

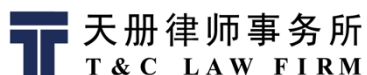
浙江天册律师事务所

关于

浙江富特科技股份有限公司

2025 年度向特定对象发行 A 股股票的

补充法律意见书（二）



浙江省杭州市杭大路 1 号黄龙世纪广场 A 座 11 楼 310007

电话：0571-87901111 传真：0571-87901500

浙江天册律师事务所
关于浙江富特科技股份有限公司
2025 年度向特定对象发行 A 股股票的
补充法律意见书（二）

编号：TCYJS2025H2245 号

致：浙江富特科技股份有限公司

浙江天册律师事务所（以下简称“本所”，系一家特殊的普通合伙所）接受浙江富特科技股份有限公司（以下简称“富特科技”“发行人”或“公司”）的委托，作为公司2025年度向特定对象发行 A 股股票（以下简称“本次发行”）的专项法律顾问，为公司本次发行提供法律服务，并已出具“TCYJS2025H1565 号”《浙江天册律师事务所关于浙江富特科技股份有限公司2025年度向特定对象发行 A 股股票的法律意见书》（以下简称“《法律意见书》”）、“TCLG2025 H1806号”《浙江天册律师事务所关于浙江富特科技股份有限公司2025年度向特定对象发行 A 股股票的律师工作报告》（以下简称“《律师工作报告》”）以及“TCYJS2025H1829号”《浙江天册律师事务所关于浙江富特科技股份有限公司2025年度向特定对象发行 A 股股票的补充法律意见书（一）》（以下简称“《补充法律意见书（一）》”）。

鉴于发行人于2025年12月收到深圳证券交易所“审核函〔2025〕020080号”《关于浙江富特科技股份有限公司申请向特定对象发行股票的第二轮审核问询函》（以下简称“《审核问询函》”），现本所律师就《审核问询函》提出的审核问询意见中的法律部分问题进行了核查，并出具本补充法律意见书。本补充法律意见书中，“报告期”指“2022年度、2023年度、2025年度、2025年1-9月”。

本所及经办律师依据《证券法》《律师事务所从事证券法律业务管理办法》《律师事务所证券法律业务执业规则（试行）》等规定及本补充法律意见书出具日以前已经发生或者存在的事实，严格履行了法定职责，遵循了勤勉尽责和诚实信用原则，进行了充分的核查验证，保证本补充法律意见书所认定的事实真实、准确、完整，所发表的结论性意见合法、准确，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并承担相应法律责任。

除本补充法律意见书特别说明以外，《法律意见书》《律师工作报告》《补充法律意见书（一）》中所述的法律意见书出具依据、律师声明事项、释义等相关内容适用于本补充法律意见书。

第一部分 对《审核问询函》的回复

问题 1:

根据申报材料，发行人向前五大客户的销售收入占营业收入的比重分别为 95.61%、96.14%、93.99%和 83.91%，客户集中度较高。报告期内，公司仅在 2023 年度存在向单一客户销售占比超过 50%的情形。2023 年，公司对广汽集团的销售收入占营业收入的比例超过 50%。

请发行人补充说明：（1）客户集中度高、向单一客户销售占比大的原因及合理性，是否存在因单一客户重大依赖，影响发行人经营独立性的风险；（2）发行人披露广汽集团是其战略客户的含义，是否存在长期的业务合作协议或特殊利益安排或关联关系，是否存在被取代风险；（3）募投项目的实施是否会导致客户集中度进一步提升；如果公司的主要客户采购计划发生变动或生产经营状况发生不利的变化，公司将如何规避由此对公司生产经营所带来的风险。

请发行人补充披露相关风险。

请保荐人和发行人律师核查并发表明确意见。

回复:

一、客户集中度高、向单一客户销售占比大的原因及合理性，是否存在因单一客户重大依赖，影响发行人经营独立性的风险

（一）报告期内发行人客户集中度变化情况

公司主要从事新能源汽车高压电源系统研发、生产和销售业务，主要产品包括车载充电机（OBC）、车载 DC/DC 变换器、车载电源集成产品等新能源车载产品。报告期内，公司向各期前五大客户销售及其占比情况如下：

单位：万元

| 报告期 | 序号 | 客户名称 | 销售金额 | 销售占比 |
|---------------|----|------|------------|--------|
| 2025年 1-9月 | 1 | 蔚来汽车 | 55,692.93 | 21.76% |
| | 2 | 小米汽车 | 53,861.29 | 21.04% |
| | 3 | 雷诺汽车 | 43,235.45 | 16.89% |
| | 4 | 广汽集团 | 32,423.61 | 12.67% |
| | 5 | 零跑汽车 | 24,116.43 | 9.42% |
| | 合计 | | 209,329.71 | 81.79% |
| 2024年度 | 1 | 广汽集团 | 69,921.39 | 36.16% |
| | 2 | 蔚来汽车 | 58,109.98 | 30.05% |
| | 3 | 小米汽车 | 31,307.45 | 16.19% |
| | 4 | 雷诺汽车 | 13,193.96 | 6.82% |

| 报告期 | 序号 | 客户名称 | 销售金额 | 销售占比 |
|--------|----|------|------------|--------|
| | 5 | 易捷特 | 9,232.57 | 4.77% |
| | 合计 | | 181,765.35 | 93.99% |
| 2023年度 | 1 | 广汽集团 | 103,053.04 | 56.15% |
| | 2 | 蔚来汽车 | 37,212.49 | 20.28% |
| | 3 | 易捷特 | 17,622.18 | 9.60% |
| | 4 | 长城汽车 | 13,966.40 | 7.61% |
| | 5 | 小鹏汽车 | 4,582.92 | 2.50% |
| | 合计 | | 176,437.04 | 96.14% |
| 2022年度 | 1 | 广汽集团 | 65,116.70 | 39.46% |
| | 2 | 蔚来汽车 | 39,755.85 | 24.09% |
| | 3 | 易捷特 | 26,432.44 | 16.02% |
| | 4 | 长城汽车 | 21,371.05 | 12.95% |
| | 5 | 埃诺威 | 5,104.67 | 3.09% |
| | 合计 | | 157,780.71 | 95.61% |

注：易捷特指易捷特新能源汽车有限公司、长城汽车指长城汽车股份有限公司、埃诺威指埃诺威（苏州）新能源科技有限公司。

报告期内，发行人前五大客户销售占比情况呈现以下趋势：

1. 前五大客户合计销售占比总体呈下降趋势

发行人前五大客户合计销售占比由 2022 年度的 95.61% 下降至 2025 年 1-9 月的 81.79%，客户集中度显著下降；除前五大客户之外，2025 年 1-9 月发行人亦与小鹏汽车、长城汽车、长安汽车等其他知名整车客户持续保持量产合作关系，主要客户保持基本稳定的同时不断持续开拓新业务机会。

2. 第一大客户销售占比总体呈下降趋势

发行人第一大客户销售占比由 2022 年度的 30.46% 下降至 2025 年 1-9 月的 21.76%；第五大客户的占比由 2022 年度的 3.09% 上升至 2025 年 1-9 月的 9.42%，前五大客户之间销售占比的差距有所减少，销售分布更加均匀。

