

**关于江苏耀坤液压股份有限公司  
首次公开发行股票并在主板上市申请文件的  
审核问询函的回复（豁免版）**

信会师函字[2023]第 ZA283 号

深圳证券交易所：

贵所于 2023 年 3 月 24 日出具的《关于江苏耀坤液压股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市申请文件的审核问询函》（审核函〔2023〕110038 号）（以下简称“审核问询函”）已收悉。

根据贵所要求，江苏耀坤液压股份有限公司（以下简称“耀坤液压”、“发行人”、“公司”）会同立信会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”），本着勤勉尽责、诚实守信的原则，就审核问询函所列问题进行了逐项落实和核查，并书面回复如下，请予以审核。

如无特别说明，本回复使用的简称与《江苏耀坤液压股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市招股说明书（申报稿）》（以下简称“招股说明书”）中的释义相同。

本回复中字体格式说明如下：

审核问询函所列问题	<b>黑体（加粗）</b>
对审核问询函所列问题的回复	宋体

本回复中，若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

### 问题 3.关于实际控制人及关联交易

申报材料及前次审核问询回复显示：

(1) 公司控股股东、实际控制人为谢耀坤、谢文庆和谢文广，谢耀坤系谢文庆、谢文广的父亲，三人合计持股比例为 81.85%。胡建春系谢耀坤的连襟，持有发行人 0.42%股份。招股说明书未说明共同实际控制人之间的纠纷解决机制。

(2) 丞坤盛势为公司员工持股平台，持有发行人 7.11%股份，执行事务合伙人为谢文庆，与公司实际控制人存在一致行动关系。招股说明书显示，实际控制人控制公司股份比例未包含丞坤盛势所持公司股份。丞坤盛势中部分员工出资来源为向公司实际控制人借款，尚未归还。

(3) 刘磊为谢文庆之表妹夫，曾任发行人副总经理，通过丞坤盛势间接持有发行人约 0.89%股份；2018 年 11 月，发行人与刘磊合资设立坤佳机械，分别持股 55%、45%；2019 年 1 月，坤佳机械以 1,226.48 万元收购佳明液压的设备与存货，佳明液压系刘磊的儿子及兄弟控制的企业，资产净值为 193.27 万元；2022 年 3 月，刘磊辞任发行人副总经理，仍在发行人子公司坤佳机械任职。报告期内两位副总经理辞任，审核问询回复未充分说明高级管理人员未发生重大不利变化的依据。

(4) 苏欣线缆为谢耀坤曾持股 19.90%的企业，2020 年 9 月，谢耀坤将其持有的苏欣线缆股权（未实缴出资）以 0 元转让给陈宝林。

请发行人：

(1) 说明实际控制人是否控制丞坤盛势，实际控制人控制公司股份中未包含丞坤盛势持有公司股份的原因，共同实际控制人之间的纠纷解决机制。

(2) 说明丞坤盛势部分出资人出资来源为实际控制人借款的原因，是否存在代持或其他利益安排。

(3) 根据《监管规则适用指引——发行类第 4 号》规定，说明报告期内发行人高管是否发生重大不利变化；发行人与刘磊合资设立坤佳机械的背景、原因，结合刘磊辞去发行人副总经理的具体原因，分析坤佳机械成立不久即收购

佳明液压设备及存货的商业合理性、必要性、价格公允性，相关资产评估过程及其合法合规性等。

(4) 说明实际控制人亲属的股份锁定承诺是否符合《证券期货法律适用意见第 17 号》相关规定。

(5) 说明陈宝林的基本情况，谢耀坤以 0 元将苏欣线缆股权转让给陈宝林的商业合理性、价格公允性，是否存在其他协议安排。

请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见。

回复：

发行人说明

一、说明实际控制人是否控制丞坤盛势，实际控制人控制公司股份中未包含丞坤盛势持有公司股份的原因，共同实际控制人之间的纠纷解决机制。

#### (一) 实际控制人控制丞坤盛势

截至本问询回复出具日，谢文庆持有丞坤盛势出资额 140 万元，出资比例为 5%，并担任丞坤盛势的执行事务合伙人。根据丞坤盛势的《合伙协议》，执行事务合伙人有权决定合伙企业经营管理过程中相关事项，并代表合伙企业执行合伙事务。谢文庆作为丞坤盛势的执行事务合伙人，对丞坤盛势具有控制力，且丞坤盛势已作为发行人控股股东、实际控制人控制的企业出具了《关于股份锁定的承诺函》《关于减少并规范关联交易承诺》等相关承诺函。

