

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]004715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	1-157

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]004715 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第二轮审核问询函》（审核函〔2021〕010397 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，现汇报如下：

一、【审核意见 1. 关于违法违规行为】招股说明书及审核问询回复显示：（1）张坚于 2007 年 10 月至 2018 年 7 月担任发行人全资子公司上海克比模塑科技有限公司（以下简称上海克比）董事兼经理。2019 年 3 月 27 日张坚因涉嫌犯寻衅滋事罪被公安机关抓获，被判处有期徒刑十五年六个月，并处没收个人全部财产。2019 年 5 月 8 日张坚将其持有发行人 3.99% 的股权转让给其子张侃；（2）2019 年末、2020 年末上海克比总资产占发行人总资产的比例为 27.84%、19.43%；（3）发行人有 10 家全资或控股子公司，除上海克比外，其他公司 2019 年大部分处于微利或亏损状态。发行人母公司、上海克比适用税率为 15%，其他公司使用税率均高于 15%，发行人利润主要在母公司。请发行人补充披露：（1）该案件是否涉及上海克比及发行人控股股东、实际控制人、董监高，上海克比是否存在被处罚的风险；上海克比在发行人体系内的地位与作用，结合张坚对上海克比的具体贡献、上海克比目前的经营情况，说明张坚被抓捕对发行人、上海克比生产经营的影响；上海克比财务的真实性、经营的合法合规性以及资金的安全性，是否存在违规对外担保情形，报告期内上海克比客户与供应商的变化情况，是否受张坚离职事项影响；（2）张坚转让其 3.99% 股权的过程以及转让行为的合法合规性；张坚、张侃所持股权是否存在委托持股、信托持股、利益输送或其他利益安排，是否存在纠纷或潜在争议；若张侃所持 3.99% 股权被司法机关追缴或没收，是否会对发行人控股权的稳定性和持续经营能力造成不利影响；（3）与子公司间的交易定价机制，税负差异，是否存在转移定价安排，是否存在税务风险；目前前述全资或控股子公司的实际业务经营情况，多数子公司微利或亏损的原因；各子公司是否存在违法违规事项，是否存在纠纷或潜在纠纷。请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确

意见，请保荐人、申报会计师对上海克比的财务真实性进行核查，说明核查手段、过程及结论。

回复：

（一）该案件是否涉及上海克比及发行人控股股东、实际控制人、董监高，上海克比是否存在被处罚的风险；上海克比在发行人体系内的地位与作用，结合张坚对上海克比的具体贡献、上海克比目前的经营情况，说明张坚被抓捕对发行人、上海克比生产经营的影响；上海克比财务的真实性、经营的合法合规性以及资金的安全性，是否存在违规对外担保情形，报告期内上海克比客户与供应商的变化情况，是否受张坚离职事项影响。

1. 该案件是否涉及上海克比及发行人控股股东、实际控制人、董监高，上海克比是否存在被处罚的风险

1) 张坚案件的基本情况

2019年3月27日，张坚因涉嫌犯寻衅滋事罪被公安机关抓获，于2019年4月4日被刑事拘留，于2019年5月11日被逮捕，随后被福建省石狮市人民检察院提起公诉。2020年7月29日，福建省石狮市人民法院作出的“（2020）闽0581刑初214号”《刑事判决书》，张坚因犯组织、领导黑社会性质组织罪、寻衅滋事罪、侵犯公民个人信息罪、故意损坏财物罪、高利转贷罪、非法占用农地罪，数罪并罚，被判处执行有期徒刑十五年六个月，剥夺政治权利三年，并处没收个人全部财产。泉州中院二审维持原判，该案件已终审。

2) 张坚案件不涉及上海克比及发行人控股股东、实际控制人、董监高

根据张坚案件的判决书所查明的犯罪事实，系张坚、张池（已去世）等人及泉州兴源典当有限公司在泉州地区民间借贷、非法催收而涉及违法犯罪行为，与发行人、上海克比以及发行人的控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员均无任何关联；上海克比相关行政主管部门已经出具了无违规情况证明，发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员也都开具了无犯罪记录证明。综上，张坚案件不涉及上海克比及发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员，上海克比不存在因张坚案件被处罚的风险。

2. 上海克比在发行人体系内的地位与作用，结合张坚对上海克比的具体贡献、上海克比目前的经营情况，说明张坚被抓捕对发行人、上海克比生产经营的影响

1) 张坚被抓捕对上海克比生产经营无影响

在发行人体系内，上海克比属于重要子公司，自设立起一直由发行人实际控制人庄辉阳担任董事长、法定代表人，并主导实际生产经营。张坚虽然长期担任上海克比的董事兼经理，但仅在上海克比设立初期负责公司外联工作，并不参与上海克比的实际经营及客户开拓工作，也并非其内部决策的主要参与者，其离职及被抓捕对上海克比生产经营无影响。

张坚离职、被捕前后上海克比的生产经营和财务状况情况如下：

A、2017-2020 年上海克比主要财务数据及占比情况（单位：万元）

项目	主体	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
总资产	上海克比	23,945.96	25,635.01	13,130.74	11,890.13
	发行人	123,249.83	92,075.98	85,596.74	74,125.37
	占比	19.43%	27.84%	15.34%	16.04%
净资产	上海克比	13,657.01	11,338.08	6,430.78	4,732.22
	发行人	94,652.16	71,833.22	60,831.00	48,198.20
	占比	14.43%	15.78%	10.57%	9.82%

续：

项目	主体	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业收入 ^注	上海克比	12,905.61	11,933.81	12,262.59	9,525.74
	发行人	91,053.54	69,925.76	64,133.13	53,135.49
	占比	14.17%	17.07%	19.12%	17.93%
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润 ^注	上海克比	2,268.40	1,198.49	1,737.78	1,311.36
	发行人	13,604.09	9,612.09	8,417.73	10,401.93
	占比	16.67%	12.47%	20.64%	12.61%

注：上述上海克比营业收入、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润均为扣除集团内部交易后数据。

2017-2020 年，上海克比营业收入持续稳定增长，未受到张坚离职或被捕的影响。2019 年上海克比扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润下滑系当年吸收合并居菲特，固定资产折旧等成本、费用相应增加所致。

B、2017-2020 年上海克比主要客户、供应商变动情况

2017-2020 年上海克比前五大客户情况如下（单位：万元）：

年度	客户名称	销售收入	占比
2020 年度	康普集团	4,587.43	35.55%
	艾福迈集团	2,361.43	18.30%
	均胜电子	2,241.30	17.37%
	依工集团	675.85	5.24%
	福迪威集团	604.59	4.68%
	合计	10,470.60	81.13%
2019 年度	艾福迈集团	3,301.72	27.67%
	均胜电子	3,236.95	27.12%
	康普集团	2,325.29	19.48%
	福迪威集团	723.99	6.07%
	丹纳赫集团	380.55	3.19%
	合计	9,968.51	83.53%
2018 年度	均胜电子	2,949.94	24.06%
	艾福迈集团	1,808.86	14.75%

年度	客户名称	销售收入	占比
	依工集团	1,740.93	14.20%
	康普集团	1,672.31	13.64%
	安波福集团	1,439.83	11.74%
	合计	9,611.87	78.38%
2017 年度	依工集团	2,584.89	27.14%
	均胜电子	1,881.27	19.75%
	艾福迈集团	1,772.38	18.61%
	康普集团	937.37	9.84%
	福迪威集团	625.27	6.56%
	合计	7,801.19	81.90%

2017-2020 年上海克比前五大供应商情况如下（单位：万元）：

年度	供应商名称	采购金额	占采购总额比例
2020 年度	合肥杰事杰新材料股份有限公司	912.45	15.84%
	禹鹤贸易（上海）有限公司	528.82	9.18%
	科思创聚合物（中国）有限公司	258.74	4.49%
	苏州和翔精密机械有限公司	199.31	3.46%
	中化国际（控股）股份有限公司	185.03	3.21%
	合计	2,084.34	36.18%
2019 年度	禹鹤贸易（上海）有限公司	384.72	7.45%
	中化国际（控股）股份有限公司	265.05	5.13%
	科思创聚合物（中国）有限公司	233.65	4.52%
	合肥杰事杰新材料股份有限公司	213.67	4.14%
	马斯特模具（昆山）有限公司	188.86	3.66%
	合计	1,285.96	24.90%
2018 年度	禹鹤贸易（上海）有限公司	409.52	8.19%
	上海杭景塑胶有限公司	271.00	5.42%
	合肥杰事杰新材料股份有限公司	250.78	5.01%
	中化国际（控股）股份有限公司	248.22	4.96%
	科思创聚合物（中国）有限公司	214.36	4.28%
	合计	1,393.89	27.86%
2017 年度	禹鹤贸易（上海）有限公司	278.45	6.43%
	上海杭景塑胶有限公司	238.86	5.52%
	厦门唯恩电气有限公司	188.68	4.36%
	圣万提注塑工业（苏州）有限公司	188.51	4.35%
	中化国际（控股）股份有限公司	186.34	4.30%
	合计	1,080.83	24.96%

2017-2020 年上海克比主要客户、供应商相对稳定，不存在重大变化情况。

综上，张坚离职或被抓捕对发行人、上海克比生产经营无影响。

3. 上海克比财务的真实性、经营的合法合规性以及资金的安全性，是否存在违规对外担保情形，报告期内上海克比客户与供应商的变化情况，是否受张坚离职事项影响

上海克比主要从事精密注塑模具、注塑件产品的生产、销售，为上海周边的均胜电子、艾福迈集团、康普集团等客户提供配套服务。

报告期内，上海克比已建立较为科学合理的管理体系，包括组织管理、销售管理、财务管理、采购管理、生产管理、资产管理等一系列日常管理制度，为公司的合规经营管理奠定了制度基础。同时，结合上海克比财务会计制度控制管理的需要，建立了较为完备的财务内部控制制度并有效执行，能有效地控制经营风险及财务风险。报告期内上海克比公司财务核算规范，财务数据真实、准确。

报告期内上海克比合法经营，不存在因违法违规而遭受行政处罚的情形。

上海克比自设立时即建立了董事会，共有董事 3 名，庄辉阳任董事长。张坚虽长期担任上海克比的董事兼经理，但没有直接对外签署重大合同或调用公司资金的权限。此外，上海克比建立了完善的财务管理制度，能够确保资金安全。经查阅上海克比报告期内的资金流水，上海克比与张坚的资金往来均为正常薪酬、报销，不存在大额异常交易的情形。报告期内，上海克比不存在对外担保的情形。

报告期内，上海克比主要客户、供应商相对稳定，不存在重大变化情况，未受到张坚离职事项的影响。

（二）张坚转让其 3.99%股权的过程以及转让行为的合法合规性；张坚、张侃所持股权是否存在委托持股、信托持股、利益输送或其他利益安排，是否存在纠纷或潜在争议；若张侃所持 3.99%股权被司法机关追缴或没收，是否会对发行人控股权的稳定性和持续经营能力造成不利影响。

1. 张坚转让其 3.99%股权的过程以及转让行为的合法合规性；张坚、张侃所持股权是否存在委托持股、信托持股、利益输送或其他利益安排，是否存在纠纷或潜在争议

张坚与张侃系父子关系。张坚因涉嫌犯罪被公安机关采取刑事措施，为维护唯科有限的股权稳定，张坚将其所持唯科有限的股权转让给其子张侃。股权转让协议系由张坚的委托律师交由张坚签署，股权转让系张坚与张侃的真实意思表示，张侃所持有的股权为其本人所有，不存在委托持股、信托持股、利益输送或其他利益安排，不存在纠纷或潜在争议。根据张侃的确认，对于唯科有限的投资资金来源于其自有资金，本次股权转让为父子之间的股权转让，股权转让双方不涉及纠纷或潜在纠纷。

上述股权转让事项已经股东会决议通过，转让双方签署了股权转让协议，并办理了工商

变更登记手续，已履行了相关的法律程序。

2. 若张侃所持 3.99% 股权被司法机关追缴或没收，是否会对发行人控股权的稳定性和持续经营能力造成不利影响

2018 年 12 月增资时张坚以 1,487.50 万元认缴注册资本 350 万元，其中 850 万元系由张坚出资，剩余 637.5 万元系股权转让后由张侃出资，鉴于张侃尚未支付上述股权转让款项，对于张坚实际缴纳出资 850 万元所形成的股权（占发行人总股本的 2.14%），存在被司法机关追缴或没收的可能。

发行人实际控制人庄辉阳、王燕夫妇实际控制发行人 79.25% 的股份表决权，目前庄辉阳担任公司董事长兼总经理，王燕担任公司董事、营销总监。庄辉阳、王燕夫妇所控制的表决权能够控制和支配发行人股东大会，并能够有效的控制发行人的董事会及实际经营管理，且发行人已经建立了完善的、运行良好的公司治理机构。假设上述 2.14% 股权被司法机关追缴或没收，不会造成发行人实际控制人变更，也不会对发行人股权结构的稳定性和持续盈利能力造成不利影响，根据《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》的相关规定，发行人无需撤回重新申报。

发行人于 2021 年 4 月出具承诺：若上述 2.14% 股权在发行人上市前被采取司法措施进而发生股东变动，发行人将比照申报前一年新增股东进行核查和信息披露，并承诺将依法向司法机关阐明法律法规或相关文件的规定，要求新股东承诺其所持股份上市后 36 个月之内不转让、不上市交易（继承、离婚原因除外）。

我们认为上述 2.14% 股份存在被司法机关追缴或没收可能，但上述 2.14% 股份占发行人总股本比例较小，即使被司法机关追缴或没收，也不会导致发行人实际控制人发生变更，不会对发行人股权结构的稳定性和持续经营能力造成不利影响，上述事项不会对本次发行构成实质障碍。

（三）与子公司间的交易定价机制，税负差异，是否存在转移定价安排，是否存在税务风险；目前前述全资或控股子公司的实际业务经营情况，多数子公司微利或亏损的原因；各子公司是否存在违法违规事项，是否存在纠纷或潜在纠纷。

1. 与子公司间的交易定价机制，税负差异，是否存在转移定价安排，是否存在税务风险

报告期内，发行人母子公司之间以及子公司之间的内部交易情况如下（单位：万元）：

销售方	采购方	主要交易内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
唯科模塑	上海克比	商品购销	114.12	3.99	-
	厦门格兰浦	商品购销、厂房租赁	200.66	420.70	224.06
	天津唯科	商品购销	18.76	-	-

销售方	采购方	主要交易内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
	健康产业	商品购销、厂房租赁	964.34	131.40	109.10
	健康科技	商品购销	-	0.24	199.69
	厦门智蓝	商品购销	-	-	1.00
	德国唯科	商品购销	695.28	798.58	189.23
	马来西亚唯科	商品购销	132.33	36.01	-
	唯科模塑	商品购销	326.07	622.38	262.26
	天津唯科	商品购销	74.04	-	-
上海克比	无锡克比	商品购销	-	0.24	95.38
	健康产业	商品购销	19.47	-	47.76
	德国唯科	商品购销	172.16	225.78	-
厦门格兰浦	唯科模塑	商品购销	9.99	-	3.04
	唯科模塑	商品购销	-	1.17	-
天津唯科	上海克比	商品购销	25.22	0.65	-
	唯科模塑	委托加工	125.87	-	-
泉州唯科	上海克比	委托加工	0.66	-	-
	健康产业	委托加工	38.46	-	-
	唯科模塑	商品购销、委托加工	237.09	285.25	838.12
	上海克比	商品购销	54.35	0.31	6.84
健康产业	厦门格兰浦	商品购销	8.92	18.06	-
	泉州唯科	商品购销	0.53	-	-
	马来西亚唯科	商品购销	68.41	-	-
	健康科技	商品购销	1,192.25	7,010.57	4,626.46
	唯科模塑	商品购销、厂房租赁	423.19	449.70	453.78
健康科技	健康产业	商品购销、厂房租赁	186.88	248.55	1,464.50
	上海克比	商品购销	-	1.20	-
德国唯科	唯科模塑	市场开发及客户维护服务	96.30	208.39	285.88
上海居菲特	上海克比	房屋租赁	-	649.25	955.03
无锡克比	上海克比	商品购销	-	-	132.00
厦门智蓝	健康科技	商品购销	-	-	6.63
-	-	合计	5,185.35	11,112.41	9,900.76

注：以上交易不包括机器设备等内部固定资产交易。

1) 发生内部交易的原因

发行人发生内部交易的主要原因为：A、报告期内，唯科模塑及上海克比、厦门格兰浦、天津唯科、健康产业、健康科技、泉州唯科等公司，都拥有模具、注塑件产品生产能力，集团内部产能调配使各公司之间发生商品购销、委托加工等交易；B、为提高厂房的使用效率，

集团内部统一规划使用唯科模塑、健康科技位于厦门市翔安区的厂房，因而发生内部租赁；C、德国唯科作为发行人欧洲地区营销服务网点，报告期内为唯科模塑提供市场开发及客户维护服务，唯科模塑按客户实际销售额的 8%向德国唯科支付服务费。

报告期内，发行人内部交易金额分别为 9,900.76 万元、11,112.41 万元和 5,185.35 万元，交易金额较大，主要原因为健康产业和健康科技的交易金额，以及德国唯科和唯科模塑、上海克比的交易金额较大，具体情况如下：

①健康产业和健康科技的交易情况（单位：万元）

销售方	采购方	主要交易内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
健康产业	健康科技	商品购销	1,192.25	7,010.57	4,626.46
		其中：健康产品	1,143.99	6,670.36	2,808.50
		注塑件	-	-	1,624.05
		其他	48.26	340.22	193.91
健康科技	健康产业	商品购销、厂房租赁	186.88	248.55	1,464.50
		其中：原材料	-	50.71	1,369.23
		其他	186.88	197.84	95.27
-	-	合计	1,379.13	7,259.12	6,090.96
-	-	占内部交易比重	26.60%	65.32%	61.52%

发行人于 2017 年 5 月成立子公司健康产业从事空气净化器、净水器等健康家电产品的生产和销售，为精简机构、提高管理效率，2018 年 10 月对集团内部同样生产健康产品的健康产业和健康科技进行整合，确定以健康产业作为未来健康产品的经营主体，健康科技将相关的资产、人员和业务整合进入健康产业。由于健康科技原有订单的延续性以及内部整合的需要等，报告期内健康产业和健康科技之间的交易金额较大，具体如下：

A、考虑到健康科技原有订单的延续性，健康科技向健康产业采购后者生产的健康家电产品用于交付订单，报告期内采购金额分别为 2,808.50 万元、6,670.36 万元和 1,143.99 万元，交易定价原则为综合考虑了两个公司的定位、成本等因素分配最终对外销售实现的毛利。

前述交易最终对外销售实现的合并口径毛利、毛利率及在健康产业、健康科技之间分配情况如下：

项目（单位：万元）	2020 年度	2019 年度	2018 年度
内部交易金额①	1,143.99	6,670.36	2,808.50
健康科技最终对外销售金额②	1,169.50	6,982.11	3,272.74
健康产业销售成本③	962.11	5,804.31	2,348.70
合并口径毛利金额④=②-③	207.39	1,177.80	924.04
合并口径销售毛利率⑤=④/②	17.73%	16.87%	28.23%
合并口径下健康产业毛利率⑥=（①-③）/②	15.55%	12.40%	14.05%

项目（单位：万元）	2020 年度	2019 年度	2018 年度
合并口径下健康科技毛利率⑦= (②-①)/ ②	2.18%	4.47%	14.19%

2018 年 10 月内部业务整合前，健康产业和健康科技生产经营相互独立，因此当年仍按独立交易原则协商定价，合并口径下二者毛利率相当。

2019 年全年健康科技不再进行生产，仅负责销售，其对外销售金额占发行人同期健康产品业务收入比重超过 50%，基于其重要作用及其销售费用水平等因素，经双方协商确定健康科技留存约 5%的毛利率用于覆盖其销售费用和保留适当的利润，定价具有合理性；2019 年合并口径下健康科技毛利率为 4.47%，高于健康科技当年 3.31%的销售费用率，2019 年定价较为公允。

2020 年业务整合进入收尾阶段，通过健康科技对外销售金额占发行人同期健康产品业务收入的比重不足 10%，作用已大幅下降，且受疫情影响健康科技销售费用率下降，2020 年健康科技销售费用率为 1.52%，经双方协商确定健康科技留存约 2%的毛利率用于覆盖其销售费用和保留适当的利润，定价较为合理；同期与发行人同处福建省厦门市的建发股份、厦门国贸等上市公司的贸易类业务（供应链运营业务）毛利率分别为 1.80%和 0.83%，与健康科技毛利率不存在重大差异，2020 年定价较为公允。

B、2018 年 10 月业务整合前，健康产业为健康科技生产健康产品所需的注塑配件，双方生产经营相互独立，按独立交易原则协商定价，2018 年健康产业向健康科技销售注塑件产品金额为 1,624.05 万元，内部交易毛利率为 33.99%，与同期发行人注塑件产品 35.53%的销售毛利率相近，该等内部交易价格较为公允。

C、因业务整合需要，健康科技将未使用完的原材料销售给健康产业，由于该等原材料均为健康科技外部采购取得，未进一步加工，因此定价原则为其采购价格，2018 年、2019 年原材料销售金额分别为 1,369.23 万元和 50.71 万元，内部交易毛利率分别为 0.84%和 -0.61%，该等内部交易价格较为公允。

②德国唯科和唯科模塑、上海克比的交易情况（单位：万元）

销售方	采购方	主要交易内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
唯科模塑	德国唯科	商品购销	695.28	798.58	189.23
上海克比	德国唯科	商品购销	172.16	225.78	-
德国唯科	唯科模塑	市场开发及客户维护服务	96.30	208.39	285.88
-	-	合计	963.74	1,232.75	475.11
-	-	占内部交易比重	18.59%	11.09%	4.80%

德国唯科与唯科模塑、上海克比的交易模式有两种，一种为由德国唯科接单后交由集团内部生产，发生内部商品购销交易，德国唯科赚取价差；另一种为德国唯科为唯科模塑提供市场开发及客户维护服务，由客户直接向唯科模塑下单，唯科模塑另行支付服务费给德国唯科，服务费的定价原则均为最终客户销售金额 8%，定价主要参考德国唯科的销售费用率、

人工成本、承担的风险及价值的贡献等因素协商确定，内部交易价格较为公允。

综上，发行人母子公司之间以及子公司之间的内部交易系由于实际业务需求产生，不存在为转移定价而安排内部交易的情况，且健康产业和健康科技以及德国唯科和唯科模塑、上海克比等主要内部交易价格较为公允。

2) 内部交易的定价机制

交易内容		定价机制
商品购销	健康产品	协商定价
	模具、注塑件	按照成本加成以及协商定价
	原材料	原采购价格
委托加工		按照成本加成以及协商定价
厂房租赁		参考周边厂房租赁市场价格协商定价
市场开发及客户维护服务		协商定价，按终端客户销售金额 8%

发行人内部交易定价机制合理，定价较为公允，不存在刻意调高或调低内部交易转移定价的情况。

3) 税负差异

报告期内，不同纳税主体所得税税率情况如下：

纳税主体名称	所得税税率
厦门唯科模塑科技股份有限公司	15.00%
上海克比模塑科技有限公司	15.00%
厦门唯科健康科技有限公司	25.00%
厦门唯科健康产业有限公司	15.00%
厦门沃尔科模塑有限公司	25.00%
厦门智蓝环保科技有限公司	25.00%
居菲特（上海）实业有限公司	25.00%
无锡克比精密塑胶模具有限公司	25.00%
厦门格兰浦模塑科技有限公司 ^注	25.00%、20.00%
天津唯科科技有限公司	25.00%
唯科国际科技有限公司	16.50%
泉州唯科健康产业有限公司	25.00%
唯科科技德国有限公司	28.32%
唯科科技（马来西亚）私人有限公司	24%

注：厦门格兰浦 2019 年、2020 年享受小微企业税收优惠。

4) 税务风险

公司及境内子公司已取得国家税务总局厦门火炬高技术产业开发区税务局、国家税务总局上海市青浦区税务局和国家税务总局天津港保税区税务局等主管税务机关出具的无重大税务违法证明；根据境外律师出具的法律意见书，境外子公司不存在税务违法的情况，公司

不存在税务风险。

2. 目前前述全资或控股子公司的实际业务经营情况，多数子公司微利或亏损的原因

发行人主要的经营主体为母公司、上海克比及健康产业，2019年、2020年三家公司合计实现净利润9,670.67万元和16,449.04万元，占比分别为102.22%和98.62%，是发行人净利润的主要来源；其余子公司经营规模相对较小，2019年、2020年部分子公司出现微利或亏损。发行人及其子公司净利润及部分子公司微利或亏损的原因如下（单位：万元）：

公司名称	2020年度		2019年度		经营情况及部分子公司微利或亏损的原因
	净利润	占比	净利润	占比	
唯科模塑（母公司）	10,304.22	61.78%	8,375.10	88.53%	母公司是发行人最重要的经营主体，是发行人净利润的主要来源。
上海克比	2,318.93	13.90%	1,225.49	12.95%	上海克比是发行人重要的经营主体之一，主要生产、销售精密注塑模具、注塑件产品，为上海市及周边省份客户提供配套，2019年、2020年经营业绩较好。
厦门格兰浦	633.27	3.80%	420.44	4.44%	厦门格兰浦主要生产、销售注塑件产品，为宜家等客户提供配套，2019年、2020年经营业绩较好。
天津唯科	-84.57	-0.51%	-130.50	-1.38%	天津唯科主要生产、销售注塑件产品，为天津市及周边省份客户提供配套，近年来由于汽车行业景气下滑及其客户麦格纳集团自行建造配套注塑厂等原因，导致其订单明显减少，2019年、2020年出现经营亏损。
泉州唯科	-97.93	-0.59%	-15.54	-0.16%	泉州唯科是发行人募集资金投资项目“唯科高端智能模塑科技产业园项目”的实施主体，目前处于筹备建设阶段，2020年为集团内部提供少量模具零件加工服务，由于筹备建设阶段费用较多，以及生产规模较小等原因，2019年、2020年出现经营亏损。
健康产业	3,825.89	22.94%	70.08	0.74%	健康产业是发行人重要的经营主体之一，主要设计、生产和销售健康家电产品，近年来随着其空气净化器等产品热销，其经营规模快速增长，2019年为微利，2020年由于收入增长带来的规模效应导致净利润大幅增加。
健康科技	-95.8	-0.57%	-167.25	-1.77%	健康科技原经营健康产品业务，报告期内将相关业务和资产整合进入健康产业，目前业务为持有、出租房屋建筑物以及持有厦门百特盛康30%股权，2019年、2020年净利润为负，主要原因为按权益法核算分担的厦门百特盛康实现的净亏损。
厦门沃尔科	65.83	0.39%	41.11	0.43%	厦门沃尔科主营业务为持有、出租房产建筑物，2019年、2020年为微利。
唯科国际	-732.26	-4.39%	-255.17	-2.70%	唯科国际为发行人对外投资持股平台，持有德国唯科100%股权，2019年、2020年亏损主要来自其子公司德国唯科。
德国唯科	-737.90	-4.42%	-254.15	-2.69%	德国唯科2018年10月开始自主生产模具并提供修改模服务，由于德国人工成本较高以及2020年新冠肺炎疫情等影响，2019年、2020年出现经营亏损。
马来西亚唯科	464.05	2.78%	-120.57	-1.27%	马来西亚唯科主要生产、销售注塑件产品，为盈趣科技马来西亚工厂等客户做配套，2019年为筹备建设阶段，因此出现亏损，2020年开始

公司名称	2020 年度		2019 年度		经营情况及部分子公司微利或亏损的原因
	净利润	占比	净利润	占比	
					进入正常生产，净利润大幅增加。

注：以上数据除唯科国际为合并数，其余均为单体数据；2019 年唯科模塑（母公司）净利润为扣除投资收益-子公司分红 2,260.00 万元后的数据；占比为占发行人合并净利润（合并抵消后）比例；境外子公司净利润为为其记账本位币折算为人民币的净利润；上表不包含已注销子公司。

综上所述，除上海克比、健康产业外，其余子公司经营规模较小，部分子公司微利或有限的亏损不会对发行人生产经营产生重大不利影响。

3. 各子公司的违法违规及诉讼或纠纷情况

截至本报告签署之日，发行人未了结的诉讼共 2 件，具体情况如下：

原告	被告	纠纷类型	案情简介	案件标的 (万元)	诉讼进展
健康产业	深圳市环球易购电子商务有限公司	买卖合同 纠纷	被告未及时支付货款，原告提起诉讼要求支付货款	9.90	一审胜诉， 二审中
上海克比	东莞市圣安塑料机械有限公司	承揽合同 纠纷	被告提供机械设备不符合质量标准，原告要求被告退货并返还已支付的设备款	73.57	一审胜诉， 等待对方 上诉或判 决生效

除上述诉讼外，截止本报告签署之日，发行人不存在未了结重大诉讼或仲裁案件。

报告期内，除 2018 年 3 月子公司健康产业被税务主管机关处以 100 元罚款，2017 年 12 月天津唯科被环保部门处以 12.92 万元罚款，以及 2020 年马来西亚唯科被新山市市议会处以 1,000 林吉特罚款外，不存在其他的违法违规事项，也不存在与客户、供应商等重大诉讼或纠纷的情况。上述处罚情节轻微，且已经取得相关行政主管部门出具的说明，该等处罚事项不构成重大违法违规行为，不会对本次发行上市构成实质障碍。

（四）对上海克比的财务真实性进行核查，说明核查手段、过程及结论

我们对上海克比的财务真实性进行了核查，通过对上海克比的人员进行访谈，对银行存款及收入和往来款进行发函、对存货和固定资产执行现场监盘、对损益情况进行了分析，以及通过检查原始单据，对上海克比的财务真实性进行了核查，主要如下：

1) 对与财务相关的内部控制如销售与收款循环、采购与付款循环、生产与仓储循环、货币资金循环、工薪与人事循环、费用管理循环等进行了解并执行了相关测试，检查了相关内部控制的运行情况；

2) 货币资金：获取了已开立银行账户清单、企业信用报告、所有的银行对账单并与企业账面进行了核对；对所有的银行账户进行函证并对函证过程保持了控制，在报告日前已收到了全部的回函；通过执行银行对账单与银行记账的双向检查、查看原始单据等核实资金流水的真实性、完整性；

3) 对上海克比主要客户和主要供应商进行走访，访谈内容包括客户和供应商基本情况、合作历程、报告期交易情况、结算方式、信用政策、关联关系等，报告期内走访的客户和供

应商交易金额及比例如下(单位: 万元):

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
对上海克比客户的销售收入	12,905.61	11,933.81	12,262.59
访谈客户的销售收入	11,414.49	10,479.73	9,655.33
客户走访比例	88.45%	87.82%	78.74%
对上海克比采购总额	5,760.40	5,164.27	5,002.98
访谈供应商的采购金额	3,378.12	2,940.99	2,789.93
供应商走访比例	58.64%	56.95%	55.77%

4) 应收账款及营业收入: 对主要客户交易额的变动、信用条件的变化等进行了检查; 对确认收入的原始单据进行了核查并检查是否符合收入确认政策; 通过检查出口报关单情况核实外销收入的真实、准确和完整性; 对客户的回款情况进行了检查, 并关注了期后回款情况; 对毛利率的波动情况进行了分析; 并对主要客户的交易额和期末应收账款余额进行发函询证, 函证金额及比例如下:

项目(单位: 万元)	2020 年度	2019 年度	2018 年度
对非关联方的销售收入(A)	12,905.61	11,933.81	12,262.59
对非关联方收入的发函金额(B)	11,662.26	10,580.18	10,911.99
收入发函金额占比(B/A)	90.37%	88.66%	88.99%
收入回函金额(C)	7,663.80	8,699.33	9,184.38
收入回函金额占比(C/A)	59.38%	72.90%	74.90%
对非关联方的应收账款(D)	4,251.64	4,375.26	3,546.01
对非关联方应收账款的发函金额(E)	3,868.98	3,956.76	3,105.97
应收账款发函金额占比(E/D)	91.00%	90.43%	87.59%
应收账款回函金额(F)	2,922.40	3,717.25	2,403.26
应收账款回函金额占比(F/D)	68.74%	84.96%	67.77%

对于未回函的收入与应收账款, 我们通过执行替代审计程序, 检查了对应收入的记账凭证、销售合同、模具验收报告、出口报关单、出口发票、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;

5) 存货、应付账款及营业成本: 在资产负债表日对存货进行了监盘; 检查了成本的归集和分配是否准确, 期末存货的计价是否具有是一贯性和是否符合准则的相关规定; 对主要产品生产成本的波动情况进行了分析; 对存货在资产负债表日的可变现净值进行了复核; 检查了成本结转的及时性; 选取样本对应付账款进行了发函; 报告期监盘及应付账款询证及回函比例如下:

项目(单位: 万元)	2020 年度	2019 年度	2018 年度
期末存货余额(A)	3,362.34	2,855.82	3,358.64
对存货的监盘金额(B)	2,532.76	1,553.77	-

项目（单位：万元）	2020 年度	2019 年度	2018 年度
监盘金额占比（B/A）	75.33%	54.41%	-
对非关联方的应付账款（C）	2,301.83	1,443.74	2,154.23
对非关联方应付账款的发函金额（D）	1,986.57	1,090.90	1,718.25
应付账款发函金额占比（D/C）	86.30%	75.56%	79.76%
应付账款回函金额（E）	1,986.57	1,090.59	1,717.14
应付账款回函金额占比（E/C）	86.30%	75.54%	79.71%

对于未回函的应付账款，我们通过执行替代审计程序，检查了应付账款的记账凭证、采购合同、发票、入库单和银行回单等，不存在异常情况；

6) 固定资产等长期资产：我们检查了主要资产的入账依据和产权证的原件并关注了是否受限；测算了折旧/摊销的准确性；检查了折旧/摊销分配的合理性和一贯性；对资产进行了监盘，并关注了资产的状况是否良好；

7) 期间费用：检查了费用明细账，判断归集核算的合理性和一贯性；按明细分析其波动情况，了解并核实变动原因的合理性；抽取资产负债表日前后的相关凭证实施截止测试；抽取较大金额的费用凭证，结合合同检查其真实性、准确性和完整性。

经上述核查程序，我们认为：报告期内上海克比公司财务核算规范，财务数据真实、准确。

（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）查阅了张坚案件的判决书，到泉州市中级人民法院查询了张坚案件的二审判决情况；查阅了发行人（含上海克比）、控股股东、实际控制人及董事、监事、高级管理人员的银行流水；检索了判决书所列公司的工商登记信息；取得了发行人控股股东及实际控制人、董事、监事、高级管理人员的无犯罪记录证明；走访了上海克比相关行政主管部门，取得了上海克比相关行政主管部门开具的无违规情况证明；通过网络检索方式对上海克比进行了网络核查；取得了上海克比、发行人控股股东、实际控制人的确认函；

（2）查阅发行人的工商档案资料及相关出资凭证；查阅了张坚股权转让的《股权转让协议》；对张侃进行了访谈制作了访谈笔录；取得了公司相关人员的确认；

（3）统计分析发行人母子公司之间、各子公司之间的内部交易情况；了解了内部交易的定价机制；取得了各子公司的财务报表，分析了部分子公司微利或亏损的原因；取得了境内各子公司税务主管机关出具的无重大税务违法证明，境外子公司的法律意见书等资料。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

(1) 张坚案件不涉及上海克比及发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员，上海克比不存在因张坚案件被处罚的风险；上海克比在发行人体系内属于重要子公司，张坚仅在上海克比设立初期负责公司外联工作，实际并不参与上海克比的实际经营及客户开拓工作，其被抓捕对上海克比生产经营无影响；报告期内上海克比公司财务核算规范，财务数据真实、准确；中介机构通过走访相关部门、取得相关部门已经出具的合规证明及网络检索核查等方式对上海克比经营的合法合规性进行了核查，报告期内上海克比合法经营，不存在因违法违规而遭受行政处罚的情形；报告期内上海克比不存在违规对外担保情形，报告期内上海克比主要客户与供应商相对稳定，部分的变化系正常的商业行为，不存在受张坚离职事项影响的情况；

(2) 张坚转让其所持唯科有限的股权已经履行了决策程序并办理了工商变更登记，符合法律法规的规定；根据张侃的确认，上述股权不存在委托持股、信托持股、利益输送或其他利益安排，不存在纠纷或潜在争议；上述 2.14%股份存在被司法机关追缴或没收可能，但上述 2.14%股份占发行人总股本比例较小，即使被司法机关追缴或没收，也不会导致发行人实际控制人发生变更，不会对发行人股权结构的稳定性和持续经营能力造成不利影响，上述事项不会对本次发行人构成实质障碍；

(3) 与子公司间的交易定价机制合理，不存在转移定价安排，不存在税务风险；目前前述全资或控股子公司中多数子公司微利或亏损的原因合理；发行人尚未了结的诉讼共 2 件，系发行人子公司作为原告的案件，标的金额较小，不会对发行人生产经营产生重大不利影响，不属于重大诉讼。除已披露的诉讼和违法违规情况外，各子公司不存在其他诉讼和违法违规事项，不存在尚未了结的重大诉讼仲裁案件。

二、【审核意见 2. 关于转让与增资】招股说明书及审核问询回复显示：（1）在计算历次股份支付涉及的公允价值时，发行人以 2018 年收益法计算的股权公允价值反推 2017 年和 2019 年股权的公允价值；（2）发行人控股股东庄辉阳家族持股平台领唯创富于 2017 年 12 月以 1 元/注册资本增资 686 万元，平台中仅庄朝阳在发行人处任职，其余四人庄耀凯、庄恺军、张新民、庄丽虹均未在发行人及其控股子公司任职；（3）江培煌自 2015 年 1 月起担任发行人外部董事，其于 2018 年 12 月以每 1 元注册资本 4.25 元认缴发行人 40 万元注册资本，占比 0.46%；2019 年 12 月江培煌申请不再担任发行人董事；（4）张坚于 2018 年 7 月卸任发行人子公司上海克比经理职务，于 2018 年 12 月以每 1 元注册资本 4.25 元认缴发行人 350 万元注册资本，招股说明书披露该次增资系出于股权激励；（5）周燕华等 10 名自然人于 2019 年 12 月 31 日以每股 12.33 元认缴注册资本 480 万元；发行人控股股东庄辉阳于 2020 年 10 月将员工持股平台克比合伙中部分出资转让予施阿海等 7 名员工。请发行人补充披露：（1）历次股权转让以及增资价格的确定依据以及公允性，涉及股份支付的会计计量与处理是否符合《企业会计准则》规定；（2）发行人历任董监高离职后去向，是

否与发行人、发行人实际控制人及其关联方、发行人客户与供应商及其股东存在资金或业务往来，历任董监高目前任职或投资的企业是否与发行人业务范围相近或存在上下游关系；

(3) 张坚在离职后参与发行人股权激励的背景及合理性，是否合法合规；张侃的股权转让款是否已支付完毕；(4) 上述 10 名外部自然人股东的增资背景，外部股东及其关系密切的家庭成员和发行人、发行人实际控制人及其关系密切的家庭成员、发行人董监高与其他核心人员及其关系密切的家庭成员、发行人客户与供应商及其股东是否存在关联关系、业务或资金往来；(5) 施阿海等 7 名员工于 2020 年 10 月受让控股股东在克比合伙中合伙份额的原因及背景，份额转让的定价依据，是否涉及股份支付，是否为双方真实意思表示；结合家族持股平台与员工持股平台历次份额转让及员工入伙的背景、资金来源等披露各平台份额是否存在代持或其他协议安排，是否存在纠纷或潜在纠纷，平台份额的转让是否须进行股份支付处理以及相关处理过程；发行人对员工持股平台的信息披露是否符合《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》的要求；(6) 发行人股东与发行人主要客户、供应商是否存在关联关系、代持关系、对赌协议或其他利益安排，结合发行人与主要客户、供应商的合作历史、背景，披露主要客户、供应商及其股东是否在发行人直接或间接享有权益；发行人在业务经营过程中，是否存在不正当竞争、商业贿赂等违法违规情形，发行人或其工作人员是否存在因商业贿赂行为被立案调查、处罚或媒体报道的情况，发行人是否制定了防范商业贿赂的内部管理制度和有效措施及其执行情况；(7) 按照《监管规则适用指引——关于申请首发上市企业股东信息披露》（以下简称《监管指引》）的规定，真实、准确、完整披露股东信息，并补充出具专项承诺，同时请在“申报信息更新”更新招股说明书，按要求增加披露信息并披露核查情况及结论。请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见，并对家族持股平台、员工持股平台的设立背景、具体人员构成、出资价格公允性、员工持股计划章程或协议约定情况、员工减持承诺情况、规范运行情况及各案情况、家族持股平台与员工持股平台历次份额转让、新增份额的资金流水、发行人披露的股东信息等进行充分核查，就员工持股计划、家族持股平台的实施是否合法合规、是否存在损害发行人利益情形，发行人披露的股东信息是否真实、准确、完整发表明确意见。

回复：

(一) 历次股权转让以及增资价格的确定依据以及公允性，涉及股份支付的会计计量与处理是否符合《企业会计准则》规定。

1. 公司历次股权转让以及增资的内容及价格的确定依据如下：

序号	时间	变动	内容	价格	定价依据	是否涉及股份支付及处理
1	2005.04	设立	庄辉阳、郭锦川、王志军出资设立唯科有限，注册资本 500 万元	1 元/注册资本	原始出资额	公司设立，不涉及股份支付
2	2007.05	第一次增资	庄辉阳、郭锦川、王志军增资 350 万元，注册资本增至 850 万元	1 元/注册资本	原始出资额	原始股东同比例增资，不涉及股份

序号	时间	变动	内容	价格	定价依据	是否涉及股份支付及处理
3	2008.04	第二次增资	庄辉阳、郭锦川、王志军增资 150 万元，注册资本增至 1,000 万元	1 元/注册资本	原始出资额	支付
4	2009.10	第三次增资	庄辉阳、郭锦川、王志军增资 2,100 万元，注册资本增至 3,100 万元	1 元/注册资本	原始出资额	
5	2011.11	第四次增资	庄辉阳增资 1,500 万元，注册资本增至 4,600 万元	1 元/注册资本	原始出资额	涉及股份支付但未进行股份支付处理
6	2014.12	第五次增资	科普特合伙增资 1,000 万元，注册资本增至 5,600 万元	1 元/注册资本	原始出资额	
7	2017.12	第六次增资	庄辉阳、王燕增资 1,245 万元，注册资本增加至 6,845 万元	1 元/注册资本	原始出资额	
8	2017.12	第七次增资	科普特合伙、领唯创富增资 1,186 万元，注册资本增加至 8,031 万元	1 元/注册资本	原始出资额	已进行股份支付处理
9	2018.12	第八次增资	科普特合伙、张坚、立唯昇合伙、克比合伙、庄朝阳、江培煌增资 3,174.75 万元（含张坚已认缴未实缴部分），注册资本增加至 8,778 万元	4.25 元/注册资本	以净资产为基础协商定价	
10	2019.05	第一次股权转让	张坚将股权转让给张侃	4.25 元/注册资本	入股价格	张坚和张侃为父子关系，不涉及股份支付
11	2019.07	第九次增资	科普特合伙、立唯昇合伙、庄朝阳增资 433.5 万元，注册资本增加至 8,880 万元	4.25 元/注册资本	以净资产为基础协商定价	已进行股份支付处理
12	2019.12	整体变更	整体变更为股份有限公司	-	-	按原持股比例股改，不涉及股份支付
13	2020.01	第十次增资	周燕华等 10 名自然人增资 5,918.4 万元，股本增加至 9,360 万元	12.33 元/股	参考净资产、评估值等经各方协商一致确定	外部自然人入股，价格较为公允，不涉及股份支付
14	2020.10	克比合伙层面股权发生变动	庄辉阳转让其持有的克比合伙出资额给公司员工施阿海等 7 名员工	7.09 元/股	各方协商一致确定	已进行股份支付处理

2. 公司 2017 年之前股权转让以及增资价格未确认股份支付情况

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；……”因此，公司对第一至第三次原始股东同比例增资不属于上述情况，无需作为股份支付处理。

公司于 2011 年和 2014 年分别进行了第四、五次增资，约定的增资价格为 1 元/股，增资价格与公允价格差异较大，涉及股份支付，但公司未按股份支付进行处理。假定按 10 倍市盈率作为股份支付公允价值的确定依据，则 2011 年和 2014 年分别需确认股份支付金额 74.25 万元和 689.57 万元，合计占 2018 年年初未分配利润比例为 2.50%，对报告期初未分配利润未造成重大影响。根据《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》：“……对于报告期前的股份支付事项，如对期初未分配利润造成重大影响，也应考虑是否适用《企业会计

准则第 11 号——股份支付》”。我们认为上述报告期前的股份支付事项，未对发行人报告期期初未分配利润造成重大影响，可不适用《企业会计准则第 11 号——股份支付》。