3. 发行人客户群体持续拓展

报告期内，虽然部分客户销售占比存在下降情况，但由于公司整体客户拓展成效显著，业务规模快速增长，前五大客户销售总金额呈现逐期上升的趋势；发行人最近一期前五大客户中，小米汽车、雷诺汽车、零跑汽车均为 2023 年以来新增量产的前五大客户，客户集中度随着公司客户群体的不断拓展持续改善。

因此，报告期内发行人前五大客户集中度、单一客户集中度均有所下降，且部分客户销售金额虽然有所波动，但是主要客户基本保持稳定合作，发行人总体销售收入持续增长，发行人具备应对个别客户需求波动风险的经营能力。

（二）客户集中度高的原因及合理性

报告期内，公司向前五大客户销售占比分别为 95.61%、96.14%、93.99%和 81.79%，客户集中度较高但总体呈现降低的趋势，与车载高压电源产品的特点、下游新能源汽车竞争格局和公司产品业务的特点相一致，具备合理性，具体情况如下：

1. 车载高压电源产品具有开发周期长、定制化要求高和资金投入大的特点

车载高压电源系新能源汽车的核心零部件之一，在汽车零部件中属于价值量相对较高的零部件，其性能直接关系到车辆的用电安全、高压安全和整车可靠性。车载高压电源需要在整车电气架构、整车空间布局等设计维度进行深度匹配和定制开发，具有开发周期长、定制化要求高和资金投入大等特点，需要长时间的整零协作研发，具备较高的进入壁垒。因此从整车厂商的视角，车载电源供应商的选择需要较为谨慎，必须进行深度绑定，倾向于选择有长期、大规模交付经验的厂商。

根据 NE 时代公开披露数据显示，2025 年 1-6 月，包括公司在内的前十大车载高压电源产品零部件供应商的市场份额占比达到 91.50%，车载高压电源产品行业集中度相对较为显著。

2. 下游新能源汽车行业集中度较高

报告期内，我国主要新能源汽车厂商零售销量情况如下：

| 2025年1-9月 | | | 2024年度 | | | 2023年度 | | | 2022年度 | | |
|-----------|----------|--------|--------|----------|--------|--------|----------|--------|--------|----------|--------|
| 排名 | 新能源乘用车厂商 | 份额 | 排名 | 新能源乘用车厂商 | 份额 | 排名 | 新能源乘用车厂商 | 份额 | 排名 | 新能源乘用车厂商 | 份额 |
| 1 | 比亚迪汽车 | 28.66% | 1 | 比亚迪汽车 | 34.12% | 1 | 比亚迪汽车 | 34.98% | 1 | 比亚迪汽车 | 31.72% |
| 2 | 吉利汽车 | 12.31% | 2 | 吉利汽车 | 7.92% | 2 | 特斯拉中国 | 7.80% | 2 | 上汽通用五菱 | 7.79% |
| 3 | 长安汽车 | 6.54% | 3 | 特斯拉中国 | 6.03% | 3 | 广汽埃安 | 6.25% | 3 | 特斯拉中国 | 7.75% |
| 4 | 上汽通用五菱 | 5.72% | 4 | 上汽通用五菱 | 5.94% | 4 | 吉利汽车 | 6.07% | 4 | 吉利汽车 | 5.37% |
| 5 | 特斯拉中国 | 4.88% | 5 | 长安汽车 | 5.71% | 5 | 上汽通用五菱 | 5.92% | 5 | 广汽埃安 | 4.82% |
| 6 | 奇瑞汽车 | 4.11% | 6 | 理想汽车 | 4.59% | 6 | 长安汽车 | 4.98% | 6 | 奇瑞汽车 | 3.90% |
| 7 | 零跑汽车 | 4.03% | 7 | 奇瑞汽车 | 3.97% | 7 | 理想汽车 | 4.86% | 7 | 长安汽车 | 3.74% |
| 8 | 鸿蒙智行 | 3.93% | 8 | 赛力斯汽车 | 3.54% | 8 | 长城汽车 | 3.06% | 8 | 哪吒汽车 | 2.62% |
| 9 | 理想汽车 | 3.35% | 9 | 广汽埃安 | 3.37% | 9 | 蔚来汽车 | 2.07% | 9 | 理想汽车 | 2.35% |
| 10 | 小鹏汽车 | 3.20% | 10 | 长城汽车 | 2.68% | 10 | 零跑汽车 | 1.86% | 10 | 长城汽车 | 2.18% |
| 合计 | | 76.74% | 合计 | | 77.86% | 合计 | | 77.85% | 合计 | | 72.26% |

数据来源：乘联会

报告期内，我国前十名新能源汽车厂商零售销量占比分别为 72.26%、77.85%、77.86% 和 76.74%，头部厂商在终端市场销售格局中占据主导地位，市场集中的特征显著。多种因素共同作用导致了新能源车行业相对较高的集中度，由于新能源汽车行业具有资金密集以及技术密集型的特点，相关参与者需要投入大量资金和人才提升经营规模和技术实力；新能源汽车还实行准入管理，获取生产资质是进入该行业的前提条件，新进入者面临较高的进入门槛。

3. 因产品特征及下游市场竞争格局，公司基于行业和自身发展阶段的市场推广策略以及产品结构使得客户集中度较高

鉴于车载高压电源产品具有开发周期长、定制化要求高、资金投入大的特点以及下游新能源汽车行业集中度较高，同时公司仍处于快速发展阶段，登陆资本市场时间较晚，结合自身财务资金状况、研发资源和生产能力，公司执行重点开发服务优质客户的市场策略，力争成为优质客户主要车型的主要配套供应商，由此也导致公司在报告期内客户集中度较高。

报告期前，基于公司的发展阶段、我国新能源汽车产业的发展阶段和重点开发服务优质客户的市场策略，为建立行业市场口碑并保障财务资金安全，公司对客户群体的拓展相对稳健，集中资源致力于成为优质整车客户的主要供应商，实现与客户的深度稳定合作，而非进行全面开拓。基于此，公司陆续与广汽集团、长城汽车、蔚来汽车等客户建立稳定合作关系，且随着新能源汽车行业及客户业务的发展，实现了销售收入不断增长。

近年来，随着新能源汽车行业发展愈加成熟，终端消费者对于新能源汽车的需求也更加多元化，一些新能源汽车品牌也借此机会实现了销量的大幅度跃迁。公司敏锐地捕捉到新能源整车行业格局变化，并基于自身在资金实力、研发资源和生产能力等各方面资源提升，力争在高质量新客户拓展层面打开新的局面，并且取得了良好的效果，公司分别于 2021 年、2023 年新增定点了小米汽车 Su7、Yu7 车型，并分别于 2024 年、2025 年实现了量产；公司还于 2024 年首次定点了零跑汽车多系列车型，并于 2025 年实现量产。公司集中资源服务优质客户的策略，使得公司的客户结构相对集中，客户数量稳中有增，对主要客户的销售金额占比较高，但优质客户的订单也是公司业绩稳步发展的重要保障。

目前，公司凭借自身核心竞争优势，已与广汽集团、蔚来汽车、长城汽车、小米汽车、零跑汽车、小鹏汽车、长安汽车、雷诺汽车等主要客户陆续实现稳定合作并致力于获取主要市场份额，前述客户均系报告期各期我国新能源汽车销量前十大或国内外知名主机厂。

此外，公司产品结构相对集中亦在一定程度上提升了客户集中度，报告期内发行人主要销售车载高压电源产品，销售占比达 90% 以上，其他产品或服务的收入占比较小，亦导致了发行人的客户集中度较高。