#### (二) 实际控制人持有公司股份中已包含丞坤盛势持有公司股份

为准确体现实际控制人持有发行人股份权益比例，《江苏耀坤液压股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市招股说明书（申报稿）》（简称“《招股说明书》”）已按照《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 57 号——招股说明书》的规定披露了实际控制人持有公司股份情况，其中包括实际控制人直接持有发行人股份部分，以及通过丞坤盛势间接持股部分，具体情况如下：“截至本招股说明书签署日，谢耀坤直接持有公司 3,943.56 万股，直接持股比例为 46.72%。谢文庆直接持有公司 1,416.00 万股，直接持股比例为 16.78%；通过丞坤盛势间接持有公司 30.00 万股，间接持股比例为 0.36%。谢文广直接持有公司

1,416.00 万股，直接持股比例为 16.78%；通过丞坤盛势间接持有公司 103.00 万股，间接持股比例为 1.22%。三人合计持股比例为 81.85%。”因实际控制人持有发行人股份比例较高，《招股说明书》未再从控制公司股份角度披露实际控制人控制公司股份情况。因此，《招股说明书》披露的实际控制人持有发行人股份中已包含通过丞坤盛势间接持有发行人股份部分。

为进一步体现实际控制人控制公司股份情况，发行人已在《招股说明书》“第四节 发行人基本情况”之“七、持有发行人 5%以上股份的股东及实际控制人的基本情况”之“（一）控股股东、实际控制人”之“1、控股股东、实际控制人基本情况”部分补充披露如下：

“

本公司控股股东、实际控制人为谢耀坤、谢文庆和谢文广。截至本招股说明书签署日，谢耀坤直接持有公司 3,943.56 万股，直接持股比例为 46.72%。谢文庆直接持有公司 1,416.00 万股，直接持股比例为 16.78%；通过丞坤盛势间接持有公司 30.00 万股，间接持股比例为 0.36%，并通过丞坤盛势间接控制发行人 600.00 万股股份的表决权，控制比例为 7.11%。谢文广直接持有公司 1,416.00 万股，直接持股比例为 16.78%；通过丞坤盛势间接持有公司 103.00 万股，间接持股比例为 1.22%。三人合计持股比例为 81.85%，合计控制发行人 87.39%股份的表决权。

”

### （三）共同实际控制人之间的纠纷解决机制

发行人已在招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“七、持有发行人 5%以上股份的股东及实际控制人的基本情况”之“（一）控股股东、实际控制人”部分补充披露如下：

“

#### 3、共同实际控制人之间的纠纷解决机制

谢耀坤与谢文庆、谢文广系父子关系，谢文庆、谢文广系兄弟关系，三人为发行人控股股东、共同实际控制人。谢耀坤、谢文庆、谢文广已于 2023 年 4

月出具《关于实际控制人之间纠纷解决机制的声明》：“一、我们一致同意将在行使耀坤液压股东大会及/或董事会的提案权、表决权时进行充分协商，并形成统一意见，以统一意见为准行使权利。二、如我们之间对于行使提案权、表决权出现意见分歧，我们一致同意以谢耀坤先生的意见为准。”

”