3. 公司在 2017 年至 2020 年的增资确认股份支付情况：

时间	变动	确认的股份支付金额（万元）
2017 年 12 月	第六次增资	692.10
2017 年 12 月	第七次增资	4,992.12
2018 年 12 月	第八次增资	5,877.38
2019 年 07 月	第九次增资	823.14
2020 年 10 月	克比合伙层面股权发生变动	208.67

2017 年 12 月、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，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：a、公司股份价值有活跃市场的，参考活跃市场价格；b、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；c、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。

1) 2017 年股票公允价值的确定依据

2018 年对 2017 年净资产增值率 26.21%，计算 2017 年全部股权公允价值为 85,701.23 万元 $[=108,163.62/(1+26.21\%)]$ ，每股公允价值为 10.67 元/股 $(=85,701.23/8,031.00)$ 。由于 2017 年、2018 年和 2019 年经营情况未发生重大变化，出于谨慎性和公允性等考虑，2017 年采用孰高的原则计算每股公允价值，即采用 10.67 元/股和 12.32 元/股中的最高值。采用 12.32 元/股计算的 2017 年全部股权公允价值 98,941.92 万元 $(=8,031.00*12.32)$ ，对应的 2017 年市盈率（2017 年每股公允价值*期末股份数量/2017 年扣除非经常性损益后的归属于母公司所有者的净利润）为 9.51 倍。

2) 2018 年股票公允价值确定依据

2018 年，发行人聘请福建联合中和资产评估土地房产估价有限公司出具的《厦门唯科模塑科技有限公司拟核实股权价值所涉及的股东全部权益价值资产评估报告》（闽联合中和评报字(2019)第 5032 号）以收益法评定的截至 2018 年 12 月 31 日的公司评估价值 108,163.62 万元，评估结论有效期至 2019 年 12 月 31 日。上述评估值综合考虑了入股时间阶段、业绩基础与变动预期、市场环境变化以及增资当年市盈率水平等情况。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母公

司所有者的净利润) 12.85 倍。

3) 2019 年股票公允价值确定依据

由于 2019 年 7 月发生股份支付时距离 2018 年 12 月 31 日的评估报告基准日时间较短, 发行人业绩预期和所在的市场环境未发生重大变化, 评估报告使用尚在有效期内, 因此 2019 年 7 月计算股份支付的每股公允价值直接采用 12.32 元/股, 对应 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母公司所有者的净利润) 为 11.38 倍。

发行人选取模具和塑料相关行业公司上市前的股份支付案例和同行业上市公司并购重组案例进行比较分析, 具体如下:

序号	公司名称	行业	交易类型	股份支付时间	对应 P/E 倍数
1	宁波方正	专用设备制造业	增资构成股份支付	2017 年 12 月	9.76
2	肇民科技	橡胶和塑料制品业	增资构成股份支付	2017 年 12 月	13.15
3	海象新材	橡胶和塑料制品业	增资构成股份支付	2017 年 9 月	7.50
4	双林股份	汽车制造业	收购上海诚烨汽车零部件有限公司 100% 股权	2017 年 4 月	8.32
同行业可比案例 2017 年平均市盈率					9.68
5	海泰科	专用设备制造业	增资构成股份支付	2018 年 3 月	16.61
6	赛伍技术	橡胶和塑料制品业	增资构成股份支付	2018 年 12 月	10.00
7	王子新材	橡胶和塑料制品业	收购重庆富易达科技有限公司 51% 股权	2018 年 7 月	12.41
同行业可比案例 2018 年平均市盈率					13.01
8	思柏精密	橡胶和塑料制品业	增资构成股份支付	2019 年 11 月	9.66
9	科创新源	橡胶和塑料制品业	收购深圳市东创精密技术有限公司 100% 股权	2019 年 10 月	8.99
10	鹏翎股份	汽车制造业	收购河北新欧汽车零部件科技有限公司 100% 股权	2019 年 4 月	16.47
同行业可比案例 2019 年平均市盈率					11.71

注: 上表 P/E 倍数为根据交易类型发生当年 (或上年或业绩承诺) 等净利润测算。

综上, 发行人 2017-2019 年股份支付市盈率分别为 9.51 倍、12.85 倍和 11.38 倍, 而同行业可比案例平均市盈率分别为 9.68 倍、13.01 倍和 11.71 倍, 发行人股份支付 P/E 倍数与同行业可比案例的估值水平不存在显著差异, 股份支付相关权益工具的公允价值的计量方法及结果合理。

4) 2020 年股票公允价值确定依据

2020 年 1 月, 周燕华等 10 名自然人的增资价格系参考发行人 2019 年股改时的净资产 (截至 2019 年 7 月 31 日经审计的净资产 58,784.34 万元)、股改评估价值 (资产基础法, 截至 2019 年 7 月 31 日评估价值 77,531.33 万元) 以及前次员工持股评估价值 (收益法, 截至 2018 年 12 月 31 日评估价值 108,163.62 万元) 等, 经新老股东协商一致后确定。本次自然人增资于 2019 年 12 月 15 日经第一届董事会第二次会议审议通过, 定价基础年度为 2019

年。本次自然人增资采用 12.33 元/股计算的 2019 年全部股权公允价值 115,408.80 万元 (=9,360.00*12.33)，对应的市盈率（本次增资每股公允价值（12.33 元/股）*本次增资后股份数量（9,360.00 万股）/2019 年扣除非经常性损益后的归属于母公司所有者的净利润）为 12.01 倍。因为本次自然人增资价格 12.33 元/股的市盈率 12.01 倍与同行业可比案例 2019 年平均市盈率 11.71 倍无显著差异，且周燕华等 10 名自然人未向发行人提供服务，所以周燕华等 10 名自然人本次增资发行人不涉及股份支付。

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 ^{注1}	12.01 ^{注2}	11.38	12.85

注 1：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。

注 2：2020 年 1 月自然人入股系于 2019 年 12 月经董事会审议通过，其定价基础年度为 2019 年，根据 2019 年扣除非经常性损益后的归属于母公司所有者的净利润计算的市盈率为 12.01 倍。

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所有者的净利润/期末股份数量*市盈率倍数）。

4. 股份支付费用的计算符合《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 5,877.38 万元、823.14 万元和 208.67 万元，均采用一次性计入当期损益，主要原因系：

1) 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;

2) 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。

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。

综上, 公司历次股权转让以及增资涉及股份支付的计量和处理符合《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。

(二) 发行人历任董监高离职后去向, 是否与发行人、发行人实际控制人及其关联方、发行人客户与供应商及其股东存在资金或业务往来, 历任董监高目前任职或投资的企业是否与发行人业务范围相近或存在上下游关系。

江培煌先生离职后仍主要通过厦门广道创业投资管理有限公司(以下简称“广道创投”)从事证券投资咨询、企业管理咨询、创业投资业务, 其主要对外投资和任职的企业情况如下:

序号	企业名称	主营业务	企业背景	与江培煌的关系
1	厦门广道创业投资管理有限公司	创业投资、创业投资管理	-	江培煌合计持股70.55%并担任董事长兼总经理
2	厦门广道泓阳投资管理合伙企业(有限合伙)	股权投资	-	广道投资为该合伙企业执行事务合伙人
3	厦门广道海程投资合伙企业(有限合伙)	股权投资	实际控制人庄辉阳之子庄耀凯投资持有14.42%出资份额	广道投资为该合伙企业执行事务合伙人
4	厦门广道远见投资合伙企业(有限合伙)	股权投资	实际控制人庄辉阳投资持有25%的出资份额	广道投资为该合伙企业执行事务合伙人
5	厦门欣华通信息咨询有限公司	信息咨询	-	江培煌持股95%并担任董事兼总经理
6	厦门百鱼电子商务有限公司	电子商务	-	江培煌持股3.72%并担任董事
7	厦门百鱼宝投资合伙企业(有限合伙)	股权投资	-	江培煌持股6.67%, 并担任执行事务合伙人
8	湖南源森林业股份有限公司	林业加工	原天津股权交易所挂牌公司, 代码662537	江培煌持股1.06%
9	湖南福星林业股份有限公司	林业加工	原天津股权交易所挂牌公司, 代码843999	广道投资持股9.54%, 江培煌担任董事
10	均利石材股份有限公司	石材加工	原天津股权交易所挂牌公司, 代码812002	广道投资持股2.6%
11	江西英龙橡胶科技股份有限公司	橡胶配件	原天津股权交易所挂牌公司, 代码036001	广道投资持股1.5%
12	九江邦利益康科技股份有限公司	婴儿纸尿裤	原天津股权交易所挂牌公司, 代码036009	广道投资持股2.85%

序号	企业名称	主营业务	企业背景	与江培煌的关系
13	郴州扬涛环保科技有限公司	环保固废处理	-	广道投资持股 4.61%
14	福建省神悦铸造股份有限公司	金属铸造	原新三板挂牌公司，代码 838206，现已摘牌	江培煌持股 0.1%
15	阿尔克比（上海）专用汽车零部件有限公司	汽车零部件	发行人参股子公司，尚未开展生产经营	江培煌担任监事

除阿尔克比（上海）专用汽车零部件有限公司外，江培煌上述对外投资和任职的企业不存在与发行人业务范围相近或存在上下游关系的情况。

报告期内，江培煌及其控制的企业与发行人、发行人实际控制人及其关联方往来情况如下：

1) 发行人实际控制人庄辉阳及其子庄耀凯出于个人投资理财需求，曾与江培煌共同进行投资，报告期内江培煌向庄辉阳支付部分投资收益。

2) 2018 年 12 月，江培煌对唯科有限进行增资，认缴出资 40 万元，共计出资 170 万元。

除上述往来之外，江培煌及其控制的企业与发行人、发行人实际控制人及其关联方不存在其他资金往来；根据江培煌提供的银行资金流水，经比对江培煌的资金往来对方与发行人主要客户、供应商及其股东不存在重叠，并经江培煌及发行人主要客户、供应商确认，江培煌与发行人主要客户与供应商及其股东不存在资金或业务往来。

（三）张坚在离职后参与发行人股权激励的背景及合理性，是否合法合规；张侃的股权转让款是否已支付完毕。

张坚参与增资时虽然已经离职，但其对唯科有限投资意愿强烈，且庄辉阳过往曾表示唯科有限实施股权激励时会优先考虑张坚等人，故允许其与科普特合伙等股权激励主体共同对发行人进行增资。根据中国证监会《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》和深交所《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的规定，在新《证券法》施行之前（即 2020 年 3 月 1 日之前）设立的员工持股计划，参与人可以包括少量外部人员。综上，张坚离职后仍于 2018 年 12 月参与股权激励的背景清楚、原因合理，不违反中国证监会和深交所的相关规定。

张坚增资时已不是发行人的员工，严格意义不属于员工持股，但鉴于其曾担任上海克比董事兼经理，且与科普特合伙、立唯昇合伙、克比合伙等员工持股平台以及时任健康产业董事的庄朝阳先生、时任唯科有限董事的江培煌先生同次同价格入股，出于会计处理的谨慎性原则，将其增资视为员工持股进而作股份支付处理。

张侃的股权转让款 850 万元尚未支付，该笔股权转让款所对应的 2.14% 股权存在被司法机关进一步追缴的风险。

（四）上述 10 名外部自然人股东的增资背景，外部股东及其关系密切的家庭成员和发行人、发行人实际控制人及其关系密切的家庭成员、发行人董监高与其他核心人员及其关

系密切的家庭成员、发行人客户与供应商及其股东是否存在关联关系、业务或资金往来。

本次增资时，发行人已在厦门市翔安区、泉州台商投资区购买了两宗工业土地并筹划新建生产基地，增资扩股出于资金需要；同时新股东周燕华、林明山、窦圣芸、林翊、谢玉兰、蔡永江、郭彬莹、陈杰雄、顾玉明、吴红霞系发行人实际控制人庄辉阳的朋友，出于对公司前景看好而增资入股。经新老股东协商一致，并经股东大会审议通过，本次增资定价为每股 12.33 元。

经核查，上述新增股东与发行人、发行人的控股股东、实际控制人、发行人的董事、监事、高级管理人员不存在关联关系，与发行人的主要客户、供应商不存在关联关系。

报告期内，10 名外部股东除 2020 年 1 月增资扩股发行人而与发行人存在资金往来外，还存在个别股东及其关系密切的家庭成员（或其控制的企业）与发行人、发行人实际控制人及其关系密切的家庭成员存在业务或资金往来的情况，具体如下：

（1）个别股东或其关系密切的家庭成员控制的企业与发行人存在少量交易，具体情况如下：

序号	企业名称	企业背景	年度	交易金额（万元）	交易事项
1	泉州崇武西沙湾假日酒店发展有限公司	郭彬莹父亲控制的企业	2019 年度	1.07	发行人向其支付酒店房费
2	泉州市百利医疗用品有限公司	郭彬莹父亲控制的企业	2020 年度	1.51	发行人向其购买口罩
3	惠安县明兴石雕工艺有限公司	林明山控制的企业	2019 年度	18.00	子公司上海克比装修向其采购石材

（2）个别股东及其关系密切的家庭成员与发行人实际控制人及其关系密切的家庭成员存在资金往来的情况

① 股东林明山及其关系密切的家庭成员与实际控制人庄辉阳及其关系密切的家庭成员存在的资金往来

2017-2020 年，股东林明山及其关系密切的家庭成员与实际控制人庄辉阳及其关系密切的家庭成员的资金往来情况如下（单位：万元）：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
①庄辉阳及其关系密切家庭成员向林明山及其关系密切家庭成员收款	541.00	775.00	1,566.80	189.99
②庄辉阳及其关系密切家庭成员向林明山及其关系密切家庭成员付款	301.00	1,419.20	1,765.00	40.00
净收款（①-②）	240.00	-644.20	-198.20	149.99

通过对报告期内实际控制人庄辉阳及其关系密切家庭成员的个人流水梳理、对庄辉阳、林明山及往来金额较大的家庭成员的访谈并制作访谈记录、取得资金用途所涉银行单据等方式核查，林明山及其关系密切的家庭成员与实际控制人庄辉阳及其关系密切的家庭成员的存在持续资金往来的原因为：

A、林明山与庄辉阳是同乡、发小，是交往 40 余年的好朋友，两家人一直交往频繁；

B、林明山家族在惠安县经营石材、石雕生意，有时会因经营需要向庄辉阳或其家庭成员借入资金用于短期周转，通常不支付利息；

C、两家人之间有时会因购房等其他个人资金需求而进行短期资金周转，通常不支付利息；

D、林明山家族偶尔会向庄辉阳或其家庭成员借入资金用于民间借贷赚取利差，通常会支付一定的利息。

经庄辉阳、林明山及往来金额较大的家庭成员确认，两家人之间的资金往来均为借贷性质，由于两家人的交情和信任，均未签订正式借款协议。

2017-2020 年，二家人资金往来的具体情况如下：

A、2017 年为庄辉阳及其关系密切的家庭成员净收款，主要系收回林明山及其关系密切的家庭成员以前年度借款本息。

B、2018 年和 2019 年为庄辉阳及其关系密切的家庭成员的净付款，主要是向林明山及其关系密切的家庭成员借出款项用于石材生意或民间借贷，具体如下：

时间	净付款（万元）	备注
2018 年	198.20	2018 年 8 月向林明山家族借出 250 万元，用于林明山家族企业惠安县明兴石雕工艺有限公司生产经营，期末未全额归还。
2019 年	644.20	2019 年 6 月向林明山家族借出 620 万元，后者将该笔款项用于民间借贷赚取利差，该笔款项的本息分别于 2019 年 12 月、2020 年 2 月和 2020 年 3 月分期归还；2019 年 8 月向林明山家族借出 140 万元，用于林明山家族企业生产经营，期末未全额归还。

C、2020 年为庄辉阳及其关系密切的家庭成员净收款，主要系收回借款本息。

②股东周燕华及其关系密切的家庭成员与实际控制人庄辉阳及其关系密切的家庭成员存在的资金往来

2019 年 2 月，股东周燕华的家庭成员向发行人实际控制人庄辉阳之妹庄丽虹借款 50.00 万元，用于购房资金周转，该等款项于 2019 年 3 月全部归还完毕。

经周燕华、庄丽虹确认，该等往来款为借贷性质，已全部结清。

综上，上述资金往来未用于林明山和周燕华 2020 年 1 月增资发行人，与发行人生产经营无关，资金未流向发行人主要客户、供应商及其股东，不存在为发行人进行利益输送的情形。

除上述交易和往来外，外部股东及其关系密切的家庭成员和发行人、发行人实际控制人及其关系密切的家庭成员、发行人董监高与其他核心人员及其关系密切的家庭成员、发行人客户与供应商及其股东不存在业务或资金往来的情况。

（五）施阿海等 7 名员工于 2020 年 10 月受让控股股东在克比合伙中合伙份额的原因及背景，份额转让的定价依据，是否涉及股份支付，是否为双方真实意思表示；结合家族

持股平台与员工持股平台历次份额转让及员工入伙的背景、资金来源等披露各平台份额是否存在代持或其他协议安排，是否存在纠纷或潜在纠纷，平台份额的转让是否须进行股份支付处理以及相关处理过程；发行人对员工持股平台的信息披露是否符合《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》的要求。

1. 施阿海等 7 名员工于 2020 年 10 月受让控股股东在克比合伙中合伙份额的原因及背景，份额转让的定价依据，是否涉及股份支付，是否为双方真实意思表示；

施阿海等 7 名员工均系发行人骨干员工，庄辉阳向上述员工转让克比合伙财产份额系在原有的员工持股基础上进行增补，涉及股份支付。本次转让价格系根据唯科模塑上一年末净资产经协商确定，发行人已经作了股份支付的财务处理。根据对转受让双方的访谈确认，本次转让系双方真实意思表示，相关转让款已经支付完毕，不存在纠纷或潜在纠纷。

2. 结合家族持股平台与员工持股平台历次份额转让及员工入伙的背景、资金来源等披露各平台份额是否存在代持或其他协议安排，是否存在纠纷或潜在纠纷，平台份额的转让是否须进行股份支付处理以及相关处理过程；

1) 家族持股平台

领唯创富自 2017 年 12 月设立以来财产份额未发生变动。

经查阅领唯创富的合伙协议、各合伙人的出资凭证并根据对领唯创富各合伙人的访谈和确认，其所持平台的财产份额均为其本人所有，不存在代持或其他协议安排，不存在纠纷或潜在纠纷。

2) 员工持股平台

发行人股东中科普特合伙、立唯昇合伙、克比合伙为员工持股平台，基本情况如下：

A、厦门市科普特投资合伙企业（有限合伙）

①基本情况

厦门市科普特投资合伙企业（有限合伙）持有本公司 1,687.90 万股股本，占总股本的 18.0331%，系员工持股平台，其基本情况如下：

公司名称	厦门市科普特投资合伙企业（有限合伙）				
统一社会信用代码	91350200303124860X				
成立时间	2014 年 12 月 19 日				
执行事务合伙人	王燕				
认缴出资额	1,687.90 万元				
住所	中国（福建）自由贸易试验区厦门片区象屿路 93 号厦门国际航运中心 C 栋 4 层 431 单元 G（该住所仅限作为商事主体法律文书送达地址）				
经营范围	创业投资业务				
出资人构成及出资比例	投资人	合伙人类型	认缴出资额（万元）	出资比例	任职
	庄辉阳	有限合伙人	915.00	54.21%	董事长、总经理

公司名称	厦门市科普特投资合伙企业（有限合伙）				
	王燕	普通合伙人	195.00	11.55%	董事、营销总监
	郑小江	有限合伙人	100.00	5.92%	上海克比董事兼经理
	郭水源	有限合伙人	80.00	4.74%	董事、副总经理
	王彬阳	有限合伙人	60.00	3.55%	监事、销售一部经理
	傅元梧	有限合伙人	50.00	2.96%	监事会主席、管理部经理
	郭锦川	有限合伙人	40.00	2.37%	采购部经理
	王志军	有限合伙人	40.00	2.37%	董事、副总经理
	张光明	有限合伙人	40.00	2.37%	销售三部经理
	黄文贤	有限合伙人	15.30	0.91%	销售二部经理
	郭献钧	有限合伙人	13.70	0.81%	监事、模具装配部经理
	江万全	有限合伙人	13.60	0.81%	设计部经理
	周镇森	有限合伙人	13.20	0.78%	财务总监
	徐海燕	有限合伙人	13.20	0.78%	管理工程部经理
	刘锦雄	有限合伙人	12.00	0.71%	厦门格兰浦厂长
	林永兴	有限合伙人	11.00	0.65%	注塑产品研发部经理
	桂佰文	有限合伙人	10.00	0.59%	物流总监
	郑细雄	有限合伙人	9.70	0.57%	注塑一部经理
	郑丁勇	有限合伙人	8.30	0.49%	注塑装配部经理
	郭少军	有限合伙人	8.00	0.47%	沃尔科总经办主管
	夏明水	有限合伙人	7.00	0.41%	模具制造部副经理
	罗建文	有限合伙人	7.00	0.41%	副总经理、董事会秘书
	陈志勇	有限合伙人	6.60	0.39%	模具生产办技术经理
	许友财	有限合伙人	5.50	0.33%	设计部副经理
	杨志森	有限合伙人	5.50	0.33%	健康产业财务经理
	郭文龙	有限合伙人	4.70	0.28%	物控部经理
	陈丽昆	有限合伙人	3.60	0.21%	资金主管
	合计	-	1,687.90	100.00%	-

②设立及历次财产份额变动情况

科普特合伙设立及历次财产份额变动的简要情况如下：

序号	时间	变动	内容	背景	资金来源
1	2014年12月	设立	庄辉阳、郭锦川、郭水源、王志军共同设立科普特合伙	员工持股	自有资金
2	2018年1月	增资	郭水源等7名员工合计增资500万元	员工持股	自有资金
3	2018年9月	转让	廖宝文将其35万元财产份额转让给庄辉阳后退休	员工离职而退休	自有资金
4	2018年12月	增资	黄文贤等18名员工合计增资146.3万元	员工持股	自有资金

序号	时间	变动	内容	背景	资金来源
5	2019年6月	增资	郭献钧等6名员工合计增资41.6万元	员工持股	自有资金

经查阅科普特合伙的合伙协议及补充协议、各合伙人的出资凭证或支付凭证并根据对科普特合伙各合伙人的访谈和确认，其所持平台的财产份额均为其本人所有，不存在代持或其他协议安排，不存在纠纷或潜在纠纷。科普特合伙历次增资均已进行了股份支付处理。

2018年9月廖宝文将其35万元财产份额转让给庄辉阳后退伙，根据合伙协议的约定，退伙的合伙人应将其持有的合伙企业份额转让给唯科模塑实际控制人指定人员。因转让原因并非为了获得受让方额外的服务且相关股份支付费用已在2017年进行确认，因此在后续份额发生转让时，未再纳入计算股份支付费用的范围。

B、厦门立唯昇管理咨询合伙企业（有限合伙）

①基本情况

厦门立唯昇管理咨询合伙企业（有限合伙）持有本公司114.70万股股本，占总股本的1.2254%，系发行人员工持股平台，其基本情况如下：

公司名称	厦门立唯昇管理咨询合伙企业（有限合伙）				
统一社会信用代码	91350200MA31DYABOG				
成立时间	2017年12月26日				
执行事务合伙人	郑晓亮				
出资额	114.70万元				
住所	中国（福建）自由贸易试验区厦门片区象屿路97号厦门国际航运中心D栋8层03单元G				
经营范围	企业管理咨询				
出资人构成及出资比例	投资人	合伙人类型	认缴出资额（万元）	出资比例（%）	任职情况
	郑晓亮	普通合伙人	14.60	12.73	发行人模具制造部经理
	黄庆阳	有限合伙人	4.50	3.92	厦门格兰浦监事、生产主管
	李红梅	有限合伙人	3.80	3.31	发行人会计部经理
	许章森	有限合伙人	3.40	2.96	发行人DFM组长
	郭海军	有限合伙人	3.10	2.70	发行人电火花组长
	罗火木	有限合伙人	3.00	2.62	发行人项目工程师
	王耿芳	有限合伙人	3.00	2.62	发行人模具装配组长
	谢明衡	有限合伙人	3.00	2.62	发行人线切割组长
	陈韶青	有限合伙人	2.80	2.44	发行人业务经理
	卢致林	有限合伙人	2.70	2.35	发行人CNC组长
	刘文星	有限合伙人	2.70	2.35	健康产业模具设计部经理
	陈福宝	有限合伙人	2.70	2.35	发行人CNC编程组长
汪群萍	有限合伙人	2.70	2.35	发行人研磨组长	

公司名称	厦门立唯昇管理咨询合伙企业（有限合伙）				
	陈亚伟	有限合伙人	2.60	2.27	发行人模具制造部经理助理
	江培中	有限合伙人	2.60	2.27	泉州唯科监事、厦门格兰浦总经理助理
	李伟章	有限合伙人	2.50	2.18	发行人模具装配组长
	湛洪英	有限合伙人	2.50	2.18	发行人抛光组长
	蒋仁林	有限合伙人	2.40	2.09	发行人模具 QC 组长
	庄灿耀	有限合伙人	2.40	2.09	发行人模具装配组长
	郭慧真	有限合伙人	2.40	2.09	发行人 CNC 编程师
	郑杰锋	有限合伙人	2.30	2.01	发行人模具装配组长
	丘汉侦	有限合伙人	2.30	2.01	发行人 CHS 组长
	林云湧	有限合伙人	2.20	1.92	发行人钳工组长
	杨小美	有限合伙人	2.20	1.92	健康产业采购主管
	林志忠	有限合伙人	2.20	1.92	发行人项目专员
	饶才金	有限合伙人	2.10	1.83	发行人研磨组长
	柯梅兰	有限合伙人	2.10	1.83	发行人主办会计
	刘锦顺	有限合伙人	2.00	1.74	发行人 CNC 编程师
	庄秋勇	有限合伙人	2.00	1.74	发行人 CNC 编程师
	郭培灿	有限合伙人	2.00	1.74	发行人模具设计师
	黄子旭	有限合伙人	2.00	1.74	发行人 CHS 副组长
	蓝伟伟	有限合伙人	1.90	1.66	发行人试模组长
	黄军平	有限合伙人	1.80	1.57	厦门格兰浦产品项目工程师
	洪清时	有限合伙人	1.80	1.57	发行人钳工组长
	李达	有限合伙人	1.80	1.57	发行人项目工程二组长
	胡阳	有限合伙人	1.80	1.57	发行人项目工程一组长
	黄吉添	有限合伙人	1.80	1.57	发行人修模组长
	刘育世	有限合伙人	1.80	1.57	发行人注塑装配组长
	侯阿绿	有限合伙人	1.80	1.57	发行人 CNC 深孔钻组长
	陈扬烽	有限合伙人	1.80	1.57	发行人模具设计师
	庄泽耿	有限合伙人	1.80	1.57	健康产业模具制造主管
	张超	有限合伙人	1.70	1.48	发行人注塑课长
	黄森民	有限合伙人	1.60	1.39	发行人电火花副组长
	邬小平	有限合伙人	0.50	0.44	发行人模具 QC 组长
	合计	-	114.70	100.00	-

② 设立及历次财产份额变动情况

立唯昇合伙设立及历次财产份额变动的简要情况如下：

序号	时间	变动	内容	背景	资金来源
1	2017 年 12 月	设立	郑晓亮、张光明、王彬阳共同	员工持股	未实际出

序号	时间	变动	内容	背景	资金来源
			出资 100 万元设立立唯昇合伙		资
2	2018 年 12 月	增资+转让	1、柯梅兰等 5 人合计增资 10 万元； 2、张光明等 3 人分别将所持财产份额转让给陈亚伟等人	员工持股	自有资金
3	2019 年 6 月	增资+转让	1、许章森等 3 人合计增资 4.7 万元； 2、陈明强将其所持 2.36% 财产份额转让给江培中	增资系员工持股；转让系员工离职而退伙	自有资金
4	2020 年 7 月	转让	李文生将 1.57% 的财产份额转让给李红梅	员工离职而退伙	自有资金

经查阅立唯昇合伙的合伙协议及补充协议、各合伙人的出资凭证或支付凭证并根据对立唯昇合伙各合伙人的访谈和确认，其所持平台的财产份额均为其本人所有，不存在代持或其他协议安排，不存在纠纷或潜在纠纷。立唯昇合伙历次增资均已进行了股份支付处理。

立唯昇合伙系发行人为进行员工持股而设立的合伙企业，2017 年 12 月由张光明等 3 人先行设立，但未实际出资，2018 年 12 月激励对象确定后，由张光明等 3 人将相应的财产份额转让给每个激励对象，并由激励对象完成实际出资，同时由立唯昇合伙增资入股发行人，所有合伙人均在立唯昇合伙增资入股发行人时进行了股份支付；陈明强将其所持 2.36% 财产份额转让给江培中，李文生将 1.57% 的财产份额转让给李红梅，均为根据合伙协议的约定，退伙的合伙人将其持有的合伙企业份额转让给唯科模塑实际控制人指定人员，因转让原因并非为了获得受让方额外的服务且相关股份支付费用已进行了确认，因此在后续份额发生转让时，未再纳入计算股份支付费用的范围。

C、上海克比管理咨询合伙企业（有限合伙）

①基本情况

上海克比管理咨询合伙企业（有限合伙）持有本公司 40.00 万股股本，占总股本的 0.4274%，系发行人员工持股平台，其基本情况如下：

公司名称	上海克比管理咨询合伙企业（有限合伙）				
统一社会信用代码	91310118MA1JMRUT80				
成立时间	2018 年 12 月 10 日				
执行事务合伙人	庄辉阳				
出资额	160.00 万元				
住所	上海市青浦区外青松公路 5045 号 509 室 B 区 55 号				
经营范围	企业管理咨询，商务咨询。				
出资人构成及出资比例	投资人	合伙人类型	认缴出资额（万元）	出资比例（%）	任职情况
	庄辉阳	普通合伙人	2.80	1.75	发行人董事长兼总经理
	刘登己	有限合伙人	20.00	12.50	发行人注塑二部经理
	杨德林	有限合伙人	17.60	11.00	上海克比技术经理

公司名称	上海克比管理咨询合伙企业（有限合伙）				
	许青兰	有限合伙人	13.60	8.50	上海克比财务主管
	胡庆龙	有限合伙人	13.20	8.25	上海克比注塑经理
	陈生斌	有限合伙人	12.40	7.75	上海克比线割主管
	施阿海	有限合伙人	12.00	7.50	发行人注塑技术部经理
	俞钢	有限合伙人	10.40	6.50	上海克比销售经理
	程理英	有限合伙人	9.60	6.00	上海克比质量经理
	庄伟栋	有限合伙人	8.40	5.25	上海克比市场开发经理
	李显峰	有限合伙人	8.00	5.00	上海克比设计经理
	许玲玲	有限合伙人	8.00	5.00	上海克比物料经理
	周发根	有限合伙人	8.00	5.00	上海克比编程主管
	郑达彬	有限合伙人	8.00	5.00	上海克比 CNC 组长
	黄志彬	有限合伙人	8.00	5.00	发行人财务经理
	合计	-	160.00	100.00	-

②设立及历次财产份额变动情况

克比合伙设立及历次财产份额变动的简要情况如下：

序号	时间	变动	内容	背景	资金来源
1	2018 年 12 月	设立	庄辉阳等 8 名自然人共同出资 160 万元成立克比合伙	员工持股	自有资金
2	2020 年 10 月	转让	庄辉阳将其所持克比合伙的财产份额转让给施阿海等 7 人	员工持股	自有资金

经查阅克比合伙的合伙协议及补充协议、各合伙人的出资凭证或支付凭证并根据对克比合伙各合伙人的访谈和确认，其所持平台的财产份额均为其本人所有，不存在代持或其他协议安排，不存在纠纷或潜在纠纷。克比合伙对发行人增资及其财产份额转让已进行股份支付处理。

3. 发行人对员工持股平台的信息披露是否符合《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》的要求；

发行人已经在招股说明书中对员工持股平台的情况进行了披露，相关披露符合《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》的要求。

（六）发行人股东与发行人主要客户、供应商是否存在关联关系、代持关系、对赌协议或其他利益安排，结合发行人与主要客户、供应商的合作历史、背景，披露主要客户、供应商及其股东是否在发行人直接或间接享有权益；发行人在业务经营过程中，是否存在不正当竞争、商业贿赂等违法违规情形，发行人或其工作人员是否存在因商业贿赂行为被立案调查、处罚或媒体报道的情况，发行人是否制定了防范商业贿赂的内部管理制度和有效措施及其执行情况。

1. 发行人股东与发行人主要客户、供应商是否存在关联关系、代持关系、对赌协议或其他利益安排，结合发行人与主要客户、供应商的合作历史、背景，披露主要客户、供应商及其股东是否在发行人直接或间接享有权益；

发行人股东与发行人各应用领域主要客户不存在关联关系、代持关系、对赌协议或其他利益安排，各应用领域主要客户及其股东未在发行人直接或间接享有权益。

发行人股东与发行人主要供应商不存在关联关系、代持关系、对赌协议或其他利益安排，主要供应商及其股东未在发行人直接或间接享有权益。

2. 发行人在业务经营过程中，是否存在不正当竞争、商业贿赂等违法违规情形，发行人或其工作人员是否存在因商业贿赂行为被立案调查、处罚或媒体报道的情况，发行人是否制定了防范商业贿赂的内部管理制度和有效措施及其执行情况；

发行人在业务经营过程中，不存在不正当竞争、商业贿赂等违法违规情形，发行人或其工作人员不存在因商业贿赂行为被立案调查、处罚或媒体报道的情况，发行人已经制定了防范商业贿赂的内部管理制度并采取了有效措施，执行情况良好。

(七) 按照《监管规则适用指引——关于申请首发上市企业股东信息披露》（以下简称《监管指引》）的规定，真实、准确、完整披露股东信息，并补充出具专项承诺，同时请在“申报信息更新”更新招股说明书，按要求增加披露信息并披露核查情况及结论。

发行人已根据《监管指引》的相关规定，在招股说明书中真实、准确、完整披露了股东信息，并补充出具了专项承诺。

(八) 对家族持股平台、员工持股平台的设立背景、具体人员构成、出资价格公允性、员工持股计划章程或协议约定情况、员工减持承诺情况、规范运行情况及备案情况、家族持股平台与员工持股平台历次份额转让、新增份额的资金流水、发行人披露的股东信息等进行充分核查，就员工持股计划、家族持股平台的实施是否合法合规、是否存在损害发行人利益情形，发行人披露的股东信息是否真实、准确、完整发表明确意见。

经核查，发行人实际控制人家族成员持股平台领唯创富，员工持股平台科普特合伙、立唯昇合伙、克比合伙的相关情况如下：

1. 家族持股平台、员工持股平台的基本情况

1) 厦门领唯创富管理咨询合伙企业（有限合伙）

厦门领唯创富管理咨询合伙企业（有限合伙）持有本公司 686.00 万股股本，占总股本的 7.3291%，系实际控制人庄辉阳的近亲属持股平台，其基本情况如下：

公司名称	厦门领唯创富管理咨询合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91350200MA31DC0W93
成立时间	2017 年 12 月 18 日

公司名称	厦门领唯创富管理咨询合伙企业（有限合伙）				
执行事务合伙人	庄朝阳				
出资额	686 万元				
住所	中国（福建）自由贸易试验区厦门片区象屿路 97 号厦门国际航运中心 D 栋 8 层 03 单元 G（该住所仅限作为商事主体法律文书送达地址）				
经营范围	企业管理咨询				
出资人构成及出资比例	投资人	合伙人类型	认缴出资额（万元）	出资比例（%）	关联关系
	庄耀凯	有限合伙人	290.00	42.2741	实际控制人庄辉阳之子
	庄朝阳	普通合伙人	136.00	19.8251	实际控制人庄辉阳之兄
	庄恺军	有限合伙人	100.00	14.5773	庄朝阳之子，实际控制人庄辉阳之侄子
	庄丽虹	有限合伙人	80.00	11.6618	实际控制人庄辉阳之妹
	张新民	有限合伙人	80.00	11.6618	实际控制人庄辉阳之妹庄丽蓉（已故）的配偶
	合计	-	686.00	100.0000	-

2) 厦门市科普特投资合伙企业（有限合伙）

厦门市科普特投资合伙企业（有限合伙）持有本公司 1,687.90 万股股本，占总股本的 18.0331%，系员工持股平台，其基本情况如下：

公司名称	厦门市科普特投资合伙企业（有限合伙）				
统一社会信用代码	91350200303124860X				
成立时间	2014 年 12 月 19 日				
执行事务合伙人	王燕				
认缴出资额	1,687.90 万元				
住所	中国（福建）自由贸易试验区厦门片区象屿路 93 号厦门国际航运中心 C 栋 4 层 431 单元 G（该住所仅限作为商事主体法律文书送达地址）				
经营范围	创业投资业务				
出资人构成及出资比例	投资人	合伙人类型	认缴出资额（万元）	出资比例（%）	任职
	庄辉阳	有限合伙人	915.00	54.2094	发行人董事长、总经理
	王燕	普通合伙人	195.00	11.5528	发行人董事、营销总监
	郑小江	有限合伙人	100.00	5.9245	上海克比董事兼经理
	郭水源	有限合伙人	80.00	4.7396	发行人董事、副总经理
	王彬阳	有限合伙人	60.00	3.5547	发行人监事、销售一部经理
	傅元梧	有限合伙人	50.00	2.9623	发行人监事会主席、管理部经理
	郭锦川	有限合伙人	40.00	2.3698	发行人采购部经理
	王志军	有限合伙人	40.00	2.3698	发行人董事、副总经理
	张光明	有限合伙人	40.00	2.3698	发行人销售三部经理
	黄文贤	有限合伙人	15.30	0.9065	发行人销售二部经理
郭献钧	有限合伙人	13.70	0.8117	发行人监事、模具装配部经理	

公司名称	厦门市科普特投资合伙企业（有限合伙）				
	江万全	有限合伙人	13.60	0.8057	发行人设计部经理
	周镇森	有限合伙人	13.20	0.7820	发行人财务总监
	徐海燕	有限合伙人	13.20	0.7820	发行人管理工程部经理
	刘锦雄	有限合伙人	12.00	0.7109	厦门格兰浦厂长
	林永兴	有限合伙人	11.00	0.6517	发行人注塑产品研发部经理
	桂佰文	有限合伙人	10.00	0.5925	发行人物流总监
	郑细雄	有限合伙人	9.70	0.5747	发行人注塑一部经理
	郑丁勇	有限合伙人	8.30	0.4917	发行人注塑装配部经理
	郭少军	有限合伙人	8.00	0.4740	沃尔科总经办主管
	夏明水	有限合伙人	7.00	0.4147	发行人模具制造部副经理
	罗建文	有限合伙人	7.00	0.4147	发行人副总经理、董事会秘书
	陈志勇	有限合伙人	6.60	0.3910	发行人模具生产办技术经理
	许友财	有限合伙人	5.50	0.3258	发行人设计部副经理
	杨志森	有限合伙人	5.50	0.3258	健康产业财务经理
	郭文龙	有限合伙人	4.70	0.2785	发行人物控部经理
	陈丽昆	有限合伙人	3.60	0.2133	发行人资金主管
	合计	-	1,687.90	100.0000	-

3) 厦门立唯昇管理咨询合伙企业（有限合伙）

厦门立唯昇管理咨询合伙企业（有限合伙）持有本公司 114.70 万股股本，占总股本的 1.2254%，系发行人员工持股平台，其基本情况如下：

公司名称	厦门立唯昇管理咨询合伙企业（有限合伙）				
统一社会信用代码	91350200MA31DYABOG				
成立时间	2017 年 12 月 26 日				
执行事务合伙人	郑晓亮				
出资额	114.70 万元				
住所	中国（福建）自由贸易试验区厦门片区象屿路 97 号厦门国际航运中心 D 栋 8 层 03 单元 G				
经营范围	企业管理咨询				
出资人构成及出资比例	投资人	合伙人类型	认缴出资额（万元）	出资比例（%）	任职情况
	郑晓亮	普通合伙人	14.60	12.73	发行人模具制造部经理
	黄庆阳	有限合伙人	4.50	3.92	厦门格兰浦监事、生产主管
	李红梅	有限合伙人	3.80	3.31	发行人会计部经理
	许章森	有限合伙人	3.40	2.96	发行人 DFM 组长
	郭海军	有限合伙人	3.10	2.70	发行人电火花组长
	罗火木	有限合伙人	3.00	2.62	发行人项目工程师

公司名称	厦门立唯昇管理咨询合伙企业（有限合伙）				
	王耿芳	有限合伙人	3.00	2.62	发行人模具装配组长
	谢明衡	有限合伙人	3.00	2.62	发行人线切割组长
	陈韶青	有限合伙人	2.80	2.44	发行人业务经理
	卢致林	有限合伙人	2.70	2.35	发行人 CNC 组长
	刘文星	有限合伙人	2.70	2.35	健康产业模具设计部经理
	陈福宝	有限合伙人	2.70	2.35	发行人 CNC 编程组长
	汪群萍	有限合伙人	2.70	2.35	发行人研磨组长
	陈亚伟	有限合伙人	2.60	2.27	发行人模具制造部经理助理
	江培中	有限合伙人	2.60	2.27	泉州唯科监事、厦门格兰浦总经理助理
	李伟章	有限合伙人	2.50	2.18	发行人模具装配组长
	谌洪英	有限合伙人	2.50	2.18	发行人抛光组长
	蒋仁林	有限合伙人	2.40	2.09	发行人模具 QC 组长
	庄灿耀	有限合伙人	2.40	2.09	发行人模具装配组长
	郭慧真	有限合伙人	2.40	2.09	发行人 CNC 编程师
	郑杰锋	有限合伙人	2.30	2.01	发行人模具装配组长
	丘汉侦	有限合伙人	2.30	2.01	发行人 CHS 组长
	林云湧	有限合伙人	2.20	1.92	发行人钳工组长
	杨小美	有限合伙人	2.20	1.92	健康产业采购主管
	林志忠	有限合伙人	2.20	1.92	发行人项目专员
	饶才金	有限合伙人	2.10	1.83	发行人研磨组长
	柯梅兰	有限合伙人	2.10	1.83	发行人主办会计
	刘锦顺	有限合伙人	2.00	1.74	发行人 CNC 编程师
	庄秋勇	有限合伙人	2.00	1.74	发行人 CNC 编程师
	郭培灿	有限合伙人	2.00	1.74	发行人模具设计师
	黄子旭	有限合伙人	2.00	1.74	发行人 CHS 副组长
	蓝伟伟	有限合伙人	1.90	1.66	发行人试模组长
	黄军平	有限合伙人	1.80	1.57	厦门格兰浦产品项目工程师
	洪清时	有限合伙人	1.80	1.57	发行人钳工组长
	李达	有限合伙人	1.80	1.57	发行人项目工程二组长
	胡阳	有限合伙人	1.80	1.57	发行人项目工程一组长
	黄吉添	有限合伙人	1.80	1.57	发行人修模组长
	刘育世	有限合伙人	1.80	1.57	发行人注塑装配组长
	侯阿绿	有限合伙人	1.80	1.57	发行人 CNC 深孔钻组长
	陈炆烽	有限合伙人	1.80	1.57	发行人模具设计师
	庄泽耿	有限合伙人	1.80	1.57	健康产业模具制造主管
	张超	有限合伙人	1.70	1.48	发行人注塑课长

公司名称	厦门立唯昇管理咨询合伙企业（有限合伙）				
	黄森民	有限合伙人	1.60	1.39	发行人电火花副组长
	邬小平	有限合伙人	0.50	0.44	发行人模具 QC 组长
	合计	-	114.70	100.00	-

4) 上海克比管理咨询合伙企业（有限合伙）

上海克比管理咨询合伙企业（有限合伙）持有本公司 40.00 万股股本，占总股本的 0.4274%，系发行人员工持股平台，其基本情况如下：

公司名称	上海克比管理咨询合伙企业（有限合伙）				
统一社会信用代码	91310118MA1JMRUT80				
成立时间	2018 年 12 月 10 日				
执行事务合伙人	庄辉阳				
出资额	160.00 万元				
住所	上海市青浦区外青松公路 5045 号 509 室 B 区 55 号				
经营范围	企业管理咨询，商务咨询。				
出资人构成及出资比例	投资人	合伙人类型	认缴出资额 (万元)	出资比例 (%)	任职情况
	庄辉阳	普通合伙人	2.80	1.75	发行人董事长兼总经理
	刘登己	有限合伙人	20.00	12.50	发行人注塑二部经理
	杨德林	有限合伙人	17.60	11.00	上海克比技术经理
	许青兰	有限合伙人	13.60	8.50	上海克比财务主管
	胡庆龙	有限合伙人	13.20	8.25	上海克比注塑经理
	陈生斌	有限合伙人	12.40	7.75	上海克比线割主管
	施阿海	有限合伙人	12.00	7.50	发行人注塑技术部经理
	俞钢	有限合伙人	10.40	6.50	上海克比销售经理
	程理英	有限合伙人	9.60	6.00	上海克比质量经理
	庄伟栋	有限合伙人	8.40	5.25	上海克比市场开发经理
	李昱峰	有限合伙人	8.00	5.00	上海克比设计经理
	许玲玲	有限合伙人	8.00	5.00	上海克比物料经理
	周发根	有限合伙人	8.00	5.00	上海克比编程主管
	郑达彬	有限合伙人	8.00	5.00	上海克比 CNC 组长
黄志彬	有限合伙人	8.00	5.00	发行人财务经理	
	合计	-	160.00	100.00	-