综上，多个因素共同导致了公司客户集中度较高，但 2025 年 1-9 月公司前五大客户销售占比已由 2024 年的 93.99% 下降至 81.79%，下降了 12.2%，显著改善。公司针对性的市场客户策略效果较为显著，2024 年小米汽车首次进入公司前五大客户，2025 年零跑汽车首次进入公司前五大客户，截至目前公司仍有已定点尚未量产的新客户车型。凭借有效的市场开发策略以及逐渐丰富、更加合理的客户结构，公司的客户集中度有望进一步下降。

（三）向单一客户销售占比大的原因及合理性

报告期内，公司向前五大客户销售占比分别为 95.61%、96.14%、93.99% 和 81.79%，其中仅 2023 年度向广汽集团单一客户销售占比超过 50%，广汽集团作为公司的战略客户，向其销售占比较高具备合理性。

1. 新能源汽车行业及公司发展时间相对较短

相比全球汽车工业一百多年的历史，我国的新能源汽车产业的规模化仅有十余年时间，仍处在快速增长阶段，产业链上的各类型参与者均寻求扩张规模。与优质客户建立稳固合作关系，从而获取订单、产能爬坡并维持健康的现金流状态是公司在行业发展早期立足和规划长远发展的首要考虑因素。

对于新能源汽车行业上游零部件供应商来说，特别是像车载高压电源这类技术迭代快、定制化要求高、安全性要求高的零部件，客户的拓展并非一蹴而就，在正式供货前需要通过整车厂商的一系列认证程序，整个认证考核流程标准严格、程序复杂、时间跨度大。因此专注于核心优质客户，与具有发展潜力的整车品牌共同成长，不断积累量产经验、技术数据和行业口碑是较为实际的发展路径，客户集中往往是这一时期绝大多数零部件供应商的常态。

公司作为成立于 2011 年的车载电源行业供应商，相比于博世、法雷奥、科世达等国际化大公司和同行业部分其他公司，公司属于行业后发者，市场拓展也

较晚，同时面临研发、产能、资金、人才等多重资源约束，相关资源在公司成立初期极为紧张，对于公司而言最为有效的策略就是将优势资源集中服务于几家能带来稳定且大规模订单的优质客户，这是实现产能爬坡、技术迭代和现金流健康的最优策略。依照上述经营战略，公司成功配套了广汽集团、蔚来汽车、长城汽车等主流车企的多款热门车型，成为其合格供应商，本身就是对公司技术实力、产品质量和管理体系的市场化验证，为后续开拓其他客户奠定了坚实基础。

客户结构的多元化是随着公司自身实力提升，产能扩大和品牌积淀而逐步积累的结果。当前公司的客户群体不断丰富，在前述客户基础上相继量产并配套了小鹏汽车、小米汽车、长安汽车、零跑汽车等主流车企的车型，合作伙伴范围不断扩大，恰是过去发展阶段战略成功的重要成果。随着公司不断开拓新客户、业务多元化发展，同时行业也将逐步迈入成熟期，预计公司国内外客户结构将会进一步丰富，客户集中度将降低。

2. 公司与广汽集团合作关系持续稳定

公司以 2017 年广汽集团成立新能源汽车品牌埃安为契机，推动商务接洽和技术交流，于当年通过广汽集团的供应商资格认证并实现项目定点，由此成为其新能源汽车的主要车载高压电源供应商。报告期内，随着广汽埃安多个车型的陆续上市以及下游销量良好，公司与其业务规模不断扩大。

分年度来看，广汽集团 2022 年-2024 年新能源汽车整车销量分别为 30.95 万台、54.96 万台和 45.47 万台。作为公司 2022 年-2024 年的第一大客户，公司对广汽集团的车载电源系统销量与其新能源汽车整车销量与波动情况相匹配，对其销售占比较高具备合理性。主要得益于公司近年来不断开发新客户、新车型的定点项目，陆续于 2024 年起逐步量产并且贡献收入，尽管报告期内广汽集团的订单需求发生了一定波动，公司总体营业收入仍然保持了增长态势。此外，在现有量产产品的基础上，公司还具有丰富的新增定点项目储备，包括蔚来汽车、零跑汽车、Stellantis、欧洲某主流豪华汽车品牌等国内外知名整车厂，丰富的项目储备将推动公司营业收入持续增长。

从客户的角度来看，汽车产业已经形成了产业链高度分工协作的发展模式，供应链稳定安全是整车厂商重点考虑的因素，公司作为国内领先的车载高压电源厂商，不仅能够为客户提供优质的产品而且还拥有正向研发能力，为众多国内外车企供应链安全提供有力保障。公司与广汽集团合作近十年，双方具有良好的信

任基础和沟通经验，在技术层面也保持了紧密的交流，公司对广汽集团的技术和产品需求快速响应，为其新能源汽车产业的快速发展和供应链安全提供了有力保障。

（四）是否存在因单一客户重大依赖，影响发行人经营独立性的风险

1. 不存在因单一客户重大依赖，影响发行人独立性的情况

（1）目前公司不存在对单一客户重大依赖

报告期内，发行人营业收入从 2022 年的 165,039.58 万元上升至 2025 年 1-9 月的 255,935.58 万元，营业收入显著增长；但第一大客户销售占比已由 2022 年广汽集团的 39.46% 下降至 2025 年 1-9 月蔚来汽车的 21.76%，第一大客户销售占比显著下降。因此，目前公司不存在对单一客户的重大依赖。

公司目前与国内外主要客户的储备定点项目正在持续推进中，预计将于 2026 年起陆续实现量产，从而提供新的收入来源。综上所述，公司定点项目储备丰富，能够通过新客户、新车型定点项目的量产不断保持和增加市场份额，未来客户集中度有望进一步下降。

（2）股东入股发行人与主要客户的业务开展相互独立

1) 相关股东与主要客户的关系

目前发行人相关股东的投资情况，以及与公司主要客户的关系如下：

| 相关股东 | 截至 2025.09.30 直接持股公司比例 | 是否超过 5% | 截至目前是否 提名或委派董 事、高管 | 相关客户 | 与主要客户的关系 |
|---|---------------------------|---------|--------------------------|------|----------|
| 长江蔚来产业基金 | 10.65% | 是 | 否 | 蔚来汽车 | 非同一控制 |
| 广东广祺中庸股权投资合伙企业（有限合伙）（以下简称“广祺中庸”）、 广东广祺柒号股权投资合伙企业（有限合伙）（以下简称“广祺柒号”） | 合计持有 1.94% | 否 | 否 | 广汽集团 | 同一控制 |
| 湖北小米长江产业基金合伙企业（有限合伙）（以下简称“小米长江产业基金”） | 3.43% | 否 | 否 | 小米汽车 | 同一控制 |

2) 相关股东的投资与发行人业务开展相互独立

广祺中庸、广祺柒号、长江蔚来产业基金、小米长江产业基金均为在中国证券投资基金业协会备案的私募投资基金，独立进行投资决策；上述股东不属于《公司法》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》《企业会计准则第 36 号——关联方披露》等法律法规及规范性文件规定的关联方。

公司作为行业领先的车载高压电源供应商，客户与公司之间的业务合作均基于各自实际的业务需求，按照市场化机制开展。该等股东入股发行人的独立投资决策，与广汽集团、蔚来汽车、小米汽车和发行人的业务往来不存在互为前提或相互依赖关系。

