

(上接A110版)

序号	股东	持股数(万股)	股份比例	出资方式
1	周建清	3,600	90%	净资产
2	钱勇	400	10%	净资产
	合计	4,000	100%	-

三、发行人基本情况

(一) 总股本、本次发行的股份、股份流通限制和锁定安排
本次发行前的总股本为6,000万股,本公司拟向社会公众发行不超过2,000万股人民币普通股,且不低于发行后总股本的25%。

关于发行前所持股份流通限制和自愿锁定股份的承诺的具体内容,请参见招股说明书“重大事项提示”之“一、股份锁定及限售、减持意向承诺”。

(二) 股东数量及比例

公司发起人、主要股东持股情况如下:

序号	账户全称	持股数量(万股)	持股比例
1	周建清	3,071.50	91.19%
2	钱勇	757.50	12.63%
	合计	4,000	100%

三、发行人基本情况

(一) 总股本、本次发行的股份、股份流通限制和锁定安排
本次发行前的总股本为6,000万股,本公司拟向社会公众发行不超过2,000万股人民币普通股,且不低于发行后总股本的25%。

关于发行前所持股份流通限制和自愿锁定股份的承诺的具体内容,请参见招股说明书“重大事项提示”之“一、股份锁定及限售、减持意向承诺”。

(二) 股东数量及比例

公司发起人、主要股东持股情况如下:

序号	账户全称	持股数量(万股)	持股比例
1	周建清	3,071.50	91.19%
2	张建成	757.50	12.63%
3	钱勇	400.00	6.67%
4	秦海芳	275.00	4.58%
5	蔚锐投资	265.00	4.42%
6	卓蔚空调	235.00	3.92%
7	曲华卫	200	3.33%
8	王耀锋	118	1.97%
9	沈建忠	110	1.83%
10	乔顺顺	90	1.60%
11	张建平	80	1.33%
12	何平	60	1.00%
13	储立芳	60	1.00%
14	陆晓青	60	1.00%
15	周建明	47	0.78%
16	张超	24	0.40%
17	顾晓杰	20	0.33%
18	高磊	15	0.25%
19	张敏	10	0.17%
20	张玉贤	10	0.17%
21	莫薇	10	0.17%
22	张勤勤	10	0.17%
23	谈明华	9	0.15%
24	仇文骏	8	0.13%
25	杨丽华	6	0.08%
26	余金泉	5	0.08%
27	陈晓亮	4	0.07%
28	潘建华	4	0.07%
29	陈朝明	4	0.07%
30	胡建仲	3	0.05%
31	夏文芳	2	0.03%
32	蒋丽霞	2	0.03%
33	王耀锋	2	0.03%
34	赵刚	2	0.03%
35	胡耀芳	2	0.03%
36	陆靖	2	0.03%
37	顾卫	2	0.03%
38	朱桂林	2	0.03%
39	邓建忠	1	0.02%
40	金冬	1	0.02%
41	胡仙仙	1	0.02%
42	吴建华	1	0.02%
43	张赫	1	0.02%
44	陈新华	1	0.02%
45	薛丽	1	0.02%
46	胡菊仙	1	0.02%
	合计	6,000	100%

(三) 本次发行前各股东间的亲属关系及各自持股比例

本次发行前,公司股东中存在亲属关系的情况:周建清与张思成系父子关系,并且都为公司实际控制人。发行人股东间存在的亲属关系如下:

姓名	亲属关系	持股数(万股)	持股比例	持股用途
张勤勤	周建清配偶的妹妹	10.00	0.17%	直接
夏文芳	周建清配偶的弟弟	2.00	0.03%	直接
胡菊仙	周建清配偶的表姐	1.00	0.02%	直接
胡菊芳	周建清配偶的表姐	2.00	0.03%	直接
胡月仙	周建清配偶的表姐	1.00	0.02%	直接
王耀锋	王耀锋的哥哥	2.00	0.03%	直接
陈洪亮	王耀锋的舅舅	4.00	0.07%	直接
金冬	王耀锋的表哥	1.00	0.02%	直接

(四) 本次发行前股东共同投资情况

周建清、何平、张志平系芜湖卓蔚冠瑞投资管理中心(有限合伙)的有限合伙人,其中,周建清的出资额为200万元,持有卓蔚冠瑞4.705%的财产份额,何平持有卓蔚冠瑞18.819%的财产份额,张志平持有卓蔚冠瑞29.405%的财产份额,并且都为公司实际控制人。