2. 家族持股平台、员工持股平台的减持承诺

经核查，发行人实际控制人家族成员持股平台领唯创富，员工持股平台科普特合伙、立唯昇合伙、克比合伙均承诺股份锁定期为 36 个月，具体情况如下：

1) 科普特合伙、领唯创富承诺

“1. 自发行人本次发行上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本企业于本次

发行上市前已直接或间接持有的发行人股份，也不提议由发行人回购该部分股份。

2. 本企业将严格遵守法律、法规、规范性文件关于股东持股及股份变动（包括减持）的有关规定，规范诚信履行股东的义务，如违反上述承诺，本企业愿意按照法律、法规、规范性文件的规定承担相应的法律责任。

3. 本企业在锁定期届满后，在持有发行人 5%以上股份期间减持发行人首发前股份的，减持程序需严格遵守《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等法律、法规、规范性文件关于股份减持及信息披露的规定。

4. 本承诺函为不可撤销之承诺函，自签署之日起生效。在企业持股期间，若股份锁定和减持的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求发生变化，则本企业愿意自动适用变更后的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求。”

2) 立唯昇合伙、克比合伙承诺

“1. 自发行人本次发行上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本企业于本次发行上市前已直接或间接持有的发行人股份，也不提议由发行人回购该部分股份。

2. 本企业将严格遵守法律、法规、规范性文件关于股东持股及股份变动（包括减持）的有关规定，规范诚信履行股东的义务，如违反上述承诺，本企业愿意按照法律、法规、规范性文件的规定承担相应的法律责任。

3. 本承诺函为不可撤销之承诺函，自签署之日起生效。在企业持股期间，若股份锁定和减持的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求发生变化，则本企业愿意自动适用变更后的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求。”

3. 员工持股平台关于员工离职和退股的相关安排

经核查，根据科普特合伙、立唯昇合伙、克比合伙的《合伙协议》及补充协议的约定，员工持股平台已就合伙人的选定及从唯科模塑（含控股子公司）离职后财产份额退出等事项作出了安排，遵循“闭环原则”，具体情况如下：

1) 合伙人的选定依据

根据科普特合伙、立唯昇合伙、克比合伙的《合伙协议》及补充协议的约定，全体合伙人须为发行人（含其控股子公司）的管理人员或技术人员，与发行人签署合法有效的《劳动合同》，且《劳动合同》正在履行期内。

2) 员工持股平台关于员工离职和退股的相关安排

A、唯科模塑上市前财产份额的退出安排

合伙人自成为合伙企业合伙人后 5 年内（以下简称“限售期”），其所持有的合伙企业份额未经发行人实际控制人书面同意不得转让（包括通过直接或者间接方式转让、让渡合伙企业的份额及其上的任何全部或部分权利、权益）。任何违反该约定而进行的股权转让无效，

受让人不能享受直接或间接作为公司股东的任何权利，公司也不应将其视为股东。

合伙人在限售期内出现下列情形，分别依据下列条款进行：（1）合伙人因发生违法行为、违反合伙协议及补充协议以及自成为合伙企业合伙人一年内辞职而丧失唯科模塑员工身份或因严重不能胜任其职务给唯科模塑造成较大损失而被唯科模塑辞退，与唯科模塑的《劳动合同》终止或解除的，该合伙人应将其持有的合伙企业份额按照原始出资额转让给唯科模塑实际控制人指定人员，其他合伙人无优先受让权；（2）合伙人因存在为他人代持有合伙企业出资份额或其他与合伙人享有的合伙企业出资份额相关的纠纷或潜在的争议的，应将其持有的合伙企业出资份额按照原始出资额转让给唯科模塑实际控制人指定人员，其他合伙人无优先受让权；（3）合伙人死亡的，应将其持有的合伙企业份额按照上年度末唯科模塑经审计的单体报表每股净资产的价格转让给唯科模塑实际控制人指定人员，其他合伙人无优先受让权，如合伙人退伙时，唯科模塑上年度报表尚未经外部机构审计，则按倒推再上一年度审计报告确定每股净资产价格；（4）合伙人因公司人员调整或合同到期双方友好协商不再续约，退休或其他无法克服的客观原因而与唯科模塑的《劳动合同》中止或解除的，可继续持有合伙企业份额，也可将其持有的合伙企业份额按照第（3）款的价格转让给唯科模塑实际控制人指定人员，其他合伙人无优先受让权；（5）合伙人因自身特殊情况需要，可以申请将其持有的合伙企业部分或全部份额按照第（3）款的价格转让给唯科模塑实际控制人指定人员，其他合伙人无优先受让权；

合伙人一致同意，自限售期满且唯科模塑未能成功上市情况下，合伙人可以转让合伙权益，但受让人只能为合伙企业内部合伙人；如无合伙人愿意受让该合伙权益，则由唯科模塑实际控制人按照第（3）款的价格进行受让。

B、唯科模塑上市后财产份额的退出安排

唯科模塑上市后，员工股份需锁定限售期依照现有法律法规执行。

合伙人限售期满后，合伙人如需转让合伙份额，需在每季度结束前向普通合伙人提出申请，普通合伙人在每季度结束后的十个工作日内择机间接出售合伙企业持有的唯科模塑公司股票，但在出售时间和股份数量上需遵守有关国家法律法规的规定。

普通合伙人将出售所得价款扣除必要税收等费用后支付给该合伙人，该合伙人则办理相应的削减出资额（转让部分份额时）或退伙（转让全部份额时）手续。

4. 规范运行情况及备案情况

经核查，发行人实际控制人家族成员持股平台领唯创富，员工持股平台科普特合伙、立唯昇合伙、克比合伙，均不属于私募股权基金，且已遵循了“闭环原则”，无需在中国证券投资基金业协会备案。

5. 家族持股平台与员工持股平台历次份额转让、新增份额的资金流水、发行人披露的股东信息情况

取得了家族持股平台领唯创富以及员工持股平台科普特合伙、立唯昇合伙、克比合伙的资金流水，对各平台全体合伙人进行了访谈，制作了《访谈记录》，各平台全体合伙人均确认其间接持有的唯科模塑的股权，出资来源为自有资金，已经完成支付，所有的股权都是本人真实持有，不存在代他人持有的情形。

综上，我们认为，发行人的员工持股平台和家族持股平台的设立符合法律规定的规定，其对发行人增资履行了内部决策流程并办理了工商变更登记，过程合法合规、不存在损害发行人利益情形，发行人在招股书中披露的股东信息真实、准确、完整。

（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）查阅了发行人的工商登记资料，对江培煌进行了访谈确认并取得了相关人员填写的调查表，通过天眼查、全国企业信用信息公示系统进行了网络检索，取得了发行人及其实际控制人、江培煌的资金流水；对发行人主要客户和供应商进行了走访并取得了主要客户、供应商出具的确认函；

（2）查阅了发行人的工商档案资料；就张坚离职后仍增资入股发行人的原因访谈了发行人实际控制人庄辉阳；

（3）查阅了发行人的工商档案资料；查阅了 2020 年 1 月第十次增资 10 名外部自然人股东的银行流水；取得并查阅了增资的出资凭证和验资报告；取得了外部股东填写的自然人调查表，对外部股东进行了访谈确认并制作了访谈记录；对发行人主要客户、供应商进行了走访并取得主要客户、供应商出具的确认函；

（4）取得并查阅了发行人以及家族持股平台领唯创富，员工持股平台科普特合伙、立唯昇合伙、克比合伙的全套工商档案材料；查阅了所涉及增资或股权转让，对发行人员工持股平台全体合伙人进行了访谈确认，查阅了发行人的员工名册，对施阿海等人员进行了访谈确认并制作了书面访谈记录；

（5）对发行人的主要客户、供应商进行了实地走访或访谈并取得了客户、供应商提供的确认函；查阅了发行人主要客户、供应商的工商登记信息或海外资信报告；对发行人的股东进行了访谈并取得了访谈记录。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

（1）历次股权转让以及增资价格的确定依据合理，涉及股份支付的会计计量与处理符合《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）董事江培煌离职后，仍主要从事证券投资咨询、企业管理咨询、创业投资业务，

报告期内江培煌及其对外投资和任职的公司与发行人不存在异常的业务和资金往来，发行人实际控制人庄辉阳及其子庄耀凯出于个人投资理财需求，曾与江培煌共同进行投资，报告期内江培煌向庄辉阳支付部分投资收益等而与江培煌存在资金往来，除此之外，江培煌与发行人、发行人实际控制人及其关联方不存在其他资金往来；根据江培煌及发行人主要客户、供应商确认，江培煌与发行人主要客户与供应商及其股东不存在资金或业务往来；除阿尔克比（上海）专用汽车零部件有限公司外，江培煌对外投资和任职的企业不存在与发行人业务范围相近或存在上下游关系；

(3) 张坚在离职后参与发行人员工持股的原因合理，增资程序合法合规，离职后仍参与股权激励不违反中国证监会和深交所的相关规定；张侃股权转让款 850 万元尚未支付，该笔股权转让款所对应的 2.14% 股权存在被法院追缴的风险；

(4) 上述 10 名外部自然人股东的增资背景清楚、原因合理，除少量交易和往来外，外部股东及其关系密切的家庭成员和发行人、发行人实际控制人及其关系密切的家庭成员、发行人董监高与其他核心人员及其关系密切的家庭成员、发行人客户与供应商及其股东不存在关联关系、业务或资金往来；林明山、周燕华及其关系密切的家庭成员与实际控制人庄辉阳及其关系密切的家庭成员的资金往来未用于林明山和周燕华 2020 年 1 月增资发行人，与发行人生产经营无关，资金未流向发行人主要客户、供应商及其股东，不存在为发行人进行利益输送的情形；

(5) 施阿海等 7 名员工于 2020 年 10 月受让控股股东在克比合伙中合伙份额的原因系员工持股，份额转让的定价系参考唯科模塑上一年净资产协商确定，涉及股份支付，是双方真实意思表示；家族持股平台领唯创富以及员工持股平台科普特合伙、立唯昇合伙、克比合伙等平台份额不存在代持或其他协议安排，不存在纠纷或潜在纠纷，2017 年至今员工持股平台历次增资及 2020 年克比合伙财产份额的转让已进行了股份支付处理；发行人员对员工持股平台的信息披露符合《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》的要求；

(6) 发行人股东与发行人主要客户、供应商不存在关联关系、代持关系、对赌协议或其他利益安排，主要客户、供应商及其股东不存在在发行人直接或间接享有权益的情形；发行人在业务经营过程中，不存在不正当竞争、商业贿赂等违法违规情形，发行人或其工作人员不存在因商业贿赂行为被立案调查、处罚或媒体报道的情况，发行人已制定了防范商业贿赂的内部管理制度和有效措施，执行良好；

(7) 发行人已按照《监管规则适用指引——关于申请首发上市企业股东信息披露》（以下简称《监管指引》）的规定，真实、准确、完整披露了股东信息、专项承诺，保荐人、发行人律师进行了核查并出具专项核查报告。

三、【审核意见 3. 关于关联方与关联交易】招股说明书及审核问询回复显示：（1）发行人监事傅元梧近亲属陈在停控制的厦门三赫精密模具有限公司（以下简称三赫精密）与

发行人从事相同或相似业务，并且存在重叠的客户与供应商；（2）厦门康盛工贸有限公司（以下简称厦门康盛）系董事郭水源持股 50%并担任监事的企业，郭水源于 2017 年 12 月将其转让。厦门康盛主要从事模具钢、模具配件的销售业务，转让前后存在部分供应商与发行人重叠的情况。请发行人补充披露：（1）三赫精密的基本情况，包括成立背景、经营规模、获取客户的方式、与发行人的业务或资金往来情况等，陈在停是否替发行人实际控制人、董监高等方代持三赫精密股权；存在重叠情形的客户与供应商情况，相关客户、供应商与发行人、三赫精密的合作起始时间、合作背景、业务往来情况，傅元梧是否存在利用职务便利为他人谋取属于发行人商业机会的情形，是否损害发行人利益；（2）厦门康盛的基本情况，包括成立背景、股权结构、经营规模、与发行人的业务或资金往来情况等，厦门康盛目前的实际控制人是否替发行人实际控制人、董监高等方代持厦门康盛的股权；存在重叠情形的供应商情况，相关供应商与发行人、厦门康盛的合作起始时间、合作背景、业务往来情况；请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见，结合三赫精密、厦门康盛与重叠供应商、客户交易价格的公允性等方面核查三赫精密、厦门康盛是否存在为发行人调节收入、分担成本费用或其他利益输送的情形。

回复：

（一）三赫精密的基本情况，包括成立背景、经营规模、获取客户的方式、与发行人的业务或资金往来情况等，陈在停是否替发行人实际控制人、董监高等方代持三赫精密股权；存在重叠情形的客户与供应商情况，相关客户、供应商与发行人、三赫精密的合作起始时间、合作背景、业务往来情况，傅元梧是否存在利用职务便利为他人谋取属于发行人商业机会的情形，是否损害发行人利益。

厦门三赫精密模具有限公司（以下简称“三赫精密”）与发行人从事相同或相似业务，三赫精密系陈在停与李敦坚共同成立的公司，设立背景系其以前即从事模具加工服务，后出于对整个模具市场的看好，开始创业。三赫精密具体情况如下：

1. 三赫精密的基本情况

公司名称	厦门三赫精密模具有限公司			
成立时间	2006 年 8 月 4 日			
法定代表人	陈在停			
注册资本	100 万元			
住所	厦门市同安区新民镇四口圳村后垵（文峰废品收购站一楼东侧）			
股东构成	陈在停 83.33%，李敦坚 16.67%			
主营业务	各类模具及配件、塑料制品的设计、开发、生产、销售；钢材销售			
主要财务数据（未经审计）	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
	总资产（万元）	342.20	326.25	339.04
	净资产（万元）	9.51	24.53	30.52

公司名称	厦门三赫精密模具有限公司			
	营业收入（万元）	105.96	143.49	131.50
	净利润（万元）	-15.02	-5.98	3.41

2. 经查阅三赫精密的工商登记材料，三赫精密历史沿革与发行人不存在重叠情况。根据三赫精密及其实际控制人陈在停的确认，陈在停不存在替发行人实际控制人、董事、监事及高级管理人员代持三赫精密股权的情形。

3. 发行人与三赫精密存在重叠的客户、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。

4. 三赫精密对发行人业务发展的影响

经现场走访并对生产经营情况进行实地查看，三赫精密的业务规模和资产规模均较小，自设立十五年以来，主要从事模具配件的粗加工，属于模具行业较为基础性的加工业务，不具备精密模具的研发和生产能力。

从历史沿革方面，三赫精密与发行人不存在重叠情况；从人员技术方面，三赫精密也不存在与发行人共用技术人员的情形；从业务产品方面，发行人从事高端精密模具的研发生产，三赫精密从事模具配件的粗加工，三赫精密处于模具行业的最基础端，与发行人无竞争冲突；从客户、供应商方面，报告期内，虽然存在部分客户重叠的情形，但发行人向上述客户销售均为零星交易，报告期累计交易金额 20.29 万元，占发行人模具类营业收入总额的 0.03%；从营业收入方面，报告期各年三赫精密的营业收入与发行人模具业务收入相比，比例均未超过 1%。综上，三赫精密的业务与发行人不构成竞争关系，且对发行人的业务影响极小。

5. 报告期内傅元梧一直担任唯科模塑管理部经理，主要负责行政后勤管理，不参与采购、销售等业务，傅元梧不存在利用职务便利为三赫精密谋取属于发行人商业机会的情形进而损害发行人利益的情形。同时，傅元梧出具承诺函，承诺未来不会利用职务便利为三

赫精密谋取属于发行人商业机会的情形进而损害发行人利益的情形。

(二) 厦门康盛的基本情况，包括成立背景、股权结构、经营规模、与发行人的业务或资金往来情况等，厦门康盛目前的实际控制人是否替发行人实际控制人、董监高等方代持厦门康盛的股权；存在重叠情形的供应商情况，相关供应商与发行人、厦门康盛的合作起始时间、合作背景、业务往来情况。

1. 厦门康盛工贸有限公司

厦门康盛工贸有限公司成立较早，主要系郭水源与康丽花设立，设立时系看中模具粗加工的市场而设立，2017年12月，郭水源将其所持厦门康盛工贸有限公司的股权转让给无关联第三方。

厦门康盛的基本情况：

公司名称	厦门康盛工贸有限公司			
成立时间	2006年11月21日			
法定代表人	张丽云			
注册资本	580万元			
住所	厦门市湖里区湖里大道78号万山一号厂房第一层西南侧			
股东构成	张丽云50%，康培杰50%			
主营业务	模具钢及模具配件的销售			
主要财务数据（未经审计）	项目	2020年度	2019年度	2018年度
	总资产（万元）	800.07	1,403.30	723.72
	净资产（万元）	616.18	658.13	612.18
	营业收入（万元）	501.93	635.44	688.03
	净利润（万元）	-39.80	45.95	19.44

2. 与发行人的业务或资金往来情况

厦门康盛于2017年12月转让，转让前后与发行人存在业务往来，2018年厦门康盛与发行人的交易属于关联交易，2019年后的交易，发行人仍比照关联交易对相关交易进行了披露。

3. 经查阅厦门康盛的工商登记材料，2017年12月董事郭水源转让厦门康盛股权的股权转让协议及支付凭证，并经厦门康盛及其股东康培杰、张丽云确认，其不存在替发行人实际控制人、董监高等方代持厦门康盛股权的情形。

4. 重叠客户、供应商的情况

由于厦门康盛主要从事模具钢、模具配件的销售业务，转让前后存在部分供应商与发行人重叠的情况，不存在客户与发行人重叠的情况。根据厦门康盛提供的银行账户资金流水，厦门康盛转让前后与重叠的供应商的资金往来情况如下（单位：万元）：

项目	2018 年度	2017 年度
厦门唯恩电气有限公司	24.02	20.41
厦门协晟源模具有限公司	-	9.30
厦门精星扬模塑科技有限公司	5.00	7.50
厦门品杰精密科技有限公司	-	4.92
厦门华盛弘精密模具有限公司	0.07	3.37
厦门铭盛辉精密模具有限公司	-	1.20
厦门市欣益鑫工贸有限公司	5.16	0.71
其他重叠供应商	1.05	1.50
合计	35.30	48.92

注：其他重叠供应商年资金往来金额未超过 1 万元，基于重要性原则未详细披露。

2017-2020 年发行人与上述重叠的供应商的业务往来情况如下（单位：万元）：

重叠供应商	交易内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
厦门唯恩电气有限公司	注塑嵌件	179.95	185.53	211.67	188.77
厦门协晟源模具有限公司	塑料粒子	-	-	21.28	-
厦门精星扬模塑科技有限公司	注塑半成品	63.20	-	4.59	83.89
厦门品杰精密科技有限公司	模具配件及加工服务	-	-	-	1.44
厦门华盛弘精密模具有限公司	塑料粒子	-	9.36	-	-
厦门铭盛辉精密模具有限公司	模具配件及加工服务	-	-	-	1.54
厦门市欣益鑫工贸有限公司	模具配件	-	2.11	28.15	-
合计	-	243.15	197.00	265.68	275.64

上述重叠的供应商均不是发行人主要供应商，除与厦门唯恩电气有限公司的交易持续且有一定规模外，2017-2020 年发行人对上述重叠的供应商采购均为偶发性交易且金额较小。

厦门唯恩电气有限公司成立于 2005 年，主要从事研发、生产和销售工业连接器等产品，2017-2020 年发行人受客户艾福迈汽车系统（上海）有限公司指定向其采购销钉等注塑嵌件，交易价格系客户直接与厦门唯恩电气有限公司协商确定。

综上，发行人不存在通过上述重叠供应商调节成本费用、利益输送的情形或其他利益安排。

综上，发行人已按《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》及创业板审核要点的相关规定对上述交易进行了披露，交易背景清晰、真实，具有必要性和商业合理性，不存在调节收入或成本费用、利益输送的情形或其他利益安排。

（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) 查阅了三赫精密的工商登记资料，对三赫精密控股股东陈在停进行了访谈；取得了三赫精密的资金流水，并与发行人的客户、供应商进行了比对，分别了解了发行人、三赫精密与重叠客户、供应商往来情况；

(2) 查阅了厦门康盛的工商登记资料，相关股权转让协议及支付凭证，对厦门康盛股东康培杰、张丽云进行了访谈；取得了厦门康盛的资金流水，并与发行人的客户、供应商进行了比对，分别了解了发行人、厦门康盛与重叠客户、供应商往来情况。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

三赫精密及厦门康盛与发行人同属于模具相关类企业，存在客户、供应商重叠系正常的商业现象，三赫精密、厦门康盛与发行人对重叠客户、供应商的交易价格均为市场定价，且交易金额较小，不存在为发行人调节收入、分担成本费用或其他利益输送的情形。

四、【审核意见 4. 关于经营资质与贸易风险】招股说明书及审核问询回复显示：（1）发行人产品须根据客户要求通过 ISO9001 质量管理体系认证、IATF16949 汽车质量管理体系认证，其中部分认证将于 2021 年下半年到期，汽车行业客户对供应商认证的过程较长；（2）2018 年至 2020 年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、11,843.88 万元，对美国客户的销售收入金额逐年增加。请发行人：（1）按不同客户类型划分补充披露纳入主要客户供应商名录的具体过程，如何取得相关认证，有关认证的存续是否存在不确定性，目前是否已开展重新认证的工作，如是，请披露相关进展；（2）结合中美贸易摩擦背景补充披露最近一年向美国客户销售比例增加较多的原因及合理性；美国主要客户的基本信息，是否存在新增客户或关联方，对美国客户销售收入的增长是否具备持续性。请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见，请保荐人、申报会计师说明针对美国客户销售收入真实性采取的核查手段、相关核查过程以及核查结论。

回复：

（一）按不同客户类型划分补充披露纳入主要客户供应商名录的具体过程，如何取得相关认证，有关认证的存续是否存在不确定性，目前是否已开展重新认证的工作，如是，请披露相关进展。

1. 发行人经营资质情况

截至本报告签署日，公司及其子公司拥有 17 项许可资格或资质，具体情况如下：

序号	证书持有人	证书名称及编号	有效期截止日	资质内容	发证机构/认证机构
1	健康科技	《医疗器械生产许可证》（闽食药监械生产许 20180413 号）	2023/6/27	二类 6821 医用电子仪器设备、6823 医用超声仪器及有关设备	福建省食品药品监督管理局
2	健康科技	《中华人民共和国医疗	2022/12/13	VK-8101、VK-8102 压	福建省食品药

序号	证书持有人	证书名称及编号	有效期截止日	资质内容	发证机构/认证机构
		器械注册证》(闽械注准 20172210214)		缩式雾化器	品监督管理局
3	健康科技	《中华人民共和国医疗器械注册证》(闽械注准 20182230001)	2023/1/8	VK-8201、VK-8202 医用超声雾化器	福建省食品药品监督管理局
4	上海克比	《中华人民共和国道路运输经营许可证》(沪交运管许可青字 310118010818 号)	2023/1/9	普通货运	上海市青浦区城市交通运输管理所
5	唯科模塑	质量管理体系认证 (ISO9001) (CNGZ301891-UK)	2021/7/24	注塑模具的设计和制造; 注塑产品的制造	必维认证集团认证控股有限公司英国分公司
6	唯科模塑	质量管理体系认证 (IATF16949) (CHN-20351/TS)	2022/1/9	空调、仪表面板、DVD 和传感器的塑料件	Bureau Veritas Certification
7	唯科模塑	医疗质量体系认证 (ISO13485) (CN13/31060)	2021/10/14	制造用于体外诊断医疗器材的塑料盒和加工塑料套; 制造颈圈和头部固定用的部件	SGS United Kingdom Ltd
8	上海克比	质量管理体系认证 (ISO9001) (4410016880050)	2021/9/1	模具的设计、制造和服务; 塑胶件产品的制造	杭州汉德质量认证服务有限公司
9	上海克比	质量管理体系认证 (IATF16949) (441111111778)	2021/9/1	塑胶件产品的制造 (不包含要素 8.3 的产品设计)	杭州汉德质量认证服务有限公司
10	上海克比	医疗质量体系认证 (ISO13485) (CN21/42204)	2024/3/2	用于无源非植入医疗器械和有源非植入医疗器械的注塑件的制造	SGS United Kingdom Ltd
11	健康产业	质量管理体系认证 (ISO9001) (0350318Q30587ROM)	2021/10/22	家电用塑料制品、注塑模具、空气净化器、玻璃清洁机、智能垃圾桶、水质处理器(卫生许可范围内)、加湿器的研发、生产和服务	兴原认证中心有限公司
12	健康产业	环境管理体系认证 (ISO14001) (0350318E20348ROM)	2021/10/22	家电用塑料制品、注塑模具、空气净化器的研发、生产和服务	兴原认证中心有限公司
13	天津唯科	质量管理体系认证 (IATF16949) (CHN-20482/TS)	2021/7/23	产品和服务的设计和开发、后视镜部件和油箱盖	Bureau Veritas Certification
14	健康产业	CCC/家用和类似用途设备(2020180717015444)	2025/7/27	即热式热饮机	威凯认证检测有限公司
15	健康产业	CE 电器类产品认证		空气净化器等	德国迈德塞有限公司
16	健康产业	UL 电器类产品认证		空气净化器等	Intertek Testing Services NA Inc.
17	健康产业	CE 产品认证 (7361GB410200205)	2024/4/5	超声雾化器	德国迈德塞有限公司

发行人主要产品包括精密注塑模具、注塑件和健康产品三大类，其中健康产品主要为空气净化器和玻璃清洁机。其中精密注塑模具和注塑件的生产无须取得批文或者注册，仅须根据客户要求通过 ISO9001 质量管理体系认证、IATF16949 汽车质量管理体系认证或不同地区不同客户要求的安规认证或其他质量体系认证等。

发行人针对最近 12 个月到期的资质和认证已开展或已计划开展重新认证工作，具体情况如下：

序号	证书持有人	证书名称及编号	有效期截止日	重新认证进展	认证开展时间/计划开展时间	预计完成重新认证时间
1	唯科模塑	质量管理体系认证 (ISO9001) (CNGZ301891-UK)	2021/7/24	2021 年 1 月完成换证审核合同签署	预计 2021 年 6 月开始认证	预计 2021 年 7 月取得新证书
2	唯科模塑	质量管理体系认证 (IATF16949) (CHN-20351/TS)	2022/1/9	2021 年 1 月完成换证审核合同签署	预计 2021 年 9 月开始认证	预计 2021 年 10 月取得新证书
3	唯科模塑	医疗质量管理体系认证 (ISO13485) (CN13/31060)	2021/10/14	2021 年 3 月完成换证审核合同签署	预计 2021 年 7 月开始认证	预计 2021 年 8 月取得新证书
4	上海克比	质量管理体系认证 (ISO9001) (4410016880050)	2021/9/1	-	预计 2021 年 7 月开始认证	预计 2021 年 8 月取得新证书
5	上海克比	质量管理体系认证 (IATF16949) (44111111778)	2021/9/1	-	预计 2021 年 7 月开始认证	预计 2021 年 8 月取得新证书
6	健康产业	质量管理体系认证 (ISO9001) (0350318Q30587ROM)	2021/10/22	-	预计 2021 年 9 月开始认证	预计 2021 年 10 月取得新证书
7	健康产业	环境管理体系认证 (ISO14001) (0350318E20348ROM)	2021/10/22	-	预计 2021 年 9 月开始认证	预计 2021 年 10 月取得新证书
8	天津唯科	质量管理体系认证 (IATF16949) (CHN-20482/TS)	2021/7/23	2021 年 3 月完成换证审核合同签署	预计 2021 年 5 月开始认证	预计 2021 年 6 月取得新证书

发行人产品已经取得了必须的资质和认证，上述认证均在有效期内，合法、有效，发行人及其子公司经营所需要的许可资格或资质不存在资质即将到期且无法续期的情况。

报告期内发行人的境外销售产品主要包括模具、注塑产品和健康产品，该等产品无强制性资质要求，发行人销售的产品已经根据不同地区、不同客户的需求进行了 CCC 认证（中国地区）或 CE 认证、UL 认证（境外不同国家地区）等产品认证，符合销售流程，公司亦未得到销售对象所在国家要求对发行人产品进行销售限制的政府命令，不存在被境外销售所涉及国家和地区处罚或立案调查的情形。

2. 发行人不同类型客户纳入主要客户供应商名录情况

报告期内，发行人不同类型客户纳入主要客户供应商名录情况如下：

报告期内发行人的产品不存在质量事故，不存在产品召回事件，不存在因产品质量而被客户起诉的情形。

产品类别	客户所属应用领域	客户名称	纳入客户供应商名录的具体过程	客户要求的认证	如何取得客户相关认证
注塑模具及注塑件	汽车领域	均胜电子	发行人原为德国普瑞供应商，德国普瑞对供应商的考察包括审查供应商资料，审厂（考察技术水平、生产能力、资质情况、项目管理情况、售后能力保证、财务状况等），通过小项目合作对发行人进行综合评价，按照客户提出的建议进行整改，合格后纳入德国普瑞供应商名录。2010年均胜电子与德国普瑞合作成立宁波普瑞均胜汽车电子有限公司，开始汽车电子业务，发行人自动纳入均胜电子供应商名录	IATF16949	纳入供应商名录后无需额外认证
		艾福迈集团	审查供应商资料，审厂（按照德国汽车工业联合会（VDA）制定的德国汽车工业质量标准要求执行进行全面的审核，具体包括实地考察发行人的质量控制、生产组织、企业管理、市场应变能力及信息技术能力等）。通过小项目合作对发行人进行综合评价，按照客户提出的建议进行整改，合格后纳入客户供应商名录	IATF16949	公司实地考察
		施耐德博士集团	审查供应商资料，审厂（考察技术水平、生产能力、资质情况、项目管理情况、售后能力保证、财务状况等），通过小项目合作对发行人进行综合评价，按照客户提出的建议进行整改，合格后纳入客户供应商名录	IATF16949	纳入供应商名录后无需额外认证
		卡尔海丝公司	审查供应商资料，审厂（考察技术水平、生产能力、资质情况、项目管理情况、售后能力保证、财务状况等），通过小项目合作对发行人进行综合评价，按照客户提出的建议进行整改，合格后纳入客户供应商名录	IATF16949	纳入供应商名录后无需额外认证
		慧鱼集团	审查供应商资料，审厂（考察技术水平、生产能力、资质情况、项目管理情况、售后能力保证、财务状况等），通过小项目合作对发行人进行综合评价，按照客户提出的建议进行整改，合格后纳入客户供应商名录	IATF16949	纳入供应商名录后无需额外认证
		麦格纳集团	发行人原为飞利浦建兴数位科技股份有限公司（PLDS）供应商，飞利浦建兴数位科技股份有限公司（PLDS）对供应商的考察包括审查供应商资料，审厂（考察技术水平、生产能力、资质情况、项目管理情况、售后能力保证、财务状况等），通过小项目合作对发行人进行综合评价，按照客户提出的建议进行整改，合格后纳入飞利浦建兴数位科技股份有限公司（PLDS）供应商名录。2015年麦格纳集团收购了飞利浦建兴数位科技股份有限公司（PLDS）位于德国韦茨拉尔的平视显示器和电子元器件业务单位，发行人	IATF16949	纳入供应商名录后无需额外认证

产品类别	客户所属应用领域	客户名称	纳入客户供应商名录的具体过程	客户要求的认证	如何取得客户相关认证
			纳入麦格纳集团供应商名录		
		Altcam 集团	审查供应商资料, 审厂(考察技术水平、生产能力、资质情况、项目管理情况、售后能力保证、财务状况等), 通过小项目合作对发行人进行综合评价, 按照客户提出的建议进行整改, 合格后纳入客户供应商名录	IATF16949	纳入供应商名录后无需额外认证
	电子领域	盈趣科技	审查供应商资料, 审厂(主要考察技术能力、生产能力、资质情况、项目管理情况、售后能力保证、财务状况等), 通过小项目合作对发行人进行综合评价, 按照客户提出的建议进行整改, 合格后纳入客户供应商名录	ISO9001	纳入供应商名录后无需额外认证
		康普集团	发行人原为泰科电子供应商, 泰科电子对供应商的考察包括审查供应商资料, 审厂(主要考察技术能力、资质情况、项目管理情况、售后能力保证), 按照客户提出的建议进行整改, 合格后纳入泰科电子供应商名录, 2016年康普集团收购泰科电子事业部, 发行人纳入康普集团供应商名录	ISO9001	纳入供应商名录后无需额外认证
		尼得科集团	审查供应商资料, 审厂(主要考察技术能力、生产能力、资质情况、项目管理情况、售后能力保证、财务状况等), 按照客户提出的建议进行整改, 合格后纳入客户供应商名录	ISO9001	纳入供应商名录后无需额外认证
		力纳克集团	审查供应商资料, 审厂(主要考察技术能力、生产能力、资质情况、项目管理情况、售后能力保证、财务状况等), 按照客户提出的建议进行整改, 合格后纳入客户供应商名录	ISO9001	公司实地考察
		福迪威集团	发行人原为丹纳赫集团供应商, 2015年福迪威集团从丹纳赫集团分拆上市, 发行人纳入福迪威集团供应商名录	ISO9001	纳入供应商名录后无需额外认证
		丹纳赫集团	审查供应商资料, 审厂(按照丹纳赫 QDCI 的标准进行审核, 主要考察技术能力、生产能力、资质情况、项目管理情况、售后能力保证、财务状况等), 按照客户提出的建议进行整改, 合格后纳入客户供应商名录	ISO9001、ISO13485	公司实地考察
		博格步集团	审查供应商资料, 审厂(主要考察技术能力、生产能力、资质情况、项目管理情况、售后能力保证、财务状况等), 按照客户提出的建议进行整改, 合格后纳入客户供应商名录	ISO9001	纳入供应商名录后无需额外认证
	家居领域	威卢克斯集团	审查供应商资料, 审厂(主要考察技术能力、生产能力、资质情况、项目管理情况、售后能力保证、财务状况等), 按照客户提出的建议进行整改, 合格后纳入客户供应商名录	ISO9001	公司实地考察
		宜家集团	审查供应商资料, 审厂(按照宜家集团 IWAY 的标准进行审核, 主要考察技术能力、生产能力、资质情况、项目管理情况、售后能力保证、财务状况、社会责任和环境、环保等), 按照客户提出的建议进行整改, 合格后纳入客户供应商名录	ISO9001	公司实地考察

产品类别	客户所属应用领域	客户名称	纳入客户供应商名录的具体过程	客户要求的认证	如何取得客户相关认证
		冯氏集团	审查供应商资料, 聘请专业第三方进行社会环境与责任审核和供应商合规审核, 填写供应商资格调查表, 按照客户提出的建议进行整改, 合格后纳入客户供应商名录	ISO9001	纳入供应商名录后无需额外认证
		诺沃雷克斯集团	每年对供应商进行质量体系审核和综合评价, 合格后纳入客户供应商名录	ISO13485	公司实地考察
	其他领域	金史密斯集团	审查供应商资料, 审厂(主要考察技术能力、生产能力、资质情况、项目管理情况、售后能力保证、财务状况等), 按照客户提出的建议进行整改, 合格后纳入客户供应商名录	ISO9001	公司实地考察
		安保集团	审查供应商资料, 审厂(主要考察技术能力、生产能力、资质情况、项目管理情况、售后能力保证、财务状况等), 按照客户提出的建议进行整改, 合格后纳入客户供应商名录	ISO9001、ISO13485	公司实地考察
		丹纳赫集团	审查供应商资料, 审厂(按照丹纳赫 QDCI 的标准进行审核, 主要考察技术能力、生产能力、资质情况、项目管理情况、售后能力保证、财务状况等), 按照客户提出的建议进行整改, 合格后纳入客户供应商名录	ISO9001、ISO13485	公司实地考察
		贝莱胜集团	审查供应商资料, 审厂(主要考察技术能力、生产能力、资质情况、项目管理情况、售后能力保证、财务状况等), 按照客户提出的建议进行整改, 合格后纳入客户供应商名录	ISO9001、ISO13485	公司实地考察
		厦门赫比	审查供应商资料, 审厂(主要考察技术能力、生产能力、资质情况、项目管理情况、售后能力保证、财务状况等), 按照客户提出的建议进行整改, 合格后纳入客户供应商名录	ISO9001	公司实地考察
		BE 航空	审查供应商资料, 审厂(主要考察技术能力(需符合 AS9001 条款)、生产能力、资质情况、项目管理情况、售后能力保证、财务状况等), 按照客户提出的建议进行整改, 合格后纳入客户供应商名录	IATF16949	公司实地考察
		柏林包装	审查供应商资料, 了解公司服务过的客户和案例, 对发行人进行综合评价, 合格后纳入客户供应商名录	ISO9001、ISO13485	纳入供应商名录后无需额外认证
		健康产品	健康家电	晨北集团	审查供应商资料, 客户的供应商考察小组实地考察, 样品测试合格, 报价符合要求后纳入客户的供应商名录
润丰电商	审查供应商资料, 客户的供应商考察小组实地考察, 样品测试合格, 报价符合要求后纳入客户的供应商名录			ISO9001、ISO14001	公司实地考察
莫霍克电商	审查供应商资料, 客户的供应商考察小组实地考察, 样品测试合格, 报价符合要求后纳入客户的供应商名录			ISO9001、ISO14001	公司实地考察
傲基电商	审查供应商资料, 客户的供应商考察小组实地考察, 样品测试合格, 报价符合要求后纳入客户的供应商名录			ISO9001、ISO14001	公司实地考察

产品类别	客户所属应用领域	客户名称	纳入客户供应商名录的具体过程	客户要求的认证	如何取得客户相关认证
		历德集团	审查供应商资料，客户的供应商考察小组实地考察，样品测试合格，报价符合要求后纳入客户的供应商名录	ISO9001、ISO14001	公司实地考察
		大宇环球	审查供应商资料，客户的供应商考察小组实地考察，样品测试合格，报价符合要求后纳入客户的供应商名录	ISO9001、ISO14001	公司实地考察
		TCL 集团	审查供应商资料，客户的供应商考察小组实地考察，样品测试合格，报价符合要求后纳入客户的供应商名录	ISO9001、ISO14001	公司实地考察

(二) 结合中美贸易摩擦背景补充披露最近一年向美国客户销售比例增加较多的原因及合理性；美国主要客户的基本信息，是否存在新增客户或关联方，对美国客户销售收入的增长是否具备持续性。

1. 2020 年发行人前五大美国客户销售情况如下（单位：万元）：

序号	客户名称	主要产品	2020 年度		2019 年度	
			销售金额	占美国客户收入比例	销售金额	占美国客户收入比例
1	康普集团	通讯基站塑料壳体	3,536.87	29.86%	1,429.48	21.23%
2	尼得科集团	电机绝缘端子	1,817.24	15.34%	734.94	10.91%
3	莫霍克电商	空气净化器	1,059.17	8.94%	831.40	12.35%
4	KMS, Inc.	空气净化器	848.85	7.17%		
5	丹纳赫集团	医疗检测设备、医疗类耗材零件	628.96	5.31%	530.55	7.88%
合计			7,891.09	66.63%	3,526.36	52.37%

注：1、上述表格中康普集团包括 CommScope Connectivity LLC；2、上述表格中尼得科集团包括 Nidec Motor Corporation；3、上述表格中莫霍克电商包括 Vremi llc；4、上述表格中丹纳赫集团包括 Sendx Medical Inc.、Phenomenex, Inc.、HACH Company、Leica Biosystems Richmond, INC.、Beckman Coulter INC.、Molecular Devices LLC 和 X-rite, Incorporated。

2. 2020 年发行人前五大美国客户基本情况如下：

客户名称	合作历史	成立时间	主营业务	行业地位和市场份额
康普集团	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
尼得科集团	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
莫霍克电商	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
KMS, Inc.	2020 年开始合作	1976 年	美国专业的采购和批发分销商，拥有 40 多年的经验。产品类别广泛，包括但不限于：电器，家庭用品，电子产品，日用百货，健康与美容等	美国规模较大的拍卖品、特价商品和 KMS 独家品牌的批发商之一。在美国各地设有四个分销中心
丹纳赫集团	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

上述主要客户中仅 KMS, Inc. 为新增客户，上述主要客户中不存在关联方。

3. 发行人美国客户销售情况分析

发行人对美国主要客户的定价机制及政策在加征关税前后未发生重大变化，公司根据设计方案、加工工艺、材料价格、生产及运输成本等各项因素综合考虑确定基础报价，并在基

础报价的基础上与客户进一步协商后确认最终产品价格。加征关税后，发行人积极与美国客户沟通关税承担机制，就目前已签订合同而言，一般仍由美国客户承担关税。发行人未因中美贸易摩擦出现对主要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。

2020年发行人美国客户销售金额及销售比例增长主要来源于2020年前五大客户，增长较快主要系两方面因素，一方面由于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。另一方面，由于受“加州山火”、“新冠疫情”以及下半年销售旺季等因素影响，对莫霍克电商、KMS, Inc. 的空气净化器产品销售收入增长明显。

2020年发行人前五大美国客户中，康普集团、尼得科集团和丹纳赫集团系发行人多年合作伙伴，双方已经形成了较为稳定的合作关系，双方未来有持续合作的意愿，稳定性较好，报告期内发行人与康普集团、尼得科集团、丹纳赫集团销售收入呈上升趋势；莫霍克电商和KMS, Inc. 系公司健康产品客户，主要向公司采购空气净化器产品，近年来由于受“加州山火”、“新冠疫情”等因素影响，居民对室内净化除尘、杀菌消毒、除异味等需求的重视程度有所提升，全球空气净化器市场规模呈现上升趋势，发行人与莫霍克电商、KMS, Inc. 的合作稳定。

综上，发行人美国客户销售收入增长具有可持续性。

（三）针对美国客户销售收入真实性采取的核查手段、相关核查过程以及核查结论。

针对美国客户销售收入的真实性，我们主要执行了以下核查程序：

1) 通过访谈、询问、观察、检查等程序了解发行人销售收入业务流程，执行穿行测试和控制测试，评价销售收入流程内部控制的有效性；

2) 获取报告期内发行人的销售收入明细表，对主要客户收入及毛利等进行对比分析，了解收入变动原因并确认其合理性；

3) 检查主要客户的销售合同、模具验收报告、出口报关单、回款凭证，对收入确认的金额、期间进行检查，核查收入确认的时点、金额是否准确；

4) 取得公司报告期内海关出口数据，与报告期内公司外销收入进行核对，确认两者金额的一致性；

5) 对主要客户进行访谈，访谈内容包括客户基本情况、合作历程、报告期交易情况、结算方式、信用政策、关联关系等，报告期内访谈的客户交易金额及比例如下：

项目（单位：万元）	2020 年度	2019 年度	2018 年度
对美国客户的销售收入	11,843.88	6,733.79	5,368.54
访谈客户的销售收入	8,579.79	4,309.85	2,311.31
检查比例	72.44%	64.00%	43.05%

6) 对主要客户进行函证, 并对未回函部分进行替代测试, 核查收入金额的准确性, 报告期内的具体核查比例如下:

项目(单位: 万元)	2020 年度	2019 年度	2018 年度
对美国客户的销售收入(A)	11,843.88	6,733.79	5,368.54
发函金额(B)	10,793.09	4,450.42	3,812.34
发函金额占比(B/A)	91.13%	66.09%	71.01%
回函金额(C)	7,295.39	3,660.27	2,681.05
回函金额占比(C/A)	61.60%	54.36%	49.94%

对于未回函的销售收入, 检查了对应收入的记账凭证、销售合同、模具验收报告、出口报关单、出口形式发票、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;

7) 针对客户的回款, 从收款明细追查至银行对账单、银行收款单据等原始凭证, 检查回款金额是否准确、回款单位是否为销售明细表中记录的单位等, 核查销售收入的真实性; 同时, 结合银行流水核查, 对大额银行流水记录进行核查, 关注收款金额以及对手方等信息并对公司的账面记录进行核对。

经核查, 我们认为公司对美国客户销售收入具有真实性。

(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) 对发行人销售人员进行询问, 了解不同客户类型纳入主要客户供应商名录具体过程以及如何取得相关认证;

(2) 对发行人管理层进行询问, 了解即将到期的部分认证进行重新认证的相关进展, 分析有关认证的存续是否存在不确定性;