上述股东入股发行人系独立、市场化投资行为，不会影响公司与相关客户之间业务开展的独立性。

（3）新能源车整车公司入股上游供应链公司系行业普遍现象

新能源整车制造厂商入股上游供应链公司为行业普遍现象，并且逐渐成为重要的战略趋势，部分新能源整车厂商入股上游供应链部分案例如下：

| 公司名称 | 主要产品 | 入股股东 | 对应客户 |
|-------------------------|--|---|--------------|
| 威迈斯 (688612. SH) | 主要产品包括车载电源的车载充电机、车载 DC/DC 变换器、车载电源集成产品，电驱系统的电机控制器、电驱总成，以及液冷充电桩模块等 | 广州广祺辰途创业投资合伙企业（有限合伙） | 广州汽车集团股份有限公司 |
| | | 深圳市同晟金源投资合伙企业（有限合伙）、扬州尚颀三期创业投资基金中心（有限合伙）、佛山尚颀德联汽车股权投资合伙企业（有限合伙） | 上海汽车集团股份有限公司 |
| 湖南裕能 (301358. SZ) | 主要产品包括磷酸铁锂、三元材料等锂离子电池正极材料 | 比亚迪股份有限公司 | 比亚迪股份有限公司 |
| 华盛锂电 (688353. SH) | 锂电池电解液添加剂的研发、生产和销售。电子化学品领域的产品广泛应用于新能源汽车、电动两轮车、电动工具、UPS 电源、移动基站电源、光伏电站、3C 产品等领域 | 比亚迪股份有限公司 | 比亚迪股份有限公司 |

2. 发行人在人员、资产、财务、机构、业务方面均与主要客户保持独立

公司与主要客户的业务往来均系基于客户的真实需求开展，以市场化的方式进行；公司拥有完整的业务体系及独立面向市场独立持续经营的能力。公司与主要客户在人员、资产、财务、机构、业务方面均保持了独立，发行人不存在因单一客户重大依赖，影响发行人独立性的情况，具体如下：

（1）人员独立性

公司与客户之间不存在董事、监事、高级管理人员以及财务人员互相兼职、领取薪酬的情况。2020 年至 2023 年期间，长江蔚来产业基金曾向公司提名一位董事，不担任高管或财务人员，未领取薪酬；除此以外，报告期内公司不存在客

户提名或委派相关人员在公司担任董事、监事、高级管理人员和财务人员的情况，公司具备人员独立性。

（2）资产独立性

公司所拥有的与生产经营活动相关的土地、房产、机器设备以及商标、专利、软件著作权等资产均与客户保持相互独立，不存在混同情形。公司资产权属清晰，完全独立于客户控制的其他主体，不存在被客户占用资金、资产及其他资源的情形，具备资产独立性。

（3）财务独立性

发行人设立了独立的财务部门，专门处理公司有关的财务事项，并建立了独立的财务核算体系和规范、独立并符合上市公司要求的财务会计制度和财务管理制度，能够独立做出财务决策。发行人独立在银行开户，与客户的货款资金往来清晰、结算及时，不存在与客户共用银行账户的情况，不存在客户干预公司资金使用的情况，亦不存在与客户资金结算混乱或被客户长期占用资金、干预财务活动的情况，公司具备财务独立性。

（4）机构独立性

报告期内，发行人建立健全了与公司业务相适应的内部经营管理机构，独立行使经营管理权，依照《公司法》和《公司章程》规定建立了股东（大）会、董事会和经营管理层等组织机构，不存在与客户混合经营、合署办公的情况。公司独立管理经营流程中各职能部门，不存在与客户混同的情形，未发生客户干预公司机构设置和生产经营活动的情况，公司具备机构独立性。

（5）业务独立

发行人具备与生产经营有关的资质及核心技术，具有独立的采购、销售渠道及团队，发行人与客户的购销业务合作系按照汽车零部件的行业惯例，基于业务需求按照市场化机制开展，独立签署各项与其经营有关的合同以及开展各项经营活动。公司能够基于自身竞争能力开拓市场并完成产品交付，具备独立面向市场的能力，相关业务流程不存在与客户混同的情形，客户亦无法对公司的经营决策施加影响。

公司与主要客户之间的业务合作主要依托具体项目的定点合作及后续订单，不存在排他性协议；报告期内，公司不断优化国内市场客户结构，积极参与海外竞争，客户集中度和单一客户销售占比显著下降，公司具备业务独立性。

综上所述，公司与主要客户在人员、资产、财务、机构、业务方面均保持了独立，发行人不存在因单一大客户重大依赖，影响发行人独立性的情况。

二、发行人披露广汽集团是其战略客户的含义，是否存在长期的业务合作协议或特殊利益安排或关联关系，是否存在被取代风险。

（一）发行人披露广汽集团是其战略客户的含义

1. 广汽集团系领先的新能源汽车制造企业，实力雄厚

广汽集团成立于 1997 年，是由广州市国资委控制的国有大型汽车产业集团，连续 12 年入围《财富》世界 500 强，其业务范围涵盖研发、整车、零部件、商贸与出行、能源及生态、国际化、投资与金融等七大板块，是国内产业链最为完整、产业布局最为优化的汽车集团之一。广汽集团拥有丰富的产品线和产品结构，包括轿车及 SUV、MPV 在内的全系列产品，旗下新能源品牌包括埃安、昊铂等。在新能源领域，广汽集团拥有领先的纯电汽车专属平台，并且注重产业链上下游的协同效应，基于领先的新能源平台和电力技术打造了“埃安”“昊铂”产品体系。

广汽集团通过新能源汽车产能的快速增长建立起领先的规模优势，报告期内，广汽集团营业收入为 1,100.06 亿元、1,297.06 亿元、1,077.84 亿元、669.29 亿元。广汽集团相继开发出一系列领先的前瞻性技术和畅销车型，目前已建立起领先的技术优势和产品优势，2022 年-2024 年其旗下广汽埃安品牌在我国新能源汽车品牌销量中分别排名第 5、第 3、第 9，占前十大新能源汽车品牌销售的比例分别为 6.68%、8.03%、4.32%。车载电源产品的需求与整车厂的下游销量密切相关，因此拥有稳定的客户认可度以及客户资源是公司实现可持续发展的必要条件，公司在成立之初即以与下游具备一定市场地位的整车厂客户建立稳固持续的深度合作关系作为目标。广汽集团作为行业内头部的新能源汽车公司，在国内市场份额居于前列，其较大规模的销量能够为上游核心零部件供应商提供较为充足、稳定的订单。

2. 广汽集团与公司持续业务合作、深化前沿业务布局，参与公司首发战略配售，是公司战略客户

公司以 2017 年广汽集团成立新能源汽车品牌埃安为契机，于当年获取了埃安 Aion.S、Aion.Y 车型项目定点，并于 2019 年量产，后又陆续于 2020 年、202