张勤勤、夏文芳系芜湖卓蔚投资管理有限公司的有限合伙人,持有卓蔚投资4.705%的财产份额,张勤勤持有卓蔚投资18.819%的财产份额,并且都为公司实际控制人。

除上述关联关系外,本次发行前公司各股东间不存在其他关联关系。

四、业务和技术**(一) 发行人主营业务**

发行人主要从事各类汽车座椅骨架总成、座椅滑轨总成及汽车座椅、安全带、带缓冲冲压件、注塑零部件的研发、生产和销售,是汽车座椅骨架、座椅功能件和金属、塑料成型的汽车零部件制造商。同时,发行人一直专注于汽车冲压模具的系统研发,拥有一级模架设计和制造技术,掌握冲压件设计、制造和大型精密和高强度的汽车冲压模具能力。发行人与中国李尔、东风李尔集团、麦格纳、延锋百利得、泰极爱思等国内外知名汽车零部件厂商建立了良好的合作关系,是东风李尔集团、麦格纳集团最重要的战略供应商之一。公司供货的车型覆盖了大量整车品牌,包括:通用、福特、奔驰、宝马、大众、雷诺、标致雪铁龙、日产、本田、东风柳汽、长安马自达等,具体配套的车型包括了君威、君越、GL8、哥瑞、新思域、CRV、杰德、奇骏、逍客、新楼兰、英菲尼迪QX50、天籁、科雷傲、帕萨特、朗逸、途观、纳智捷、长安汽车全系列、东风风行全系、启辰系列、东风天龙等上百款车型,产品线中涵盖多款畅销车型。随着公司技术实力不断增强、各子公司陆续建立及投产,公司的核心竞争力及产能进一步提升,覆盖的市场范围也进一步扩大,为公司不断提高自身在行业内的市场份额及竞争地位奠定了基础。

2、公司产品的市场占有率估算

目前,我国汽车零部件市场占有率的统计主要集中在发动机、变速箱、车桥等关键零部件及单体零部件方面,而其他零部件如汽车座椅骨架、滑轨等因品种繁多、配套体系不同,很难准确统计。国家统计局或相关部门会发布该等零部件市场统计数据,因此公司无法获得其准确的市场占有率统计数据。

鉴于公司生产的汽车座椅骨架主要为乘用车配套,根据中国汽车工业协会公布的乘用车数据,并结合公司主要产品各年度的产销量,依据计算公式:市场占有率=公司产品当年配套车辆数/当年全国乘用车产量,对报告期内公司汽车座椅骨架产品的市场占有率情况测算如下:

注:本公司骨架及滑轨主要配套乘用车,因此以乘用车产量为准。

从最终客户看,报告期内外销收入受汇率波动等因素影响,有小幅波动,但基本保持稳定,且占营业收入比重很小。

3、定价策略

汽车零部件供应商需要根据其提供配套的整车制造商或下游客户的定制要求进行模具开发、工厂设计并组织生产。由于汽车零部件的种类、规格繁多,每个客户的要求也不一样,在公司取得订单后,将产品规格以及技术参数提交至设计部,设计部按照客户要求进行相应的模具设计和工装开发。物料部会根据客户的订单及设计部开发计划,结合原材料库存,各供应商的实时价格、各类产品加工工序及特点等情况,制定生产计划,公司根据生产计划再依据不同客户需求对产品在行业内所处地位情况确定合适的对客户报价区间,公司与客户实施的固定价格加浮动价格的定价模式,在保证公司利益的基础上提供有竞争力的价格,获取稳定的长期订单,进而拓展市场。

4、结算方式

公司已根据合同约定将产品交付给购货方并经对方验收或领用,且产品销售收入已确定,确认收入实现。

公司销售模式为面向下游客户直接销售,并在客户收货或实际领用时确认收入。针对部分客户在销售业务中公司先将产品运至客户仓库,待客户自仓库提货时才确认收入。

对部分销售量大、关系稳定的客户,公司与客户协商实行固定价格加浮动价格的定价模式,一般以上一年度与客户的交易价格加上一定的折扣确定固定价格并进行交易,待到下一年度与客户协商确定浮动价格,并签订正式的年度合同后再进行剩余条款的结算。浮动价格部分能有效减少原材料价格波动带来的价格风险,把成本波动的风险转移分摊给下游客户。

上线结算模式:在客户(生产企业)工厂内部或者客户工厂以外的与客户协议一致的地点设立中转库,然后中转库的工作人员按照客户的生产计划配送给客户的生产部门,将货物到客户的生产线上,以每天实际配送到客户自己的生产线的货物的数量进行结算。

一线结算模式:在客户(生产企业)工厂内部或者客户工厂以外的与客户协议一致的地点设立中转库,然后中转库的工作人员按照客户的生产计划配送给客户的货物到客户的生产线上,以客户每天的自己的生产线的产能入库到客户自己仓库的库存量进行结算。

4、新产品研发模式

随着汽车零部件市场的竞争加剧,公司的技术研究水平是提升核心竞争力的重要因素。公司自成立以来不断加大研发投入,设立了独立的研发部门,建立了一套完整的产品开发体系和模式。公司从客户获取开发意向至开发完成以及最后交付生产部门批量生产,均有严格的控制程序,以保证新产品的开发成功率。

5、产品的主要流程如下:



公司现有的产品与工艺技术均由公司自主研发。截至到招股书签署日,公司共获得66项实用新型专利,并曾被评为国家高新技术企业资质。

(三) 行业的竞争格局

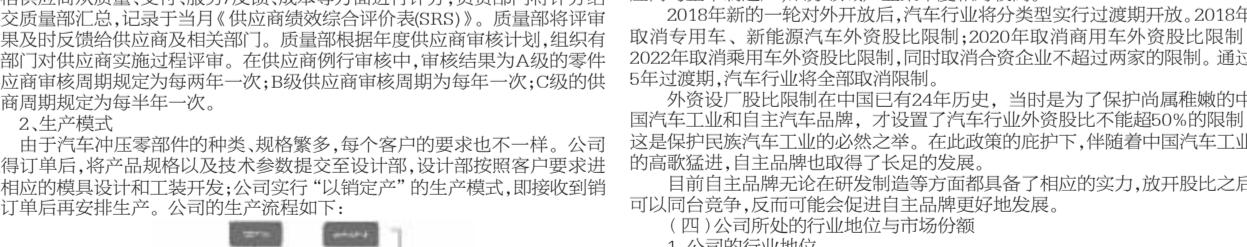
目前,汽车零部件市场供应体系已形成了多层次的供应商体系和多层次竞争格局。我国汽车零部件行业处于完全开放的环境,在包括乘用车冲压及焊接零部件行业在内的所有细分领域都存在着激烈的竞争,既有本土企业与外资企业之间的竞争,也有不同背景的本土企业之间的竞争。在竞争加剧、淘汰加速的大环境下,不同的企业采取了不同的竞争方式,如外资汽车零部件公司力求通过本地化生产降低成本,而本土企业则力争借助开发能力、技术水平的提升以及低成本优势扩大规模等。

整车制造商与零部件企业的合作模式为:整车制造商通过“质量、技术、价格、服务”等指标选择零部件供应商,零部件企业按其业务功能划分为一级、二级等零部件企业。一级零部件供应商一般具有系统或总成件的研发能力,整车厂与一级供应商的合作主要体现在资本与业务两个方面,资本方面的合作主要是指整车制造商对零部件企业进行技术指导,且对相关产品进行共同开发,同时,零部件企业也可自由与多家整车企业开展合作,有效规避单一供货渠道风险。

在国内汽车座椅市场方面,汽车座椅总成几乎被几家外资和合资企业所掌控。佛吉亚、延锋安道拓、中国李尔三家企(含其合资公司)约占中国60%的市场份额。具体到汽车骨架总成滑轨、调角器等核心冲压件的生产厂则主要是天津丰田、延锋江森、李尔、重庆庆友立信、上海沿浦、上海博泽、浙江龙生、常州华阳、中航精机、中精集团等。每家公司均有各自长期合作及配套的一级供应商,并享受长期合作周期为每两年一次;B级供应商审核周期为每一年一次;C级的供应商周期规定为每半年一次。

2、生产模式

由于汽车冲压零部件的种类、规格繁多,每个客户的要求也不一样。公司取得订单后,将产品规格以及技术参数提交至设计部,设计部按照客户要求进行相应的模具设计和工装开发,公司实行“以销定产”的生产模式,即接收到销售订单后再安排生产。公司的生产流程如下:



公司物料部根据客户提供的月计划、周订单,结合各类产品加工工序及特点、设备产能差异情况等,制定生产计划,生产部按照物料部的生产计划按不同批量组织生产,确保生产计划按时完成。产品经过质量检测合格后入库。然后物料部按订单要求的日期发货。

3、销售模式

根据汽车零部件行业的特有的供应关系,公司必须进入客户的合格供应商名录,才能获取订单,即在“订单式生产”的经营模式下,新产品中标并成功签

格纳;郑州沿浦主要负责座椅骨架总成的生产,主要服务于东风日产、郑州日产。

2015年公司设立柳州沿浦,主要是为了响应东风李尔系客户的需求,方便服务客户,但由于柳州地区客户配套的车型、产能、定价等综合因素,柳州沿浦设立后就一直处于微利乃至亏损的状态,同时柳州沿浦租赁的厂房也略有瑕疵,由于当地客户对公司仍有依赖性且当地上游供应商在生产成本上比公司具有一定的优势但技术上尚需公司给予一定支持,基于整体利益优化的考虑,公司经过整体评估及与上下游的谈判,决定调整柳州沿浦业务模式,逐步减少在柳州的加工及装配业务,并在2019年9月末完全停止,柳州沿浦由生产性公司转为贸易公司,由柳州沿浦协助当地的公司进行业务提升等模式,柳州沿浦业务模式调整后,在与客户谈判定价的基础上,保留合理的利润并与供应商进行价格谈判,以保证在产品销售规模不大的基础上有一定利润空间;同时,柳州沿浦经营模式转变后,人员费用