(3) 通过收入明细表分析最近一年向美国客户的销售金额和销售比例, 判断是否为公司新增客户或者关联方; 通过中信保查询、美国客户官方网站查询等方式了解主要美国客户的基本情况; 对发行人销售人员进行询问, 了解美国客户销售收入增长的原因, 分析收入增长是否具有可持续性。

2. 核查意见

经核查, 我们认为:

(1) 发行人及其子公司经营所需要的许可资格或资质不存在资质即将到期且无法续期的情况;

(2) 发行人最近一年主要客户中仅 KMS, Inc. 为新增客户, 发行人最近一年主要客户中不存在关联方, 发行人对美国客户销售收入的增长具有持续性;

(3) 发行人对美国客户的销售收入是真实的。

五、【审核意见 6. 关于社保公积金】招股说明书及审核问询回复显示：（1）2017 年及 2018 年发行人住房公积金缴费比例较低，自 2019 年起逐步为外来务工人员统一缴纳；（2）报告期内，发行人存在使用劳务派遣员工的情况，截至 2020 年末，发行人及其子公司上海克比、健康产业劳务派遣人数分别为 64 人、16 人、52 人。请发行人补充披露：（1）对于公积金应缴而未缴的情形，相关人员是否签署承诺，明确放弃缴纳；是否存在需要补缴的情况，如需补缴，量化测算需补缴金额；（2）认定劳务派遣用工均属于临时性、辅助性或者替代性的依据是否充分，用工结算价格的确定依据及公允性；结合发行人劳务派遣用工人数量逐步增加的情况，披露发行人在保障用工需求方面存在困难，未来是否仍存在临时性用工紧张的风险；劳务公司是否专门或主要为发行人服务，若是，请充分披露该情形的合理性及必要性，劳务数量及费用变动是否与发行人经营业绩相匹配。请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见，请保荐人、发行人律师核查报告期内公司社会保险、住房公积金缴纳情况是否符合相关法律法规和所在地政府主管部门的规定，是否存在补缴风险或受到行政处罚的法律风险，并发表核查意见。请保荐人说明是否对发行人逐步提高劳务派遣用工比例的情形予以充分关注，并结合发行人及其实际控制人与劳务派遣相关方的资金流水充分说明发行人所聘用人员成本费用核算的真实性、准确性、完整性，说明核查过程以及结论。

回复：

（一）对于公积金应缴而未缴的情形，相关人员是否签署承诺，明确放弃缴纳；是否存在需要补缴的情况，如需补缴，量化测算需补缴金额。

1. 发行人及其境内控股子公司的劳动用工及社会保障

公司及各境内子公司与在职员工按照《中华人民共和国劳动合同法》等有关规定签订劳动合同，员工按照签订的劳动合同享受相应的权利和承担相应的义务。公司及各境内子公司为员工办理并交纳养老保险、医疗保险、工伤保险、失业保险、生育保险等社会保险和住房公积金。

报告期内，公司及各境内子公司缴纳社会保险和住房公积金的人数如下（单位：人）：

时点	养老保险			失业保险			生育保险		
	缴纳人数	总人数	比例 (%)	缴纳人数	总人数	比例 (%)	缴纳人数	总人数	比例 (%)
2020 年 12 月 31 日	1,561	1,600	97.56	1,561	1,600	97.56	1,561	1,600	97.56
2019 年 12 月 31 日	1,301	1,328	97.97	1,301	1,328	97.97	1,301	1,328	97.97
2018 年 12 月 31 日	1,339	1,394	96.05	1,339	1,394	96.05	1,339	1,394	96.05
时点	工伤保险			医疗保险			住房公积金		

	缴纳人数	总人数	比例 (%)	缴纳人数	总人数	比例 (%)	缴纳人数	总人数	比例 (%)
2020年12月31日	1,561	1,600	97.56	1,561	1,600	97.56	1,398	1,600	87.38
2019年12月31日	1,301	1,328	97.97	1,301	1,328	97.97	1,053	1,328	79.29
2018年12月31日	1,339	1,394	96.05	1,339	1,394	96.05	259	1,394	18.58

经核查，社保缴纳差额原因主要为新入职员工当月暂未办理缴纳手续；2018年发行人住房公积金缴费比例较低，主要系公司员工多为外来农村务工人员，且人员流动性较大，公积金缴费意识不强导致；自2019年四季度起，发行人加强公积金缴纳的管理，逐步为外来务工人员统一缴纳了住房公积金。报告期各期末，发行人未缴纳公积金人数分别为1,135人、275人和202人，占各期末员工总人数的比例分别为81.42%、20.71%和12.62%，未缴纳的原因主要为新入职员工尚未办理、退休返聘、外地员工无本地缴纳意愿、本地员工已有住房无缴纳意愿、已在其他单位缴纳等，具体情况如下（单位：人）：

未缴纳原因	2020年12月31日	2019年12月31日	2018年12月31日
新入职员工尚未办理	67	84	190
退休返聘	17	16	12
外地员工无本地缴纳意愿	110	161	921
本地员工已有住房无缴纳意愿	6	11	9
外籍、港澳台	2	3	3
合计	202	275	1,135

截至2020年12月31日，公司仍存在外地员工无本地缴纳意愿、本地员工已有住房无缴纳意愿等应缴未缴人员116人，截至本报告日上述人员尚未全部签署放弃缴纳住房公积金的承诺函，公司于2021年4月起为未签署放弃缴纳住房公积金承诺函的人员缴纳公积金。

截至目前，发行人及其境内子公司所在地公积金主管部门未要求发行人或其境内子公司对上述应缴未缴情形进行补缴。经测算，如相关主管部门要求发行人及其境内子公司对上述应缴未缴情形进行补缴，则报告期各期发行人需要补缴公积金金额及占扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润比重情况如下（单位：万元）：

项目	2020年度	2019年度	2018年度
需补缴的住房公积金	57.33	177.01	167.71
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	13,604.09	9,612.09	8,417.73
占比	0.42%	1.84%	1.99%

注：上述住房公积金需补缴金额为按月逐月计算累计金额。

报告期内，发行人已对住房公积金应缴未缴的情况进行了整改，需要补缴的住房公积金的金额较小，占扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润比重较低，不会对发行人的经营业绩和财务状况产生重大不利影响，住房公积金应缴未缴事项不会构成发行人本次公开发行的实质性障碍。

根据发行人及其境内子公司社会保险及住房公积金主管部门出具的证明、发行人出具的相关书面确认文件，发行人及其子公司报告期内不存在因违反社会保险及住房公积金相关法律、法规而受到行政处罚的情况。

(二) 认定劳务派遣用工均属于临时性、辅助性或者替代性的依据是否充分，用工结算价格的确定依据及公允性；结合发行人劳务派遣用工人数逐步增加的情况，披露发行人在保障用工需求方面存在困难，未来是否仍存在临时性用工紧张的风险；劳务公司是否专门或主要为发行人服务，若是，请充分披露该情形的合理性及必要性，劳务数量及费用变动是否与发行人经营业绩相匹配。

1. 认定劳务派遣用工均属于临时性、辅助性或者替代性的依据是否充分，用工结算价格的确定依据及公允性

1) 劳务派遣整体情况

报告期内，发行人存在使用劳务派遣员工的情况。截至 2020 年末，公司及其境内子公司上海克比、健康产业、天津唯科劳务派遣情况如下：

公司名称	员工人数（人）	劳务派遣人数（人）	劳务派遣占比	主要岗位
唯科模塑	796	64	8.04%	注塑工、装配工
健康产业	600	52	8.67%	装配工、PQC
上海克比	205	16	7.80%	CNC 学徒、钳工学徒
天津唯科	34	3	8.82%	注塑工

各公司劳务派遣用工数量占比均低于 10%；劳务派遣员工主要从事的工序及环节包括注塑工、装配工、检验贴标（PQC）以及学徒等，均不涉及精密模具和精密注塑件的核心工艺及核心技术，仅需经过简单培训即能胜任，且主要为补充临时性用工缺口，具有临时性、辅助性或者替代性；同时，由于上述岗位无明显技术门槛，相关人员因各种因素流动性较大，劳务派遣是此类员工更愿意接受的工作方式。综上，发行人劳务派遣符合劳务派遣相关法规的要求。

2) 劳务派遣协议签署情况

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人与劳务派遣公司签订劳务派遣合同及劳务派遣公司资质情况如下：

序号	用工单位	派遣单位	劳务派遣经营许可证证书编号	劳务派遣合同有效期
1	唯科模塑	厦门比优特人力资源服务有限公司	361102FJ20170007	2018.1.1 至 2021.12.31
2	唯科模塑	厦门延笙劳务派遣有限公司	361100FJ20200002	2020.1.10 至 2021.1.9
3	唯科模塑	厦门意企诚人力资源服务有限公司	361102FJ20190003	2018.1.1 至 2021.12.31
4	唯科模塑	厦门众博诚人力资源有限公司	361102FJ20180004	2018.1.1 至 2021.12.31

序号	用工单位	派遣单位	劳务派遣经营许可证证书编号	劳务派遣合同有效期
5	健康产业	厦门延笙劳务派遣有限公司	361100FJ20200002	2020.5.1 至 2021.1.31
6	上海克比	上海亭汇劳务派遣服务有限公司	奉人社派许字第 00287 号(补)	2019.1.1 至 2021.12.31
7	天津唯科	天津壮达劳务派遣有限公司	12000126	2018.9.16 至长期
8	天津唯科	天津汇鑫利民劳务服务有限公司	12001047	2019.3.2 至长期
9	唯科模塑	厦门豫职劳务派遣有限公司	361002FJ20180039	2021.1.1 至 2021.12.31

3) 劳务派遣员工结算价格情况

根据发行人及其子公司与劳务派遣公司签署的协议,劳务派遣人员的工资系按照具体工作时间进行,用工成本包含餐补、夜班补贴以及劳务派遣公司的管理费用。具体如下(单位:元/小时/人):

项目	派遣人员单位小时直接成本	发行人单位小时直接人工成本	厦门市塑料制品成型制作工指导单位小时工资 ^{注1}
2020 年度	22.58	25.41	^{注2}
2019 年度	23.75	26.42	19.13-28.48 ^{注3}
2018 年度	20.26	23.06	16.31-25.40 ^{注4}

注 1:厦门市塑料制品成型制作工指导单位小时工资=厦门市塑料制品成型制作工工资指导价/8(小时)/21.75(天);

注 2:截至本招股说明书签署之日,厦门市人力资源和社会保障局尚未发布 2020 年数据;

注 3:根据厦门市人力资源和社会保障局发布的《关于发布 2019 年厦门市部分工种(职位)工资指导价位的通知》,没有取得资格证书塑料制品成型制作工指导工资低位数为 3,329 元,中位数工资 4,957 元;

注 4:根据厦门市人力资源和社会保障局发布的《关于发布 2018 年厦门市部分工种(职位)工资指导价位的通知》,没有取得资格证书塑料制品成型制作工指导工资低位数为 2,838 元,中位数 4,420 元。

发行人劳务派遣员工的单位小时直接用工成本与发行人单位小时直接人工成本基本一致,且处于厦门市人力资源和社会保障局指导工资标准范围之内,具有公允性。

2. 结合发行人劳务派遣用工人数逐步增加的情况,披露发行人在保障用工需求方面存在困难,未来是否仍存在临时性用工紧张的风险;

一方面,随着发行人经营规模的扩大,发行人用工需求逐年增加;另一方面,发行人健康产品的生产和销售存在一定的季节性,每年下半年特别是第四季度大量生产备货时临时性用工需求将大幅增加,以 2020 年为例,发行人用工总人数由 2020 年 6 月末的 1,598 人(其中:全球正式员工 1,433 人、国内劳务派遣 76 人、马来西亚外劳 89 人)增长至 2020 年末的 1,935 人(其中:全球正式员工 1,665 人、国内劳务派遣 135 人、马来西亚外劳 135 人),增幅 21.09%。如果发行人通过员工招聘、劳务派遣、马来西亚外劳等方式无法满足不断增加的用工需求,将可能导致发行人无法完成生产计划,及时交付客户订单,进而对发行人的经营业绩造成一定不利影响。

3. 劳务公司是否专门或主要为发行人服务,若是,请充分披露该情形的合理性及必要性,劳务数量及费用变动是否与发行人经营业绩相匹配;

报告期内，发行人与上述劳务派遣公司的交易情况如下：

派遣单位	交易金额（万元）			占派遣单位营业收入比例（%）		
	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
厦门比优特人力资源服务有限公司	175.6	81.86	46.41	13.55	9.64	8.26
厦门延笙劳务派遣有限公司	481.22	0.85		15.81	0.06	
厦门意企诚人力资源服务有限公司	41.74	32.12		9.25	55.53	
厦门豫职劳务派遣有限公司	56.73	-	-	6.06	-	-
厦门众博诚人力资源服务有限公司	31.3	3.51	-	1.29	0.40	-
厦门鸿福天下劳务派遣有限公司	10.08	-	-	0.04	-	-
上海亭汇劳务派遣服务有限公司	197.09	306.45	162.94	0.15	0.35	0.50
上海豫达劳务派遣有限公司	-	61.98	82.04	-	0.15	0.50
天津壮达劳务派遣有限公司	40.29	44.64	18.68	0.25	0.31	0.16
天津汇鑫利民劳务服务有限公司	28.75	42.67	-	4.18	9.06	-

注：发行人交易金额占派遣单位营业收入比例由劳务派遣公司提供。

报告期各期，上述劳务派遣公司与发行人之间的交易金额占其当年营业收入的比重较小，不存在专门或主要为发行人服务的情况。

（三）说明发行人所聘用员工成本费用核算的真实性、准确性、完整性，说明核查过程以及结论

- （1）对人力资源部门负责人访谈，了解公司人工成本核算方法；
- （2）了解公司人工成本核算相关的内部控制，评价内部控制是否得到有效执行；
- （3）获取公司各期工资计提表，核查员工薪酬是否与账面记录相一致，检查工资计提表的真实性、准确性和完整性；
- （4）对报告期各期，公司各成本费用中的职工薪酬发生额与当期应付职工薪酬计提的勾稽情况进行核查；
- （5）对报告期各期，公司各成本费用中的职工薪酬变动金额的合理性进行分析；
- （6）取得公司控股股东、实际控制人及其关联方、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员的个人银行流水，核查是否存在体外支付人工成本的情形。

经核查，我们认为：

（1）公司按照员工提供服务的性质分类，将不同部门的职工薪酬归集到对应的会计科目中核算，人工成本、各类员工人数、为职工缴纳的住房公积金变化具备合理性，人工成本核算具备准确性。

（2）报告期各期，出勤、加班、请假等考勤的基础数据完整、准确且可追溯，另外，

发行人核定工时/工作量与考勤记录具有一致性，

(3) 报告期各期，生产人员、管理人员、销售人员等各类员工的工资计算方式符合薪酬管理制度，且与考勤记录相匹配，计入成本费用的期间准确。

因此，报告期内，发行人薪酬的计算与发放，员工成本费用的核算具有真实性、准确性和完整性。

(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) 统计分析发行人住房公积金的缴纳情况；测算了需要补缴住房公积金的金额；取得发行人住房公积金主管机关出具的守法证明；

(2) 取得了发行人的员工名册，统计分析报告期各期劳务派遣情况；查阅了发行人与劳务派遣公司签署的劳务派遣协议；通过全国企业信用信息公示系统查询了劳务派遣企业的工商登记材料；取得了劳务派遣企业的资质证明文件，对劳务派遣公司进行了访谈确认。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

(1) 发行人存在应缴未缴住房公积金的情况，但需要补缴住房公积金的金额较小，且发行人及其境内子公司的住房公积金主管部门出具了守法证明，住房公积金应缴未缴事项不会构成发行人本次公开发行的实质性障碍；

(2) 报告期内发行人劳务派遣岗位属于临时性、辅助性或者替代性的岗位，用工结算价格系按照市场定价进行，具有公允性。报告期内发行人用工总人数持续增加，发行人存在临时性用工紧张的风险，发行人做出风险提示。与此同时，发行人已经与多家劳务派遣企业签署协议，并积极推进生产线的自动化和智能化，减少对劳动力的依赖；

(3) 相关劳务派遣企业并非专门为发行人提供服务。

六、【审核意见 7. 关于核心技术人员】招股说明书及审核问询回复显示：(1) 截至招股说明书签署日，发行人共拥有 330 项授权专利，其中包括 19 项发明专利，发行人员工中学历为硕士以上人数为 4 人，核心技术人员王志军、郭水源、江万全、许友财等人曾在与发行人业务类似的机构任职；(2) 发行人逐步将业务拓展至注塑件以及健康产品的生产和销售业务，形成了由精密注塑模具、注塑件以及以空气净化器为主的健康产品构成的产品线，发行人与健康产品有关的专利有 6 项，2020 年健康产品销售收入占比约 30%。请发行人：(1) 补充披露主要产品的技术来源及权属是否清晰、产品核心竞争力，相关技术是否由发行人自主研发，是否存在技术授权、合作研发等情形，是否存在技术或商标使用侵权的潜在风险；结合研发人员受教育程度、研发成果等补充披露是否具备独立的研发能力；

(2) 结合王志军、郭水源、江万全、许友财的任职经历补充披露上述人员在发行人处任职是否违反竞业禁止规定，上述技术人员的研发成果是否存在侵害第三方合法权益的情形，是否存在纠纷或潜在纠纷；(3) 补充披露发行人经营健康产品业务的原因及背景、业务起源，相关人员、资产、技术、客户等储备是否充分；结合核心技术人员在健康产品领域从业经验披露相关人员是否具备胜任能力，与业务发展需求是否匹配；结合 YOOWO CO., LIMITED 的终端销售情况、YOOWO CO., LIMITED 向其他供应商的采购金额披露 2020 年健康产品收入大幅增长的原因与合理性。请保荐机构、发行人律师、申报会计师发表明确意见。

回复：

(一) 补充披露主要产品的技术来源及权属是否清晰、产品核心竞争力，相关技术是否由发行人自主研发，是否存在技术授权、合作研发等情形，是否存在技术或商标使用侵权的潜在风险；结合研发人员受教育程度、研发成果等补充披露是否具备独立的研发能力。

1. 补充披露主要产品的技术来源及权属是否清晰、产品核心竞争力，相关技术是否由发行人自主研发，是否存在技术授权、合作研发等情形，是否存在技术或商标使用侵权的潜在风险；

发行人拥有的核心技术主要为在精密注塑模具设计、精密注塑模具加工和装配、注塑成型、健康产品研发设计等方面进行自主创新形成的专利技术和专有技术。相关技术均系公司研发人员通过在履行唯科模塑工作任务、利用唯科模塑及其子公司物质条件中所作出的核心技术成果，技术来源及权属清晰，不存在技术授权、合作研发等情形。

报告期内，除存在以下商标方面的知识产权纠纷外，发行人其他专利技术和商标不存在纠纷或诉讼情况。

2018 年 7 月，约克国际公司向国家知识产权局提出申请，认为公司“VORK”商标与其“YORK”商标近似，侵犯其在先字号权，进而申请公司“VORK”商标无效。国家知识产权局 2019 年 4 月作出《关于第 17974045 号“VORK”商标无效宣告请求裁定书》（商评字[2019]第 0000080203 号）裁定，该商标在“冷却设备和装置；空气调节装置；热气装置”商品上予以无效宣告，其余商品上予以维持。

经核查，发行人所生产的产品不涉及“冷却设备和装置；空气调节装置；热气装置”，上述裁定不会对发行人的生产经营产生不利影响。

2. 结合研发人员受教育程度、研发成果等补充披露是否具备独立的研发能力

截至 2020 年 12 月 31 日，公司共有研发人员 197 名，研发人员占公司员工人数的 11.83%，其中硕士及以上学历人员 1 人，本科学历人员 27 人，大专学历人员 89 人。

公司核心技术人员为庄辉阳、王志军、郭水源、江万全、许友财。

其教育程度和研发成果如下：

姓名	职务	教育程度/专业背景	技术能力及研发成果
庄辉阳	董事长兼总经理	初中/高级经济师	长期从事模具及注塑行业，统领公司技术、生产、研发，参与研发专利 8 项，其中发明 0 项，实用新型 8 项
王志军	董事兼副总经理	大专	长期从事模塑行业，主要负责公司注塑事业部的研发生产，参与研发专利 16 项，其中发明 5 项，实用新型 5 项
郭水源	董事兼副总经理	大专	长期从事模塑行业，实践及机器操作经验丰富，负责公司专利内部审核，解决实践操作中的技术难题
江万全	设计部经理	大专	长期从事模具设计，研发经验丰富，参与研发专利 9 项，其中发明 0 项，实用新型 8 项
许友财	设计部副经理	大专	长期从事模具设计，研发经验丰富，参与研发专利 14 项，其中发明 2 项，实用新型 12 项

截止目前，发行人被国家发展和改革委员会、科学技术部等部委联合认定为“国家企业技术中心”，被中国模具工业协会认定为“中国精密注塑模具重点骨干企业”，被福建省工业和信息化厅认定为福建省“省级工业设计中心”、“省级企业技术中心”。公司通过多年的生产实践，已经掌握了精密注塑模具设计和制造以及注塑成型的核心关键技术，积累了丰富的生产实践经验。目前共拥有 325 项授权专利，其中 20 项发明专利。

综上，发行人具备独立的研发能力。

(二) 结合王志军、郭水源、江万全、许友财的任职经历补充披露上述人员在发行人处任职是否违反竞业禁止规定，上述技术人员的研发成果是否存在侵害第三方合法权益的情形，是否存在纠纷或潜在纠纷；

1. 王志军、郭水源、江万全、许友财等人的任职履历情况

姓名	近二十年任职经历	进入发行人处任职时间	在原单位是否存在竞业禁止约定
王志军	2000 年至 2004 年 3 月任厦门市湖里区诚腾塑胶模具厂经理，2004 年 3 月进入唯科模塑集团，先后就职于健康科技、唯科模塑等公司，担任唯科有限总监、董事、副总经理，现任发行人董事、副总经理	2004 年 3 月	否
郭水源	2001 年 4 月至 2004 年 3 月任厦门市湖里区诚腾塑胶模具厂厂长；2004 年 4 月进入唯科模塑集团，先后就职于健康科技、唯科模塑等公司，担任唯科有限董事、副总经理，现任发行人董事、副总经理	2004 年 4 月	否
江万全	2002 年至 2003 年任东莞仟叶模具厂设计部职员，2003 年至 2007 年任厦门市大精密模具有限公司设计师，2007 年 4 月开始在唯科有限任职，现任发行人设计部经理	2007 年 4 月	否
许友财	1998 年 8 月至 2003 年 8 月任厦华电子注塑厂技术员；2003 年 8 月开始在发行人子公司任职，现任发行人设计部副经理。	2003 年 8 月	否

经王志军、郭水源、江万全、许友财等人确认，其在原单位工作期间均不存在签署竞业禁止协议的情形，也未曾领取过竞业禁止补偿金，且上述四人在发行人处工作已超过 10 年。

2. 王志军、郭水源、江万全、许友财等人作为发明人涉及的专利情况

序号	专利名称	专利类型	专利号	发明人	申请日期	取得方式
1	一种用于硬表面清洁的清洁机及其清洁方法	发明	ZL201410526374.7	王志军、许友财	2014/10/9	受让取得
2	一种硬表面真空清洁机及其清洁方法	发明	ZL201410526570.4	王志军、许友财	2014/10/9	受让取得
3	硬表面真空清洁机及其清洁方法	发明	ZL201410525915.4	王志军、黄军平	2014/10/9	受让取得
4	硬表面真空清洁机及其清洁方法	发明	ZL201410620526.X	王志军、黄军平、刘锦雄	2014/11/7	受让取得
5	手持式雾化器用咬嘴结构	发明	ZL201510008515.0	彭博锋、刘锦雄、黄军平、王志军	2015/1/8	受让取得
6	滑块套滑块45度斜顶出装置	实用新型	ZL201320209200.9	许友财	2013/4/24	原始取得
7	45度滑块套滑块双抽芯装置	实用新型	ZL201320209094.4	许友财	2013/4/24	原始取得
8	滑块辅助支撑延迟退出机构	实用新型	ZL201320209261.5	江万全	2013/4/24	原始取得
9	防水工具盒密封结构	实用新型	ZL201420009685.1	许友财	2014/1/8	原始取得
10	一种流道拉料自动顶出机构	实用新型	ZL201620034722.3	许友财	2016/1/14	原始取得
11	一种滑块防撞安全保护机构	实用新型	ZL201620034825.X	许友财	2016/1/14	原始取得
12	一种同步异向抽芯的滑块结构	实用新型	ZL201620903854.5	许友财、刘锦雄	2016/8/18	原始取得
13	一种滑块内缩抽芯机构	实用新型	ZL201620904185.3	刘锦雄、江万全	2016/8/19	原始取得
14	一种前模抽芯结构	实用新型	ZL201620903475.6	江万全、王彬阳	2016/8/18	原始取得
15	一种弹簧式内滑块外扩机构	实用新型	ZL201620904184.9	林承优、许友财	2016/8/19	原始取得
16	一种紧凑型加速顶出机构	实用新型	ZL201721102956.8	许友财	2017/8/31	原始取得
17	一种新型前模滑块传动机构	实用新型	ZL201721103007.1	江万全	2017/8/31	原始取得
18	一种具有抽芯功能的模具	实用新型	ZL201821897849.3	许友财	2018/11/16	原始取得
19	一种软胶倒扣模具	实用新型	ZL201821897599.3	江万全	2018/11/16	原始取得
20	一种同心不同牙距模具的脱模机构	实用新型	ZL201921277771.X	许友财、江万全	2019/8/8	原始取得
21	一种前模倒扣成型结构	实用新型	ZL201921183806.3	许友财、江万全	2019/7/25	原始取得
22	一种模具油缸碰撞防呆机构	实用新型	ZL202020630728.3	许友财	2020/4/23	原始取得
23	一种软胶顶针吹气顶出结构	实用新型	ZL202020630411.X	江万全	2020/4/23	原始取得
24	一种硬表面真空清洁机吸嘴结构	实用新型	ZL201420579966.0	王志军、黄军平	2014/10/9	受让取得
25	一种硬表面真空清洁机使用的加长管	实用新型	ZL201420580116.2	王志军、黄军平、刘锦雄	2014/10/9	受让取得
26	硬表面真空清洁机及水气分离改进结构	实用新型	ZL201520162362.0	刘锦雄、王志军	2015/3/23	受让取得

序号	专利名称	专利类型	专利号	发明人	申请日期	取得方式
27	硬表面真空清洁机及其水气分离改进结构	实用新型	ZL201520528688.0	刘锦雄、王志军	2015/7/21	受让取得
28	一种车载空气净化器外壳	实用新型	ZL201520040809.7	彭博锋、林建云、王志军	2015/1/21	受让取得
29	硬质表面清洁器(B)	外观设计	ZL201430377716.4	王志军、黄军平	2014/10/9	受让取得
30	硬质表面清洁器(D)	外观设计	ZL201430377763.9	王志军、黄军平	2014/10/9	受让取得
31	手持雾化器	外观设计	ZL201430554509.1	彭博锋、刘锦雄、黄军平、王志军	2014/12/26	受让取得
32	净水加热壶	外观设计	ZL201530024226.0	彭博锋、王志军、刘锦雄、黄军平、温太泉	2015/1/27	受让取得
33	硬质表面清洁器(VK-9008)	外观设计	ZL201530055755.7	王志军、刘锦雄、黄军平	2015/3/9	受让取得
34	风叶盖	外观设计	ZL201530070279.6	刘锦雄、王志军	2015/3/23	受让取得
35	工具箱把手(向内)	外观设计	ZL201330651299.3	江万全	2013/12/27	原始取得

注：上述受让取得的专利，系由于发行人内部业务资产整合，均由发行人全资子公司健康科技转让至健康产业。

上述四名技术人员所涉及的授权专利均为发行人合法拥有，不存在专利纠纷或潜在纠纷。

(三) 补充披露发行人经营健康产品业务的原因及背景、业务起源，相关人员、资产、技术、客户等储备是否充分；结合核心技术人员在健康产品领域从业经验披露相关人员是否具备胜任能力，与业务发展需求是否匹配；结合 YOOWO CO., LIMITED 的终端销售情况、YOOWO CO., LIMITED 向其他供应商的采购金额披露 2020 年健康产品收入大幅增长的原因与合理性。

1. 补充披露发行人经营健康产品业务的原因及背景、业务起源，相关人员、资产、技术、客户等储备是否充分；结合核心技术人员在健康产品领域从业经验披露相关人员是否具备胜任能力，与业务发展需求是否匹配；

1) 发行人经营健康产品业务的原因及背景、业务起源

2013 年国内大范围出现雾霾天气，公众对环境污染所带来的隐患表现出前所未有的焦虑和关注，环境意识不断增强，国内空气净化器市场迎来了蓬勃发展期。同时，国家为了规范国内空气净化器市场，于 2015 年底出台了空气净化器新国标，筑高了空气净化器行业的准入门槛，国内空气净化器行业趋向良性发展。

空气净化器产品生产过程中对注塑件需求量比较大，发行人拥有多年的模塑行业经验，可以自主开发、设计和生产空气净化器机箱外壳、风轮、风道等注塑模具及注塑件，具有天然竞争优势。

在市场因素和自身因素的双重驱动下，发行人于 2014 年开始组建健康产品研发、生产、

销售团队，尝试开展空气净化器业务，为公司寻求新的盈利增长点。2017年，发行人健康产品业务获得重大进展，其自主研发的VK-6011型号空气净化器得到晨北集团的青睐。此款机型成为当年亚马逊单品销售爆款，在行业内产生了示范效应，为发行人健康产品业务的口碑打下坚实的基础，近年来储备了广泛的客户资源，包括亚马逊平台上晨北集团、润丰电商、莫霍克电商、傲基电商等知名电商以及欧洲大型知名零售商历德集团等优质客户。

2) 发行人健康产品业务的人员、资产、技术、客户储备

2017年至2020年，发行人健康产品业务主营业务收入分别为7,347.22万元、12,473.39万元、13,156.34万元和26,578.73万元，主营业务收入复合增长率为53.51%，发行人健康业务发展迅猛。发行人在人员、资产、技术、客户方面的储备情况如下：

人员方面，发行人一直注重人才的储备和管理制度的创新，健康业务管理层及核心技术人员普遍具有十年以上的健康行业从业经验或者多年管理经验，具备良好的胜任能力，可以匹配发行人健康业务快速发展的需求。截至本报告日，发行人健康业务核心人员情况如下：

姓名	现任职务	学历	以往从业经验
钟思	健康产业董事、总经理	本科	1999年11月至2002年8月任东莞康氏电器制品有限公司高级工程师，2002年9月至2009年3月任漳州万利达光催化科技有限公司研发部经理，2009年4月至2011年10月自由职业，2011年11月至2014年3月任漳州蒙发利实业有限公司健康家电项目部研发部经理。2014年5月入职发行人。
梁丽新	健康产业业务部总监	本科	2000年1月至2008年4月任厦门兴联集团有限公司海外业务部经理，2008年5月至2015年3月任厦门狄耐克电子科技有限公司业务副总经理。2015年4月入职发行人。
关纪忠	健康产业品质总监	大专	1993年7月至2004年11月任东莞汇勋电器制品有限公司QC主管/QE，2004年12月至2009年4月任漳州万利达光催化科技有限公司质量经理，2009年5月至2012年8月任中山市致发电器有限公司技术部经理，2012年9月至2014年4月任漳州万利达生活电器有限公司质量总监。2014年5月入职发行人。
吴建新	健康产业总经理助理	本科	2006年7月至2010年9月任漳州万利达生活电器有限公司小家电事业部设计工程师，2010年10月至2014年2月任同致电子科技(厦门)有限公司工程部高级设计工程师。2014年3月入职发行人。

发行人健康业务的员工队伍结构也在持续优化，截至2020年12月31日，发行人子公司健康产业的人员共548人，其中研发人员61人，占比11.13%。研发人员中包含健康产品外观设计人员、结构设计人员等，拥有健康产品从外观设计、结构设计、模具设计到软件、硬件设计等一条龙的研发能力。

资产方面，截至2020年12月31日，发行人子公司健康产业共拥有9条健康产品组装生产线以及用于研发、测试的自动光学检查机、全自动风量监测系统等仪器设备，具备一定规模的生产能力。

技术方面，发行人将研发和创新作为立足之本，报告期内发行人健康业务研发费用分别为445.05万元、1,106.78万元和1,033.22万元，占健康业务收入比例分别为3.57%、8.41%和3.89%，在健康业务方面保持较高水平的研发投入。通过多年来不间断地自主研发和创新，积累了用于空气净化器的一种减小风阻，进风更加顺畅的技术、一种可有效降低功率计噪音

的技术，以及用于玻璃清洁机的一种可快速调节把柄长度的技术等多项核心技术。截至本报告签署日，发行人子公司健康产业共拥有 217 项授权专利，其中 17 项发明专利、128 项实用新型专利和 72 项外观专利。

客户方面，发行人在健康产品行业规模日益扩张的趋势下，依托核心技术、满足客户需求的产品设计、稳定可靠的产品质量和卓越的研发管理团队储备了广泛的客户资源，包括亚马逊平台上晨北集团、润丰电商、莫霍克电商、傲基电商等知名电商以及欧洲大型知名零售商历德集团等优质客户。

综上，发行人在相关人员、资产、技术、客户等储备情况良好。

2. 结合 YOOWO CO., LIMITED 的终端销售情况、YOOWO CO., LIMITED 向其他供应商的采购金额披露 2020 年健康产品收入大幅增长的原因与合理性。

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“加州山火”、“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；根据晨北集团披露的 2020 年年度报告，2020 年晨北集团销售收入 3.49 亿美元，较 2019 年的 1.72 亿美元增长 103.0%；2020 年前五大供应商采购金额合计 1.22 亿美元，占晨北集团采购总金额的 57.1%，据此推算其 2020 年采购总金额约 2.14 亿美元，较 2019 年采购总金额 0.85 亿美元增长 151.8%。2020 年发行人对晨北集团销售收入 12,053.66 万元，较 2019 年的 4,838.25 万元增长 149.1%，与晨北集团销售收入、采购金额的增长情况相匹配。据了解，奥佳华智能健康科技集团股份有限公司（以下简称“奥佳华”）同样为晨北集团空气净化器产品供应商，根据奥佳华 2020 年年度报告，其 2020 年对晨北集团销售空气净化器等健康产品金额为 25,620.7 万元，金额较大。综上，发行人对晨北集团 2020 年健康产品收入大幅增长具有合理性。

（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）取得了发行人的专利证书，对专利登记情况进行了网络核查，取得了国家知识产权局出具的专利簿记证明，通过裁判文书网等对发行人的诉讼纠纷情况进行了检索；

（2）调阅了王志军、郭水源、江万全、许友财等人的社保缴纳记录，取得了上述人员填写的调查表，对裁判文书网、国家知识产权局官网进行了检索，查阅了国家知识产权局出具的专利簿记证明；

（3）访谈发行人管理层，了解健康产品业务的原因、背景和业务起源。查阅晨北集团、

奥佳华智能健康科技集团股份有限公司年度报告，了解晨北集团的业务发展情况。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

(1) 发行人技术来源及权属清晰，不存在技术授权、合作研发等情形；除一项商标存在部分知识产权纠纷外，发行人其他专利技术和商标不存在纠纷或诉讼情况；

(2) 王志军、郭水源、江万全、许友财等人在发行人处任职不违反竞业禁止规定，上述技术人员的研发成果不存在侵害第三方合法权益的情形，不存在纠纷或潜在纠纷；

(3) 发行人经营健康产品业务的背景、业务起源清晰，相关人员、资产、技术、客户等储备良好，与业务发展需求匹配；2020 年健康产品收入大幅增长，向主要客户 YOOWO CO., LIMITED 销售大幅增长的原因合理。

七、【审核意见 10. 关于各应用领域收入情况】招股说明书及审核问询回复显示，(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，原因包括汽车领域客户以均胜电子下属公司 Preh GmbH 等欧美企业为主，而注塑件以就近配套为主，2019 年和 2020 年发行人向均胜电子销售注塑件产生的收入高于模具收入发行人与威卢克斯集团、冯氏集团主要合作主体为境外公司，2019 年发行人增加对尼得科集团墨西哥工厂供货；(2) 公司与“国六标准”有关的产品主要系向艾福迈集团提供的汽车油箱阀盖板、外壳、底壳等配件；(3) 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；(4) 报告期内发行人对电子领域、其他领域等个别主要客户销售金额下降，但未造成对其供货份额的大幅下降，合作具有稳定性和持续性；(5) 发行人对诺沃雷克斯集团销售的一次性塑料叉子、盘子等产品系委外加工和对外采购；(6) 发行人对健康产品主要采用 ODM 模式生产。请发行人：(1) 补充披露主要产品各应用领域主要客户的总部所在国家/地区及与发行人合作主体的所在地、发行人与各合作主体的收入占主要客户收入的情况，各注塑件主要客户合作主体与发行人工厂的距离情况等，并结合前述因素进一步论述并披露发行人向位于马来西亚以外的境外客户提供注塑件的合理性；(2) 补充披露汽车领域注塑模具和注塑件可比公司的客户集中度及对主要客户销售规模，汽车领域主要客户对同类注塑模具和注塑件供应商的数量和供货份额控制情况，并结合前述情况分析并披露发行人对汽车领域主要客户注塑模具及注塑件（如均胜电子、艾福迈集团）的销售收入规模较小且相较客户体量显著偏低的原因及合理性，是否为行业内普遍现象，对发行人业务发展战略的影响及应对措施；(3) 补充披露汽车领域主要客户对不同类别注塑模具和注塑件供应商的准入门槛是否存在差异，发行人是否面临被同行业公司替代或挤占供货份额的风险；(4) 补充披露发行人向除艾福迈集团以外的其他汽车领域客户提供的产品与“国六标准”无关的原因，相关产品是否因新老标准切换而面临淘汰风险；(5) 补充披露发行人主要客户是否存

在自建注塑模具、注塑件工厂的计划，如是，发行人是否存在收入下滑风险；（6）补充披露发行人与个别主要客户销售金额下降、但未造成对其供货份额的大幅下降的判断依据，报告期内是否存在订单流失的情形，如是，请披露主要原因及后续订单获取情况；（7）补充披露发行人对诺沃雷克斯集团销售的产品系委外加工和对外采购的原因，是否符合客户对合同执行的要求，发行人对其他客户提供的产品是否存在类似情形；（8）补充披露发行人对健康产品采用 ODM 或 OEM 模式生产的判断依据，采取 ODM 模式服务的客户是否对产品的设计产生贡献，相关模式划分是否准确；（9）补充披露报告期各期发行人对历德集团销售的玻璃清洁机占玻璃清洁机收入的比例，其他玻璃清洁机客户的基本情况、获取方式和销售的可持续性；（10）补充披露 2017 年以来发行人对晨北集团的供货份额，2020 年 1-6 月未进入晨北集团前五大供应商的原因，2017 年对晨北集团销售产品包括空气加湿器但其后期间没有空气加湿器的原因，分析并披露供货份额波动的合理性；（11）结合《关于修改〈中华人民共和国烟草专卖法实施条例〉的决定（征求意见稿）》的内容分析并披露对主要客户电子烟业务的影响，以及对发行人注塑件业务的影响；（12）补充披露报告期各期各季度主营业务收入和三类产品收入金额的情况，结合主要产品特点及收入确认周期分析并披露收入季节性波动的合理性。请保荐人和申报会计师发表明确意见。

回复：

(一) 补充披露主要产品各应用领域主要客户的总部所在国家/地区及与发行人合作主体的所在地、发行人与各合作主体的收入占主要客户收入的情况，各注塑件主要客户合作主体与发行人工厂的距离情况等，并结合前述因素进一步论述并披露发行人向位于马来西亚以外的境外客户提供注塑件的合理性。

1. 注塑模具及注塑件

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	客户总部所在国家	主要合作主体	合作主体所在国家	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	中国	宁波普瑞均胜汽车电子有限公司	中国	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
			Preh GmbH	德国									
2	艾福迈集团	德国	艾福迈汽车系统（上海）有限公司	中国	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	德国	DR. SCHNEIDER KUNSTSTOFFWERKE GMBH	德国	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者地位	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	德国	Karl Hess GmbH & Co. KG	德国	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，	旗下有 28 个工厂，主要为各汽车厂商	商业谈判	大众、奔驰、奥迪、

序号	客户名称	客户总部所在国家	主要合作主体	合作主体所在国家	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						
								作		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	提供模具和注塑产品		宝马等
5	慧鱼集团	德国	fischer automotive systems GmbH & Co. KG Fischer Werkzeug- und Formenbau GmbH fischer America Inc.	德国 德国 美国	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	加拿大	麦格纳汽车镜像(天津)有限公司 麦格纳汽车镜像(上海)有限公司 麦格纳电子(张家港)有限公司 Magna Electronics Europe GmbH & Co. OHG	中国 中国 中国 德国	-	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	西班牙	Altcam Automotive S.L. ALTCAM SLOVAKIA, S. R. O.	西班牙 斯洛伐克共和国	-	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	年营业额已达5,000万欧元，是全球前十大汽车第一级供应商博世和博泽的注塑产品优质供应商	商业谈判	奥迪、宝马、通用、奔驰、福特等

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	合作主体名称	2020 年度				2019 年度				2018 年度			
		注塑模具	注塑件	小计	合作主体金额占比	注塑模具	注塑件	小计	合作主体金额占比	注塑模具	注塑件	小计	合作主体金额占比
均胜电子	宁波普瑞均胜汽车电子有限公司	915.33	2,159.99	3,075.32	73.52%	1,737.05	2,868.46	4,605.52	76.05%	3,038.71	2,429.52	5,468.22	91.64%
	Preh GmbH	806.80	115.38	922.18	22.05%	910.36	236.23	1,146.59	18.93%	107.75	23.12	130.87	2.19%
	其他	148.68	36.80	185.48	4.43%	192.91	110.94	303.85	5.02%	184.71	183.15	367.86	6.17%
	小计	1,870.81	2,312.16	4,182.97	100.00%	2,840.32	3,215.64	6,055.95	100.00%	3,331.17	2,635.79	5,966.96	100.00%
艾福迈集团	艾福迈汽车系统（上海）有限公司	504.56	1,847.18	2,351.74	95.62%	1,359.25	1,884.44	3,243.70	94.75%	38.60	1,707.43	1,746.03	96.53%
	其他	98.46	9.35	107.81	4.38%	169.81	10.04	179.85	5.25%	57.15	5.68	62.83	3.47%
	小计	603.02	1,856.53	2,459.55	100.00%	1,529.06	1,894.49	3,423.55	100.00%	95.75	1,713.11	1,808.86	100.00%
施耐德博士集团	DR. SCHNEIDER KUNSTSTOFFWERKE GMBH	1,849.90	177.32	2,027.22	99.78%	1,574.56	181.61	1,756.17	99.87%	3,222.41	200.40	3,422.82	100.00%
	其他	0.80	3.76	4.56	0.22%	-	2.30	2.30	0.13%	-	-	-	-
	小计	1,850.70	181.08	2,031.78	100.00%	1,574.56	183.90	1,758.47	100.00%	3,222.41	200.40	3,422.82	100.00%
卡尔海丝公司	Karl Hess GmbH & Co. KG	884.52	45.25	929.77	100.00%	383.34	4.09	387.43	100.00%	1,189.44	12.04	1,201.48	100.00%
慧鱼集团	fischer automotive systems GmbH & Co. KG	403.20	6.17	409.37	59.15%	846.45	7.12	853.57	100.00%	-	0.66	0.66	100.00%
	Fischer Werkzeug-und Formenbau GmbH	257.19	-	257.19	37.16%	-	-	-	-	-	-	-	-
	fischer America Inc.	25.51	-	25.51	3.69%	-	-	-	-	-	-	-	-

公司名称	合作主体名称	2020 年度				2019 年度				2018 年度			
		注塑模具	注塑件	小计	合作主体金额占比	注塑模具	注塑件	小计	合作主体金额占比	注塑模具	注塑件	小计	合作主体金额占比
	小计	685.89	6.17	692.07	100.00%	846.45	7.12	853.57	100.00%	-	0.66	0.66	100.00%
麦格纳集团	麦格纳汽车镜像(天津)有限公司	186.00	243.40	429.40	73.29%	266.00	661.75	927.75	75.37%	93.82	1,562.44	1,656.26	91.68%
	麦格纳汽车镜像(上海)有限公司	35.86	12.29	48.15	8.22%	156.54	24.36	180.91	14.70%	-	61.36	61.36	3.40%
	麦格纳电子(张家港)有限公司	-	86.44	86.44	14.75%	1.78	99.82	101.60	8.25%	-	70.55	70.55	3.91%
	Magna Electronics Europe GmbH & Co. OHG	-	21.87	21.87	3.73%	-	20.73	20.73	1.68%	-	18.31	18.31	1.01%
	小计	221.86	364.00	585.86	100.00%	424.32	806.67	1,230.99	100.00%	93.82	1,712.66	1,806.48	100.00%
Altcam 集团	Altcam Automotive S.L.	517.30	11.76	529.05	100.00%	2,007.83	18.84	2,026.67	99.81%	1,865.18	32.35	1,897.53	100.00%
	ALTCAM SLOVAKIA, S. R. O.	-	-	-	-	3.86	-	3.86	0.19%	-	-	-	-
	小计	517.30	11.76	529.05	100.00%	2,011.69	18.84	2,030.53	100.00%	1,865.18	32.35	1,897.53	100.00%
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。截至 2021 年 3 月 31 日，发行人对麦格纳集团在手订单金额为 204.77 万元，较 2019 年、2020 年订单流失趋势已大幅减缓。报告期内，发行人对麦格纳集团销售收入规模较小，销售收入下滑不会对公司持续经营造成重大不利影响。