2 年定点了 Aion.S、Aion.Y 的改款车型，于 2020 年新定点了 Aion.V、Aion.LX 车型，于 2021 年定点了传祺影豹、传祺 E8/M8 车型，于 2022 年新定点了昊铂 GT/HT 车型，于 2024 年定点了传祺 E9/S9、昊铂 A800 车型。自 2017 年定点首款车型以来双方持续合作至今，且签订了有效期至 2032 年的长期业务合作协议，双方无异议可自动续期。公司为广汽集团配套的主要产品、车型及其定点和量产时间如下：

| 序号 | 车载电源产品 | 配套车型 ¹ | 定点时间 | 量产时间 |
|----|--------|---|--------|--------|
| 1 | A26 | Aion. S、Aion. Y | 2017 年 | 2019 年 |
| 2 | A20 | Aion. S、Aion. Y、Aion. V、Aion. LX | 2020 年 | 2021 年 |
| 3 | A9e | 传祺影豹、传祺 E8、传祺 M8 | 2021 年 | 2022 年 |
| 4 | A02 | 昊铂 GT/HT、Aion. S、Aion. Y、Aion. V、Aion. LX | 2022 年 | 2023 年 |
| 5 | A66 | 传祺 E9、传祺 S9、昊铂 A800 | 2024 年 | 2025 年 |

公司与广汽集团的持续深化合作也体现在经营业绩层面，报告期内公司对其销售金额为 65,116.70 万元、103,053.04 万元、69,921.39 万元、32,423.61 万元，销售占比分别为 39.46%、56.15%、36.16%、12.67%，始终维持在较高水平。

在技术开发层面，公司与广汽集团充分发挥各自在产业链生态的优势地位，面向新能源汽车未来的技术迭代趋势，对车载电源与电机等其他新能源汽车零部件的深度集成等课题进行前瞻性探索研发，基于自身的技术积累与联合开发机制反哺双方业务合作，实现了从供应链到价值链的深度融合。因此，公司在与广汽集团的合作不断深化的同时，可以持续扩大生产产能和提升研发技术实力，提升产品性能，进一步提升公司的竞争力，从而提升市场份额。

在公司首次公开发行阶段，广汽集团下属基金广祺柒号还参与了公司战略配售并签署了《战略合作备忘录》，约定加强资本运作层面的协同合作、深化产品购销合作并进行联合研发。因此，广汽集团与公司持续业务合作、深化前沿业务布局，参与公司首发战略配售，是公司战略客户。

综上所述，公司基于集中资源开发优质客户的经营策略，基于客户的经营规模、行业地位和双方的合作规模、历史及未来潜力等因素，将包括广汽集团在内的优质客户作为经营发展的战略客户予以重点资源保障。

¹ 广汽集团主要车型首次推出后经过改款，故存在公司多款车载电源产品配套同一款车型的情况

（二）是否存在长期的业务合作协议或特殊利益安排或关联关系，是否存在被取代风险

1. 发行人与广汽集团签署的长期业务合作协议

截至本补充法律意见书出具日，发行人与广汽集团及其下属公司签署的长期业务合作协议及其履行情况如下：

| 序号 | 签署主体 | 合同标的 | 合同名称 | 合同期限 | 履行情况 |
|----|-----------------|----------|----------------------|--------------------------------|------|
| 1 | 广汽乘用车有限公司新能源分公司 | 新能源车载产品等 | 《零部件/直材采购基本合同》 | 2019.7.23-2029.3.30，双方无异议自动续期 | 正在履行 |
| 2 | 广汽埃安新能源汽车有限公司 | 新能源车载产品等 | 《零部件/直材采购基本合同》及其补充协议 | 2023.3.17-2032.12.31，双方无异议自动续期 | 正在履行 |

2. 发行人于 2024 年 9 月首次公开发行股票并上市时，广汽集团下属基金广祺柒号参与了发行人的战略配售

根据广祺柒号、广汽集团与发行人签署的《战略合作备忘录》，各方的主要合作内容包括：

| 项目 | 主要内容 |
|---------------|---|
| 加强资本运作层面的协同合作 | 广祺柒号作为广汽集团全资基金，将致力于加强与富特科技股权层面的合作，依托广汽集团的雄厚资本建立紧密的合作纽带。广祺柒号与富特科技可围绕产业链上下游领域在资本层面通过联合投资加强协同合作。在下游应用层面，广祺柒号可为富特科技的业务延伸及投资提供对接和支撑。 |
| 深化产品购销合作 | 广汽集团推动下属主机厂与富特科技进一步深化产品购销合作。富特科技承诺不断推动技术创新、持续优化，以满足广汽集团下属主机厂产品需求和提升产品市场竞争力，并提供高优先级产品服务和专业技术支持，优先保障广汽集团产品生产供应，以支持广汽集团发展，同等条件下，广汽集团愿推动下属主机厂优先采购富特科技产品，以支持富特科技发展。目前富特科技为广汽集团旗下广汽埃安品牌核心车载电源供应商，产品已配套供应广汽埃安旗下 Aion.S、Aion.Y、Aion.V 等车型，以及昊铂品牌车型。对于广汽集团旗下其他品牌，广汽集团与富特科技亦将进一步加强产品配套合作力度。未来广汽集团与富特科技将在产品购销合作各方面保持紧密联系，积极扩大合作空间。 |
| 联合研发 | 广汽集团推动下属研发机构与富特科技在新能源车载高压电源系统及多合一集成系统产品的研发等领域探讨开展技术合作，共同探索相关技术在新能源汽车行业的应用，双方探讨在研发层面建立日常的互动机制和技术专家交流机制，共同讨论和修正战略合作方式及技术合作方向，定期交流合作进展和沟通需求。富特科技研发部门目前已设立广汽项目群，专门服务广汽埃安的车载高压电源相关零部件开发工作，双方分别从整车架构和车载电源开展技术交流，实现研发合作。对于多合一集成系统产品，双方各自设立研发小组，每周开展技术沟通，共同推动物理集成、深度集成等产品的技术研发合作。 |

据此，广祺柒号作为与发行人经营业务具有战略合作关系或长期合作愿景的大型企业的下属企业，具有参与发行人首次公开战略配售的资格，符合《深圳证

券交易所首次公开发行证券发行与承销业务实施细则》（深证上〔2023〕100号）第三十八条（一）项规定。

2. 发行人与广汽集团不存在特殊利益安排

（1）广汽集团通过下属基金对发行人的历次投资价格公允

自发行人设立至今，广汽集团历次通过下属基金间接投资发行人的情况如下：

| 时间 | 投资主体 | 股权变动情况 | 背景 | 入股价格 | 定价依据 |
|----------|--|--|--|--------------------------|--|
| 2015年12月 | 深圳广证盈乾 创新技术产业 壹号投资基金 （有限合伙） （以下简称 “广证盈乾”） | 广证盈乾认购发行人新增注册资本 48.148 万元，增资价款为 1,257.777 万元 | 广证盈乾因看好发行人的发展投资于发行人 | 26.1231 元/注册资本 | 根据各方协商确定的发行人投前估值 2.83 亿元 |
| 2016年2月 | | 浙江亚丁投资管理有限公司（以下简称“亚丁投资”）将其持有的发行人 4% 的股权转让给广证盈乾，对应发行人注册资本 200 万元，转让价款为 1,132 万元 | 亚丁投资存在资金需求，且广证盈乾因看好发行人的发展，拟进一步增持发行人的股权 | 5.66 元/注册资本 ² | 参照同期发行人引入外部投资人的增资价格打 9 折，与亚丁投资向上海星正磁厚投资管理中心（有限合伙）转让股权的定价一致 |
| 2021年9月 | 广祺中庸 | 广证盈乾将其持有的发行人 170.9998 万股股份转让给广祺中庸，转让价款为 1,573.29 万元 | 广证盈乾投资期限即将到期，广祺中庸作为其有限合伙人的关联企业有意向受让该部分股份 | 9.2 元/股 | 在广证盈乾投资发行人成本的基础上，按照年化 10% 的单利定价 |
| 2024年8月 | 广祺柒号 | 广祺柒号作为参与战略配售的投资者认购 1,387,682 股股份 | 广祺柒号看好发行人发展，双方拟加深战略合作 | 14 元/股 | 按公开发行价格确定 |