综上，发行人的共同实际控制人之间已制定合法有效的纠纷解决机制。

**二、说明丞坤盛势部分出资人出资来源为实际控制人借款的原因，是否存在代持或其他利益安排。**

截至本问询回复出具日，丞坤盛势出资人 35 人，其中 15 人的出资款部分或全部来源于实际控制人的借款，具体情况如下：

序号	姓名	在公司担任的职务	出资额 (万元)	出资来源	还款情况
1	闵振华	副总经理	210.00	向谢耀坤借款 100.00 万元，其余出资以自有资金出资	已全部归还
2	丁青平	副总经理	140.00	向谢耀坤借款 50.00 万元，其余出资以自有资金出资	已全部归还
3	周锋	副总经理	112.00	向谢耀坤借款 80.00 万元，其余出资以自有资金出资	已全部归还
4	徐园会	财务总监、董事会秘书	112.00	向谢耀坤借款 112.00 万元	已归还 55.00 万元，剩余 57.00 万元
5	徐艳	计划物料部部长	84.00	向谢耀坤借款 60.00 万元，其余出资以自有资金出资	已全部归还
6	顾洪仁	生产部部长	84.00	向谢文庆借款 10.00 万元，其余出资以自有资金出资	已全部归还
7	李笑	技术部部长	56.00	向谢耀坤借款 14.00 万元，其余出资以自有资金出资	已全部归还
8	张飞	人力资源部部长	42.00	向谢耀坤借款 20.00 万元，其余出资以自有资金出资	已全部归还
9	许建中	品管部科长	42.00	向谢耀坤借款 15.00 万元，其余出资以自有资金出资	已全部归还
10	罗宗强	徐州耀坤技术质量负责人	42.00	向谢耀坤借款 15.00 万元，其余出资以自有	已全部归还

序号	姓名	在公司担任的职务	出资额(万元)	出资来源	还款情况
				资金出资	
11	刘伟善	技术部科长	42.00	向谢耀坤借款 10.00 万元，其余出资以自有资金出资	已全部归还
12	何六俊	品管部科长	35.00	向谢耀坤借款 15.00 万元，其余出资以自有资金出资	已全部归还
13	杨磊	市场部科长	35.00	向谢耀坤借款 30.00 万元，其余出资以自有资金出资	已归还 10.00 万元，剩余 20.00 万元
14	朱仁海	车间主任	28.00	向谢耀坤借款 14.00 万元，其余出资以自有资金出资	已全部归还
15	高燕杜	品管部科长	21.00	向谢耀坤借款 10.00 万元，其余出资以自有资金出资	已全部归还

根据丞坤盛势出资人填具的调查问卷、前述涉及借款出资人的借款合同、借款及还款的资金流水、出具的说明以及对相关人员的访谈并取得其签署的书面访谈记录，该等出资人出资来源系实际控制人借款，原因系丞坤盛势设立时其个人资金紧张；丞坤盛势为发行人的员工持股平台，丞坤盛势中前述借款出资人均为公司中高层人员，丞坤盛势入股耀坤液压的出资价格为每股 14 元，系参考净资产协商定价，定价合理；出资份额均系其本人真实持有，不存在代持或其他利益安排。

三、根据《监管规则适用指引——发行类第 4 号》规定，说明报告期内发行人高管是否发生重大不利变化；发行人与刘磊合资设立坤佳机械的背景、原因，结合刘磊辞去发行人副总经理的具体原因，分析坤佳机械成立不久即收购佳明液压设备及存货的商业合理性、必要性、价格公允性，相关资产评估过程及其合法合规性等。

(一) 根据《监管规则适用指引——发行类第 4 号》规定，说明报告期内发行人高管是否发生重大不利变化

#### 1、发行人报告期内高级管理人员任职变化情况

公司报告期内的高级管理人员变化情况及变化原因如下表所示：

变更日期	职务	变更前	变更后	变更原因
------	----	-----	-----	------

变更日期	职务	变更前	变更后	变更原因
2020年11月	副总经理	-	谢文广、丁青平、周锋	公司整体变更为股份公司，为完善公司治理结构，聘任谢文广、丁青平、周锋为副总经理，聘任徐园会为财务总监。
	财务总监	-	徐园会	
2021年4月	副总经理	谢文广、丁青平、周锋	谢文广、丁青平、周锋、刘磊、刘智宇、闵振华	为进一步完善公司治理结构，聘任刘磊、刘智宇、闵振华为副总经理，聘任徐园会为董事会秘书。
	董事会秘书	-	徐园会	
2021年9月	副总经理	谢文广、丁青平、周锋、刘磊、刘智宇、闵振华	谢文广、丁青平、周锋、刘磊、闵振华	副总经理刘智宇身处泰国，因子公司泰国耀坤经营需要，短期内无法回国，导致履职受限，辞任公司副总经理一职，辞职后仍在子公司泰国耀坤任职。
2022年3月	副总经理	谢文广、丁青平、周锋、刘磊、闵振华	谢文广、丁青平、周锋、闵振华	副总经理刘磊因个人原因，辞任公司副总经理一职，辞职后仍在子公司坤佳机械任职。