报告期内，汽车领域注塑件销售金额较大的合作主体包括宁波普瑞均胜汽车电子有限公司、艾福迈汽车系统（上海）有限公司和麦格纳汽车镜像（天津）有限公司，其中宁波普瑞均胜汽车电子有限公司、艾福迈汽车系统（上海）有限公司位于长三角地区，距离发行人子公司上海克比较近；麦格纳汽车镜像（天津）有限公司位于天津市，距离发行人子公司天津唯科较近，就近配套生产注塑件具有合理性。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，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	客户总部所在国家	主要合作主体	合作主体所在国家	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	中国	厦门盈趣科技股份有限公司	中国	1	1	1	2015年开始合	2011年5月	A股上市公司（股票代码 002925），为客户提供智能	中国领先的智能控制部件与创新消	商业谈判	IQOS、Cricut

序号	客户名称	客户总部所在国家	主要合作主体	合作主体所在国家	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						
			Intretech (Malaysia) Sdn. Bhd.	马来西亚				作		控制部件、创新消费电子等产品的研发、生产	费电子研发及智能制造企业		
			漳州盈塑工业有限公司	中国									
2	康普集团	美国	CommScope Connectivity LLC	美国	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
			康普通联通信(苏州)有限公司	中国									
			CommScope Connectivity Belgium BV	比利时									
			COMMSCOPE INDIA PRIVATE LIMITED	印度									
			Commscope EMEA Limited	爱尔兰									
3	尼得科集团	日本	Nidec Motor Corporation	美国	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	丹麦	力纳克传动系统(深圳)有限公司	中国	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	-
			LINAK A/S	丹麦									
5	福迪威集团	美国	泰克科技(中国)有限公司	中国	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, 专注于专业仪器仪表、自动化、传感和运输技术等	2018年, 在财富500强中位列第420位; 在自动化、测量仪表、运	商业谈判	-
			Gems Sensors Inc.	美国									
			Setra Systems Inc.	美国									

序号	客户名称	客户总部所在国家	主要合作主体	合作主体所在国家	各期排名			合作历史	成立时间	主营业务方面	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						
6	丹纳赫集团	美国	上海世禄仪器有限公司	中国	-	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	-
			LINX PRINTING TECHNOLOGIES LTD	英国									
			HACH Company	美国									

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	合作主体	2020年度				2019年度				2018年度			
		注塑模具	注塑件	小计	合作主体金额占比	注塑模具	注塑件	小计	合作主体金额占比	注塑模具	注塑件	小计	合作主体金额占比
盈趣科技	厦门盈趣科技股份有限公司	272.60	5,031.72	5,304.32	55.89%	150.92	6,963.04	7,113.96	98.70%	848.51	3,569.15	4,417.65	95.76%
	Intretech (Malaysia) Sdn. Bhd.	20.54	4,132.56	4,153.10	43.76%	-	7.33	7.33	0.10%	-	-	-	-
	漳州盈塑工业有限公司	-	33.57	33.57	0.35%	-	86.52	86.52	1.20%	-	195.59	195.59	4.24%
	小计	293.14	9,197.85	9,490.99	100.00%	150.92	7,056.88	7,207.80	100.00%	848.51	3,764.74	4,613.25	100.00%
康普集团	CommScope Connectivity LLC	309.80	3,227.07	3,536.87	68.37%	80.00	1,335.33	1,415.33	52.14%	-	618.65	618.65	17.44%
	康普通联通信(苏州)有限公司	-	229.22	229.22	4.43%	3.20	466.48	469.68	17.30%	3.52	2,188.34	2,191.86	61.81%

公司名称	合作主体	2020 年度				2019 年度				2018 年度			
		注塑模具	注塑件	小计	合作主体 金额占比	注塑模具	注塑件	小计	合作主体 金额占比	注塑模具	注塑件	小计	合作主体 金额占比
	CommScope Connectivity Belgium BV	112.27	87.40	199.67	3.86%	366.33	157.62	523.94	19.30%	190.79	18.90	209.68	5.91%
	COMMSCOPE INDIA PRIVATE LIMITED	443.86	95.51	539.37	10.43%	-	99.60	99.60	3.67%	207.41	-	207.41	5.85%
	Commscope EMEA Limited	-	478.27	478.27	9.25%	-	98.17	98.17	3.62%	-	-	-	-
	其他	163.03	26.72	189.75	3.67%	23.10	84.60	107.70	3.97%	266.14	52.59	318.73	8.99%
	小计	1,028.96	4,144.18	5,173.15	100.00%	472.62	2,241.80	2,714.43	100.00%	667.86	2,878.48	3,546.34	100.00%
	尼得科集团	Nidec Motor Corporation	203.91	1,613.33	1,817.24	100.00%	30.23	704.70	734.94	100.00%	29.44	348.39	377.84
力纳克集团	力纳克传动系统(深圳)有限公司	100.65	492.63	593.28	54.25%	85.15	751.50	836.65	83.16%	12.20	889.08	901.28	83.55%
	LINAK A/S	192.17	205.66	397.82	36.37%	9.58	144.63	154.20	15.33%	107.41	67.77	175.18	16.24%
	其他	-	102.58	102.58	9.38%	-	15.22	15.22	1.51%	-	2.29	2.29	0.21%
	小计	292.82	800.88	1,093.69	100.00%	94.73	911.35	1,006.08	100.00%	119.61	959.15	1,078.76	100.00%
福迪威集团	泰克科技(中国)有限公司	8.83	613.04	621.87	63.60%	20.61	737.70	758.31	61.51%	18.93	759.32	778.25	61.66%
	Gems Sensors Inc.	-	175.20	175.20	17.92%	-5.27	249.38	244.11	19.80%	4.93	232.55	237.48	18.82%
	Setra Systems Inc.	-	115.30	115.30	11.79%	-	134.29	134.29	10.89%	-	182.97	182.97	14.50%
	其他	1.80	63.55	65.35	6.68%	49.00	47.06	96.06	7.79%	-	63.43	63.43	5.03%
	小计	10.63	967.09	977.72	100.00%	64.34	1,168.43	1,232.78	100.00%	23.86	1,238.27	1,262.13	100.00%
丹纳赫集	上海世禄仪器有限公司	2.93	437.91	440.83	52.15%	0.30	390.42	390.72	46.53%	0.68	557.06	557.74	63.38%

公司名称	合作主体	2020 年度				2019 年度				2018 年度			
		注塑模具	注塑件	小计	合作主体金额占比	注塑模具	注塑件	小计	合作主体金额占比	注塑模具	注塑件	小计	合作主体金额占比
团	LINX PRINTING TECHNOLOGIES LTD	-	266.94	266.94	31.58%	53.56	266.78	320.34	38.15%	7.40	258.82	266.22	30.25%
	HACH Company	0.38	92.50	92.87	10.99%	12.07	68.95	81.03	9.65%	-	22.22	22.22	2.52%
	其他	0.44	44.26	44.70	5.29%	1.21	46.39	47.60	5.67%	10.61	23.21	33.82	3.84%
	小计	3.75	841.60	845.35	100.00%	67.14	772.55	839.69	100.00%	18.69	861.31	880.00	100.00%
	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、福迪威集团、力纳克集团，具体原因为：

(1) 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；(2) 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；(3) 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，尼得科集团总部位于美国，在墨西哥、英国等多个国家或地区设有生产基地，2019 年发行人承接了对其墨西哥工厂的马达绝缘外壳项目，该项目金额较大，2019 年销售收入显著上升，2020 年双方合作稳定，新冠疫情对尼得科集团位于印度等国的境外供应链冲击较大，使其不得不转向中国采购，从而进一步提升了发行人的销售金额；(4) 福迪威集团，2018 年、2019 年销售金额保持稳定，2020 年由于新冠疫情和中美贸易摩擦的共同影响，福迪威集团的电子传感器市场需求有所下降，

发行人对福迪威集团的销售收入较 2019 年出现一定下滑。(5) 力纳克集团, 由于中美贸易摩擦的影响, 力纳克集团收缩了其子公司力纳克传动系统(深圳)有限公司的生产和销售, 发行人对力纳克传动系统(深圳)有限公司销售金额逐年下滑; 发行人与力纳克集团丹麦合作主体 LINAK A/S 合作稳定, 2020 年销售收入有所增长, 增减相抵后发行人与力纳克集团销售收入保持稳定。发行人电子领域以注塑件为主, 其中销售金额较大的合作主体有厦门盈趣科技股份有限公司、Intretech(Malaysia)Sdn. Bhd.、CommScope Connectivity LLC、康普通联通信(苏州)有限公司、Nidec Motor Corporation, 其中厦门盈趣科技股份有限公司位于厦门, 距离发行人母公司唯科模塑距离较近, 康普通联通信(苏州)有限公司位于长三角地区, 距离发行人子公司上海克比较近, Intretech (Malaysia) Sdn. Bhd. 位于马来西亚, 距离发行人子公司马来西亚唯科较近, 就近配套生产注塑件具有合理性。CommScope Connectivity LLC、Nidec Motor Corporation 位于美国, 距离发行人较远, 注塑件销售金额较大的原因有(1) 相对美国模具企业, 发行人新品模具开发生产周期较短, 注塑人工成本低, 具有一定的时间和成本优势; (2) 向发行人采购的产品体积较小, 运输成本较低; (3) 新冠疫情对客户的供应链冲击较大, 客户部分供应商产能转移到中国, 发行人供货量增加。因此, 发行人向境外客户 CommScope Connectivity LLC、Nidec Motor Corporation 提供注塑件具有合理性。报告期内, 发行人与电子领域前五大客户均有持续交易, 除福迪威集团销售收入明显下滑外, 与客户的合作具有稳定性与持续性。

福迪威集团销售收入明显下滑系由于新冠疫情和中美贸易摩擦的共同影响造成 2020 年部分订单流失, 截至 2021 年 3 月 31 日, 发行人对福迪威集团在手订单金额为 299.32 万元, 较 2020 年订单流失趋势已大幅减缓。报告期内, 发行人对福迪威集团销售收入规模较小, 销售收入下滑不会对公司持续经营造成重大不利影响。

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	客户总部所在国家	主要合作主体	合作主体所在国家	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	荷兰	博格步(厦门)轻工制品有限公司	中国	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	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	商业谈判	Bugaboo

序号	客户名称	客户总部所在国家	主要合作主体	合作主体所在国家	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						
2	威卢克斯集团	丹麦	Bugaboo international b. v.	荷兰	2	2	2	2005年开始合作	1941年	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	家有售,是众多明星、皇室家庭的御用坐骑	商业谈判	Velux
			Gasdal Bygningsindustri A/S	丹麦									
			BKR CR, s. r. o.	捷克共和国									
			KH-SK France S. A. S.	法国									
3	宜家集团	瑞典	VELUX A/S	丹麦	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
			IKEA Components s. r. o.	斯洛伐克共和国									
			宜家家具配件(上海)有限公司	中国									
4	冯氏集团	中国香港	宜家精密部件(中国)有限公司	中国	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
			LF PRODUCTS PTE LTD	新加坡									
5	诺沃雷克斯集团	美国	LF CENTENNIAL PTE LTD	新加坡	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	-
			Waddington North America Inc	美国									

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	合作主体	2020 年度				2019 年度				2018 年度			
		注塑模具	注塑件	小计	合作主体金额占比	注塑模具	注塑件	小计	合作主体金额占比	注塑模具	注塑件	小计	合作主体金额占比
博格步集团	博格步(厦门)轻工制品有限公司	9.28	3,764.81	3,774.09	87.19%	9.04	3,428.44	3,437.49	87.87%	1.19	3,696.24	3,697.44	99.35%
	Bugaboo international b.v.	554.25	-	554.25	12.81%	474.41	-	474.41	12.13%	24.36	-	24.36	0.65%
	小计	563.53	3,764.81	4,328.35	100.00%	483.45	3,428.44	3,911.90	100.00%	25.55	3,696.24	3,721.79	100.00%
威卢克斯集团	Gasdal Bygningsindustri A/S	4.14	1,240.03	1,244.17	32.18%	8.26	886.24	894.50	32.06%	5.14	799.06	804.20	37.49%
	BKR CR, s. r. o.	-	1,231.87	1,231.87	31.86%	-	1,015.22	1,015.22	36.38%	-	503.14	503.14	23.45%
	KH-SK France S. A. S.	-	728.72	728.72	18.85%	-	602.07	602.07	21.58%	-	510.96	510.96	23.82%
	VELUX A/S	450.28	5.11	455.39	11.78%	100.03	5.36	105.39	3.78%	188.53	1.39	189.92	8.85%
	其他	-	206.45	206.45	5.34%	-	173.08	173.08	6.20%	-	137.12	137.12	6.39%
	小计	454.42	3,412.17	3,866.59	100.00%	108.29	2,681.98	2,790.26	100.00%	193.67	1,951.66	2,145.33	100.00%
宜家集团	IKEA Components s. r. o.	59.29	851.55	910.84	33.94%	174.44	590.26	764.70	31.36%	73.11	546.69	619.80	58.53%
	宜家家具配件(上海)有限公司	54.16	245.03	299.19	11.15%	251.33	1,163.67	1,415.00	58.02%	88.15	350.91	439.06	41.47%
	宜家精密部件(中国)有限公司	35.85	1,438.14	1,473.99	54.92%	-	259.07	259.07	10.62%	-	-	-	-
	小计	149.30	2,534.72	2,684.02	100.00%	425.77	2,013.00	2,438.77	100.00%	161.26	897.60	1,058.86	100.00%
冯氏集团	LF PRODUCTS PTE LTD	-	-1.96	-1.96	-0.29%	-	787.60	787.60	92.79%	-	531.52	531.52	74.02%
	LF CENTENNIAL PTE LTD	-	684.05	684.05	100.29%	-	61.24	61.24	7.21%	-	186.60	186.60	25.98%
	小计	-	682.09	682.09	100.00%	-	848.84	848.84	100.00%	-	718.12	718.12	100.00%

公司名称	合作主体	2020 年度				2019 年度				2018 年度			
		注塑模具	注塑件	小计	合作主体金额占比	注塑模具	注塑件	小计	合作主体金额占比	注塑模具	注塑件	小计	合作主体金额占比
诺沃雷克斯集团	Waddington North America Inc	-	246.26	246.26	100.00%	2.15	363.36	365.51	100.00%	-	692.61	692.61	100.00%
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:(1) 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;(2) 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;(3) 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;(4) 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;(5) 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。发行人家居领域以注塑件为主,其中销售金额较大的合作主体有博格步(厦门)轻工制品有限公司、Gasdal Bygningsindustri A/S、BKR CR,s.r.o.、宜家精密部件(中国)有限公司、宜家家具配件(上海)有限公司、LF PRODUCTS PTE LTD、LF CENTENNIAL PTE LTD 和 Waddington North America Inc,其中博格步(厦门)轻工制品有限公司位于厦门,距离发行人母公司唯科模塑距离较近,宜家精密部件(中国)有限公司和宜家家具配件(上海)有限公司位于长三角地区,由于整体管控较严,由厦门格兰浦为其专门配套生产,就近配套生产注塑件具有合理性;Gasdal Bygningsindustri A/S 和 BKR CR,s.r.o. 为威卢克斯集团下属公司,分别位于丹麦和捷克,距离发行人较远,其注塑件销售金额较大的原因为:(1) 发行人与威卢克斯集团合作超过 10 年,发行人在相应细分领域积累了丰富的经验,新品开发周期短,较竞争对手在技术上拥有一定的优势;(2) 客户产品需求量大,欧洲市场生

产成本高，即使加上海运费用，发行人产品价格仍有相对优势；（3）近年来威卢克斯集团下游市场规模持续扩大，发行人产能充足，能保证客户的供货需求。因此，发行人向境外客户 Gasdal Bygningsindustri A/S 和 BKR CR, s. r. o. 配套提供注塑件具有合理性；LF PRODUCTS PTE LTD 和 LF CENTENNIAL PTE LTD 为冯氏集团下属公司，均系新加坡供应链管理公司，其终端客户位于美国，距离发行人比较远，其注塑件金额较大的原因为：（1）发行人与冯氏集团合作超过 10 年，客户粘性较强；（2）美国市场生产成本低，发行人为冯氏集团提供工具箱、家具脚垫注塑件产品，该类产品体积较小且可堆叠运输，单位运输成本较低。因此，发行人向境外客户 LF PRODUCTS PTE LTD 和 LF CENTENNIAL PTE LTD 配套提供注塑件具有合理性；Waddington North America Inc 位于美国，距离发行人较远，其注塑件金额较大的原因为发行人为其提供的主要是塑料叉子、盘子等产品，该类产品体积较小且可堆叠运输，单位运输成本低。因此，发行人向境外客户 Waddington North America Inc 配套提供注塑件具有合理性。报告期内，发行人与家居领域前五大客户均有持续交易，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。

发行人通过委外加工和对外采购方式为诺沃雷克斯集团提供塑料叉子、盘子等一次性餐具产品的主要原因为：一方面，发行人注塑件以工业中间产品为主且品类众多，共线生产一次性餐具产品对产品质量有一定不利影响；另一方面，受托加工厂商为专业的一次性塑料餐具生产企业，专业且经验丰富。发行人与诺沃雷克斯集团签订的合同中未明确禁止发行人对外委托加工等情形，发行人通过委外加工和对外采购为诺沃雷克斯集团提供的产品符合合同约定的质量要求，发行人与诺沃雷克斯集团未因合同执行方式或产品质量等发生诉讼或纠纷。除此之外，报告期内发行人对其他主要客户不存在将成品进行委外加工后直接销售的情形。

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	客户总部所在国家	主要合作主体	合作主体所在国家	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	中国	北京金史密斯科技有限公司 山东金史密斯科技有限公司	中国 中国	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

序号	客户名称	客户总部所在国家	主要合作主体	合作主体所在国家	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						
2	安保集团	丹麦	安保(厦门)塑胶工业有限公司	中国	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
			King Systems Corp.	美国									
3	丹纳赫集团	美国	Sendx Medical Inc.	美国	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
			天津博纳艾杰尔科技有限公司	中国									
			Leica Biosystems Richmond, INC.	美国									
			Leica Biosystems Nussloch GmbH	德国									
			Leica Biosystems Melbourne Pty LTD	澳大利亚									
4	贝莱胜集团	美国	PLEXUS SERVICES RO S. R. L.	罗马尼亚	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
			贝莱胜电子(厦门)有限公司	中国									
			PLEXUS MANUFACTURING SDN BHD	马来西亚									
5	厦门赫比	中国	赫比(厦门)精密塑胶制品有限公司	中国	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	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

序号	客户名称	客户总部所在国家	主要合作主体	合作主体所在国家	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						
										供代工服务			
6	BE 航空	美国	B/E Aerospace (UK) Ltd B/E-WS Seat Assembly B/E Aerospace, Inc.	英国 美国 美国	-	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	美国	Berlin Packaging LLC	美国	-	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	合作主体	2020 年度				2019 年度				2018 年度			
		注塑模具	注塑件	小计	合作主体金额占比	注塑模具	注塑件	小计	合作主体金额占比	注塑模具	注塑件	小计	合作主体金额占比
金史密斯集团	北京金史密斯科技有限公司	36.25	159.02	195.27	7.43%	159.19	1,760.35	1,919.53	100.00%	119.11	931.40	1,050.51	100.00%
	山东金史密斯科技有限公司	-	2,431.16	2,431.16	92.57%	-	-	-	-	-	-	-	-
	小计	36.25	2,590.18	2,626.43	100.00%	159.19	1,760.35	1,919.53	100.00%	119.11	931.40	1,050.51	100.00%
安保集团	安保(厦门)塑胶工业有限公司	909.63	732.07	1,641.70	88.70%	890.37	231.14	1,121.51	87.76%	549.15	8.77	557.91	100.00%
	King Systems Corp.	208.35	0.78	209.13	11.30%	156.35	-	156.35	12.24%	-	-	-	-
	小计	1,117.98	732.85	1,850.83	100.00%	1,046.72	231.14	1,277.86	100.00%	549.15	8.77	557.91	100.00%
丹纳赫集团	Sendx Medical Inc.	13.07	281.48	294.56	25.59%	-	254.34	254.34	39.59%	5.21	230.87	236.08	37.17%
	天津博纳艾杰尔科技有限公司	79.14	320.15	399.29	34.69%	-	-	-	-	-	-	-	-

公司名称	合作主体	2020 年度				2019 年度				2018 年度			
		注塑模具	注塑件	小计	合作主体 金额占比	注塑模具	注塑件	小计	合作主体 金额占比	注塑模具	注塑件	小计	合作主体 金额占比
	Leica Biosystems Richmond, INC.	-	81.35	81.35	7.07%	-	150.09	150.09	23.36%	24.84	109.77	134.61	21.19%
	Leica Biosystems Nussloch GmbH	-	91.72	91.72	7.97%	-	78.26	78.26	12.18%	-	104.52	104.52	16.46%
	Leica Biosystems Melbourne Pty LTD	-	107.38	107.38	9.33%	-	79.47	79.47	12.37%	-	68.94	68.94	10.85%
	其他	42.90	133.96	176.86	15.36%	-3.43	83.74	80.31	12.50%	18.04	72.92	90.96	14.32%
	小计	135.11	1,016.05	1,151.16	100.00%	-3.43	645.91	642.48	100.00%	48.09	587.02	635.11	100.00%
贝莱 胜集 团	PLEXUS SERVICES RO S. R. L.	360.11	154.98	515.09	94.79%	-	10.17	10.17	24.55%	-	-	-	-
	贝莱胜电子（厦门） 有限公司	16.08	12.00	28.08	5.17%	15.80	15.46	31.26	75.45%	25.30	20.28	45.58	93.31%
	PLEXUS MANUFACTURING SDN BHD	-	0.24	0.24	0.04%	-	-	-	-	3.27	-	3.27	6.69%
	小计	376.19	167.23	543.41	100.00%	15.80	25.63	41.43	100.00%	28.57	20.28	48.85	100.00%
厦门 赫比	赫比（厦门）精密塑 胶制品有限公司	538.99	1.55	540.54	100.00%	-	-	-	-	171.38	8.01	179.39	100.00%
BE 航 空	B/E Aerospace (UK) Ltd	5.06	202.41	207.47	54.98%	1.24	439.99	441.23	59.74%	49.21	344.38	393.58	65.71%
	B/E-WS Seat Assembly	-	-	-	-	-	170.81	170.81	23.13%	-	133.02	133.02	22.21%
	B/E Aerospace, Inc.	12.81	111.78	124.60	33.02%	-	47.58	47.58	6.44%	1.18	0.51	1.69	0.28%
	其他	25.24	20.05	45.29	12.00%	-	78.95	78.95	10.69%	4.98	65.69	70.67	11.80%
	小计	43.11	334.24	377.35	100.00%	1.24	737.34	738.58	100.00%	55.37	543.60	598.96	100.00%
柏林 包装	Berlin Packaging LLC	7.35	501.84	509.19	100.00%	13.22	494.16	507.38	100.00%	37.78	839.03	876.81	100.00%

公司名称	合作主体	2020 年度				2019 年度				2018 年度			
		注塑模具	注塑件	小计	合作主体 金额占比	注塑模具	注塑件	小计	合作主体 金额占比	注塑模具	注塑件	小计	合作主体 金额占比
	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:(1)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;(2)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 9 月份之前发行人主要为安保集团提供注塑模具产品,注塑件产品销量较小,2019 年 9 月份安保集团转移了颈罩注塑组装项目给发行人,因此 2019 年和 2020 年注塑件收入有了大幅度提升;(3)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和诊断设备配件以及生命科学相关的检测耗材等,2020 年受到新冠疫情的影响,诊断设备和医疗检测耗材的市场需求增加,发行人对其销售有所增加;(4)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;(5)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;(6)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;(7)柏林包装,2019 年、2020 年由于中美贸易摩擦,客户减少了对中国市场的采购,业务受到一定影响。发行人其他领域以注塑件为主,其中销售金额较大的合作主体有北京金史密斯科技有限公司和山东金史密斯科技有限公司,均位于国内,发行人为其配套注塑件运输成本较低且较为便捷,具有合理性。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,除 BE 航空、柏林包装销售收入明显下滑外,与客户的合作具有稳定性与持续性。

截至 2021 年 3 月 31 日,发行人对 BE 航空在手订单金额为 118.44 万元,较 2020 年降幅已有所收窄;发行人对柏林包装在手订单为 252.16 万元,

较 2020 年订单已企稳。报告期内，发行人对 BE 航空和柏林包装销售收入规模较小，销售收入下滑不会对公司持续经营造成重大不利影响。

2. 健康产品

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	客户总部所在国家	合作主体	合作主体所在国家	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	晨北集团	美国	YOOWO CO., LIMITED	中国香港	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。晨北集团于 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	中国香港	Energia Team Limited	中国香港	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
			AC GREEN LIMITED	中国香港									
			Rocdan Limited	中国香港									
3	巨浪电商	中国	HONG KONG JUCHI TRADING CO., LIMITED	中国香港	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
			深圳巨浪电子商务	中国									

序号	公司名称	客户总部所在国家	合作主体	合作主体所在国家	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						
4	莫霍克电商	美国	Vremi llc	美国	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	中国	傲基科技股份有限公司	中国	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	德国	Lidl Hong Kong Limited	中国香港	-	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	大字环球	韩国	Daewoo Global Co., LTD.	韩国	-	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	中国	TCL 家用电器 (中山) 有限公司	中国	-	-	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	合作主体	2020 年度	占比	2019 年度	占比	2018 年度	占比
晨北集团	YOOWO CO., LIMITED	12,053.66	100.00%	4,838.25	100.00%	6,870.85	100.00%
润丰电商	Energia Team Limited	1,668.43	72.66%	-	-	-	-
	AC GREEN LIMITED	325.85	14.19%	753.98	100.00%	14.67	100.00%
	Rocdan Limited	302.09	13.15%	-	-	-	-
	小计	2,296.37	100.00%	753.98	100.00%	14.67	100.00%
巨浪电商	HONG KONG JUCHI TRADING CO., LIMITED	1,102.35	99.47%	343.53	99.06%	45.04	100.00%
	深圳巨浪电子商务有限公司	5.91	0.53%	3.26	0.94%	-	-
	小计	1,108.26	100.00%	346.79	100.00%	45.04	100.00%
莫霍克电商	Vremi llc	1,059.17	100.00%	831.40	100.00%	-	-
傲基电商	傲基科技股份有限公司	858.43	100.00%	582.98	100.00%	538.26	100.00%
历德集团	Lidl Hong Kong Limited	847.64	100.00%	2,645.24	100.00%	1,012.57	100.00%
大字环球	Daewoo Global Co., LTD.	263.02	100.00%	1,124.68	100.00%	1,278.58	100.00%
TCL 集团	TCL 家用电器（中山）有限公司	343.96	100.00%	105.30	100.00%	1,234.90	100.00%
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	-	13,156.34	-	12,473.39	-
占比		70.85%	-	85.35%	-	88.15%	-

（二）补充披露汽车领域注塑模具和注塑件可比公司的客户集中度及对主要客户销售规模，汽车领域主要客户对同类注塑模具和注塑件供应商的数量和供货份额控制情况，并结合前述情况分析并披露发行人对汽车领域主要客户注塑模具及注塑件（如均胜电子、艾福迈集团）的销售收入规模较小且相较客户体量显著偏低的原因及合理性，是否为行业内普遍现象，对发行人业务发展战略的影响及应对措施。

1. 汽车领域注塑模具和注塑件可比公司的客户集中度

报告期内，公司前五大客户销售收入占营业收入的比例及与同行业可比公司对比情况如下：

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
上海亚虹	66.26%	68.84%	68.74%
天龙股份	53.99%	54.95%	59.58%
肇民科技	85.40%	80.44%	78.67%

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
海泰科	67.06%	58.79%	68.94%
宁波方正	51.45%	55.03%	56.25%
平均值	64.83%	63.61%	66.44%
发行人	65.16%	70.18%	66.26%

注 1: 上海亚虹、天龙股份数据为前五大客户占主营业务收入比例, 肇民科技、海泰科、宁波方正数据为汽车领域前五大占汽车领域收入比例;

注 2: 同行业可比公司横河模具汽车领域占比较低且未单独披露汽车领域前五大客户占比, 故未列示在上述表格中。

报告期各期, 发行人的客户集中度与可比公司不存在重大差异。可比公司中天龙股份、宁波方正汽车领域客户集中度相对较低, 肇民科技汽车领域客户集中度相对较高, 发行人的汽车领域客户集中度处于中间水平。

2. 汽车领域注塑模具和注塑件可比公司的主要客户销售收入规模情况如下(单位: 万元):

公司名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
上海亚虹	前五合计	39,220.47	前五合计	38,832.00	前五合计	43,806.35
天龙股份	前五合计	52,545.29	前五合计	50,503.18	前五合计	55,203.66
肇民科技	康明斯	16,661.81	康明斯	5,980.98	康明斯	3,146.95
	莱顿	3,367.56	莱顿	2,792.48	莱顿	2,856.06
	浙江远景汽配有限公司	3,346.79	日本特殊陶业	2,616.02	浙江远景汽配有限公司	1,580.78
	日本特殊陶业	3,052.30	浙江远景汽配有限公司	1,903.38	日本特殊陶业	1,350.42
	石通瑞吉亚太电子(苏州)有限公司	1,831.79	石通瑞吉亚太电子(苏州)有限公司	1,139.56	哈金森	1,173.60
	前五合计	28,260.25	前五合计	14,432.42	前五合计	10,107.81
海泰科	佛吉亚	13,561.96	佛吉亚	8,279.06	萨玛	7,108.73
	延锋汽车饰件系统有限公司	6,037.15	萨玛	3,201.03	佛吉亚	5,851.19
	雷诺	4,225.18	延锋汽车饰件系统有限公司	2,964.11	埃驰	2,680.21
	萨玛	3,889.14	常熟市汽车饰件股份有限公司	2,864.25	安通林	1,679.53
	埃驰	2,833.87	劳士领	2,792.56	彼欧	1,429.97
	前五合计	30,547.31	前五合计	20,101.01	前五合计	18,749.62
	宁波方正	萨玛	10,416.39	萨玛	15,652.23	萨玛
佛吉亚		8,706.34	佛吉亚	5,439.99	德科斯米尔	5,651.62
一汽富维		5,589.08	亚普股份	4,994.90	曼胡默尔	4,948.70
宁波华翔		4,201.26	曼胡默尔	3,988.62	佛吉亚	4,139.46
亚普股份		4,131.27	一汽富维	3,903.53	迪安	3,892.18

公司名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	前五合计	33,044.34	前五合计	33,979.27	前五合计	30,699.22
	均胜电子	4,182.97	均胜电子	6,055.95	均胜电子	5,966.96
	艾福迈集团	2,459.55	艾福迈集团	3,423.55	施耐德博士集团	3,422.82
发行人	施耐德博士集团	2,031.78	Altcam 集团	2,030.53	Altcam 集团	1,897.53
	卡尔海丝公司	929.77	施耐德博士集团	1,758.47	艾福迈集团	1,808.86
	慧鱼集团	692.07	麦格纳集团	1,230.99	麦格纳集团	1,806.48
	前五合计	10,296.14	前五合计	14,499.49	前五合计	14,902.65

注 1: 上海亚虹、天龙股份未披露汽车领域前五大客户销售收入, 数据为前五大客户销售收入。

注 2: 同行业可比公司横河模具汽车领域占比较低且未单独披露汽车领域前五大客户数据, 故未列示在上述表格中。

发行人对汽车领域前五大客户合计销售收入规模与肇民科技接近, 低于上海亚虹、天龙股份、海泰科、宁波方正, 主要原因如下: A、上海亚虹、天龙股份未披露汽车领域前五大客户销售收入, 数据为前五大客户销售收入, 口径存在差异; B、海泰科、宁波方正主要为汽车大型模具制造, 细分领域与发行人不同。

汽车零部件原材料以钢材为主, 据统计, 钢材重量占汽车比重约为 70%, 注塑件重量占汽车比重较低, 且发行人产品主要为汽车零部件细分领域中体积相对较小的结构功能件, 单位价值较低。例如, 发行人提供给均胜电子产品的主要为中控按键系统注塑件, 平均售价位于 0.50-0.70 元/件, 而均胜电子汽车电子系统平均单位成本位于 140-190 元/套, 发行人占比较低。因此发行人对汽车领域主要客户注塑模具及注塑件(如均胜电子、艾福迈集团)的销售收入规模较小且相较客户体量显著偏低。

综上, 发行人对汽车领域主要客户注塑模具及注塑件的销售收入规模具有合理性。

3. 汽车领域主要客户对同类注塑模具和注塑件供应商的数量和供货份额控制情况

汽车领域主要客户通常按汽车零部件所属系统(如中控及按键系统、车门系统、空调系统等)对注塑模具和注塑件供应商进行分类管控, 对同一系统注塑模具和注塑件供应商数量通常控制在 2-4 家。汽车领域主要客户通过将不同品牌车型的不同型号产品分配给同类注塑模具和注塑件公司, 以此实现对供货份额的控制。

综上, 发行人对汽车领域主要客户注塑模具及注塑件的销售收入规模较小且相较客户体量显著偏低属于行业普遍现象, 具有合理性。

(三) 补充披露汽车领域主要客户对不同类别注塑模具和注塑件供应商的准入门槛是否存在差异, 发行人是否面临被同行业公司替代或挤占供货份额的风险。

1. 汽车领域应用细分众多, 产品重叠小, 不同细分领域供应商准入门槛存在较大差异

汽车行业是注塑模具及注塑件规模最大的下游应用领域, 通常按用途可分为外饰件、内饰件和功能结构件等。按照用途划分的注塑模具和注塑件对比情况如下:

项目	内外饰件	结构功能件
用途	汽车内部或者外部装饰所需的零部件	汽车内具有结构支撑、固定零部件、抗振、绝热、电气绝缘、机械传动等功能的零部件
模具尺寸	大型模具为主	中小型模具为主
品质要求	注重安全性、舒适度、外观美观度	注重安全性、耐用性、一致性和稳定性
精密度要求	较低	较高
设备要求	大型设备为主	中小型设备为主
主要产品应用领域	汽车保险杠、仪表盘、座椅、门板等	中控系统、空调出风口系统、汽车油箱系统等
对应可比公司	海泰科、宁波方正、上海亚虹	发行人、肇民科技、天龙股份

汽车领域主要客户选择内外饰件供应商时，偏向选择拥有大型模具生产设备且有大型模具制造经验的企业，对精密度要求相对较低。汽车领域主要客户选择结构功能件供应商时，偏向选择中小型生产设备为主且拥有中小型模具制造经验的企业，对精密度要求相对较高。发行人创立以来，一直以生产中小型精密结构功能件模具和注塑件为主，产品在品质要求、精密度要求、人员经验要求、设备要求均和以汽车保险杠等大型模具为主的生产企业例如海泰科、宁波方正有所不同。汽车领域主要客户在遴选供应商时会综合考虑上述因素，根据产品类别的不同选择具有相关领域经验的供应商，因此不同类型企业之间不存在明显的竞争关系。

汽车领域的内外饰件、结构功能件又可按部位细分至汽车各部位，应用细分众多，产品丰富多样，要求各不相同，汽车领域主要客户通常在某一个或者几个细分领域拥有核心优势并具有较强的话语权，并配套对应领域经过严苛认证过程筛选出的供应商，因此各汽车领域注塑模具、注塑件生产企业间的产品重叠较小。

综上，不同细分领域的供应商准入门槛存在较大差异。

2. 汽车品牌厂商众多，配套供应商各不相同

全球汽车品牌厂商众多，大致可分为德系、美系、日系、韩系和国内品牌等，各车系厂商的技术路线及车型各不相同，发展出风格完全不同的配套供应商体系。例如，发行人注塑模具主要配套德系整车厂一级供应商，整体要求更高，侧重于技术水平、高精度、耐用性等。除均胜电子、麦格纳集团等国际性汽车零部件厂商外，不同车系各级供应商之间相互交叉的情况较少。

3. 汽车行业客户粘性大

汽车行业拥有一套完善的技术质量标准体系，对供应商甄选、认证的过程时间长、成本高，无重大质量问题一般不随意更换供应商，且后续新增项目时会优先考虑有稳定合作关系的供应商。发行人与均胜电子、艾福迈集团、施耐德博士集团等汽车行业客户合作历史悠久，产品质量稳定，得到了客户高度认可，未来被替换的可能性较小。

综上，公司汽车领域注塑模具、注塑件产品被生产不同类型汽车注塑模具、注塑件的企

业竞争及替代的风险较低。

（四）补充披露发行人向除艾福迈集团以外的其他汽车领域客户提供的产品与“国六标准”无关的原因，相关产品是否因新老标准切换而面临淘汰风险。

国家第六阶段机动车污染物排放标准又被称为“国六标准”，是指为贯彻《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国大气污染防治法》，防治压燃式及气体燃料点燃式发动机汽车排气对环境的污染，保护生态环境，保障人体健康而制定的标准。发行人与汽车燃油及排放相关的产品包括均胜电子、艾福迈集团的汽车油箱阀配件、卡尔海丝公司的发动机系统零部件。其中，均胜电子的汽车油箱阀配件金额较小且经询问客户未明确告知产品是否为“国六标准”产品。卡尔海丝公司的发动机系统零部件系境外销售，不适用国内排放标准。因此报告期内，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。公司销售的汽车油箱阀配件大部分系“国五标准”、“国六标准”通用标准零配件，因新老标准切换而面临淘汰的产品销售金额占比较小。

综上，国六标准更新换代对公司相关产品销售影响不大。

（五）补充披露发行人主要客户是否存在自建注塑模具、注塑件工厂的计划，如是，发行人是否存在收入下滑风险。

发行人主要客户自建注塑模具、注塑件工厂情况

由于注塑模具及注塑件属于下游汽车领域、电子领域、家居领域及其他领域客户生产必备的工具和零部件，当下游客户生产经营达到一定规模时，一般会自建模具加工厂和/或注塑件工厂。截至目前，发行人主要客户自建模具加工厂、注塑件工厂情况如下：

所属领域	主要客户名称	是否自建模具加工厂	是否自建注塑件工厂	销售金额（万元）		
				2020 年度	2019 年度	2018 年度
汽车领域	均胜电子	是	是	4,182.97	6,055.95	5,966.96
	艾福迈集团	否	是	2,459.55	3,423.55	1,808.86
	施耐德博士集团	是	是	2,031.78	1,758.47	3,422.82
	卡尔海丝公司	是	是	929.77	387.43	1,201.48

所属领域	主要客户名称	是否自建模具加工厂	是否自建注塑件工厂	销售金额（万元）		
				2020 年度	2019 年度	2018 年度
	慧鱼集团	是	是	692.07	853.57	0.66
	麦格纳集团	是	是	585.86	1,230.99	1,806.48
	Altcam 集团	否	是	529.05	2,030.53	1,897.53
电子领域	盈趣科技	是	是	9,490.99	7,207.80	4,613.25
	康普集团	否	是	5,173.15	2,714.43	3,546.34
	尼得科集团	否	否	1,817.24	734.94	377.84
	力纳克集团	否	否	1,093.69	1,006.08	1,078.76
	福迪威集团	否	否	977.72	1,232.78	1,262.13
	丹纳赫集团	否	否	845.35	839.69	880.00
家居领域	博格步集团	否	否	4,328.35	3,911.90	3,721.79
	威卢克斯集团	否	不详	3,866.59	2,790.26	2,145.33
	宜家集团	否	否	2,684.02	2,438.77	1,058.86
	冯氏集团	否	否	682.09	848.84	718.12
	诺沃雷克斯集团	否	否	246.26	365.51	692.61
其他领域	金史密斯集团	否	否	2,626.43	1,919.53	1,050.51
	安保集团	否	是	1,850.83	1,277.86	557.91
	丹纳赫集团	否	否	1,151.16	642.48	635.11
	贝莱胜集团	否	否	543.41	41.43	48.85
	厦门赫比	否	是	540.54	-	179.39
	BE 航空	否	否	377.35	738.58	598.96
	柏林包装	否	否	509.19	507.38	876.81

发行人报告期内各领域前五大客户合计共 25 家，其中有 6 家客户自建了模具加工厂和注塑件工厂，另外有 5 家客户自建了注塑件工厂，上述客户基于满足自身业务扩张需求、供应链完整性、个别零部件生产保密性等需求而自建模具加工厂、注塑件工厂，具有合理性，属于行业惯例。

由于发行人在模具加工方面积累了丰富的技术和经验，在注塑生产方面成本更低，部分主要客户虽自建了模具加工厂、注塑件工厂，但仍与发行人保持持续、稳定的交易。报告期内，虽然存在麦格纳集团因自建注塑件工厂而造成发行人对其销售收入下滑的情况，但发行人对上述自建模具加工厂、注塑件工厂的客户合计销售收入分别为 25,001.68 万元、26,940.58 万元和 28,466.56 万元，整体保持持续、稳定增长态势，发行人因客户自建模具加工厂、注塑件工厂而导致经营业绩下滑的风险较小。

（六）补充披露发行人与个别主要客户销售金额下降、但未造成对其供货份额的大幅下降的判断依据，报告期内是否存在订单流失的情形，如是，请披露主要原因及后续订单获取情况。

发行人已对销售收入下降较大的福迪威集团、BE 航空、柏林包装等公司收入下降原因、后续订单情况等进行了补充披露，详细内容参见本题（一）之回复。

（七）补充披露发行人对诺沃雷克斯集团销售的产品系委外加工和对外采购的原因，是否符合客户对合同执行的要求，发行人对其他客户提供的产品是否存在类似情形。

发行人通过委外加工和对外采购方式为诺沃雷克斯集团提供塑料叉子、盘子等一次性餐具产品的主要原因为：一方面，发行人注塑件以工业中间产品为主且品类众多，共线生产一次性餐具产品对产品质量有一定不利影响；另一方面，受托加工厂商为专业的一次性塑料餐具生产企业，专业且经验丰富。

发行人与诺沃雷克斯集团签订的合同中未明确禁止发行人对外委托加工等情形，发行人通过委外加工和对外采购为诺沃雷克斯集团提供的产品符合合同约定的质量要求，发行人与诺沃雷克斯集团未因合同执行方式或产品质量等发生诉讼或纠纷。

除此之外，报告期内发行人对其他主要客户提供的产品不存在将成品进行委外加工后直接销售的情形。

发行人已对上述与诺沃雷克斯集团合作的情况进行了补充披露，详细内容参见本题（一）之回复。

（八）补充披露发行人对健康产品采用 ODM 或 OEM 模式生产的判断依据，采取 ODM 模式服务的客户是否对产品设计产生贡献，相关模式划分是否准确。

公司的健康产品主要为空气净化器、玻璃清洁机等，其主要采取 ODM、OEM 相结合的方式组织生产：ODM 模式，即公司自主设计健康产品，产品向品牌商推荐，品牌商可直接贴牌销售；OEM 模式，即公司根据客户提供的健康产品的外观设计、结构设计、性能优化要求等，进行模具开发、注塑结构件生产、零部件采购，并最终实现健康产品的总成。因此，在 ODM 模式下客户不对产品设计产生贡献。发行人上述对 ODM 模式和 OEM 模式的划分符合行业定义。

（九）补充披露报告期各期发行人对历德集团销售的玻璃清洁机占玻璃清洁机收入的比例，其他玻璃清洁机客户的基本情况、获取方式和销售的可持续性。

发行人玻璃清洁机产品情况

报告期内发行人玻璃清洁机业务主要系和历德集团、傲基电商合作。报告期内，发行人玻璃清洁机前五大客户共 9 家，其销售收入及其销售收入占玻璃清洁机业务收入的比例如下（单位：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
历德集团	847.64	76.96%	2,645.24	92.53%	1,012.57	79.34%
傲基电商	71.35	6.48%	63.40	2.22%	31.05	2.43%
Robert Thomas Metall- und	67.68	6.14%	0.97	0.03%	-	-