广证盈乾系由广州证券创新投资管理有限公司管理的私募基金，在广证盈乾入股发行人时，广州证券创新投资管理有限公司系广州市国资委下属广州证券股份有限公司的全资子公司（2020 年 11 月成为中信证券股份有限公司的全资子公司金石投资有限公司 100% 控股子公司），因此，广汽集团作为广证盈乾的有限合伙人，并无法控制广证盈乾。

2021 年 9 月，广祺中庸取得的发行人股权系经协商谈判从广证盈乾处受让取得，而非来源于发行人。

² 2015 年 12 月，因资本公积转增股本，发行人注册资本由 1,203.7 万元增加至 5,000 万元，本次股权转让价格对应转增前的价格为 23.5108 元/注册资本。

2024 年 8 月，广祺柒号取得发行人股权系通过参与首次公开发行的战略配售，不参加首次公开发行的初步询价，并按照发行人和保荐人（主承销商）依据网下询价结果确定的发行价格认购相应股份，不存在直接或间接利益输送的行为。

综上，广汽集团通过其下属基金投资发行人，定价公允，不存在特殊利益安排。

（2）广汽集团下属基金入股发行人同发行人与广汽集团的业务开展系独立决策，不存在互为前提或相互依赖关系

发行人与广汽集团的业务开展系基于广汽集团的实际采购需求接洽开展。自 2018 年起，发行人基于向广汽集团提供新能源车载产品而形成相关销售收入，此后发行人与广汽集团之间的主要销售条款并未发生变化。

综上，广汽集团下属基金入股发行人同发行人与广汽集团的业务开展互相独立，不存在互为前提或相互依赖关系。

（3）发行人与广汽集团的业务合作系基于业务需求按照市场化机制开展

发行人与广汽集团开展业务合作系按照汽车零部件的行业惯例，基于业务需求按照市场化机制开展。具体而言，发行人于 2017 年通过广汽集团供应商资格审核，并经前期技术交流和竞争性报价等流程，由广汽集团根据报价水平、技术实力等多方面因素确定项目定点，达成项目合作。

报告期内，发行人向广汽集团的销售产品为车载高压电源系统，在确定产品售价时，公司根据广汽集团产品的定制化需求，采用“BOM 原材料成本+制造成本+管理费用+其他相关费用+基础利润率”的定价方式，并与广汽集团协商确定产品最终销售价格，与公司其他主要客户之间的定价依据无明显差异，系基于市场化机制展开。

综上，发行人与广汽集团不存在特殊利益安排。

3. 发行人与广汽集团不存在关联关系

经本所律师逐条比对《上市规则》第 7.2.3 条规定的情形，广汽集团的相关情况如下：

| 序号 | 《上市规则》第 7.2.3 条规定的情形 | 具体分析 | 是否适用 |
|-----|---|--------------------|------|
| （一） | 直接或者间接控制上市公司的法人或者其他组织 | 广汽集团对发行人不构成直接或间接控制 | 否 |
| （二） | 由前项所述主体直接或者间接控制的除上市公司及其控股子公司以外的法人或者其他组织 | | 否 |

| 序号 | 《上市规则》第 7.2.3 条规定的情形 | 具体分析 | 是否适用 |
|-----|---|---|------|
| (三) | 由第 7.2.5 条所列上市公司的关联自然人直接或者间接控制的，或者担任董事（不含同为双方的独立董事）、高级管理人员的，除上市公司及其控股子公司以外的法人或者其他组织 | 广汽集团的实际控制人系广州市人民政府国有资产监督管理委员会；广汽集团的董事、高级管理人员与发行人不存在关联关系 | 否 |
| (四) | 持有上市公司 5%以上股份的法人或者其他组织，及其一致行动人 | 截至 2025 年 9 月 30 日，广祺中庸持有发行人 1,664,697 股股份，占发行人股份总数的 1.07%；广祺柒号持有发行人 1,351,602 股股份，占发行人股份总数的 0.87%。因此，广汽集团通过广祺中庸、广祺柒号合计控制发行人 3,016,299 股股份，占发行人股份总数的 1.94%，未超过发行人股份总数的 5% | 否 |
| (五) | 中国证监会、本所或者上市公司根据实质重于形式的原则认定的其他与上市公司有特殊关系，可能造成上市公司对其利益倾斜的法人或者其他组织 | 如前所述，发行人与广汽集团不存在特殊利益安排，不存在公司利益对其倾斜的情形 | 否 |

综上，发行人与广汽集团不存在关联关系。

4. 是否存在被取代风险

根据公司与广汽集团签署的长期业务合作协议以及《战略合作备忘录》，未来广汽集团与公司将在产品购销合作各方面保持紧密联系，积极扩大合作深度、广度，持续为广汽集团旗下新能源车品牌配套车载高压电源产品。

随着新能源车行业的不断发展，供应链配套也逐步成熟，整车销量规模较大的厂商往往倾向于在原有零部件供应商的基础上开发第二供应商，意在保障供应链的安全性和灵活性，因此引入第二供应商系新能源车行业正常现象。

发行人自 2018 年与广汽集团建立合作关系以来，购销业务不断深化，报告期内，公司对其销售金额始终处在较高水平，双方还就车载电源与其他新能源汽车零部件的深度集成等研发课题进行持续交流合作，合作关系紧密。广汽集团下属基金广祺柒号参与了发行人首次公开发行阶段的战略配售，进一步巩固了双方的合作基础；并且根据新能源汽车行业惯例，第二供应商仅为对原有供应链的补充和完善，而不是对原有供应商进行完全取代，因此广汽集团采用其他车载电源产品供应商完全替代发行人的风险较低。

三、募投项目的实施是否会导致客户集中度进一步提升；如果公司的主要客户采购计划发生变动或生产经营状况发生不利的变化，公司将如何规避由此对公司生产经营所带来的风险。

（一）募投项目的实施是否会导致客户集中度进一步提升

1. 公司客户群体持续拓展，本次募投项目具有丰富的项目储备

本次募投新能源汽车核心零部件智能化生产制造项目（三期）拟新建车载高压电源产品产线并扩充产能。就客户群体而言，公司作为国内较早从事新能源汽车高压电源产品业务的企业之一，相继配套并量产了广汽集团、蔚来汽车、小米汽车、零跑汽车、小鹏汽车、长安汽车、长城汽车等多家新能源整车厂商的多款车型，同时在海外市场亦有突破，雷诺汽车项目已实现了量产，Stellantis 及欧洲某主流豪华汽车品牌客户定点项目也在持续推进。报告期内，公司新增配套的重点新车型及改款车型情况如下：

