo 111, Jalan Cyber 5, Kawasan Perindustrian Senai 3, 81400 Senai, Johor	3,252.79	3.5 万林吉特/月	2019.9.1-2021.8.31	是
8	马来西亚唯科	Lian Pang Refrigerator & Electrical Sdn. Bhd.	Plo 112, Jalan Cyber 5, Kawasan Perindustrian Senai 3, 81400 Senai, Johor	279.00	0.3 万林吉特/月	2020.8.1-2021.6.30	是
9	马来西亚唯科	Lian Pang Refrigerator & Electrical Sdn. Bhd.	Plo 112, Jalan Cyber 5, Kawasan Perindustrian Senai 3, 81400 Senai, Johor	1,094.65	1.1 万林吉特/月	2020.7.1-2021.6.30	是
10	马来西亚唯科	Lian Pang Refrigerator & Electrical Sdn. Bhd.	Plo 112, Jalan Cyber 5, Kawasan Perindustrian Senai 3, 81400 Senai, Johor	882.58	1 万林吉特/月	2020.11.1-2021.10.30	是

上述房屋租赁价格系参考市场价格，由租赁双方协商确定，价格公允。

上述租赁房产中，境内租赁房产均具有房屋产权证书，租赁房产不存在权属瑕疵或纠纷；根据境外律师事务所出具的法律意见，马来西亚唯科的租赁合同合法、有效，马来西亚唯科已依法取得境外租赁房产的使用权。

上述出租方中厦门市波仕达科技有限公司系发行人实际控制人庄辉阳之兄庄朝阳控制的公司，其他出租方与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高之间不存在关联关系或其他利益安排。

（四）会计师的核查与结论

1. 执行的核查程序

针对上述事项，我们履行了以下核查程序：

（1）取得了出租房产的租赁合同，了解了出租房产的背景及原因，了解、分析出租房产价格的定价原则、定价公允性；

（2）取得了租赁房产的租赁合同以及房屋产权证书等权属证明文件，了解了租赁房产的背景及原因，了解、分析租赁房产价格的定价原则、定价公允性；通过访谈问卷等方式，取得出租方与发行人的关联关系等资料；

（3）了解、分析了发行人同时存在租赁和出租房产的原因及合理性。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

（1）发行人对外出租房产原因合理、定价公允；发行人同时存在租赁与出租房屋具有商业合理性；

（2）发行人承租房产的定价公允，相关房产具有房屋产权证书或其他权属证明文件，不存在权属瑕疵或纠纷，除厦门市波仕达科技有限公司外，其他出租方与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高之间不存在关联关系或其他利益安排。

专此说明，请予察核。

（以下无正文）

（此页无正文，为大华会计师事务所（特殊普通合伙）关于厦门唯科模塑科技股份有限公司首次公开发行股票申请文件审核意见中有关财务事项的说明（大华核字[2021]002156号）之签署页）

大华会计师事务所（特殊普通合伙）



中国注册会计师：

曹隆森

中国注册会计师：

熊志平

二〇二一年三月八日