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
Elektrowerke GmbH & Co.KG						
AUCHAN SNC OIA	53.07	4.82%	0.36	0.01%	-	-
E2 LIMITED	33.79	3.07%	-	-	-	-
宁波市友宁斯达贸易有限公司	2.79	0.25%	42.08	1.47%	-	-
LECHPOL ELECTRONICS	-	-	18.97	0.66%	37.00	2.90%
百事泰集团	-0.05	0.00%	16.99	0.59%	39.17	3.07%
ETA a. s.	-	-	-	-	37.98	2.98%
前五大玻璃清洁机客户合计	1,076.27	97.72%	2,788.01	97.52%	1,157.78	90.71%
玻璃清洁机产品合计	1,101.42	100.00%	2,858.88	100.00%	1,276.30	100.00%

注：百事泰集团包括深圳市百事泰电气有限公司和 Bestek Global Ltd，双方系同一实际控制人控制企业，故合并计算。

报告期各期，历德集团均为发行人玻璃清洁机第一大客户。报告期内发行人对历德集团销售收入分别为 1,012.57 万元、2,645.24 万元和 847.64 万元，占玻璃清洁机产品收入的比例分别为 79.34%、92.53%和 76.96%，占比较高。2020 年发行人对历德集团销售收入下降，主要原因是 2020 年欧洲疫情较为严重，历德集团部分线下商超被要求限时开放，因此历德集团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。

报告期内，发行人玻璃清洁机业务前五大客户基本情况、获取方式和销售的可持续性情况如下：

序号	公司名称	各期排名			合作开始年度	成立时间	主营业务	客户获取方式
		2020 年度	2019 年度	2018 年度				
1	历德集团	1	1	1	2018 年	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	通过展会接洽
2	傲基电商	2	2	5	2018 年	2010 年	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	通过阿里巴巴推广渠道获取
3	Robert Thomas Metall- und Elektrowerke GmbH & Co. KG	3	-	-	2017 年	1900 年	是一家全球性的公司，长期致力于高端多功能“洗尘清洁器”产品的开发研究	通过展会接洽
4	AUCHAN SNC OIA	4	-	-	2020 年	1961 年	又称“欧尚集团”，是法国第二大以经营零售业为主的商业集团，全球十大零售商之一，主营业务为大型超级市场、超级市场、便利店，同时涉足加工产业和金融业	通过展会接洽

序号	公司名称	各期排名			合作开始年度	成立时间	主营业务	客户获取方式
		2020年度	2019年度	2018年度				
5	E2 LIMITED	5	-	-	2020年	2019年	香港的贸易公司，拥有与Costco 等大型卖场多年的合作经验。主要产品是：塔式风扇、排气扇、空气净化器	通过阿里巴巴推广渠道获取
6	宁波市友宁斯达贸易有限公司	-	3	-	2019年	2008年	自营和代理货物和技术的进出口，汽车配件、服装、面料、家装用品（除危险化学品）、文具、户外用品、鞋帽、饰品、化妆品、日用品的批发	通过阿里巴巴推广渠道获取
7	LECHPOL ELECTRONICS	-	4	4	2017年	1990年	波兰一家大型贸易公司，提供各种类别的电气专业设备和消费类电子产品	通过展会接洽
8	百事泰集团	-	5	2	2017年	2007年	国内首家 F2C 电子商务连锁企业。主要从事汽车用品，插座，小家电，智能家居等产品的研发、设计、生产及跨境电商业务	通过阿里巴巴推广渠道获取
9	ETA a. s.	-	-	3	2017年	1943年	捷克共和国知名电器品牌商，目前在捷克共和国拥有 25 家商店	通过展会接洽

玻璃清洁机属于新兴小家电产品，除历德集团、傲基电商外，其他玻璃清洁机客户多为采购小批量产品用于试水市场反应，未来有望扩大合作规模，但存在不确定性。

（十）补充披露 2017 年以来发行人对晨北集团的供货份额，2020 年 1-6 月未进入晨北集团前五大供应商的原因，2017 年对晨北集团销售产品包括空气加湿器但其后期间没有空气加湿器的原因，分析并披露供货份额波动的合理性。

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。

根据晨北集团的招股说明书、年度报告等公开资料，2017 年至 2020 年发行人对晨北集团的供货份额情况如下：

期间	占采购总额比例	晨北集团披露的供应商排名
2020 年度	8.4% ^注	晨北集团仅披露了前五大供应商占采购总金额的比例，未披露前五大供应商明细，无法判断发行人是否进入前五大供应商
2019 年度	8.20%	第二大
2018 年度	17.00%	第一大
2017 年度	10.50%	第一大

数据来源：晨北集团招股说明书、年度报告等公开资料

注：2020 年占采购总额比例系根据发行人销售金额除以晨北集团采购额进行计算得出（汇率采用期初与期末算术平均数）；2020 年 1-6 月，发行人未进入晨北集团前五大供应商。

2016 年发行人通过展会与晨北集团接洽，2017 年通过 VK-6011 型号空气净化器开始合

作，此款机型成为当年亚马逊单品销售爆款，因此发行人 2017 年、2018 年成为晨北集团第一大供应商。2019 年晨北集团拓展新产品空气炸锅获得成功，随着空气炸锅采购金额快速上升，2019 年发行人供货份额有所下滑，为晨北集团第二大供应商。2020 年 1-6 月，随着晨北集团销售规模、产品品类及推广策略的变化，特别是其大力推广由其他供应商提供的新款空气净化器产品，造成 2020 年 1-6 月晨北集团对发行人的采购金额及占比大幅下滑，发行人未能进入其前五大供应商。2020 年 7-12 月，受“加州山火”、“新冠疫情”等因素影响，晨北集团对发行人的空气净化器产品采购金额大幅增加，晨北集团 2020 年年度报告未披露前五大供应商具体名称，根据测算，发行人占晨北集团 2020 年供货份额与 2019 年相比差异不大。综上，发行人对晨北集团的供货份额波动具有合理性。

（十一）结合《关于修改〈中华人民共和国烟草专卖法实施条例〉的决定（征求意见稿）》的内容分析并披露对主要客户电子烟业务的影响，以及对发行人注塑件业务的影响。

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。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”。

2021 年 3 月 22 日，为加强对电子烟等新型烟草制品的监管，工业和信息化部、国家烟草专卖局研究起草了《关于修改〈中华人民共和国烟草专卖法实施条例〉的决定（征求意见稿）》，在《中华人民共和国烟草专卖法实施条例》附则中增加一条，作为第六十五条：“电子烟等新型烟草制品参照本条例中关于卷烟的有关规定执行”。发行人电子烟配件主要客户为盈趣科技，其电子烟产品最终客户为菲莫国际（菲莫国际成立于 1987 年，是全球知名的烟草和食品制造商），盈趣科技以 ODM 模式为基础，为菲莫国际及其一级供应商提供电子烟部件智能制造解决方案。目前，菲莫国际电子烟产品主要市场是日本、美国等国家，尚未在中国市场进行销售，因此《关于修改〈中华人民共和国烟草专卖法实施条例〉的决定（征求意见稿）》暂不会对发行人主要客户盈趣科技电子烟业务造成影响，亦不会影响发行人的电

子烟注塑配件业务。

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。

（十二）补充披露报告期各期各季度主营业务收入和三类产品收入金额的情况，结合主要产品特点及收入确认周期分析并披露收入季节性波动的合理性。

主营业务收入季节性特征分析

报告期各期各季度注塑模具、注塑产品、健康产品的主营业务收入金额和收入占比如下

（单位：万元，%）：

项目	季度	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		收入金额	占比	收入金额	占比	收入金额	占比
注塑模具	第一季度	4,118.24	23.18	4,141.32	22.63	5,645.95	28.75
	第二季度	3,703.23	20.84	3,853.05	21.05	5,088.42	25.91
	第三季度	4,445.60	25.02	3,288.52	17.97	3,837.30	19.54
	第四季度	5,502.47	30.97	7,018.19	38.35	5,069.81	25.81
	合计	17,769.53	100.00	18,301.09	100.00	19,641.48	100.00
注塑件	第一季度	8,051.53	17.92	8,518.43	22.72	6,828.97	21.78
	第二季度	9,629.08	21.44	9,508.78	25.36	7,375.39	23.52
	第三季度	12,550.20	27.94	9,931.45	26.48	7,825.10	24.96
	第四季度	14,691.40	32.70	9,540.03	25.44	9,327.26	29.75
	合计	44,922.21	100.00	37,498.69	100.00	31,356.72	100.00
健康产品	第一季度	1,703.42	6.41	3,355.14	25.50	1,486.05	11.91
	第二季度	6,349.96	23.89	2,886.58	21.94	2,604.13	20.88
	第三季度	7,042.65	26.50	3,752.45	28.52	3,524.27	28.25
	第四季度	11,482.70	43.20	3,162.16	24.04	4,858.93	38.95
	合计	26,578.73	100.00	13,156.34	100.00	12,473.39	100.00

公司注塑模具产品主要用于生产汽车零部件，报告期内汽车领域模具收入占模具产品的比例为 78.65%、73.06%和 56.66%。汽车零部件属于客户定制化的产品，发行人模具产品收入确认受下游整车厂商汽车开发进度、客户验收时间等多方面影响，模具主营业务收入在季度之间存在一定的波动。下游客户汽车零部件供应商的采购周期主要取决于车型开发和生产时间计划，该时间计划并无明显的季节性特征，通常主要取决于市场前景等多方面综合因素；同时汽车模具的生产周期较长，报告期内公司注塑模具生产周期大多为 7 个月至 13 个月，客户验收时间具有一定的不确定性。该不确定性导致了汽车零部件企业采购模具不均衡。因此，报告期内，公司的注塑模具销售收入不存在明显的季节性特征。

发行人所处行业的季节性与下游行业特征有关，销售的注塑产品大部分属于客户定制化的产品，下游行业分布较为分散。发行人注塑件用于电子领域、家居领域、汽车领域及其他

领域。报告期内，发行人注塑件产品各应用领域收入构成情况如下：

应用领域	2020 年度	2019 年度	2018 年度
电子领域	44.93%	39.18%	36.20%
家居领域	25.20%	26.45%	27.29%
汽车领域	12.76%	19.44%	22.46%
其他领域	17.11%	14.92%	14.04%
合计	100.00%	100.00%	100.00%

各个领域还有各自的细分市场。其中电子领域下游终端主要产品包括电子烟配件、光纤通讯设备零件等。家居领域的细分市场有婴儿车配件、斜屋顶窗户及配件、架子配件等。注塑产品的应用市场的广泛分布导致注塑产品的收入没有明显的季节性波动。因此，报告期内，公司的注塑件销售收入不存在明显的季节性特征。

发行人健康产品以外销家电为主，下半年全球各大市场都会有较多的节假日以及推广活动，例如亚马逊会员日、黑色星期五、感恩节、圣诞节等，下半年属于传统的销售旺季。特别是空气净化器等小家电每年 3 至 4 月、11 月至 12 月（分别对应国外的花粉季以及感恩节与圣诞节）受促销活动刺激的影响，同时考虑到 1 至 2 个月的船期及上架等时间，客户会从第三季度开始增加订单，在 9 月至 12 月初为出货高峰期，同时为了弥补中国春节期间的产能缺口，销售旺季多集中在三、四季度。因此，报告期内，公司健康产品销售收入呈现一定的季节性波动，下半年的销售高于上半年。

2020 年一季度新冠疫情爆发，该时间段正好对应我国春节假期前后，由于各地疫情的管制，人员复工率低，工厂基本处于产能不足的状态，导致 2020 年一季度销售额相对较少。随着中国对疫情快速、有效的控制，2020 年三、四季度，工厂复工率基本达到 100%，之前积压的订单顺利生产销售，助推了四季度营业收入的增加。因此，发行人注塑件、健康产品的销售收入及占比均出现 2020 年一季度明显偏低、四季度明显偏高的情况。

（十三）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）通过全国中小企业信用信息公示系统、中信保、主要客户网站等方式查询主要产品各应用领域的主要客户总部所在国家/地区及发行人合作主体的所在地；取得企业销售明细表，了解发行人与各合作主体的收入占主要客户收入情况；访谈发行人销售负责人，了解各注塑件合作主体与发行人工厂的距离情况，分析发行人向位于马来西亚以外的境外客户提供注塑件的合理性；

（2）查询同行业可比公司的客户集中度和对主要客户销售规模；访谈发行人销售负责人，了解汽车领域主要客户对同类注塑模具和注塑件供应商的数量和供货份额控制情况；分

析前述情况的原因和合理性，是否为行业内普遍现象，对发行人业务发展战略的影响和应对措施；

(3) 访谈发行人销售负责人，了解汽车领域主要客户对不同类别注塑模具和注塑件供应商的准入门槛，分析发行人是否面临被同行业公司替代或挤占供货份额的风险；

(4) 访谈发行人销售负责人，了解相关产品是否因新老标准切换而面临淘汰风险；

(5) 了解发行人主要客户是否存在自建注塑模具、注塑件工厂的计划，分析发行人是否存在收入下滑风险；

(6) 获得发行人报告期内收入下滑的主要客户订单情况，分析报告期内是否存在订单流失情况及原因；

(7) 查看发行人对诺沃雷克斯的销售合同及订单，判断发行人对诺沃雷克斯集团销售产品系委外加工和对外采购是否符合合同执行要求；访谈发行人销售负责人，了解发行人对诺沃雷克斯集团销售产品系委外加工和对外采购的原因，发行人对其他客户提供的产品是否存在类似情形；

(8) 确认 ODM 模式和 OEM 模式的判断依据，确认相关模式划分是否正确；

(9) 查看发行人报告期内玻璃清洁机业务主要客户的销售收入及占比；了解玻璃清洁机业务客户的基本情况和获取方式，分析销售是否具有可持续性；

(10) 查看晨北集团年度报告、招股说明书等文件，分析 2020 年 1-6 月发行人未进入晨北集团前五大供应商的原因和供货份额波动的合理性；查看企业销售明细表，了解发行人是否向晨北集团销售空气加湿器；

(11) 查看《关于修改〈中华人民共和国烟草专卖法实施条例〉的决定（征求意见稿）》，分析该条例对发行人主要客户电子烟业务的影响以及对发行人注塑件业务的影响；

(12) 取得报告期各期各季度主营业务收入和三类产品收入明细表，结合主要产品特点及收入确认周期分析收入季节性波动的合理性。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

(1) 发行人向位于马来西亚以外的境外客户提供注塑件具有合理性；

(2) 发行人对汽车领域主要客户注塑模具及注塑件的销售收入规模较小且较客户体量显著偏低具有合理性，符合行业惯例；

(3) 汽车领域主要客户对不同类别的注塑模具和注塑件供应商准入门槛存在差异，发行人被同行业公司替代或挤占供货份额的风险较小；

(4) 发行人销售的汽车油箱阀配件大部分系“国五标准”、“国六标准”通用标准零配件，新老标准切换而面临淘汰的产品销售金额占比较小。因此，国六标准更新换代对公司相关产品销售影响不大；

(5) 发行人部分主要客户基于满足自身业务扩张需求、供应链完整性、个别零部件生产保密性等需求而自建模具加工厂、注塑件工厂，具有合理性，属于行业惯例。发行人因客户自建模具加工厂、注塑件工厂而导致经营业绩下滑的风险较小；

(6) 报告期内，发行人个别客户存在订单流失情形，不会对发行人造成重大不利影响；

(7) 发行人对诺沃雷克斯集团销售的产品系委外加工和对外采购符合客户对合同执行的要求，报告期内发行人对其他主要客户不存在将成品进行委外加工后直接销售的情形；

(8) 采取 ODM 模式服务的客户不对产品设计产生贡献，相关模式划分正确；

(9) 玻璃清洁机属于新兴小家电产品，除历德集团、傲基电商外，其他玻璃清洁机客户多为采购小批量产品用于试水市场反应，未来有望扩大合作规模，但不存在不确定性；

(10) 发行人 2017 年向晨北集团推介过空气加湿器产品，但是未实际向晨北集团销售空气加湿器产品；2017 年以来发行人对晨北集团供货份额变动具有合理性；

(11) 发行人主要客户盈趣科技的电子烟产品未在中国市场进行销售，因此《关于修改〈中华人民共和国烟草专卖法实施条例〉的决定（征求意见稿）》不会对发行人主要客户盈趣科技电子烟业务造成影响，亦不会影响发行人的电子烟注塑配件业务；

(12) 报告期内，发行人的注塑模具和注塑件销售收入不存在明显的季节性特征；发行人健康产品销售收入呈现一定的季节性波动，下半年的销售高于上半年。

八、【审核意见 11. 关于收入会计处理】招股说明书及审核问询回复显示，（1）发行人生产注塑件所使用的模具所有权包括由客户所有、发行人和客户分摊及由发行人所有；

（2）国外销售的贸易方式除 FOB 等，还包括保税区销售、通过境外子公司销售等；（3）对于目的地交货模式下的模具销售，由于产品均已通过客户验收并取得验收报告，出口后未发生退换货情形，因此在海关报关出口时确认收入；（4）发行人与客户的结算安排未就质保金进行约定；（5）由于返利的计提数与实际发放差异较小，且各期返利金额最终取决于双方协商。基于重要性原则，公司各期未计提返利，按实际发放时做会计处理；（6）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的情形，发行人对客供配件按外购存货处理，收入按总额法确认；（7）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。请发行人：（1）补充披露发行人生产注塑件所使用的模具所有权分别归属于客户、发行人、客户及发行人的比例情况，影响模具归属权的因素，是否受发行人对客户的议价能力的影响，结合模具使用寿命和更新换代周期分析并披露模具所有权归属对发行人可能存在的业绩影响；（2）补充披露保税区销售、境外子公司实现最终销售的收入确认时点，通过保税区销售的主要客户情况及选择这一方式销售的原因，与 FOB、DDP 等贸易方式相比的优缺点及结算价格构成的异同，报告期内目的地交货的贸易结算方式占比显著降低的原因；（3）补充披露报告期各期目的地交货模式下运输保险对订单金额的覆盖比例，合同对产品交付前双方责任的

具体约定，客户产生付款义务的时点，结合产品交付前存在的主要风险和报酬的转移情况分析并披露相关收入确认时点是否符合《企业会计准则》的规定；（4）补充披露发行人与客户通常约定的结算安排，未就质保金进行约定的原因，是否符合行业惯例；（5）补充披露返利计提和发放之间通常的时间间隔，是否通常存在跨期情形，应计提数与实际发放数存在差异的原因，按实际发放时做会计处理是否符合行业惯例和《企业会计准则》的规定；

（6）补充披露买卖双方是否对客供配件的使用范围、用途、存货管理等事项作出约定，发行人对客供配件的采购价格是否拥有自主议价权利，采购客供配件和销售产成品是否符合《企业会计准则》关于一揽子交易的定义，结合客供配件及产成品定价机制、采购与销售账期、配件使用约定等分析并披露发行人是否承担客供配件价格变动风险、存货积压和资金垫付风险，并结合前述事项分析并披露发行人对于客供配件对应的收入采用总额法确认是否符合《企业会计准则》的规定；（7）结合结算币种汇率变动的具体方向和收付汇方向等进一步说明 2018 年和 2019 年汇兑损益金额较小的合理性。请保荐人和申报会计师发表明确意见。

回复：

（一）补充披露发行人生产注塑件所使用的模具所有权分别归属于客户、发行人、客户及发行人的比例情况，影响模具归属权的因素，是否受发行人对客户的议价能力的影响，结合模具使用寿命和更新换代周期分析并披露模具所有权归属对发行人可能存在的业绩影响。

报告期内，上述发行人生产的所有权分别属于客户所有、共同所有、发行人所有的模具数量、相应的销售收入及占发行人模具收入的比重情况如下（单位：套、万元）：

所有权归属	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	数量	销售收入	占比	数量	销售收入	占比	数量	销售收入	占比
客户所有	506	4,538.05	25.54%	304	2,851.49	15.58%	191	1,946.43	9.91%
共同所有	-	-	-	31	102.09	0.56%	-	-	-
发行人所有	114	-	-	89	-	-	100	-	-

报告期内，仅 2019 年存在由发行人和客户分担成本费用，模具所有权为共同所有情况，涉及 31 套模具，属于个别案例。

报告期内，发行人承担所有成本费用，模具所有权为发行人的模具数量分别为 100 套、89 套和 114 套，主要为发行人健康产品 ODM 模式下生产家电塑料零部件所需的模具，报告期内该类模具数量分别为 98 套、81 套和 93 套。ODM 模式下，健康产品客户通常直接购买最终产品，不参与产品的设计和生产，因此不承担相关模具成本费用，属于行业惯例。

精密注塑模具属于发行人核心产品，发行人通常不会为客户模具承担成本费用，影响模具成本费用分担及其所有权的因素较多，主要有行业惯例、客户交易习惯、市场竞争激烈程

度等。

报告期内，上述所有权归属于客户的模具数量及销售收入逐年增加，共同所有的模具数量及销售收入较少，模具所有权的归属不会对发行人经营业绩产生重大不利影响。

（二）补充披露保税区销售、境外子公司实现最终销售的收入确认时点，通过保税区销售的主要客户情况及选择这一方式销售的原因，与 FOB、DDP 等贸易方式相比的优缺点及结算价格构成的异同，报告期内目的地交货的贸易结算方式占比显著降低的原因。

1. 保税区销售、境外子公司实现最终销售的收入确认时点

公司对于保税区销售的收入确认时点：对于注塑件，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；对于注塑模具，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。

德国唯科、马来西亚唯科等境外子公司的收入实现区域在境外，故属于外销收入。德国唯科收入确认时点：在德国境内及欧盟成员国之间销售的，则参照发行人内销的相关收入确认政策；销售至其他地点，则参照发行人外销的相关收入确认政策。马来西亚唯科收入确认时点：在马来西亚境内销售的，则参照发行人内销的相关收入确认政策；销售至马来西亚境外的，则参照发行人外销的相关收入确认政策。

2. 通过保税区销售的主要客户情况如下（单位：万元）：

主要客户名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
博格步（厦门）轻工制品有限公司	3,760.38	3,412.07	3,678.24
赫比（厦门）精密塑胶制品有限公司	534.53	-	175.59
小计	4,294.91	3,412.07	3,853.83
保税区销售合计	4,337.39	3,934.37	3,911.36
占比	99.02%	86.72%	98.53%

博格步（厦门）轻工制品有限公司、赫比（厦门）精密塑胶制品有限公司等客户选择保税区销售的原因为其工厂位于厦门市保税港区内，属于境内关外。发行人对该等客户销售的产品，由发行人报关后直接运输至客户保税港区内的工厂，发行人凭相关出口报关单据确认收入。

3. 报告期内目的地交货的贸易结算方式占比显著降低的主要原因

报告期内，发行人 DAP、DDP 等目的地交货模式外销收入金额及占比呈逐年下降趋势，主要原因为目的地交货主要客户为 Dr.Schneider Kunststoffwerke GmbH、Fischer Automotive Systems GmbH & Co.KG 等汽车领域模具客户，模具产品验收时间具有一定的不确定性，造成主要客户销售收入变动，具体如下：1）2019 年金额较 2018 年大幅下滑，主要原因为 Dr.Schneider Kunststoffwerke GmbH 因欧洲大众尾气门事件和欧洲排放标准的不确定性影响以及汽车行业发展呈现逐步下滑趋势，减少或暂停新项目的开发；2）2020 年金

额较 2019 年小幅下滑，主要原因为 Fischer Automotive Systems GmbH & Co.KG 受新冠疫情影响部分模具推迟验收。

(三) 补充披露报告期各期目的地交货模式下运输保险对订单金额的覆盖比例，合同对产品交付前双方责任的具体约定，客户产生付款义务的时点，结合产品交付前存在的主要风险和报酬的转移情况分析并披露相关收入确认时点是否符合《企业会计准则》的规定。

1. 报告期各期目的地交货模式下主要客户的运输保险对订单金额的覆盖比例如下（单位：万元）：

客户	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	交易额	保险额	覆盖率%	交易额	保险额	覆盖率%	交易额	保险额	覆盖率%
Dr.Schneider Kunststoffwerke GmbH	1,188.28	1,188.28	100.00	842.66	829.78	98.47	2,744.72	2,744.72	100.00
Fischer America Inc.	25.51	25.51	100.00						
Fischer Automotive Systems GmbH & Co.KG	304.90	304.90	100.00	799.78	799.78	100.00			
Karl Hess GmbH & Co.KG	632.18	632.18	100.00	226.66	226.66	100.00	808.02	808.02	100.00
Yanfeng Germany Automotive Interior Systems Limited & Co. KG	1.68			543.38					
Yanfeng US Automotive Interior Systems I LLC				155.74	155.74	100.00	349.56	349.56	100.00
小计	2,152.55	2,150.87	99.92	2,568.22	2,011.96	78.34	3,902.30	3,902.30	100.00
目的地模式销售额	2,178.35			2,614.91			4,434.95		
上述客户销售占比	98.82%			98.21%			87.99%		

从上表可以看出，公司对于目的地交货模式的交易运输保险覆盖率较高，2019 年保险覆盖率低于 90% 主要原因为公司与客户 Yanfeng Germany Automotive Interior Systems Limited & Co. KG 签订合同时约定为 DAP 贸易，约定的承运方式为海运，后续由于客户急于提货自行委托铁路运输，因此公司未购买保险。

2. 目的地交货模式主要客户合同对产品交付前双方责任的具体约定及客户产生付款义务的时点

目的地交货模式主要客户合同对产品交付前双方责任的具体约定及客户产生付款义务的时点如下表所示：

客户	产品交付前双方责任的具体约定	合同中对付款义务的约定
Dr.Schneider Kunststoffwerke GmbH	合同规定按照 DAP (DDU) 方式出货，在出货前模具必须达到验收合格的状态 订单费用包含模具费，样品费，运费等。	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

客户	产品交付前双方责任的具体约定	合同中对付款义务的约定
		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%。
Fischer America Inc.	运输方式为 DAP 条款，价格含运费。 出货条件：客户根据样品符合技术图纸，同意模具出货到指定的交货地点。	模具出货到客户指定地点后支付 80%； 最终核可和验收后支付 20%。
Fischer Automotive Systems GmbH & Co.KG	运输方式为 DAP 条款，价格含运费。 出货条件：客户根据样品符合技术图纸，同意模具出货到指定的交货地点。	模具移到客户指定地点后 1 周内支付 80%； 验收 90 天内支付 20%。
Karl Hess GmbH & Co.KG	合同规定按照 DAP 方式出货， 对模具首次试模时间有具体时间要求。	在完成模具首次试模样品后付款 80%，在货物到达合同指定目的地后付款 20%。
Yanfeng Germany Automotive Interior Systems Limited & Co. KG	运输方式为 DAP 条款 价格包含：第三方试模费用，运费，模具费等 出货条件：第三方试模合格	1. 30%的款项在模具设计后支付； 2. 50%的款项在模具首次试模样品后支付； 3. 20%的款项在模具核可后支付。
Yanfeng US Automotive Interior Systems I LLC	运输条款为 DDP 条款 价格包含：第三方试模费用，运费，模具费等 出货条件：第三方试模合格	1. 30%的款项在模具启动后支付； 2. 50%的款项在模具首次试模样品后支付； 3. 20%的款项在模具交付后支付 (第三方验模 100 分)。

3. 目的地交货模式收入确认时点

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。

1) 模具先验收后报关的情况

对于外销模具业务，由于国际运输费用贵，运输周期长，运输便利性较差等原因，外销客户更关注在模具工厂现场的制造和出厂前的试模检验，具有质量风险控制前置化的特征。在模具发货前，境外客户通常会委派专人或第三方到发行人工厂，现场参与试模检验，在模具检验合格后，客户代表在验收报告上签字，并指令发行人发运模具。

因此，境外客户对模具在出厂前的试模检验验收是其认可模具质量的重要环节，报告期内未发生模具在发行人厂区试模检验合格，而发至客户处后退换货的情形。

模具在发行人厂区检验合格后，根据合同约定，公司仍需要承担将模具产品移送至海关或客户指定地点的履约义务，在此过程中承担运输责任、货物毁损、灭失的风险。为了应对上述潜在风险，经过验收的模具，在报关时，公司已对实际承运的目的地交货模式下的模具订单购买了运输保险，将相关风险转移给第三方。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进行赔偿。

综上，对于报告期内采用 DAP、DDP 等目的地交货贸易模式的注塑模具先验收后报关的情况，一般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，符合合同约定，符合《企业会计准则》的规定。

2) 模具先报关后验收的情况

对于报告期内采用 DAP、DDP 等目的地交货贸易模式的注塑模具先报关后验收的情况，一般在验收完成后达到客户的技术标准和要求，且海关报关出口并在验收完成后未发生退换货情况，因此在模具验收后主要的风险报酬或控制权转移，符合合同约定，符合《企业会计准则》的规定。

(四) 补充披露发行人与客户通常约定的结算安排，未就质保金进行约定的原因，是否符合行业惯例。

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和通常约定的结算安排如下：

产品类型	质量保证责任和质保期的约定	合同中关于结算的安排
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。	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%。
	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。	模具按套分期结算：(1) 客户模具合同下达后，开 100%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) 模具送达客户后最晚 90 天内付 20%尾款，每月 25 日为付款日。
	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。	在模具验收完后二个月内付清全款。
	合同 4: 模具自投产出现由于开发或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。	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 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。	注塑件按月对账结算，未约定质保金
	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。	注塑件按月对账结算，未约定质保金
	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。	40%预付款，在收到提单后支付 60%尾款，未约定质保金
	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。	货到目的港前支付订单全款，未约定质保金

报告期内，发行人与客户签订的销售合同中有约定质保责任和质保期间，但未约定质保金条款。通常情况下，客户主张约定质保金条款的目的是为了确保其所获得的产品符合既定质量标准，而非收取质保金。基于发行人与主要客户的交易习惯，合同中已经约定了质保责任和质保期间，并且足以使客户达到获取既定质量标准产品的目的，所以双方不再对质保金条款进行约定。

同行业公司公开披露的约定的质保金情况如下：

同行业公司	是否存在质保金条款	备注
横河模具	/	未公开披露相关信息

同行业公司	是否存在质保金条款	备注
上海亚虹	/	未公开披露相关信息
天龙股份	/	未公开披露相关信息
昌红科技	/	未公开披露相关信息
肇民科技	/	未公开披露相关信息
宁波方正	存在	披露了 11 家客户的结算政策，其中 1 家存在质保金条款，为萨玛汽车（SMG）下属的天津派格汽车零部件有限公司
海泰科	存在	披露了 15 家客户的结算政策，其中 2 家存在质保金条款，分别为一汽富维、重庆平伟汽车零部件有限公司

如上，披露结算政策的两家可比公司宁波方正和海泰科，仅有少数客户存在质保金条款，大部分客户都未约定质保金，符合行业惯例。

（五）补充披露返利计提和发放之间通常的时间间隔，是否通常存在跨期情形，应计提数与实际发放数存在差异的原因，按实际发放时做会计处理是否符合行业惯例和《企业会计准则》的规定。

发行人在报告期内返利应计提和发放情况如下（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

由于应计提数与客户使用返利（即实际发放数）存在时间间隔，通常在 6 至 12 个月，存在跨期的情形，进而导致差异。报告期内，发行人累计应计提返利总计 199.93 万元，累计实际发放返利金额 193.97 万元，应计提金额与发放金额的差异为 5.96 万元，差异较小。

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，符合《企业会计准则》的规定。

（六）补充披露买卖双方是否对客供配件的使用范围、用途、存货管理等事项作出约定，发行人对客供配件的采购价格是否拥有自主议价权利，采购客供配件和销售产成品是否符合《企业会计准则》关于一揽子交易的定义，结合客供配件及产成品定价机制、采购与销售账期、配件使用约定等分析并披露发行人是否承担客供配件价格变动风险、存货积压和资金垫付风险，并结合前述事项分析并披露发行人对于客供配件对应的收入采用总额法确认是否符合《企业会计准则》的规定。

1. 报告各期，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	客供配件	80.47	24.40 ^{注1}	

客户名称	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
限公司	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。

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 年 5 月	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 年 3 月	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。

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。

2. 客供配件对应的收入采用总额法的主要原因

1) 按照相关合同约定，发行人采购客户的滤材以及销售给客户的空气净化器，定价都是参考市场情况独立确定，合同双方未对客供配件的使用范围、用途、存货管理等做出其他的约定。发行人拥有客供配件的所有权，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；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。

3. 客供配件对应的收入采用总额法确认符合企业会计准则的规定

按照相关合同约定，发行人需向客户独家购买所需的滤材，不得向任何其他第三方购买，但是合同双方未对客供配件的使用范围、用途、存货管理等做出其他的约定。从购买滤材的独家性这个角度来看，采购与销售关系是同时谈判确定的，旨在实现一项商业目的的一揽子交易，符合《企业会计准则》关于一揽子交易的定义。

发行人根据客户空气净化器的订单数量来确定滤材购买数量，不承担订单范围内的存货

滞销积压风险，但是发行人拥有客供配件的所有权，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。

发行人支付滤材款项和收取空气净化器款项的账期较为一致，故从某种意义上看发行人不承担资金垫付风险，但是发行人仍然有支付已拥有所有权的滤材款项的法律义务。

根据《企业会计准则》的规定“企业应当根据其在向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权，来判断其从事交易时的身份是主要责任人还是代理人。企业在向客户转让商品前能够控制该商品的，该企业为主要责任人，应当按照已收或应收对价总额确认收入，……，企业向客户转让商品前能够控制该商品的情形包括：（一）企业自第三方取得商品或其他资产控制权后，再转让给客户。（二）企业能够主导第三方代表本企业向客户提供服务。（三）企业自第三方取得商品控制权后，通过提供重大的服务将该商品与其他商品整合成某组合产出转让给客户。”上述客户提供配件的交易中，客户提供滤材后，发行人即取得了滤材的控制权并承担与原材料所有权有关的风险，通过与其他零配件一起加工、组装后，整合成空气净化器，无论是产品的形态、特性还是用途都发生了较大的改变，因此发行人为最终产品的主要责任人。

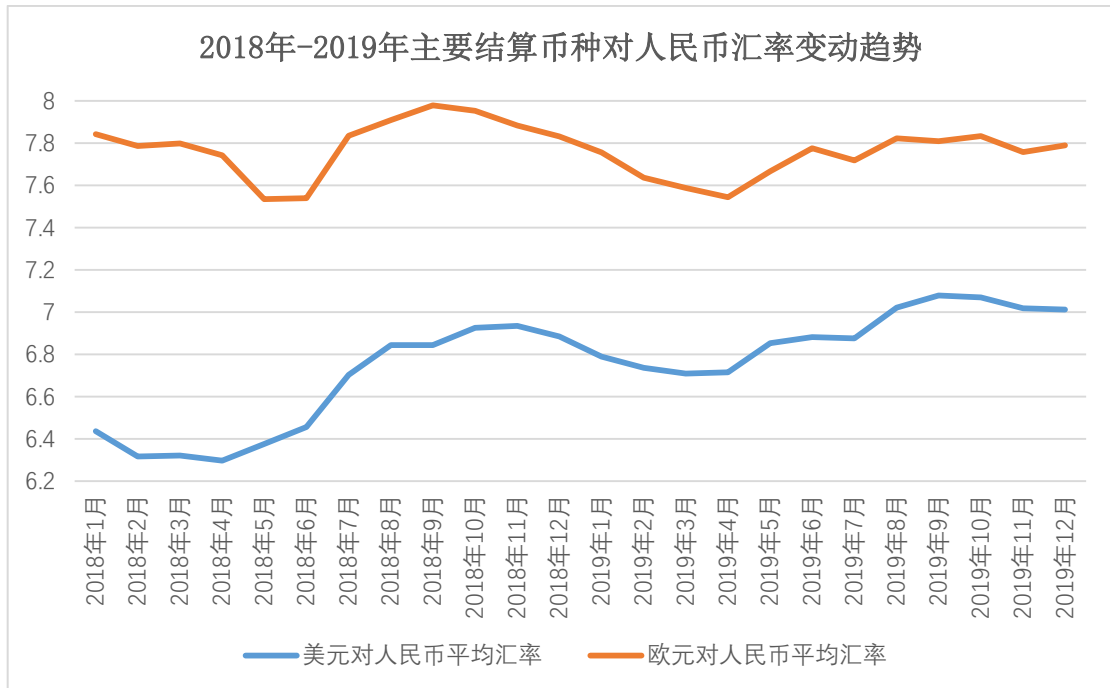
综上，发行人对于客供配件对应的收入采用总额法确认符合《企业会计准则》的规定。

（七）结合结算币种汇率变动的具体方向和收付汇方向等进一步说明 2018 年和 2019 年汇兑损益金额较小的合理性。

2018 年和 2019 年分别实现汇兑损益（“-”为收益）-9.10 万元和-99.33 万元，结合发行人主要结算币种的汇率变动和收付汇情况，针对两年汇兑损益金额较小的合理性，分析如下：

项目（单位：万元）	2019 年度	2018 年度
结购汇产生的汇兑损益	-29.75	19.92
资产负债表日货币性外币项目产生的汇兑损益	-69.58	-29.02
其中：外币货币资金期末调汇	15.54	69.44
外币应收账款期末调汇	-92.26	-98.88
外币应付账款期末调汇	-1.91	0.66
外币其他往来款期末调汇	9.05	-0.24
汇兑损益总额（“-”为收益）	-99.33	-9.10

1. 主要结算币种的汇率变动情况



2018年度，美元对人民币汇率在当年1-4月显著下降，4-10月出现较大幅度的上升，10-12月小幅下降，欧元对人民币汇率在当年5月降至年内低点后，不断攀升至9月，涨幅达5.90%，随后在四季度小幅下降；

2019年度，美元与欧元对人民币汇率变动趋势基本相同，均为一季度缓速下降，从当年4月开始波动上升至10月后，年末小幅下降。

2. 结购汇产生的汇兑损益

2018年和2019年发行人因结购汇产生汇兑损益金额分别为19.92万元和-29.75万元，各季度的具体情况如下：

2018年四个季度因结购汇产生的汇兑损益分别为29.77万元、4.92万元、-31.30万元和16.53万元，与主要结算币种变动趋势一致；

2019年四个季度因结购汇产生的汇兑损益分别为72.29万元、-58.71万元、-59.04万元和15.71万元，与主要结算币种变动趋势一致。

3. 货币性外币项目产生的汇兑损益

1) 货币资金调汇形成的汇兑损益

2018年1月，美元对人民币汇率显著下降，发行人在1月末持有较多美元存款，当月持有的439.77万美元产生汇兑损益88.09万元，全年因持有美元产生汇兑损益30.70万元；2018年上半年，欧元对人民币汇率持续下降，三季度回升后，四季度再度回落，发行人全年因持有欧元产生汇兑损益34.66万元；考虑持有其他结算币种的影响，2018年持有外币合计形成汇兑损益69.44万元。

2019年1月，美元与欧元对人民币汇率降幅较大，发行人在1月末持有较多外币存款，

主要包括 108.81 万美元和 147.11 万欧元，当月产生汇兑损益 39.36 万元；2019 年 8 月，美元与欧元对人民币汇率涨幅较大，发行人在 8 月末持有的主要结算外币存款分别为 99.89 万美元和 42.92 万欧元，当月产生汇兑损益-28.24 万元；考虑各月份以及其他结算币种的影响，2019 年持有外币合计形成汇兑损益 15.54 万元。

2) 应收账款形成的汇兑损益

2018 年汇率市场总体呈现人民币贬值的情况，发行人产生汇兑损益的境外收入中，以美元结算的占比在 68%左右，而美元对人民币的月平均汇率从 2018 年 1 月的 6.3339 元波动增长，到 2019 年 12 月涨至 6.9762 元；由于发行人外销业务量在各月份之间基本稳定，2018 年和 2019 年分别形成汇兑损益-98.88 万元和-92.26 万元。

3) 应付账款形成的汇兑损益

由于发行人进口采购的需求较少、频率较低，应付账款形成的汇兑损益金额影响较小，2018 年和 2019 年分别为 0.66 万元和-1.91 万元。

4. 2018 年和 2019 年汇兑损益金额较小的合理性

2018 年度汇兑损益的发生额主要包括：外销收入形成汇兑损益-98.88 万元，持有货币资金形成汇兑损益 69.44 万元，发行人结购汇产生汇兑损益 19.92 万元，金额基本相抵，导致当年汇兑损益合计金额较小，-9.10 万元的汇兑损益具备合理性。

2019 年度汇兑损益的发生额主要包括：外销收入形成汇兑损益-92.26 万元，持有货币资金形成汇兑损益 15.54 万元，发行人结购汇产生汇兑损益-29.75 万元，因素叠加相抵后，最终导致当年汇兑损益合计金额较小，-99.33 万元的汇兑损益具备合理性。

(八) 会计师的核查与结论

1. 执行的核查程序

针对上述事项，我们执行了以下核查程序：

(1) 通过访谈、核查相关资料等，了解发行人生产注塑件所使用的模具所有权分别归属于客户、发行人、客户及发行人的情况，以及影响归属权的因素；

(2) 检查通过保税区销售主要客户的销售合同，判断保税区销售、境外子公司实现最终销售的收入确认时点；比较此种贸易方式与 FOB、DDP 的优缺点以及结算价格构成的异同；访谈业务人员，了解目的地交货的贸易结算方式占比显著降低的原因；

(3) 检查目的地交货模式的销售合同，分析产品交付前存在的主要风险和报酬的转移情况，判断相关收入确认时点是否符合《企业会计准则》的规定；

(4) 查看发行人与主要客户签订的销售合同中关于结算、质量保证责任和质保期的约定；获取同行业可比公司的披露资料，并对比质保金的约定情况，判断发行人的情况是否符合行业惯例；

(5) 获取企业返利计提与发放的明细数据，分析其是否存在跨期现象以及计提数与发放数产生差异的原因，并判断实际发放时做会计处理是否符合行业惯例和《企业会计准则》的规定；

(6) 获取客供配件相关合同，检查买卖双方是否对客供配件的使用范围、用途、存货管理等事项作出约定，判断发行人对客供配件的采购价格是否拥有自主议价权利；分析对于客供配件对应的收入采用总额法是否确认符合《企业会计准则》的规定。

(7) 结合汇率市场变动情况，分析 2018 年和 2019 年汇兑损益金额较小的合理性。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

(1) 影响模具成本费用分担及其所有权的因素较多，主要有行业惯例、客户交易习惯、市场竞争激烈程度等；模具所有权的归属不会对发行人经营业绩产生重大不利影响；

(2) 博格步（厦门）轻工制品有限公司、赫比（厦门）精密塑胶制品有限公司等客户选择保税区销售的原因为其工厂位于厦门市保税港区内，属于境内关外；发行人 DAP、DDP 等目的地交货模式外销收入金额及占比呈逐年下降趋势，主要原因为目的地交货主要客户收入下滑；

(3) 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，符合《企业会计准则》的规定；

(4) 发行人与客户通常未就质保金进行约定，符合行业惯例；

(5) 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，发行人各期末计提返利，按实际发放时做会计处理，符合《企业会计准则》的规定；

(6) 发行人对于客供配件对应的收入采用总额法确认符合《企业会计准则》的规定；

(7) 发行人 2018 年和 2019 年汇兑损益金额较小的原因具有合理性。

九、【审核意见 12. 关于营业成本和采购】招股说明书及审核问询回复显示，（1）报告期各期模具钢的单位耗用量分别为 251.68 公斤/套、265.89 公斤/套、241.15 公斤/套，热流道的单位耗用量分别为 0.71 套、0.64 套、0.68 套，健康产品中电机耗用量分别为 0.94 个/台、0.90 个/台、0.85 个/台；（2）报告期内废料销售重量与废料产出量没有明显的匹配关系，主要因为废料未按照一个固定周期进行销售，报告期各期废料产出量和销售量的差额分别为 8,530.27 公斤、50,921.55 公斤、61,269.86 公斤；（3）根据马来西亚及德国律师出具的法律意见书，截至 2020 年 6 月 30 日，马来西亚唯科、德国唯科分别有员工 7 名、27 名员工，截至 2020 年 12 月 31 日，马来西亚唯科、德国唯科分别有员工 23 名、42