| 客户 | 车型 | 定点时间 | 量产时间 |
|-------------|---|--------|-----------|
| 广汽集团 | 昊铂 GT/HT、Aion. S、Aion. Y、Aion. V、Aion. LX | 2022 年 | 2023 年 |
| | 传祺 E9/S9、昊铂 A800 | 2024 年 | 2025 年 |
| 蔚来汽车 | ET9 | 2022 年 | 2025 年 |
| | 萤火虫系列 | 2022 年 | 2025 年 |
| | 乐道 L60 | 2023 年 | 2024 年 |
| | 乐道 L90 | 2024 年 | 2025 年 |
| 小米汽车 | Su7 | 2021 年 | 2024 年 |
| | Yu7 | 2023 年 | 2025 年 |
| 零跑汽车 | B 系列 B01/B10 | 2024 年 | 2025 年 |
| | C 系列 C10/C11/C16 | 2024 年 | 2025 年 |
| 小鹏汽车 | G 系列 G6/G7/G9 | 2024 年 | 2025 年 |
| | 新 P7 | 2024 年 | 2025 年 |
| 长安汽车 | 阿维塔 06/07 | 2023 年 | 2025 年 |
| | 深蓝 G318、S05、L06 | 2024 年 | 2025 年 |
| 长城汽车 | 魏牌高山 8 | 2024 年 | 2025 年 |
| 比亚迪 | 宋 L Dm-i | 2023 年 | 2024 年 |
| 雷诺汽车 | R5 | 2021 年 | 2024 年 |
| | Megane-E | 2021 年 | 2025 年 |
| | Scenic-E | 2021 年 | 2025 年 |
| | Master | 2021 年 | 2025 年 |
| Stellantis | / | 2023 年 | 预计 2026 年 |
| 欧洲某主流豪华汽车品牌 | / | 2024 年 | 预计 2027 年 |

目前公司拥有较为丰富的定点项目储备，定点项目的持续推进将为公司后续业绩注入持续动力、提供新的支撑。故本次募投项目将基于公司已取得的市场地位以及良好的客户合作关系，将目标客户定位在现有客户以及目前尚未建立合作关系的国内外新能源汽车整车厂，公司将在维持现有客户群体的合作关系的基础上，在国内及海外市场积极开拓市场。

2. 现有产能利用率相对饱和，已成为公司拓展客户市场的潜在制约因素

报告期内，公司的产能利用率为 83.34%、78.05%、89.84%、90.72%，处在较高水平，现有产能主要用于满足存量客户需求。由于新能源汽车产业中整零双方的深度合作关系，下游整车客户的特定车型通常仅有 1-2 家零部件供应商，因此对于上游零部件厂商的供应链保障能力极为关注，且需考虑应对市场热销等情形预留产量提升空间。截至 2025 年 9 月，公司收入达到 25.59 亿元，同比增长 116.31%；产量达到 145.10 万台，产能利用率达到 90.72%；2025 年以来，随着公司各季度产销规模的大幅增长，产能利用率持续在高位一定程度上限制了公司新客户拓展的能力，成为公司拓展新客户、新项目时客户的核心关注点之一。为确保为现有客户配套的车载电源产品能够按时、高质量交付，公司包括生产人员、机器设备等生产资源需要分配在现有订单上，用来容纳新客户定点项目的产线和场地有限。结合公司存量客户的未来销量预计以及已定点未量产情况，预计未来一段时间公司的产能仍将以满足现有客户需求为主，可用于满足新增客户的产能有限。

若募投项目得以实施，则公司将会拥有增量产能用以交付新拓展客户，从而改善目前客户集中度较为集中的情况，因此预计募投项目的实施不会导致客户集中度进一步提升，而是会使得公司客户群体更为多元化。

（二）如果公司的主要客户采购计划发生变动或生产经营状况发生不利的变化，公司将如何规避由此对公司生产经营所带来的风险

得益于国家政策频出支持发展新能源汽车产业，新能源汽车的渗透率逐渐升高，新能源汽车销量逐年攀升，国内新能源汽车厂商的销量也以较快的速度增长，未来年度的销量展望也较为乐观。公司国内外主要客户的经营状况整体向好，国内市场方面公司定点并配套的国内整车厂客户包括广汽集团、小米汽车、蔚来汽车、零跑汽车、长安汽车、长城汽车、小鹏汽车等，均预计其新能源汽车销量将保持增长；而国外市场方面公司的境外客户包括雷诺汽车、Stellantis、欧洲某主流豪华汽车品牌均预计截至 2030 年其电动车交付占比将超过 50%，较目前有较大幅度的提升。国内外客户良好的经营状况为公司订单需求提供了支撑。作为新能源汽车直接上游行业，汽车零部件行业发展也和新能源汽车行业同频，基于终

端汽车销售量的持续攀升，汽车零部件行业整体向好，上下游的整零合作紧密，产业链竞争力不断加强。

但若其中某些客户的主要采购计划发生变动或者生产经营状况发生不利的变化，从而导致采购需求减少，则将会对公司的产品销售造成一定影响。报告期内，公司向前五大客户销售占比分别为 95.61%、96.14%、93.99% 和 81.79%，客户集中度较高但总体已呈现降低的趋势。2024 年以来部分客户的需求出现波动，但公司的营业收入仍然持续增长，2024 年、2025 年 1-9 月均有新的量产客户进入公司前五大客户，彰显了公司客户应对客户集中化、主要客户采购计划发生变动或生产经营状况发生不利变化的措施取得了良好的效果，具体情况如下：

1. 多元化客户结构

国内市场方面，在持续深化与现有客户合作的基础上，公司通过主动拜访、积极开展商务接洽和前期技术交流等机会，积极接洽新能源整车厂，深入了解客户需求，有助于公司更精准把握行业动态和市场趋势，建立紧密的合作关系。在目标客户的选择策略上，由于下游新能源整车厂竞争格局向头部集中，公司针对价值量高的车型的予以重点开发，力争获取其新推出车型或改款车型的定点项目，再逐步完成对其原有车载电源供应商的替代，不断利用自身的技术积累开发新的产品以适配新的业务机会。根据上述市场开发策略，报告期内公司首次定点的客户的新车型或改款车型包括小米汽车 Su7、Yu7 车型，零跑汽车 B 系列、C 系列车型，长安汽车阿维塔 06/07、深蓝汽车系列车型等，在国内市场的竞争力逐步提升。

海外市场方面，公司积极与传统国际汽车电子巨头展开竞争，通过设立海外子公司强化海外服务能力，为欧洲及周边市场的高效对接提供坚实支撑，逐步切入海外头部整车品牌的供应链，为公司营收增长带来新动能。在此策略的带动下，公司新增配套的海外客户包括如 Stellantis、欧洲某主流豪华汽车品牌等老牌国际车企，该等车企对于供应商准入的要求高、流程长、验证严，进入该等车企供应链体系极具战略意义，这标志着公司初步建立起了国际声誉，为后续海外市场持续开拓，通过海外新客户的获取优化客户结构打下了坚实基础。

公司多元化客户结构的市场战略取得了良好效果，报告期内公司前五大客户销售收入占公司营业收入比例为 95.61%、96.14%、93.99%、81.79%，总体呈现降低的趋势，并且随着公司新增定点的国内外知名车企的重要车型项目将在未来