名员工；（4）报告期各期发行人对模具钢 1.2343/1.2344 的采购单价持续低于宁波方正，对模具钢 1.2738 的采购价格持续高于宁波方正；（5）报告期各期注塑件的单位耗电量分别为 2.76 千瓦时/Kg、2.63 千瓦时/Kg、2.03 千瓦时/Kg；（6）报告期各期模具钢、模架、热流道、塑料粒子前五大供应商集中度分别约为 70%-88%、80%-84%、77%-92%、40%-45%。请发行人：（1）补充披露影响模具钢单位耗用量的因素、模架和热流道与注塑模具的配比关系，2020 年模具钢单位耗用量下降的原因，报告期内模架和热流道单位耗用量波动的合理性；（2）补充披露空气净化器、玻璃清洗机等健康产品使用电机的情况，空气净化器对电机、PCBA 板、滤材的单位耗用量，2020 年健康产品对电机的单位耗用量下降但对 PCBA 板单位耗用量上升的合理性；（3）补充披露废塑料和废铁屑的存放场所及占地面积，报告期各期废料产出量持续超过销售量且 2019 年、2020 年累计废料存留量较大是否符合商业逻辑及行业惯例；（4）补充披露马来西亚唯科和德国唯科在 2020 年下半年员工人数大幅增加的可行性及合理性，2020 年马来西亚唯科月均生产工人数量为 85 人，其中仅有 2 名为自有员工，与当地律师出具的法律意见书中员工数量存在较大差异的原因，分析并披露马来西亚和德国生产人员数量与产出量/收入的匹配性；（5）补充披露各类注塑模具对模具钢的需求是否存在较大差异，报告期各期发行人对模具钢 1.2343/1.2344 的采购单价持续低于宁波方正但对模具钢 1.2738 的采购价格持续高于宁波方正的原因；（6）补充披露模具和注塑件的主要耗电环节/设备，2020 年注塑件单位耗电量大幅下降的原因及合理性；（7）结合模具钢、模架、热流道、塑料粒子的采购量、供应商数量、供应商遴选政策及采购管理策略，分析并披露前述原材料供应商集中度的合理性。请保荐人和申报会计师发表明确意见。

回复：

（一）补充披露影响模具钢单位耗用量的因素、模架和热流道与注塑模具的配比关系，2020 年模具钢单位耗用量下降的原因，报告期内模架和热流道单位耗用量波动的合理性。

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	-	1,010	1,010	-	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 241.15Kg，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。

模具钢单位耗用量的主要影响因素：模具的整体大小等。报告期内，发行人模具钢单位耗用量整体相对稳定，2020 年模具钢单位耗用量减少主要系尺寸较小的模具相对较多所致。

报告期内模架的单位耗用量大于 1，主要原因系模具生产周期较长，部分领用模架的模具，未完成生产未计入当期的产量。因此，报告期内模架与注塑模具的配比关系合理。

热流道是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。热流道的应用，可以显著提高塑料制品的生产效率、质量并降低能耗，作为先进的注塑加工技术，热流道越来越多的在注塑模具中使用。热流道为客户选配项目，有些模具使用热流道，有些模具不使用热流道。热流道与模具没有严格的配比关系，主要与产品特点、客户需求和成本控制有关。报告期内热流道的单位耗用量较为稳定，2019 年热流道的单位耗用量相对较低主要系 2019 年末配热流道的模具相对较多所致。因此，报告期内热流道与注塑模具的配比关系合理。

（二）补充披露空气净化器、玻璃清洗机健康产品使用电机的情况，空气净化器对电机、PCBA 板、滤材的单位耗用量，2020 年健康产品对电机的单位耗用量下降但对 PCBA 板单位耗用量上升的合理性。

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产量增加所致；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 个及以上滤材和空气净化器在健康产品的比重提升等所致。

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。

1. 空气净化器、玻璃清洁机等健康产品使用电机的情況：

产品类别	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
空气净化器	领用量（万个）	123.02	48.40	58.73
	产量（万台）	141.29	53.16	61.13
	单位耗用量（个/台）	0.87	0.91	0.96
玻璃清洁机	领用量（万个）	16.12	30.65	28.54
	产量（万台）	16.12	30.97	28.29
	单位耗用量（个/台）	1.00	0.99	1.01

一般情况下，每台空气净化器都会配 1 个电机，但是有部分客户要求发行人不配电机销售，而由其自行安装电机完成最终的装配。报告期内，空气净化器对电机的单位耗用量逐年下滑的主要原因系：A、不配电机的空气净化器的产量增加；B、部分领用电机仍处于在产品阶段，未完成生产未计入当期的产量。

一般情况下，每台玻璃清洁机都会配一个电机，报告期内玻璃清洁机对电机的单位耗用量接近 1，略有波动，是因为部分领用电机仍处于在产品阶段，未完成生产未计入当期的产量。

2. 空气净化器对电机、PCBA 板、滤材的单位耗用量情况：

主要材料	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
PCBA 板	领用量（万个）	321.03	126.79	161.00
	产量（万台）	141.29	53.16	61.13
	单位耗用量（个/台）	2.27	2.39	2.63
滤材	领用量（万个）	150.98	67.13	66.68
	产量（万台）	141.29	53.16	61.13
	单位耗用量（个/台）	1.07	1.26	1.09

一般情况下，每台空气净化器至少配 2 个 PCBA 板，一个为中央控制板，一个电源控制板，部分空气净化器选配 WIFI、粉尘检测等功能会相应增加不同数量 PCBA 板。空气净化器对 PCBA 板的单位耗用量呈下降趋势的主要原因系：选配其他功能使用多个 PCBA 板的机型产

品产量占比下降。

一般情况下，每台空气净化器配 1 个滤材，但是部分客户要求配 2 个以上滤材，方便消费者定期更换使用。报告期内，2019 年空气净化器对滤材单位耗用量较大的主要原因系配 2 个以上滤材的空气净化器产量较大。

3. 2020 年健康产品对电机的单位耗用量下降但对 PCBA 板单位耗用量上升的合理性

2020 年健康产品对电机的单位耗用量下降的主要原因系不配套电机销售的空气净化器的产量增加；2020 年健康产品对 PCBA 板单位耗用量上升的主要原因系 2020 年空气净化器产量占健康产品的比重提升。因此，2020 年健康产品对电机的单位耗用量下降但对 PCBA 板单位耗用量上升的原因具有合理性。

（三）补充披露废塑料和废铁屑的存放场所及占地面积，报告期各期废料产出量持续超过销售量且 2019 年、2020 年累计废料存留量较大是否符合商业逻辑及行业惯例。

1. 废塑料

发行人及其涉及注塑生产的健康产业、厦门格兰浦、上海克比、天津唯科、马来西亚唯科等子公司均在各自厂区内注塑生产车间附近设置了废塑料存放区，用于堆放废塑料，具体情况如下（单位：面积为 m²，重量为吨）：

公司	厂区坐落	废料区位置	面积	各期末结存重量		
				2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
唯科模塑	翔安区春光路 1152-1160 号（双号）	1 号厂房一层南侧	约 60	17.00	14.33	-
健康产业	翔安区翔虹路 26 号	厂房三层东南侧	约 30	47.55	26.14	14.96
		厂房四层东南侧	约 20			
厦门格兰浦	翔安区翔虹路 16 号 101 单元	厂房一层东南侧	约 30	11.15	6.47	2.93
上海克比	青浦区香花街道华青路 1888 号	3 号厂房三层西南侧	约 40	39.53	24.96	11.66
		3 号厂房西北侧	约 15			
天津唯科	天津自贸试验区（空港经济区）东九道 45 号 2 号厂房	厂房一层西南侧	约 40	4.57	11.13	7.19
马来西亚唯科	Plo 111, Jalan Cyber 5, Kawasan Perindustrian Senai 3, 81400 Senai, Johor	厂房东北侧	约 10	11.39	-	-

2. 废铁屑

发行人及其涉及模具加工的健康产业、上海克比等子公司均在各自厂区内模具加工车间附近设置了废铁屑存放区，用于存放废铁屑，具体情况如下（单位：面积为 m²，重量为吨）：

公司	厂区坐落	废料区地点	面积	各期末结存重量		
				2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日

公司	厂区坐落	废料区地点	面积	各期末结存重量		
				2020年12月31日	2019年12月31日	2018年12月31日
唯科模塑	翔安区春光路1152-1160号(双号)	1号厂房东北侧	约20	9.97	20.64	31.07
健康产业	翔安区翔虹路26号	厂房南侧	约15	18.39	12.71	7.13
上海克比	青浦区香花街道华青路1888号	3号厂房一层西侧	约10	28.29	16.52	8.99
		3号厂房西北侧	约10			

废料产出量持续超过销售量且2019年、2020年累计废料存留量较大的主要原因系发行人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，符合商业逻辑。同行业公司未披露废料的详细资料，但是新特电气第二轮审核问询函的回复：“……发行人报告期内边角料销售的主要方式为根据外部废料收购价格进行集中销售，……所以废料收入和营业收入各报告期期间未有明显的匹配关系。”

(四) 补充披露马来西亚唯科和德国唯科在2020年下半年员工人数大幅增加的可行性及合理性，2020年马来西亚唯科月均生产工人数量为85人，其中仅有2名为自有员工，与当地律师出具的法律意见书中员工数量存在较大差异的原因，分析并披露马来西亚和德国生产人员数量与产出量/收入的匹配性。

1. 马来西亚唯科的相关情况及合理性

1) 马来西亚唯科在2020年下半年员工人数大幅增加的可行性及合理性

根据发行人员工花名册及境外律师出具的法律意见书，马来西亚唯科2020年12月末和2020年6月末员工人数情况如下(单位：人)：

公司	人员类型	2020年12月31日	2020年6月30日	变动数量
马来西亚唯科	自有员工	23	7	16
	外劳	135	89	46

马来西亚唯科2020年下半年员工人数增加62人(含外劳)，主要原因为马来西亚唯科为盈趣科技马来西亚子公司 Intretech (Malaysia) Sdn. Bhd 配套生产家用雕刻机注塑件产品，销售订单持续增加，相应扩充了场地、设备和人员。因此，马来西亚唯科在2020年下半年员工人数增加具有合理性和可行性。

2) 马来西亚唯科月均生产人员数量与境外律师出具的法律意见书员工数量存在差异的原因

根据发行人员工花名册及境外律师出具的法律意见书，马来西亚唯科月均生产人员数量与境外律师出具的法律意见书员工数量存在差异的原因为：

A、时间概念不同：生产人员数量为2020年月均数量；法律意见书为2020年12月末数量，前者是期间平均数，后者是年末时点数。

B、人员范围不同：月均生产人员数量为与生产相关的自有员工、外劳人员的合计数量，不包括行政及后勤管理人员；法律意见书为自有生产人员、行政及后勤管理人员数量，不包括外劳。

综上，马来西亚唯科月均生产人员数量与境外律师出具的法律意见书员工数量存在差异具有合理性。

3) 马来西亚唯科生产人员数量与产出量/收入的匹配性

马来西亚唯科生产人员数量与产出量、收入情况如下

项目	2020 年度	2019 年度
月均生产人员数量（人）	85.00	20.00
注塑件产量（万件）	2,288.48	2.50
注塑件收入（万元）	4,562.80	7.33
人均产出量（万件/人/年） ^{注1}	26.92	0.13
人均产值（万元/人/年） ^{注2}	53.68	0.37

注 1：人均产出量=注塑件产量/月均生产人员数量；

注 2：人均产值=注塑件收入/月均生产人员数量。

2019 年，马来西亚唯科仅在 12 月下旬进行试生产，因此人均产出量及人均产值较低。2020 年，马来西亚唯科经过试生产后，产能产量明显提升，人均产出量及人均产值较 2019 年大幅提高。

2. 德国唯科的相关情况及合理性

1) 德国唯科在 2020 年下半年员工人数大幅增加的可行性及合理性

根据发行人员工花名册及境外律师出具的法律意见书，德国唯科 2020 年 12 月末和 2020 年 6 月末员工人数情况如下（单位：人）：

公司名称	人员类型	2020 年 12 月 31 日	2020 年 6 月 30 日	变动数量
德国唯科	自有员工	42	27	15

德国唯科 2020 年下半年员工人数增加 15 人，主要原因为 2020 年上半年德国唯科收购了 exrotec GmbH 土地、厂房和设备，2020 年下半年相应增加了员工。

2) 德国生产人员数量与产出量/收入的匹配性

德国唯科生产人员数量与产出量、收入情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
月均生产人员数量（人）	31.00	19.00	20.00
成套模具产量（套）	13.00	5.00	-
修改模具产量（套）	235.00	152.00	41.00
成套模具收入 ^{注1}	872.36	252.46	-
修改模具收入	863.19	514.26	287.76
人均产出量（套/人/年） ^{注2}	8.00	8.26	2.05

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
人均产值（万元/人/年） ^{注3}	55.99	40.35	14.39

注1：成套模具收入是指德国唯科销售自制的成套模具产生的收入，不含代理销售集团内公司模具收入；

注2：人均产出量=（成套模具产量+修改模具产量）/月均生产人员数量；

注3：人均产值=（成套模具收入+修改模具收入）/月均生产人员数量。

2018 年仅 11 月、12 月以外协方式提供修改模服务，无自主生产，无成套模具，因此不对 2018 年人均产出量及人均产值进行分析。2019 年、2020 年，德国唯科的人均产出量较为稳定，人均产值有一定幅度提升，主要因为 2020 年向客户 Fischer Werkzeug 生产销售 2 套双色注塑模具以及向客户 Autosplince Europe GmbH 生产销售了 3 套大型模具，该等模具单价较高。综上，德国唯科的生产人员数量与产出量及收入较为匹配。

（五）补充披露各类注塑模具对模具钢的需求是否存在较大差异，报告期各期发行人对模具钢 1.2343/1.2344 的采购单价持续低于宁波方正但对模具钢 1.2738 的采购价格持续高于宁波方正的原因。

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	17.20	16.47	18.29
宁波方正	17.01	16.31	15.83
肇民科技	未披露	未披露	未披露
发行人	38.53	33.88	38.48

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、型号的结构不同所导致。中小型注塑模具与大型注塑模具对模具钢的需求存在较大差异，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。发行人注塑模具产品中模仁部分通常使用 1.2343/1.2344 型号模具钢，1.2343/1.2344 型号模具钢具有材质均匀和优越的切削加工性和抛光性，属于热作模具钢，经热处理后拥有良好的高韧性及高塑性，高低温下的高耐磨性能和整体硬化性能都比较出色，故发行人采购的 1.2343/1.2344 型号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。模架的作用是将模具各部分按一定的规律和位置加以组合和固定，非模具核心部件，因此出于成本的考虑模具生产企业通常使用单价较低的 S50C/P20/S45C 国产模具钢。1.2738 型号模具钢切削加工性、抛光性、耐磨性能和整体硬化性能低于 1.2343/1.2344 型号模具钢但是其性价比较高。大型注塑模具模仁部分通常出于成本的考虑使用较多的 1.2738 型号预硬钢。综上，公司模具钢单价高于海泰科、宁波方正具有合理性。

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，发行人与宁波方正采购数量及采购价格如下（单位：单位：采购数量为 Kg；采购单价为元/Kg）：

型号	主体	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		采购数量	采购单价	采购数量	采购单价	采购数量	采购单价
1. 2343/1. 2344	宁波方正	97,733.56	47.74	130,183.88	48.40	91,047.73	49.44
	发行人	90,532.19	43.14	46,793.25	44.60	59,085.43	44.39
1. 2738	宁波方正	1,613,257.44	17.13	1,379,141.23	19.33	1,294,001.13	17.77
	发行人	14,108.38	22.61	35,158.60	22.44	18,301.30	23.48

模具钢规格型号众多，不同型号模具钢价格存在差异，即使同一型号模具钢，也因具体规格、性能要求、品牌等不同使得价格存在差异。

报告期各期发行人对模具钢 1. 2343/1. 2344 的采购单价持续低于宁波方正，是由于宁波方正注塑模具产品主要用于汽车内外饰件，对表面性能要求较高，其采购的 1. 2343/1. 2344 型号模具钢通常需要经过电渣重熔处理环节，因此采购单价较高，相对而言，发行人采购的 1. 2343/1. 2344 型号模具钢需要经过电渣重熔处理环节占比较低。综上，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，发行人报告期内 1. 2343/1. 2344 型号模具钢持续低于宁波方正具有合理性。

报告期各期发行人对模具钢 1. 2738 的采购单价持续高于宁波方正，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，显著高于发行人采购数量，因此议价能力较强。

（六）补充披露模具和注塑件的主要耗电环节/设备，2020 年注塑件单位耗电量大幅下降的原因及合理性。

模具产品的主要耗电工序是 CNC 开粗、CNC 精加工、电火花、线切割，主要设备有数控加工中心、数控电火花机和数控线切割机。注塑件的主要耗电环节为注塑成型环节和产品射出环节，主要设备是注塑机。

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。

2020 年注塑件单位耗电量大幅下降的主要原因：2020 年注塑件产量增长以及规模效应导致的机台使用率提升，减少了换模频率，增加了有效工作时间，产出效率更高；2020 年健康产品等使用的大件注塑件产量增加，单位耗电量相对较低；2020 年较 2019 年新增注塑机 38 台，能量转化效率较高，比旧注塑机节电。

（七）结合模具钢、模架、热流道、塑料粒子的采购量、供应商数量、供应商遴选政策及采购管理策略，分析并披露前述原材料供应商集中度的合理性。

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		
	数量(家)	前五大金额占比	采购数量
模具钢类	27	69.00%	243,105.18Kg
模架类	25	80.50%	1,010 套
热流道类	18	77.85%	676 套
塑料粒子类	187	44.65%	11,754.02 吨
电机类	25	88.87%	156.92 万个
滤材类	6	99.96%	156.11 万个
PCBA 板类	7	97.59%	340.31 万个

续：

类别	2019 年度		
	数量(家)	前五大金额占比	采购数量
模具钢类	18	74.61%	228,365.03Kg
模架类	22	83.56%	904 套
热流道类	13	90.79%	551 套
塑料粒子类	168	43.24%	6,845.72 吨
电机类	17	89.85%	79.79 万个
滤材类	5	100.00%	59.57 万个
PCBA 板类	10	98.50%	158.86 万个

续：

类别	2018 年度
----	---------

	数量（家）	前五大金额占比	采购数量
模具钢类	21	87.92%	207,674.59Kg
模架类	21	81.40%	856 套
热流道类	9	92.04%	586 套
塑料粒子类	187	39.96%	6,671.73 吨
电机类	13	96.61%	90.38 万个
滤材类	5	100.00%	62.28 万个
PCBA 板类	6	99.99%	200.02 万个

公司建立了较为严格和完善的供应商遴选制度，多渠道、多途径遴选合格供应商。公司严格按照供应商筛选制度对供应商的产品质量、服务、价格、资信等多方面因素进行较为全面的考核和认证，通过评审的供应商才可进入公司合格供应商名单。具体采购时，公司综合考虑需求情况、采购价格、供货能力以及客户指定采购的限定范围等因素，从合格供应商名单中选择具体供应商。

1. 注塑模具类

发行人注塑模具产品采购的主要原材料为模具钢、模架和热流道。报告期内的模具钢、模架和热流道采购数量整体呈现上升趋势，与发行人模具钢、模架、热流道的供应商家数基本匹配。发行人模具钢供应商数量 2019 年较 2018 年有所下降是由于 2018 年发行人零星采购较多导致的，2020 年度发行人模具钢、模架、热流道供应商家数均有所上升，主要是由于 2020 年德国唯科注塑模具业务规模扩张，新增德国注塑模具产品类别供应商导致的。

2. 注塑件类

发行人注塑件产品采购的主要原材料为塑料粒子。报告期内，发行人塑料粒子采购数量呈现上升趋势。报告期内，发行人塑料粒子型号较多、客户指定采购占比较高，因此发行人塑料粒子采购较为分散，供应商数量与发行人塑料粒子采购数量无明显配比关系。

3. 健康产品类

发行人健康产品业务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。

综上，报告期内，发行人原材料供应商集中度与发行人原材料采购数量、供应商数量、供应商遴选政策及采购管理策略基本匹配，具有合理性。

（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）分析影响模具钢单位耗用量的因素、模架和热流道与注塑模具的配比关系，2020 年模具钢单位耗用量下降的原因，报告期内模架和热流道单位耗用量波动的合理性；

(2) 分析空气净化器、玻璃清洗机等健康产品使用电机的情况，空气净化器对电机、PCBA 板、滤材的单位耗用量，2020 年健康产品对电机的单位耗用量下降但对 PCBA 板单位耗用量上升的合理性；

(3) 分析废塑料和废铁屑的存放场所及占地面积，报告期各期废料产出量持续超过销售量且 2019 年、2020 年累计废料存留量较大是否符合商业逻辑及行业惯例；

(4) 分析马来西亚唯科和德国唯科在 2020 年下半年员工人数大幅增加的可行性及合理性，2020 年马来西亚唯科月均生产工人数量为 85 人，其中仅有 2 名为自有员工，与当地律师出具的法律意见书中员工数量存在较大差异的原因，分析马来西亚和德国生产人员数量与产出量/收入的匹配性；

(5) 访谈发行人采购负责人，了解各类注塑模具对模具钢的需求是否存在较大差异；查询宁波方正披露的招股说明书，分析报告各期发行人对模具钢 1.2343/1.2344 的采购单价持续低于宁波方正但对模具钢 1.2738 的采购价格持续高于宁波方正的原因；

(6) 了解模具和注塑件的主要耗电环节/设备，分析 2020 年注塑件单位耗电量大幅下降的原因及合理性；

(7) 查询发行人的采购相关制度，结合模具钢、模架、热流道、塑料粒子的采购量、供应商数量、供应商遴选政策及采购管理策略分析前述原材料供应商集中度的合理性。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

(1) 模架和热流道与注塑模具的配比关系合理，2020 年模具钢单位耗用量下降的原因具有合理性，报告期内模架和热流道单位耗用量波动合理；

(2) 空气净化器、玻璃清洗机等健康产品使用电机的单位耗用量合理，空气净化器对电机、PCBA 板、滤材的单位耗用量合理，2020 年健康产品对电机的单位耗用量下降但对 PCBA 板单位耗用量上升的原因具有合理性；

(3) 废料产出量持续超过销售量且 2019 年、2020 年累计废料存留量较大的主要原因系发行人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，符合商业逻辑；

(4) 马来西亚唯科和德国唯科在 2020 年下半年员工人数大幅增加的原因具有合理性，2020 年马来西亚唯科月均生产工人数量为 85 人，其中仅有 2 名为自有员工，与当地律师出具的法律意见书中员工数量存在较大差异的原因具有合理性，马来西亚和德国生产人员数量与产出量/收入的匹配关系合理；

(5) 各类注塑模具对模具钢的需求存在较大差异；报告期各期发行人对模具钢 1.2343/1.2344 的采购单价持续低于宁波方正但对模具钢 1.2738 的采购价格持续高于宁波方正的原因合理；

- (6) 2020 年注塑件单位耗电量大幅下降的原因具有合理性；
(7) 发行人模具钢、模架、热流道、塑料粒子原材料供应商集中度具有合理性。

十、【审核意见 13. 关于毛利率】招股说明书及审核问询回复显示，（1）报告期内，汽车领域注塑模具和注塑件单价整体下滑，主要由于下游客户降成本压力导致整体价格下行、高单价产品比重下降导致；（2）除热流道和工程塑料以外的主要原材料供应商众多，行业集中度低，发行人具有一定的议价能力；（3）发行人注塑模具毛利率高于同行业平均值的主要原因包括模具复杂程度和工艺难度较高、属于定制化产品因而客户粘性高等；（4）发行人注塑件毛利率高于行业平均值的主要原因包括公司产品结构具有“小批量、多品种”特点，因而客户选择少量供应商并给予一定利润空间。请发行人：（1）补充披露发行人向汽车领域主要客户提供的注塑模具和注塑件与同行业可比公司（增加海泰科、宁波方正）向汽车领域客户提供的注塑模具和注塑件在功能类别、生产工艺、技术难度、生产规模、客户质量、销售均价等方面存在哪些相似和不同，发行人与相关可比公司汽车领域注塑模具和注塑件毛利率的对比情况，并结合前述事项进一步分析并披露发行人汽车领域注塑模具和注塑件毛利率的合理性；（2）结合发行人与客户、供应商的议价能力、对供应商采购规模在同行业公司的对比情况等分析并披露主要客户降成本压力能否向上传导至供应商，如是，报告期内原材料采购价格是否反映出这一情况，如否，请披露原因，并说明关于发行人与供应商议价能力的论述是否合理；（3）补充披露发行人模具在复杂程度、工艺难度、定制化程度等方面是否与同行业公司存在显著差异，相关因素是否为发行人毛利率水平高于同行业平均的主要因素；（4）补充披露发行人的注塑件订单具有“小批量、多品种”特点的原因，如注塑件终端产品需求量较小，是否影响发行人订单规模及可持续性，如终端产品需求量较大，导致发行人产品批量较小的原因及合理性；（5）补充披露注塑件产品对不同客户的毛利率情况与订单批量、品种数量是否存在因果关系，如是，请结合报告期内情况予以量化分析。请保荐人和申报会计师发表明确意见。

回复：

（一）补充披露发行人向汽车领域主要客户提供的注塑模具和注塑件与同行业可比公司（增加海泰科、宁波方正）向汽车领域客户提供的注塑模具和注塑件在功能类别、生产工艺、技术难度、生产规模、客户质量、销售均价等方面存在哪些相似和不同，发行人与相关可比公司汽车领域注塑模具和注塑件毛利率的对比情况，并结合前述事项进一步分析并披露发行人汽车领域注塑模具和注塑件毛利率的合理性。

1. 产品功能类别

公司名称	功能类别
天龙股份	汽车功能结构件为主，主要产品应用于动力周边系统、摇窗系统、车门系统、座椅系统、仪表系统、空调系统及车灯系统等

公司名称	功能类别
上海亚虹	汽车内饰件为主，主要应用于国内中高端汽车仪表盘、汽车座椅等汽车内饰件
横河模具	主要产品以家用电器面板为主，汽车领域产品较少
肇民科技	功能结构件为主，产品系列包括汽车发动机周边部件、汽车传动系统部件、汽车制动系统部件、新能源车部件等
海泰科	汽车内外饰模具为主，具体包括汽车仪表盘模具、保险杠模具、副仪表盘模具、门板模具、格栅模具等
宁波方正	汽车内外饰模具为主，包括汽车内饰系统、汽车外饰系统、汽车空调空滤系统、汽车油箱系统等
发行人	汽车内外饰件及功能结构件注塑模具及注塑件产品，主要运用于中控系统、空调出风口系统、汽车油箱系统等

汽车领域产品可分为内饰件产品、外饰件产品和功能结构件产品，内外饰件产品基础要求是具有安全性、舒适性和美观性，功能结构件性能要求较高，一定的温度和环境条件下，需要有足够的精度、机械强度、耐久性、热性能、电性能、化学性能等特性保障汽车安全平稳运行。

2. 生产工艺与技术难度

公司名称	技术水平及工艺难度
天龙股份	模具产品验证制程能力 (CPK) ≥ 1.33 ；模具寿命承诺在 100 万模次以上
上海亚虹	相关模具产品的型腔加工精度可达 0.01mm、表面粗糙度可达 Ra0.025、使用寿命达 120 万模次
横河模具	模具最高精度达到 $\pm 1 \mu\text{m}$ ，表面粗糙度达到 Ra0.16，成型产品精度达到 $\pm 5 \mu\text{m}$ ，使用寿命至少 50 万次，目前个别产品注塑使用次数已超过 500 万次且使用状态良好
肇民科技	肇民科技生产的精密注塑件产品精度可达 0.01mm，并保持稳定批量生产
宁波方正	新型汽车油箱吹塑模具，装配公差达到 0.05mm，超过国外进口模具 0.05-0.1mm 的水平，吹塑工艺达到 6 层吹塑，其他指标达到国外进口模具水平
发行人	公司精密模具加工精度可以达到 0.002mm，表面粗糙度可达到 Ra0.03，最小 R 角为 0.015mm，使用寿命 100 万次以上

注：同行业公司的技术水平及工艺难度来自其上市时的招股说明书披露。

精密注塑模具业务是公司的核心竞争力，是注塑业务的基础，是公司开拓新产品和新客户、保持主营业务持续增长的关键，公司精密注塑模具毛利较高，体现出公司精密注塑模具业务较强的市场竞争力和盈利能力，这为带动注塑业务发展创造了有利条件。

随着下游企业对模具材料强度、使用寿命、精密程度、注塑成型效率、产品一致性等技术要求不断提高，技术更新换代不断加快，对模具企业的产品开发和制造能力要求也更加严格。与同行业公司比较，公司精密模具生产工艺和技术难度较高，在汽车领域积累了丰富的技术经验。公司凭借自身在注塑模具方面积累的经验和技术，不断开发和承接汽车优质客户的优质业务。

3. 生产规模（单位：万元）

公司名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	模具收入	注塑件收入	模具收入	注塑件收入	模具收入	注塑件收入
上海亚虹	1,547.70	33,633.28	1,666.16	31,320.42	3,103.81	34,819.25

公司名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	模具收入	注塑件收入	模具收入	注塑件收入	模具收入	注塑件收入
天龙股份	9,583.58	86,465.19	12,505.98	78,203.12	9,693.82	81,430.21
肇民科技	3,659.68	43,814.91	2,664.46	28,896.66	2,900.73	25,264.24
横河模具	7,582.90	48,663.20	6,355.66	49,076.25	5,319.91	50,073.69
海泰科	41,761.00	3,623.12	33,991.45	45.17	27,043.34	0.00
宁波方正	62,286.74	1,945.57	60,996.83	754.73	53,803.97	775.93
平均值	21,070.27	36,357.54	19,696.76	31,382.73	16,977.60	32,060.56
发行人	10,068.88	5,731.47	13,371.06	7,291.09	15,448.47	7,043.04

注：同行业可比公司数据来源于公开披露的年度报告、招股说明书；上表公司模具收入和注塑收入为汽车领域的的数据。

从生产规模来看，公司与同行业公司平均值相比，生产规模较小，为保证现有产能效益的最大化，在承接订单时，会优先选择毛利率较高的产品；而同行业可比公司生产规模较大，存在部分毛利率较低且批量较大的产品，以保证自身产能效益的最大化。未来，受下游行业“以塑代钢”、“以塑代木”、新能源汽车、性能提升、产品迭代升级等市场机会的影响，公司将在增量市场和存量市场结构性变化中获取更多业务，既保持自身毛利率水平，又满足自身生产规模稳步提升。

4. 客户质量

公司名称	主要客户
天龙股份	博泽集团、京滨集团、大陆汽车、博世集团等
上海亚虹	延锋伟世通、大陆汽车、延锋江森等
横河模具	上汽、吉利、天际等
肇民科技	康明斯、莱顿、石通瑞吉、日本特殊陶业等
海泰科	佛吉亚、萨玛、埃驰、安通林、延锋等
宁波方正	萨玛、佛吉亚、德科斯米尔、延锋内饰等
发行人	均胜电子、施耐德博士集团、Altcam 集团、艾福迈集团等

公司汽车领域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，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，因此毛利率较高。

公司的客户构成决定了公司必须在模具、材料和工艺方面做到优异水平，同时良好的产品品质又能够帮助客户争取更多的新业务和新订单。从客户构成来看，公司与同行业可比公司的主要客户结构均为全球优质企业，无重大差异，但公司主要客户均为各自细分领域具有全球领先地位的企业。

客户名称	基本情况	主营业务	行业地位和市场份额
均胜电子	均胜电子成立于 1992 年，系 A 股上市公司（股票代码：	一家全球化的汽车零部件顶级供应商，主要致力于智能驾	“2020 中国品牌 500 强” 排行榜第 179 位，入选 2020 年

客户名称	基本情况	主营业务	行业地位和市场份额
	600699)，是全球领先的汽车零部件供应商和技术服务商，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、车联网技术以及高端汽车功能件总成等的研发、制造、服务与销售。	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	全球汽车零部件企业百强榜
施耐德博士集团	施耐德博士集团成立于 1927 年，为德国汽车内饰件制造商，主要给保时捷、迈巴赫、奥迪、宝马、奔驰等汽车高档品牌进行全球配套。	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者地位
艾福迈集团	艾福迈集团成立于 20 世纪 60 年代，总部位于德国，主要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。	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
Altcam 集团	Altcam 集团成立于 1986 年，总部位于西班牙，专注于热塑材料的塑料制品制造，是全球各大汽车品牌注塑产品的优质供应商。	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	年营业额已达 5,000 万欧元，是全球前十大汽车第一级供应商博世和博泽的注塑产品优质供应商

通过与上述优质客户紧密合作，公司能够及时洞察和把握行业发展趋势，不断开发出符合市场需求的产品，为公司做大做强奠定了坚实的市场基础，对拓展新客户起到了较好的带动效应。

5. 销售均价

1) 公司汽车领域精密注塑模具销售均价与同行业可比公司比较情况如下（单位：万/套）：

同行业公司	2020 年度	2019 年度	2018 年度
横河模具	14.55	10.72	9.16
上海亚虹	8.84	12.62	14.71
肇民科技	13.56	12.85	11.43
海泰科	92.60	71.56	71.73
宁波方正	46.05	43.07	48.35
同行业公司平均值	35.12	30.16	31.08
发行人	31.13	31.74	32.14

注：上表数据来源为上市公司定期报告以及招股说明书；昌红科技和天龙股份未披露销售数量，无法比较；肇民科技为一次性模具销售均价；上表公司精密注塑模具销售均价为汽车领域的数据；宁波方正注塑模具销售均价为其精密模具销售均价。

公司的汽车领域精密注塑模具销售均价高于横河模具、上海亚虹和肇民科技，但低于海泰科和宁波方正的主要原因：模具定制化程度较高，根据不同精密注塑件的要求，不同模具规格大小、结构、复杂程度等差异较大所致。横河模具、上海亚虹和肇民科技以小型模具为主，而海泰科和宁波方正以大型模具为主。

2) 公司汽车领域注塑件产品销售均价与同行业可比公司比较情况如下(单位:元/件):

同行业公司	2020 年度	2019 年度	2018 年度
天龙股份	2.55	2.49	2.45
肇民科技	1.13	1.04	1.08
同行业公司平均值	1.84	1.77	1.77
发行人	0.65	0.83	0.97

注:上表数据来源为上市公司定期报告;天龙股份和肇民科技之外的其他同行业数据未披露销售数量,无法比较;上表公司注塑件销售均价为汽车领域的数据。

公司的汽车领域注塑件销售均价低于同行业公司平均值的原因系:产品结构和应用领域存在一定的差异,公司的产品主要运用于中控系统、空调出风口系统、汽车油箱系统等领域,体积较小。

6. 毛利率

1) 公司汽车领域精密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	2020 年度	2019 年度	2018 年度
横河模具	28.64%	30.71%	17.80%
上海亚虹	27.99%	35.48%	37.41%
天龙股份	24.75%	22.27%	22.22%
肇民科技	50.04%	54.00%	57.54%
海泰科	27.44%	33.78%	34.41%
宁波方正	23.75%	28.31%	30.36%
算术平均值	30.43%	34.09%	33.29%
发行人	40.73%	45.88%	52.63%

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;上表精密注塑模具毛利率为汽车领域数据;宁波方正注塑模具为其精密模具毛利率。

公司汽车领域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。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。

公司模具毛利率整体水平较高,主要原因为模具产品均为定制产品,不同的模具间有明显的差异性,模具精度和质量直接影响注塑件产品品质,因此客户在模具价格上给予一定的技术溢价。精密注塑模具在制造工艺和材料选用上要求较高,同时对生产加工的精度也提出更高要求,公司可以在谈判过程中争取更高的利润空间。

2) 公司汽车领域注塑件产品毛利率与同行业可比公司比较情况如下:

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
横河模具	17.48%	18.95%	19.71%
上海亚虹	22.57%	20.15%	21.07%
天龙股份	26.53%	25.71%	25.58%

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
肇民科技	35.99%	39.39%	36.89%
算术平均值	25.64%	26.05%	25.81%
发行人	38.65%	35.96%	35.85%

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；海泰科、宁波方正以模具为主，故未比较注塑件毛利率；上表注塑件毛利率为汽车领域数据。

公司注塑件产品的毛利率接近于肇民科技，但是高于同行业平均值。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。

3) 影响注塑模具和注塑件毛利率的主要因素

影响注塑模具和注塑件毛利率的主要因素：产品功能类别、生产工艺、技术难度、生产规模、管理层定价策略、客户质量、产品定位、生产管理质量和效率等。发行人汽车领域注塑模具和注塑件毛利率高于同行业公司平均值的主要原因：A、汽车领域功能结构件产品性能要求较高，产品附加值较高；B、注塑模具生产工艺和技术难度较高，注塑模具精度和质量较高，附加值高；C、生产规模较小，为保证现有产能效益的最大化，在承接订单时，会优先选择毛利率较高的产品；D、持续开发新产品，“小批量与多品种”的注塑件产品特征保持持续的高毛利率；E、公司的客户质量和产品定位决定了公司必须在模具、材料和工艺方面做到优异水平，同时良好的产品品质又能够帮助公司争取更多的新业务和新订单；F、生产管理质量和效率较高，保持产品品质的稳定。

综上，发行人汽车领域注塑模具和注塑件毛利率高于同行业公司平均值的原因具有合理性。

（二）结合发行人与客户、供应商的议价能力、对供应商采购规模在同行业公司的对比情况等分析并披露主要客户降成本压力能否向上传导至供应商，如是，报告期内原材料采购价格是否反映出这一情况，如否，请披露原因，并说明关于发行人与供应商议价能力的论述是否合理。

1. 发行人对客户的议价能力

1) 注塑模具

公司与均胜电子、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。

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) 注塑件

公司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。

3) 健康产品

公司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零部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。

2. 发行人对供应商的议价能力

影响供应商议价能力的主要因素为供应商数量、市场竞争程度和采购量等。基于公司对供应商的采购规模较大，供应商的可选范围较广，公司可以选择性价比较高、质量及交期均有保证的供应商，公司对供应商仍然有一定的议价能力。

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。

公司一般综合考虑产品质量、交期、价格和就近原则等因素来选择模架供应商。一般模架供应商产能相对有限，如果只向一家模架供应商采购，很难同时满足产品质量、交期、价格和就近原则等要求，故向多家供应商采购模架。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，议价能力较高。

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。

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。

电机、滤材和 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。

3. 发行人对供应商采购规模在同行业公司的对比情况（单位：万元）

年份	公司名称	前五大供应商金额	前五大供应商占比	采购规模
2020 年度	横河模具	10,227.36	17.89%	57,168.01
	上海亚虹	8,428.55	20.65%	40,816.22
	天龙股份	11,846.83	22.30%	53,124.80
	昌红科技	9,558.71	17.58%	54,372.64
	肇民科技	10,162.32	38.05%	26,707.81
	算术平均值	10,044.75	23.29%	46,437.90
	发行人	11,827.92	24.38%	48,514.85
2019 年度	横河模具	7,391.18	18.46%	40,038.91
	上海亚虹	6,973.00	19.05%	36,603.67
	天龙股份	10,069.24	21.04%	47,857.60
	昌红科技	8,328.36	21.69%	38,397.25
	肇民科技	4,873.25	31.11%	15,664.58
	算术平均值	7,527.01	22.27%	35,712.40
	发行人	6,824.97	21.12%	32,315.20
2018 年度	横河模具	8,926.24	21.62%	41,286.98
	上海亚虹	7,419.03	30.55%	24,284.88
	天龙股份	11,599.47	22.64%	51,234.41
	昌红科技	7,511.83	19.18%	39,164.92
	肇民科技	4,008.39	29.38%	13,643.26
	算术平均值	7,892.99	24.67%	33,922.89
	发行人	6,787.11	22.11%	30,697.01

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。

由上表可知，公司采购规模与同行业公司平均值较为接近。

4. 上下游价格变动的传导机制

公司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。但是公司汽车领域注塑模具受制于整个行业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，整车厂为降低成本压力，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，导致模具供应商的毛利率下滑。

由于塑料粒子等原材料占注塑件生产成本的比重较高，公司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。公司对于采购量较大的塑料粒子供应商，议价能力相对更强。报告期内，公司注塑件品种较多，除了 2018 年毛利率略低外，总体毛利率相对稳定，未见主

要客户明显的降成本压力。

公司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。报告期内，公司健康产品规模增长较快，对于通用型塑料粒子、电机、滤材和 PCBA 板等采购量较大的供应商议价能力较强，可以要求适当降价或选择性价比较高的替代供应商。报告期内，除了 2019 年历德集团的玻璃清洁机毛利率较低导致总体毛利率较低外，总体毛利率相对稳定，未见主要客户明显的降成本压力。

综上，公司在客户和供应商之间均具有一定的议价能力。公司产品种类繁多，细分应用领域众多，即使同一客户产品中也存在较多不同型号，不同型号产品的销售价格存在差异，使用的原材料型号也较多，原材料的采购均价受市场行情、产品型号结构等变动而变动，且上下游价格变动传导会出现滞后性。从长期和产品细类上看，公司产品售价变动在一定程度上可以向上游原材料供应商传导。另外，公司可以选择性价比较高、质量、交期均有保证的替代供应商，来传导下游客户的降成本压力。

（三）补充披露发行人模具在复杂程度、工艺难度、定制化程度等方面是否与同行业公司存在显著差异，相关因素是否为发行人毛利率水平高于同行业平均的主要因素。

公司精密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	2020 年度	2019 年度	2018 年度
横河模具	28.64%	30.71%	17.80%
上海亚虹	27.99%	35.48%	37.41%
天龙股份	24.75%	22.27%	22.22%
昌红科技	32.02%	27.94%	32.98%
肇民科技	50.04%	54.00%	57.54%
算术平均值	32.69%	34.08%	33.59%
发行人	40.46%	43.49%	49.18%

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。公司模具业务分布汽车、电子、家居、健康家电等领域，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。公司模具毛利率整体水平较高，主要原因为模具产品均为定制产品，不同的模具间有明显的差异性，模具精度和质量直接影响注塑件产品品质，因此客户在模具价格上给予一定的技术溢价。精密注塑模具在制造工艺和材料选用上要求较高，同时对生产加工的精度也提出更高要求，公司可以在谈判过程中争取更高的利润空间。

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、质量标准和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。

3. 公司精密注塑模具销售均价与同行业可比公司比较情况如下（单位：万/套）：

同行业公司	2020 年度	2019 年度	2018 年度
横河模具	14.55	10.72	9.16
上海亚虹	8.84	12.62	14.71
肇民科技	13.56	12.85	11.43
同行业公司平均值	12.32	12.06	11.77
发行人	17.82	21.52	24.28

注：数据来源为上市公司定期报告以及招股说明书；昌红科技和天龙股份未披露销售数量，无法比较；肇民科技为一次性模具销售均价；公司精密注塑模具不含修改模。

公司模具产品与同行业可比公司之间的模具产品销售平均单价差异较大，主要系模具定制化程度较高，根据不同精密注塑件的要求，不同模具规格大小、结构、复杂程度等差异较大所致。一般而言，基于同等条件下，模具体积越大，产品结构越复杂，生产周期越长、难度越大，价格越高。

4. 技术水平及工艺难度

公司精密模具生产工艺和技术难度较高，在汽车、电子和家居等领域积累了丰富的技术经验。公司凭借自身在注塑模具方面积累的经验和技術，不断开发和承接优质客户的优质业务。

5. 定制化程度

项目	原材料类别	主要用途	定制化程度
精密注塑模具	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
	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上工作的部分	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
	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

模具制造企业一旦成为其合格供应商，由于模具产品的定制化程度很高，更换时间性、经济性以及质量可控性等方面代价较高，无重大质量问题的情况下一般不会轻易更换供应商，客户粘性较强。

总之，影响注塑模具毛利率主要因素：模具的复杂程度、工艺难度、定制化程度、管理层定价策略、客户质量、产品定位、生产管理质量和效率、多元化发展战略等，复杂程度、工艺难度和定制化程度只是发行人注塑模具毛利率高于同行业平均值的部分因素。发行人注塑模具毛利率高于同行业平均值的主要原因：A、模具复杂程度和工艺难度较高、属于定制化产品因而客户粘性高；B、管理层在承接订单时，会优先选择毛利率较高的产品；C、公司的客户质量和产品定位决定了公司必须在模具、材料和工艺方面做到优异水平，同时良好的产品品质又能够帮助客户争取更多的新业务和新订单；D、生产管理质量和效率较高，保持产品品质的稳定；E、公司在多元化产品结构布局的同时，积极向多领域细分市场进行开拓，目前公司业务已经在电子、汽车、家居、健康家电等众多应用市场完成布局。

（四）补充披露发行人的注塑件订单具有“小批量、多品种”特点的原因，如注塑件终端产品需求量较小，是否影响发行人订单规模及可持续性，如终端产品需求量较大，导致发行人产品批量较小的原因及合理性。

公司的注塑件订单具有“小批量、多品种”特点的原因和合理性分析如下：

公司单个产品在电子、汽车、家居等领域中的用量相对较小，具有“小批量”的特点；同时，公司产品主要分布在汽车、电子和家居等行业，覆盖汽车、电子烟、光纤通讯、婴童用品和家具产品等多个领域，客户资源丰富，产品品类多样，具有“多品种”的特点。受益于较强的持续开发能力，公司能够不断获取新产品订单，进而使得公司产品品类不断丰富，客户粘性和认可度不断提高，注塑件产品逐渐形成了“小批量、多品种”的特点。

在市场竞争中，不同企业发挥各自优势以追求自身利润水平的最大化。由于塑料制品业庞大的市场需求，在市场竞争中，大部分注塑企业以积累生产规模来获取市场份额，进而维持自身发展。公司作为精密注塑行业内企业之一，虽已具备一定的生产规模，但面对日益激烈的市场竞争，公司在行业中仍不具有明显的规模优势，故难以通过“低毛利、高规模”的

竞争方式保证自身发展。然而，公司的持续开发优势能够帮助公司不断开发品质要求较高的小批量产品，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，将整体毛利率水平提高。持续开发优势既能保证公司获得较高的盈利水平，又能够为公司储备持续盈利的新产品增长点，在市场竞争中保持稳定发展，未来盈利能力向好。

在产品开发方面，公司能够抓住自身的主要竞争优势，持续研发新产品与新模具，推进精细化管理，维持与开拓客户资源，在实现收入和净利润稳步增长的同时，保持较高的产品质量。针对客户新产品开发遇到的工艺难题，公司均能够积极响应并快速解决。公司在汽车、电子和家居等领域的产品布局使得业务规模稳步提升，产品品类日益丰富，有效规避了单一产品波动对公司生产经营的影响，为公司主营业务的持续、稳定、健康发展奠定了良好基础。公司在多元化产品结构布局的同时，积极向多领域细分市场进行开拓，目前已具备汽车、电子、家居等核心功能部件的高端注塑件量产能力，并与盈趣科技、康普集团、均胜电子、施耐德博士集团、艾福迈集团、宜家集团、博格步集团、威卢克斯集团等主要客户建立了长期合作。

报告期内，公司注塑件新产品的销售情况具体如下（单位：万件、万元）：

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	销量	销售额	销量	销售额	销量	销售额
新产品	7,766.75	8,355.27	5,762.17	7,570.54	4,117.95	7,342.02

注：新产品为报告期各期新增或产品升级的产品。

根据上表可知，报告期各期公司新产品销量稳步增长，销售收入相应提升，系公司新的盈利增长点；公司持续开发能力较强，能持续开发新产品，不断丰富自身产品品类，符合公司“小批量、多品种”的业务特点。

综上，公司的注塑件订单具有“小批量、多品种”特点的原因具有合理性。

（五）补充披露注塑件产品对不同客户的毛利率情况与订单批量、品种数量是否存在因果关系，如是，请结合报告期内情况予以量化分析。

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。

影响注塑件产品不同客户毛利率水平的主要因素：产品功能类别、生产工艺、技术难度、生产规模、管理层定价策略、客户质量、产品定位、生产管理质量和效率、多元化发展战略等。由于影响注塑件产品毛利率的因素较多，所以公司注塑件产品对不同客户的毛利率情况与订单批量、品种数量不存在直接的量化因果关系。

报告期内，公司注塑件的平均售价占客户产品平均单位成本的比重较低，比如，公司提供给均胜电子的注塑件平均售价位于 0.50-0.70 元/件，而均胜电子汽车电子系统平均单位成本位于 140-190 元/套。因此公司客户通常对注塑件的采购价格相对不敏感。

（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；结合发行人与客户、供应商的议价能力、对供应商采购规模在同行业公司的对比情况等分析主要客户降成本压力能否向上传导至供应商；获取采购明细表，对主要原材料的价格波动进行分析，并与主要产品价格变动进行对比，以了解上游采购价格变化与下游产品价格变化之间是否具有传导机制。

（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）结合同行业公司毛利率水平和发行人产品销售价格及产品成本的波动，分析发行人毛利率波动是否合理；从产品功能类别、生产工艺、技术难度、生产规模、客户质量、销售均价等方面，分析发行人汽车领域注塑模具和注塑件毛利率高于同行业平均值的原因是否合理；从发行人模具在复杂程度、工艺难度、定制化程度等方面分析发行人毛利率水平高于同行业平均值的原因是否合理；

（5）分析发行人的注塑件订单具有“小批量、多品种”特点的原因是否合理。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

（1）从产品功能类别、生产工艺、技术难度、生产规模、客户质量、销售均价等方面考虑，发行人汽车领域注塑模具和注塑件毛利率高于同行业平均值的原因具有合理性；

（2）发行人在客户和供应商之间均具有一定的议价能力。公司产品种类众多，细分应用领域众多，即使同一客户产品中也存在较多不同型号，不同型号产品的销售价格存在差异，使用的原材料型号也较多，原材料的采购均价受市场行情、产品型号结构等变动而变动，且上下游价格变动传导会出现滞后性。从长期和产品细类上看，公司产品售价变动在一定程度上可以向上游原材料供应商传导。另外，公司可以选择性价比较高、质量、交期均有保证的

替代供应商，来传导下游客户的降成本压力；

(3) 从发行人模具在复杂程度、工艺难度、定制化程度等方面分析，发行人毛利率水平高于同行业平均值的原因具有合理性；

(4) 发行人的注塑件订单具有“小批量、多品种”特点的原因具有合理性；

(5) 由于影响注塑件产品毛利率的因素较多，所以发行人注塑件产品对不同客户的毛利率情况与订单批量、品种数量不存在直接的量化因果关系。

十一、【审核意见 14. 关于期间费用】招股说明书及审核问询回复显示，（1）股份支付中以实际股份增加数与按原持股比例计算可增加的股份的差额作为股份支付数量，实际控制人庄辉阳、王燕合并计算；（2）报告期内存在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情形；（3）报告期内发行人的销售人员、管理人员、研发人员薪酬比同行业公司、同地区 IPO 企业平均值略低；（4）报告期内发行人出货包装物费用增长慢于注塑件销售数量且 2020 年单位包装成本下降，主要由于发行人加大对周转框、隔板等包材的回收利用。请发行人：（1）补充披露股份支付中实际控制人庄辉阳的可增加股份数量以庄辉阳、王燕股份数合并计算，以及员工持股平台和其他自然人股东的股份支付数量也按股份变动差额计算的合理性，市场上是否存在采用相同计算逻辑的案例；（2）报告期内研发产品对外销售的客户、产品内容及相关金额；（3）报告期内发行人的销售人员、管理人员、研发人员薪酬比同行业公司、同地区 IPO 企业平均值略低的合理性，测算如前述人员平均薪酬与同行业公司平均水平一致，对各期净利润的影响；（4）结合周转框、隔板的的功能及运输方式等补充披露包装材料的可回收性和回收的可实现性。请保荐人和申报会计师发表明确意见。

回复：

（一）补充披露股份支付中实际控制人庄辉阳的可增加股份数量以庄辉阳、王燕股份数合并计算，以及员工持股平台和其他自然人股东的股份支付数量也按股份变动差额计算的合理性，市场上是否存在采用相同计算逻辑的案例。

庄辉阳、王燕股份数合并计算依据：王燕增资发行人主要是基于实际控制人夫妇的家庭财产安排，因而股份支付中实际控制人庄辉阳的可增加股份数量以庄辉阳、王燕股份数合并计算具有合理性。实务案例如永泰运反馈回复文件“发行人及保荐机构关于审核问询函的回复”中实际控制人夫妇金萍与陈永夫合并计算股份的表述如下：“……因金萍与陈永夫为发行人的实际控制人，本次增资入股未导致其在永泰有限的权益增加，未作股份支付处理”。另外，股份支付采用差额计算的案例“日月明”公司，由于“陶捷和谭晓云夫妇为发行人的实际控制人，……，实际控制人本次获得的新增股份未超过其原持股比例。因此实际控制人谭晓云认购股份未认定为股份支付”，可见在实务中，对于夫妻认定为实际控制人的股份支

付通常是合并计算的。

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。”

市场上采用差额计算股份支付的案例如下：

序号	公司	事件表述	备注
1	海泰科	2018年3月，海泰科公司注册资本由3,530.00万元增加至4,078.78万元，增资中实际控制人孙文强、王纪学超过其原出资比例而获得的新增注册资本部分确认股份支付金额合计1,030.58万元。	实际控制人直接持股按差额计算股份支付
2	万祥科技	2018年12月公司增加注册资本500.00万元，原股东黄军通过万谦祥、万事祥员工持股平台出资比例超过其原持股比例出资额25.00万元，确认股份支付费用141.10万元。	实际控制人通过员工持股平台持股按差额计算股份支付
3	固克节能	2017年12月，员工持股平台合泰财富对公司进行增资，增加注册资本446.50万元（其中涉及股份支付379万元），按原股东直接持有与穿透控股平台后超过其原持股比例而获得的新增股份确认股份支付费用1,008.14万元。本次增资前后实际控制人李坤云对公司的直接和间接持股比例是下降的，故无需对李坤云本次间接增资的67.50万股进行股份支付处理。	实际控制人等通过员工持股平台持股按差额计算股份支付，员工持股平台的其他员工按全额计算股份支付
4	奇德新材	2017年8月公司增资400万元，其中增资前后股东饶德生和陈云峰对发行人的直接和间接持股比例下降，因此未对饶德生和陈云峰本次的直接或间接增资进行股份支付处理。	实际控制人和老股东直接或间接持股按差额计算
5	新巨丰	2016年10月，实际控制人通过员工持股平台西藏诚融信对公司进行增资，认缴320.16万元注册资本，穿透计算后实际控制人的持股比例下降，实际控制人不存在超过其原持股比例而获得的新增股份的情况，故不涉及股份支付。	实际控制人通过员工持股平台间接持股按差额计算股份支付

注：上表资料来自于各公司的招股说明书等

由上表可知，实际控制人和老股东通常按股份变动差额计算股份支付，而员工持股平台的其他员工按股份变动全额计算股份支付。

股份支付差错更正前，公司2017-2019年股份支付计算方法：实际控制人庄辉阳、王燕以外的员工持股平台和其他自然人股东增资的股份支付数量按股份变动差额计算股份支付金额（差额法）。2021年5月17日，公司第一届董事会第十二次会议审议通过《关于对会计差错进行更正的议案》，更正股份支付计算方法，即除实际控制人庄辉阳、王燕以外的员工持股平台和其他自然人股东增资的股份支付数量按股份变动总额计算（总额法）。

2017-2019年，公司股份支付按差额法改为总额法对利润的影响情况如下表（单位：万元）：

项目	2019年度	2018年度	2017年度
差额法股份支付①	800.22	5,760.29	5,605.78
总额法股份支付②	823.14	5,877.38	5,684.22
差异③（①-②）	-22.92	-117.09	-78.44

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润④	9,612.09	8,417.73	10,401.93
差异金额占扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润比例⑤	-0.24%	-1.39%	-0.75%

综上, 股份支付中发行人实际控制人庄辉阳的可增加股份数量以庄辉阳、王燕股份数合并计算, 以及发行人会计差错更正处理后以员工持股平台和其他自然人股东增资的股份支付数量按股份变动总额计算的方式具有合理性, 符合《企业会计准则》的相关规定。

(二) 报告期内研发产品对外销售的客户、产品内容及相关金额。

报告期内, 研发活动直接或作为组成部分形成产品对外销售情况如下(单位: 万元):

年份	序号	客户名称	产品内容	金额	占研发销售总额比重
2020 年度	1	均胜电子	注塑产品	218.26	27.33%
	2	康普集团	注塑产品	157.19	19.68%
	3	施耐德博士集团	注塑产品	111.1	13.91%
	4	卡尔海丝公司	注塑产品	45.25	5.67%
	5	贝莱胜集团	注塑产品	25.15	3.15%
			合计	556.95	69.74%
2019 年度	1	均胜电子	注塑产品	601.78	58.62%
	2	施耐德博士集团	注塑产品	126.92	12.36%
	3	康普集团	注塑产品	33.45	3.26%
	4	GEALAN Formteile GmbH	注塑产品	19.47	1.90%
	5	艾福迈集团	注塑产品	18.84	1.84%
			合计	800.46	77.97%
2018 年度	1	均胜电子	注塑产品	427.94	49.22%
	2	施耐德博士集团	注塑产品	203.96	23.46%
	3	康普集团	注塑产品	51.51	5.92%
	4	麦格纳集团	注塑产品	35.45	4.08%
	5	艾福迈集团	注塑产品	32.26	3.71%
			合计	751.12	86.39%

注: 2020 年受到新冠疫情的影响, 均胜电子注塑件销售金额下滑较为明显。

在产品研发过程中, 为满足客户要求, 需要进行多轮不同形式的试验以充分验证产品的性能, 多次快速提供试模样品; 同时, 根据试验过程中存在的问题或客户提出的新要求, 需及时对产品方案进行调整。对于研发活动直接或作为组成部分形成的产品, 若客户有需求, 可直接销售给客户。

(三) 报告期内发行人的销售人员、管理人员、研发人员薪酬比同行业公司、同地区 IPO 企业平均值略低的合理性, 测算如前述人员平均薪酬与同行业公司平均水平一致, 对各

期净利润的影响。

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	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售人员	横河模具	8.00	9.66	13.77
	上海亚虹	10.84	10.07	8.17
	天龙股份	20.29	20.83	18.93
	昌红科技	22.29	16.92	13.18
	肇民科技	23.74	22.16	22.99
	平均值	17.03	15.93	15.41
	发行人	14.43	14.73	13.72
管理人员	横河模具	16.41	15.59	12.77
	上海亚虹	19.22	19.72	21.38
	天龙股份	17.35	14.84	13.02
	昌红科技	17.14	18.59	17.83
	肇民科技	25.79	23.57	未披露
	平均值	19.18	18.46	16.25
	发行人	13.82	13.56	12.51
研发人员	横河模具	4.09	4.82	4.13
	上海亚虹	13.11	14.40	13.53
	天龙股份	5.95	6.24	6.29
	昌红科技	5.52	4.74	4.75
	肇民科技	29.96	27.08	23.80

项目	可比公司	2020 年度	2019 年度	2018 年度
	平均值	11.73	11.46	10.50
	发行人	11.17	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 年和 2020 年管理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。

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（单位：万元）：

项目	公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售人员	固克节能	14.91	13.55	12.04
	狄耐克	18.64	17.69	14.46
	东亚机械	未披露	未披露	未披露
	国安达	16.85	15.93	14.70
	力鼎光电	13.11	10.23	9.14
	平均值	15.88	14.35	12.58
	发行人	14.43	14.73	13.72
管理人员	固克节能	13.28	13.05	12.18
	狄耐克	18.06	未披露	未披露
	东亚机械	未披露	18.89	15.34
	国安达	19.14	18.07	15.64
	力鼎光电	12.65	7.91	6.89
	平均值	15.78	14.48	12.51
	发行人	13.82	13.56	12.51
研发人员	固克节能	10.15	9.96	9.60
	狄耐克	14.44	14.65	12.76
	东亚机械	未披露	16.56	15.59
	国安达	11.21	12.46	12.49
	力鼎光电	9.06	7.37	7.28
	平均值	11.22	12.20	11.54
	发行人	11.17	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和年报数据；东亚机械未披露 2020 年度平均薪酬数据，故仅比较 2018 年与 2019 年的数据；2020 年狄耐克、国安达和力鼎光电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；2018 年和 2019 年狄耐克研发人员人数取自其招股书披露的本期平均研发人员。

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。

4. 测算销售人员、管理人员、研发人员平均薪酬与同行业公司平均水平一致，对各期

净利润的影响如下（单位：万元）：

人员分类	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售人员	员工人数①	60	66	61
	发行人平均薪酬②	14.43	14.73	13.72
	同行业公司平均薪酬③	17.03	15.93	15.41
	差异④=①*（②-③）	-156.00	-79.20	-103.09
管理人员	员工人数①	304	279	301
	发行人平均薪酬②	13.82	13.56	12.51
	同行业公司平均薪酬③	19.18	18.46	16.25
	差异④=①*（②-③）	-1,629.44	-1,367.10	-1,125.74
研发人员	员工人数①	213	228	187
	发行人平均薪酬②	11.17	10.66	10.30
	同行业公司平均薪酬③	11.73	11.46	10.50
	差异④=①*（②-③）	-119.28	-182.40	-37.40
-	合计平均薪酬差异对净利润的影响金额（使用 15%税率测算）	-1,619.01	-1,384.40	-1,076.30
-	合计平均薪酬差异对净利润的影响金额占扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润的比例	-11.90%	-14.40%	-12.79%

除了管理人员平均薪酬与同行业公司平均水平一致时对净利润影响相对较大外，其他人员的测算数对净利润影响较小。管理人员平均薪酬较同行业公司低的主要原因系：①发行人的管理人员包含管理人员、财务人员和行政人员等，子公司较多，管理人员人数和岗位较多，平均的薪酬相对较低，与管理人员人数较多的同行业公司天龙股份平均薪酬差距较小；②发行人管理人员内部培养较多，股权激励面较广。研发人员和销售人员平均薪酬略低于同行业公司主要系内部培养员工较多、公司所在地区的工资水平和各个公司的薪酬体系不同等所致。

综上，报告期内发行人的销售人员、管理人员、研发人员薪酬比同行业公司、同地区 IPO 企业平均值略低的原因具有合理性。

（四）结合周转框、隔板的功能及运输方式等补充披露包装材料的可回收性和回收的可实现性。

塑料材质的包装物环保、耐用、可清洗、可重复回收使用。公司从 2012 年开始积极响应政府环保政策，为减少环境污染，尽可能使用塑料材质的包装物，公司先后推动厦门、上海、宁波等地长期稳定合作的客户使用塑料材质的周转框、隔板等包装物。

隔板、周转框用于分隔、装载注塑产品，以便发行人更加安全、高效的运输配送注塑产品。公司的注塑产品一般是客户生产使用的零部件，客户并不会耗用装载零部件的包装物（周转框、隔板），客户领用注塑产品后此类包装物将会被丢弃。

发行人对厦门、上海、宁波等地长期稳定合作的客户的注塑产品销量较大、运输配送频

次较高，且主要由公司自有货车配送，公司在客户工厂派驻人员，负责包装物回收整理，并在货车送货回程时顺便带回。

综上，塑料材质的包装物具有可回收性，回收具有可实现性。

（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）分析股份支付中实际控制人庄辉阳的可增加股份数量以庄辉阳、王燕股份数合并计算，以及员工持股平台和其他自然人股东的股份支付数量也按股份变动差额计算的合理性，市场上是否存在采用相同计算逻辑的案例；

（2）取得研发产品对外销售明细，分析是否合理；

（3）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。

（4）结合周转框、隔板的功能及运输方式等分析包装材料的可回收性和回收的可实现性。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

（1）股份支付中实际控制人庄辉阳的可增加股份数量以庄辉阳、王燕股份数合并计算，以及发行人会计差错更正处理后以员工持股平台和其他自然人股东非首次增资的股份支付数量按股份变动总额计算的方式具有合理性，符合《企业会计准则》的相关规定；

（2）发行人研发产品对外销售的情况符合公司的实际情况；

（3）报告期内发行人的销售人员、管理人员、研发人员薪酬比同行业公司、同地区 IPO 企业平均值略低的原因具有合理性；

（4）从周转框、隔板的功能及运输方式等角度分析，塑料材质的包装物具有可回收性，回收具有可实现性。

十二、【审核意见 15. 关于存货】招股说明书及审核问询回复显示，（1）发行人的注塑模具周转率低于注塑件和健康产品；（2）注塑件、精密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，报告期各期末在产品、库存商品的订单覆盖比例分别约为 89%-90%、82%-83%；（3）每年 3、4 月花粉季为空气净化器销售旺季，考虑 1-2 个月船期及上架时间，发行人在年初发货，因此年底加大产量，导致 12 月末库存商品较多。请发行人：（1）补充披露注塑模具、注塑件和健康产品与同行业可比公司注塑模具、注塑件和小家电 ODM 生产商存货周转天数的对比情况，发行人各类产品的存货周转天数与同行业公司相比是否存在较大差异；（2）补充披露发行人对注塑件和健康产

品提前生产的情况与以订单为基础组织生产是否相矛盾，注塑件、健康产品备货计划情况，在产品以模具为主但订单覆盖率未达 100%的原因及合理性；（3）补充披露空气净化器 2019 年末和 2020 年末备货情况，并结合报告期内备货量和销售进度分析并披露 2020 年健康产品存货周转率大幅提升的原因；（4）补充披露报告期各期境外生产基地的存货规模、构成、存放场所和管理政策。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、注塑件和健康产品与同行业可比公司注塑模具、注塑件和小家电 ODM 生产商存货周转天数的对比情况，发行人各类产品的存货周转天数与同行业公司相比是否存在较大差异。

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	283.46	1.37	262.77	1.36	264.71
注塑件	4.08	88.24	4.05	88.89	4.12	87.38
健康产品	6.16	58.44	3.87	93.02	3.23	111.46
存货	3.15	114.29	2.74	131.39	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. 注塑模具与同行业可比公司存货周转天数对比情况分析

公司注塑模具的存货周转率及存货周转天数与同行业可比公司比较情况如下：

可比公司	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
海泰科	1.17	307.69	1.04	346.15	1.13	318.58
宁波方正	1.29	279.07	1.24	290.32	1.09	330.28
肇民科技	2.37	151.90	1.70	211.76	1.73	208.09
可比公司均值	1.61	223.60	1.33	270.68	1.32	272.73
发行人	1.27	283.46	1.37	262.77	1.36	264.71

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；存货周转率=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；肇民科技仅披露了模具在产品与库存商品的数据，所以肇民科技的存货周转率为模具在产品与库存商品周转率。

发行人注塑模具的存货周转天数与同行业可比公司均值略有差异的主要原因是注塑模具为客户高度定制化产品，发行人与可比公司的客户所处细分应用领域和模具大小等不同。海泰科及宁波方正的客户所属应用领域主要集中在汽车领域且以大型模具为主；肇民科技主要应用于汽车、家用电器等领域，模具以中小型为主；发行人的客户所属应用领域较广，包括汽车领域、电子领域和家居领域等，以中小型模具为主。

2. 注塑件与同行业可比公司存货周转天数对比情况分析

公司注塑件的存货周转率及存货周转天数与同行业可比公司比较情况如下：

可比公司	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
横河模具	2.56	140.63	2.58	139.53	3.00	120.00
昌红科技	5.27	68.31	4.58	78.60	5.17	69.63
上海亚虹	4.64	77.59	4.69	76.76	4.92	73.17
肇民科技	5.79	62.18	4.21	85.51	4.12	87.38
天龙股份	3.49	103.15	3.59	100.28	3.98	90.45
可比公司均值	4.35	82.76	3.93	91.60	4.24	84.91
发行人	4.08	88.24	4.05	88.89	4.12	87.38

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；存货周转率=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；可比公司未单独披露注塑件的存货余额，因其注塑件营业成本占比较大，因此使用可比公司整体存货周转率作为注塑件存货周转率的替代。

发行人注塑件的存货周转天数与同行业可比公司均值较为接近。

3. 健康产品与同行业可比公司存货周转天数对比情况分析

公司健康产品的存货周转率及存货周转天数与小家电 ODM 生产商比较情况如下：

可比公司	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
新宝股份	5.65	63.72	5.26	68.44	6.10	59.02
莱克电气	6.12	58.82	6.35	56.69	6.15	58.54
可比公司均值	5.89	61.12	5.81	61.96	6.13	58.73
发行人	6.16	58.44	3.87	93.02	3.23	111.46

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；存货周转率=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

报告期内，发行人健康产品的存货周转天数与同行业可比公司均值不同的主要原因是公司产品差异化、备货量和销售量等不同。发行人的健康产品主要是空气净化器及玻璃清洁机等家电，而可比公司产品线众多，新宝股份的主要业务包括厨房电器、家居电器等；莱克电气主要产品包括吸尘器、厨房小家电、净水机、空气净化器等。

发行人一般根据客户的正式订单、客户的预测订单和自主备货等方式备货以满足生产需要。报告期各期末的健康产品的存货余额受原材料采购时间、产品生产时间、客户交期要求、订单量和健康产品类型等因素影响而存在差异。当客户订单量较大和交期较紧张时，发行人通常采用缩短供应商供货周期和提前生产等方式以便能及时给客户供货。发行人 2018 年健康产品的存货周转率较低的主要原因系：2018 年按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，使计算 2018 年存货周转率的分子（存货余额期初期末平均值）相对较大；2019 年健康产品的存货周转率较 2018 年有所提升的主要原因：经过前期的不断探索，健康产品相关的生产管理水平和物流调配能力有所提高，公司能够更加合理地安排生

产节奏及备货量，2019 年末公司根据订单需求合理备货使其 2019 年末库存相对较小，使计算 2019 年存货周转率的分子（存货余额期初期末平均值）相对较小；2020 年健康产品存货周转率提升的主要原因系：一方面，2019 年末公司根据订单备货不多使其 2019 年末库存相对较小，使计算 2020 年存货周转率的分子（存货余额期初期末平均值）相对较小；另一方面，2020 年受到“加州山火”、“新冠疫情”以及下半年销售旺季等因素影响，空气净化器需求旺盛，销量大幅增加，使健康产品主营业务成本较 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。

综上，除了 2018 年和 2019 年健康产品周转天数与同行业公司均值差异较大外，发行人各类产品的存货周转天数与同行业公司相比不存在重大差异。

（二）补充披露发行人对注塑件和健康产品提前生产的情况与以订单为基础组织生产是否相矛盾，注塑件、健康产品备货计划情况，在产品以模具为主但订单覆盖率未达 100% 的原因及合理性；

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 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日	
	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

注：上表中在产品 and 库存商品的订单覆盖率为正式订单覆盖率。

受行业特征影响，注塑件、精密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，因此公司各报告期末在产品、库存商品的订单覆盖比例较高。

发行人注塑件、健康产品以订单为基础组织生产，该等订单包括两部分，一部分为客户下达的正式订单，另一部分为客户根据生产计划提供的滚动订单或根据市场需求提供的预测订单（以下统称为“客户预测订单”），需要发行人提前生产备货。另外，为满足生产产能的均衡性，发行人会根据历史销售数据，对长期稳定客户进行错峰生产并自主备货。上述订单覆盖率仅根据正式订单计算。因此，发行人对注塑件和健康产品提前生产的情况与以订单为基础组织生产并不矛盾。

1. 注塑件和健康产品备货情况

报告期各期末，发行人注塑件在产品、库存商品的订单覆盖率情况如下（单位：万元）：

产品 大类	分类	2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日	
		金额	覆盖率%	金额	覆盖率%	金额	覆盖率%
注塑 件	正式订单	2,724.02	76.94	2,666.90	78.17	2,357.82	73.48
	客户预测订单	233.37	6.59	252.88	7.41	182.04	5.67
	自主备货	562.36	15.89	466.09	13.66	666.58	20.77
	其他	20.59	0.58	25.85	0.76	2.47	0.08

合计	3,540.34	100.00	3,411.73	100.00	3,208.91	100.00
----	----------	--------	----------	--------	----------	--------

报告期各期末,发行人健康产品在产品、库存商品的订单覆盖率情况如下(单位:万元):

产品 大类	原因分类	2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
		无订单金额	覆盖率%	无订单金额	覆盖率%	无订单金额	覆盖率%
健康 产品	正式订单	1,969.83	87.61	964.13	70.08	1,681.17	70.21
	客户预测订单	74.10	3.30	130.50	9.49	208.30	8.70
	自主备货	176.66	7.86	211.58	15.38	316.68	13.22
	其他	27.80	1.24	69.50	5.05	188.50	7.87
合计	2,248.38	100.00	1,375.71	100.00	2,394.65	100.00	

综上,发行人注塑件和健康产品主要根据正式订单和客户预测订单进行备货。

2. 在产品以模具为主但订单覆盖率未达 100%的原因及合理性

报告期内,在产品分产品类别的订单覆盖率如下(单位:万元):

产品大类	2020年12月31日			2019年12月31日			2018年12月31日		
	期末结存金额	订单覆盖金额	订单覆盖率	期末结存金额	订单覆盖金额	订单覆盖率	期末结存金额	订单覆盖金额	订单覆盖率
注塑件	552.17	381.48	69.09%	969.21	690.50	71.24%	784.68	449.40	57.27%
健康产品	539.27	364.93	67.67%	557.91	294.91	52.86%	835.12	320.73	38.41%
模具	8,227.11	7,646.14	92.94%	7,061.63	6,663.61	94.36%	6,558.38	6,524.70	99.49%
合计	9,318.56	8,392.56	90.06%	8,588.76	7,649.03	89.06%	8,178.17	7,294.83	89.20%

注:上表在产品订单覆盖率为正式订单覆盖率。

报告期内,注塑件在产品订单覆盖率分别为 57.27%、71.24%和 69.09%,健康产品在产品订单覆盖率为 38.41%、52.86%和 67.67%,注塑件和健康产品在产品的订单覆盖率未达 100%主要系存在客户预测订单和自主备货等情况,2018 年末健康产品正式订单覆盖率较低主要系部分国内客户预测订单较大;报告期内,模具在产品订单覆盖率分别为 99.49%、94.36%和 92.94%,无订单覆盖的模具为发行人自用模具,未来将通过固定资产核算。因此,在产品以模具为主但订单覆盖率未达 100%的原因具有合理性。

(三) 补充披露空气净化器 2019 年末和 2020 年末备货情况,并结合报告期内备货量和销售进度分析并披露 2020 年健康产品存货周转率大幅提升的原因;

2020 年发行人健康产品以空气净化器为主,2020 年健康产品存货周转率大幅提升主要是受空气净化器的备货及存货周转情况影响所致。2019 年末和 2020 年末空气净化器的备货情况如下(单位:万元):

存货项目	2020年12月31日		2019年12月31日	
	账面余额	占比	账面余额	占比
原材料	719.87	25.77%	448.51	35.65%

存货项目	2020年12月31日		2019年12月31日	
	账面余额	占比	账面余额	占比
在产品	318.70	11.41%	322.88	25.66%
库存商品	1,153.29	41.29%	370.89	29.48%
发出商品	590.20	21.13%	109.04	8.67%
委托加工物资	11.28	0.40%	6.92	0.55%
低值易耗品	0.08	0.00%	0.02	0.00%
合计	2,793.42	100.00%	1,258.26	100.00%

2019年末，空气净化器库存2.45万台，发出商品0.64万台；2020年末，空气净化器库存8.27万台，发出商品3.36万台。报告期各期内，空气净化器产销量如下(单位：万台)：

2020年度	期初数量	生产入库数量	销售出库数量	期末数量
一季度	3.09	7.71	9.05	1.74
二季度	1.74	29.76	28.3	3.39
三季度	3.39	45.4	35.71	13.18
四季度	13.18	58.39	59.66	11.63
合计	21.4	141.29	132.72	29.94

续：

2019年度	期初数量	生产入库数量	销售出库数量	期末数量
一季度	4.72	11.95	10.41	6.23
二季度	6.23	14.94	15.91	5.21
三季度	5.21	9.37	12.82	1.75
四季度	1.75	16.9	15.56	3.09
合计	17.91	53.16	54.7	16.28

续：

2018年度	期初数量	生产入库数量	销售出库数量	期末数量
一季度	5.15	5.44	6.76	3.76
二季度	3.76	18.06	15.17	6.62
三季度	6.62	17.84	21.54	2.92
四季度	2.92	19.79	17.99	4.72
合计	18.45	61.13	61.46	18.02

注：期初数量及期末数量包括库存商品数量及发出商品数量；生产入库数量和销售出库数量不含其他出入库数量，如评审、试验检测、赠品、参展、返修等，故生产入库数量、销售出库数量与期初期末数量略有差异。

由上表可知，2019年末备货量较小，2020年第三季度和第四季度空气净化器备货量和销售量较大，相应结转的成本金额较大，因此2020年空气净化器的存货周转率提升较大。

(四) 补充披露报告期各期境外生产基地的存货规模、构成、存放场所和管理政策。

报告期内，发行人有2家境外生产基地，分别是德国唯科和马来西亚唯科。

报告期内，德国唯科的存货规模与构成如下表（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	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
原材料	41.88	3.78%	49.14	7.63%	51.75	78.37%
在产品	1,043.95	94.21%	483.50	75.09%	14.28	21.63%
库存商品	22.23	2.01%	111.28	17.28%		
合计	1,108.06	100.00%	643.93	100.00%	66.03	100.00%

德国唯科制定了存货管理内部控制相关规定，严格控制存货的收发存，对于每一笔仓库的流转，均有对应的台账予以记录，由专人对存货流转情况进行核对，比如相关人员检查核对实物数量、送货单与采购订单三者是否一致，同时对材料质量进行检查，若检查无误后根据需要领用至车间。发行人要求德国唯科人员每月初完成上月末的仓库库存盘点，将盘点表及库存结存信息报送公司财务部。发行人财务部根据盘点情况与收发存情况、海外存货台账进行核对，对德国的仓库进行严格控制，确认账实相符；报告期内，发行人德国海外仓库管理情况良好。德国唯科各物料存放于自有的厂房和仓库。

报告期内，马来西亚唯科存货规模与构成如下表（单位：万元）：

存货大类	2020年12月31日		2019年12月31日	
	金额	占比	金额	占比
原材料	660.29	62.56%	16.22	18.28%
在产品	88.33	8.37%	20.40	22.98%
库存商品	299.95	28.42%	52.15	58.74%
发出商品	4.89	0.46%		
低值易耗品	2.03	0.19%		
合计	1,055.49	100.00%	88.77	100.00%

发行人派遣专门人员至马来西亚，参与马来西亚唯科的规划筹建，并参照发行人的管理制度和生产经验，对生产线布局及生产工艺流程进行指导，以及建立存货管理制度等生产管理制度。通过一系列生产管理制度，明确了马来西亚唯科仓库的岗位分工与授权，对存货的补货、验收和保管、发出商品、存货的核验、盘点与处置、检查与监督均做了规定，加强了公司对马来西亚唯科存货的管理和控制，保证存货的安全完整，提高存货运营效率，保证合理确认存货价值，防止并及时发现和纠正存货业务中的各种问题。报告期内，发行人派遣专门人员至马来西亚，负责马来西亚唯科的日常生产管理与运营，确保马来西亚唯科的各项制度得到落实，并通过 ERP 系统管理马来西亚的存货进销存，对马来西亚的仓库进行严格控制，确认账实相符；报告期内，发行人马来西亚海外仓库管理情况良好。马来西亚各物料存放于租赁的厂房和仓库。

（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) 查询发行人同行业可比公司公开的财务数据、招股书等资料，比较注塑模具、注塑件和健康产品的存货周转率和存货周转天数，是否与同行业可比公司平均数据存在较大差异；

(2) 分析发行人对注塑件和健康产品提前生产的情况与以订单为基础组织生产是否相矛盾，注塑件、健康产品备货计划情况，在产品以模具为主但订单覆盖率未达 100%的原因及合理性；

(3) 获取发行人空气净化器 2019 年末和 2020 年末的备货情况、月度备货明细和销售进度明细，分析空气净化器月度存货余额及成本结转金额变动合理性；结合上述数据，分析健康产品存货周转率大幅提升的原因；

(4) 检查存货管理制度等内部控制文件，了解境外生产基地的存货规模、构成、存放场所和管理政策。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

(1) 发行人各类产品的存货周转天数与同行业公司相比不存在较大差异；

(2) 注塑件和健康产品提前生产的情况与以订单为基础组织生产不矛盾，在产品以模具为主但订单覆盖率未达 100%的原因具有合理性；

(3) 综合考虑报告期内备货量和销售进度，2020 年健康产品存货周转率大幅提升的原因具有合理性；

(4) 发行人境外生产基地存货管理制度较为完善。

十三、【**审核意见 16. 关于中介机构核查**】审核问询回复显示：（1）保荐人、申报会计师对发行人报告期内收入金额、采购金额、应收账款余额等进行函证，存在回函不符的情形；（2）保荐人、申报会计师对发行人所有银行账户客户支付的 200 万元以上的资金流水和部分 200 万元以下资金流水进行核查，还核查了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，以及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；（3）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 94.84%，保荐人和申报会计师监盘比例 72.55%。请保荐人和申报会计师说明：（1）函证程序回函不符的主要原因及占差异金额的比例，采取哪些程序核查是否存在异常情形，不存在异常情形的判断依据；（2）对发行人银行账户的资金流出记录是否进行核查，如是，请说明核查标准、核查方法和核查结果，如否，请说明原因；（3）

对发行人以外的相关方资金流水核查中，“异常大额资金往来”的判断标准，对关联方、实际控制人控制的其他企业、员工持股平台、参股公司等法人银行流水采取的核查方法、核查范围和核查标准，相关核查证据是否足以支撑核查结论；（4）对发行人存货进行监盘的时间、地点，对境外子公司进行存货监盘的方法，对发行人报告期内存货真实性、完整性、准确性采取的核查手段和取得的核查证据是否足以支撑核查结论。

回复：

（一）函证程序回函不符的主要原因及占差异金额的比例，采取哪些程序核查是否存在异常情形，不存在异常情形的判断依据。

1. 收入金额函证回函不符的主要原因及占差异金额比例

我们对发行人报告期内的收入金额进行函证，回函不符差异金额如下：（单位：万元）

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
发函金额	78,676.32	62,104.81	57,167.68
回函金额	74,567.10	56,520.96	54,459.02
其中：回函不符差异金额	1,298.57	855.54	425.75
回函不符差异比率	1.74%	1.51%	0.78%

注：回函不符差异比率=回函不符差异金额/回函金额。

报告期内收入金额的函证，回函差异的主要原因为：入账时点存在差异，发行人按收入确认政策确认收入，而客户接收货物或收到发票确认采购额，二者时间差异，致使函证金额不符。对于函证回函不符的情况，了解交易的背景，获取销售合同、销售发票、结算单、验收单、收款凭证等资料，核查销售的真实性，收入金额的准确性。经核查，不存在异常情况。

2. 采购金额函证回函不符的主要原因及占差异金额比例

我们对发行人报告期内的采购金额进行函证，回函不符差异金额如下：（单位：万元）

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
发函金额	40,921.47	28,202.73	25,639.58
回函金额	38,112.29	27,142.83	24,517.89
其中：回函不符差异金额	50.82	85.21	445.28
回函不符差异比率	0.13%	0.31%	1.82%

注：回函不符差异比率=回函不符差异金额/回函金额。

报告期内采购金额的函证，回函差异的主要原因为：入账时点存在差异，发行人以货物入库时暂估入账，供应商按照开票时间入账，因发票开具时点与货物入库时点存在差异，致使函证金额不符。对于函证回函不符的情况，了解交易的背景，获取采购合同、入库单、结算单、发票、付款单据等资料，核查采购的真实性，采购金额的准确性，经核查，不存在异常情况。

3. 应收金额函证回函不符的主要原因及占差异金额比例

我们对发行人报告期内的应收金额进行函证，回函不符差异金额如下：（单位：万元）

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
发函金额	21,523.60	17,145.34	16,632.38
回函金额	20,374.02	15,190.76	14,507.77
其中：回函不符差异金额	1,510.82	1,194.14	252.26
回函不符差异比率	7.42%	7.86%	1.74%

注：回函不符差异比率=回函不符差异金额/回函金额。

报告期内应收金额的函证，回函差异的主要原因为：

1) 入账时点存在差异，发行人按收入确认政策确认收入及应收金额，而客户按收货物或收到发票确认应付金额，二者时间差异，致使函证金额不符。

2) 应收金额是否含增值税存在差异，发函金额为含增值税的应收金额，客户回函金额为不含增值税的应付金额，二者存在税额部分差异。

对于函证回函不符的情况，了解交易的背景，获取销售合同、销售发票、结算单、验收单、收款凭证等资料，核查其销售的真实性，应收金额的准确性。经核查，不存在异常情况。

（二）对发行人银行账户的资金流出记录是否进行核查，如是，请说明核查标准、核查方法和核查结果，如否，请说明原因；

1. 核查范围

发行人报告期内所有银行账户的资金流出，包括报告期内已经注销的银行账户。

2. 核查方法和核查标准

1) 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。

2) 获取了企业信用报告及发行人开户清单，并与发行人财务核算中的贷款担保、银行账户进行核对。

3) 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，我们核查了报告期内所有金额在 200 万元以上的银行资金流出，并抽取了部分 200 万元以下的银行资金流出，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，我们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。

我们抽取银行账户 200 万元以上的资金流出和部分 200 万元以下资金流出进行核查，对银行流水与银行存款日记账、银行存款日记账与银行流水的双向比对。经比对，发行人银行流水与银行存款日记账记录一致。各年度核查金额（剔除发行人银行内部转款、银行结购汇金额）及核查比例情况如下表所示（单位：万元）：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
银行流出核查金额	167,287.78	110,632.92	85,646.43
发行人资金流出总额	207,791.49	143,220.10	121,210.12
核查比例	80.51%	77.25%	70.66%

注：中介机构对银行内部转款和银行结购汇等金额进行了核查，统计核查比例时，不包括银行内部转款和银行结购汇等金额。

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。

（三）对发行人以外的相关方资金流水核查中，“异常大额资金往来”的判断标准，对关联方、实际控制人控制的其他企业、员工持股平台、参股公司等法人银行流水采取的核查方法、核查范围和核查标准，相关核查证据是否足以支撑核查结论；

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所有银行账户（包括已注销账户）；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、参股公司等所有银行账户（包括已注销账户）。报告期内，中介机构共计核查 28 个自然人、4 个持股平台和 12 个关联法人银行流水；获取 170 个关键岗位员工的承诺函，占员工人数的 10.21%。

2. 核查方法与核查标准

1) 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真实、准确和完整性；关键岗位人员承诺与发行人客户、供应商不存在异常大额资金往来等。

2) 获取开户银行打印报告期内的资金流水明细；

3) 取得实际控制人、董监高的个人征信信息；

4) 异常标准及确定依据

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。

根据重要性水平，对发行人以外的资金流水核查，对自然人的异常大额资金往来的判断标准为 30 万（报告期年均扣非后的利润总额的 0.25%以内）以上且存在上述异常事项等；对法人的异常大额资金往来的判断标准为 200 万（不大于报告期年均扣非后利润总额的 2%）以上且存在上述异常事项等。

报告期内，中介机构重点检查自然人金额 30 万元以上的资金流入和资金流出，抽取部分金额 30 万元以下的资金流入和资金流出检查交易对手方、交易背景等信息，判断是否存在异常情况；抽查法人单笔金额 200 万元以上，以及虽低于 200 万元但异常的资金收支，核查是否存在异常的收支。

5) 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。

(四)对发行人存货进行监盘的时间、地点,对境外子公司进行存货监盘的方法,对发行人报告期内存货真实性、完整性、准确性采取的核查手段和取得的核查证据是否足以支撑核查结论。

1. 对发行人存货进行监盘的时间、地点和监盘比例

由于中介机构自 2019 年度开始对发行人进行全面尽职调查,并对 2019 年末、2020 年末存货进行了监盘,存货监盘情况如下:

公司	2020 年监盘时间	2019 年监盘时间	监盘地点
唯科模塑	2020 年 7 月 3 日至 4 日 2020 年 12 月 31 日至 2021 年 1 月 1 日	2019 年 12 月 31 日	厦门市公司厂区
上海克比	2020 年 6 月 30 日及 2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	上海市公司厂区
健康产业	2020 年 6 月 29 日及 2021 年 1 月 3 日	2020 年 1 月 1 日	厦门市公司厂区
厦门格兰浦	2020 年 6 月 30 日及 2020 年 12 月 31 日		厦门市公司厂区
天津唯科	2020 年 7 月 9 日及 2021 年 1 月 6 日		天津市公司厂区
德国唯科	2020 年 6 月 30 日及 2021 年 1 月 5 日		德国耶拿市公司厂区
马来西亚唯科	2021 年 1 月 1 日		马来西亚新山市公司厂区

2020 年,中介机构对发行人各类存货监盘金额及比例如下:(单位:万元)

项目	发行人 国内各公司	德国唯科	马来西亚唯科	小计	占比
原材料及低值易耗品	2,374.68	29.77	570.29	2,974.74	60.44%
在产品	7,078.53	918.58	26.55	8,023.66	86.10%
库存商品	3,923.93	0.00	108.38	4,032.31	84.52%
合计	13,377.14	948.35	705.22	15,030.71	72.55%

注:占比=存货各项目监盘金额/存货各期末余额;原材料及低值易耗品主要是塑料粒子、电机、滤芯、电路板等,种类较多,数量较大,故监盘比例略低。

2. 境外子公司存货监盘的方法

为了对德国唯科和马来西亚唯科的存货进行监盘,我们分别委托所在国的、与发行人会计师同属于大华国际会计集团(Moore Global Accounting Firm)的德国成员所 INTARIA AG 与马来西亚成员所 Moore Stephens Associates PLT(以下简称“成员所”),对德国唯科及马来西亚唯科的存货进行现场监盘。

我们与其成员所就监盘的时间、范围以及监盘计划、监盘人员胜任能力等进行了沟通,并获取成员所的监盘底稿进行复核。经复核,我们认为成员所的监盘工作是可以信赖的,拟利用其工作成果。成员所以对存货监盘执行的程序如下:

- 1) 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；
- 2) 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；
- 3) 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。

(五) 对发行人报告期内存货真实性、完整性、准确性采取的核查手段和取得的核查证据

- 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进行函证，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 and 低值易耗品一年以内库存比例较高的原因，分析合理性；
- 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、存货周转率分析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。

经核查，发行人存货真实、完整。

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]004715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

二〇二一年五月十七日