一段时间内逐步贡献收入，公司的客户结构将不断优化，多元化的客户结构增强了公司抗风险能力，单一客户的需求波动对公司的影响降低，起到了平滑营业收入的作用。

2. 持续研发迭代产品

公司自成立以来高度重视研发能力建设，提供具备竞争力的车载电源产品是赢得新客户和扩大市场份额的核心保障。公司致力于通过技术升级不断实现产品迭代，包括车载电源集成化的研究、第三代宽禁带半导体器件的应用、电力电子拓扑优化等方向，新技术、新产品的导入不仅能满足现有客户不断提升的需求，还能吸引新客户对公司创新能力的认可。随着行业的不断发展，新能源汽车下游终端消费者的需求愈发多元化，这倒逼产业链各个环节的公司不断提升产品实力，推出更先进、更贴近终端需求的产品方案，针对车载电源产品而言，则需要不断在转换效率、功率密度、可靠性水平和集成化水平等关键指标上取得突破。报告期内，公司为客户多款新推出车型配套车载电源产品，包括小米汽车的 Su7、Yu7 车型，蔚来汽车乐道 L60/L90 车型，零跑汽车 B 系列、C 系列车型，小鹏汽车 G 系列、新 P7 车型，长安汽车阿维塔 06/07、深蓝汽车系列车型等，显示出公司对行业内对于车载电源最新需求的洞察，并持续迭代产品，将需求转化为实际产品竞争力的能力在行业内处在前列。

3. 精益管理及柔性生产的经营策略

公司所在的车载电源系统产品环节与产业链上价值量较高的动力电池、整车制造环节相比，经营规模、资产规模均相对较小，但是为了应对由于下游需求发生不利变动对公司带来的冲击，公司在生产经营端积极推动精益管理及柔性生产的经营策略。

在经营效率层面，公司持续推进精益管理。在采购及生产环节公司，公司采用以销定采、以销定产的方式，能够及时根据客户采购计划进行调整自身的采购计划、生产计划，从而合理控制存货水平，同时公司产线固定资产投资相对较小，成本构成中以原材料为主，变动成本为主的成本结构也避免公司前期投入金额过大，承担闲置产能的较大损失；在车载电源产品研发设计阶段，公司的研发团队保持与主要客户的通畅沟通机制，充分考虑产品的性能、可靠性和可制造性，根据客户最新需求进行创新设计和优化设计，提升研发效率；公司持续推进生产制造环节的自动化、智能化转型，在装配、测试老化环节引入自动化设备，优化生

产工艺、提升生产效率、释放更多产能。精益管理能够帮助公司提升经营效率，在应对外部冲击时及时调整业务方向，从而保障生产经营的正常开展。

在产线管理层面，由于公司不同产品的主要生产环节基本一致，因此公司主要采取“共线生产”方式，根据下游客户需求等因素确定不同产品的生产计划，从而提高了产线生产能力的适配性。该种柔性的生产方式使得公司在面对单一客户减少时可以快速切换生产其他客户的产品，不会导致较多闲置产能，增强了公司经营的稳定性和独立性。公司的生产线可生产面向所有客户的车载电源产品，即使主要客户的采购计划受其他因素影响波动，公司也可以通过将产线用于生产其他整车厂客户的订单以提高产线利用率，提高公司抗风险能力。

四、查验和结论

本所律师履行了如下核查程序：

1. 获取公司的销售明细表，统计其向前五大客户的销售情况；
2. 查询乘联会发布的新能源汽车厂商零售数据排行榜等资料，了解新能源汽车厂商的集中度情况；
3. 访谈公司管理层，了解公司客户集中度高和对主要客户的销售的情况；
4. 查阅新能源汽车行业公司公告，了解整车厂商入股上游供应商的案例；
5. 查阅《上市公司治理准则》，比照公司经营情况核查公司独立性；
6. 查阅广汽集团年度报告，了解其经营状况；
7. 查阅广祺中庸、广祺柒号、长江蔚来产业基金的股权结构，了解其股东和公司客户重合情况；
8. 查阅了发行人与广汽集团及其下属公司签署的《零部件/直材采购基本合同》《战略合作备忘录》等文件；
9. 查阅了发行人的工商档案、广证盈乾与广祺中庸股权变动相关的协议、验资报告、款项支付凭证；
10. 书面审查了发行人与广汽集团及其下属公司的销售协议、订单、项目定点文件及销售明细；
11. 书面审查了中证登深圳分公司提供的发行人截至2025年9月30日的股东名册；

12. 访谈公司管理层，了解公司应对客户主要客户采购计划发生变动或生产经营状况发生不利变化的应对措施；

13. 取得了发行人出具的说明。

经核查，本所律师认为：

1. 发行人客户集中度较高但总体呈现降低的趋势，与车载高压电源产品的特点、下游新能源汽车竞争格局和公司产品业务的特点相一致，具备合理性；报告期内发行人前五大客户集中度、单一客户集中度均有所下降，且部分客户销售金额虽然有所波动，但是主要客户基本保持稳定合作，发行人总体销售收入持续增长，发行人具备应对个别客户需求波动风险的经营能力；凭借有效的市场开发策略以及逐渐丰富、更加合理的客户结构，公司的客户集中度有望进一步下降；

2. 报告期内，公司向前五大客户销售占比分别为95.61%、96.14%、93.99%和81.79%，其中仅2023年向广汽集团单一客户销售占比超过50%；公司执行重点开发服务优质客户的市场策略，力争成为优质客户主要车型的主要配套供应商；广汽集团作为公司的战略客户，公司与广汽集团合作关系持续稳定，双方合作近十年，具有良好的信任基础和沟通经验，在技术层面也保持了紧密的交流，向其销售占比较高具备合理性；随着公司不断开拓新客户、业务多元化发展，同时行业也将逐步迈入成熟期，预计公司国内外客户结构将会进一步丰富，客户集中度将降低；

3. 目前发行人第一大客户销售占比显著下降，不存在对单一客户的重大依赖；股东入股发行人和公司与主要客户的业务开展相互独立；发行人在人员、资产、财务、机构、业务方面均与主要客户保持独立，不存在因单一客户重大依赖，影响发行人独立性的风险；

4. 发行人与广汽集团持续业务合作、深化前沿业务布局，参与公司首发战略配售，是公司战略客户；发行人与广汽集团的业务合作系基于业务需求按照市场化机制开展，不存在关联关系，不存在特殊利益安排；

5. 公司与广汽集团自2018年以来保持长期稳定合作，合作关系良好；为保障供应链的安全性和灵活性，整车销量规模较大的厂商在原有零部件供应商基础上引入第二供应商系新能源车行业正常现象，仅为对原有供应链的补充和完善，广汽集团采用其他车载电源产品供应商完全替代发行人的风险较低；

6. 公司客户群体持续拓展，本次募投项目具有丰富的项目储备；现有产能利用率相对饱和，已成为公司拓展客户市场的潜在制约因素，本次募投项目的实施将会进一步改善公司客户集中度较高的情况，使得公司客户群体更为多元化。

（以下无正文，为签署页）

（本页无正文，为编号 TCYJS2025H2245 的《浙江天册律师事务所关于浙江富特科技股份有限公司 2025 年度向特定对象发行 A 股股票的补充法律意见书（二）》之签署页）

本补充法律意见书正本一式五份，无副本。

本补充法律意见书出具日为 2025 年 12 月 24 日。



负责人：章靖忠

签署：_____

经办律师：赵 琰

签署：_____

经办律师：王淳莹

签署：_____