## 2、报告期内发行人高管变动不属于重大不利变化

2020年11月，因整体变更为股份公司，为完善公司治理结构，发行人新增聘任高级管理人员共4人（谢文广、丁青平、周锋、徐园会），4人均系发行人内部培养产生，根据《监管规则适用指引——发行类第4号》4-12相关规定，“变动后新增的董事、高级管理人员来自原股东委派或发行人内部培养产生的，原则上不构成人员的重大变化”，因此上述变化不属于重大变化。

2021年4月，为进一步完善公司治理结构，发行人新增聘任高级管理人员共4人（刘磊、刘智宇、闵振华、徐园会），4人均系发行人内部培养产生，根据《监管规则适用指引——发行类第4号》4-12相关规定，“变动后新增的董事、高级管理人员来自原股东委派或发行人内部培养产生的，原则上不构成人员的重大变化”，因此上述变化不属于重大变化。

2021年9月，因子公司泰国耀坤经营需要，刘智宇身处泰国，短期内无法回国，导致履职受限，辞任公司副总经理一职。刘智宇辞任公司副总经理前后，

均在子公司泰国耀坤任职，负责泰国耀坤的经营管理。因此，刘智宇辞任公司副总经理后仍正常参与公司的生产经营，未对公司生产经营产生重大不利影响。

2022年3月，刘磊因个人原因，辞任公司副总经理一职。刘磊辞任公司副总经理前后，均在子公司坤佳机械任职，负责坤佳机械的经营管理。因此，刘磊辞任公司副总经理后仍正常参与公司的生产经营，未对公司生产经营产生重大不利影响。

综上，根据《监管规则适用指引——发行类第4号》4-12相关规定，报告期内公司高级管理人员的变动未对公司生产经营产生重大不利影响，不构成高级管理人员的重大不利变化。

**（二）发行人与刘磊合资设立坤佳机械的背景、原因，结合刘磊辞去发行人副总经理的具体原因，分析坤佳机械成立不久即收购佳明液压设备及存货的商业合理性、必要性、价格公允性，相关资产评估过程及其合法合规性等。**

### **1、发行人与刘磊合资设立坤佳机械的背景、原因**

一方面，受益于下游工程机械等行业旺盛的市场需求，公司业务规模呈扩大趋势，对接头法兰等机械配件的需求量进一步加大，为了整合上游资源，加强接头法兰等零部件的质量管控，同时减少关联交易。另一方面，佳明液压系刘磊之子刘佳明持股51%、刘磊之兄弟刘育林持股49%的企业，从事接头法兰等零部件生产和销售业务多年；刘磊长期负责佳明液压的生产管理工作，具有较为专业的技术背景和管理经验，也具备一定的管理能力。同时，刘磊看好发行人的发展前景，希望与发行人共同设立公司并出售佳明液压，继续从事接头法兰等零部件的生产及销售业务。

发行人考虑到佳明液压具有从事接头法兰业务相关的成熟资产，且刘磊具有丰富的接头法兰业务相关的技术背景和管理经验，由刘磊负责坤佳机械的生产和管理有利于接头法兰业务的顺利开展。

因此，经与刘磊、刘佳明、刘育林等协商，发行人决定先与刘磊共同设立坤佳机械，后续再收购佳明液压资产。2018年11月，公司和刘磊合资设立坤佳机械，根据双方约定，公司持有坤佳机械55%的股份，刘磊作为少数股东持有坤佳机械45%的股份。



公司采取与刘磊合资设立坤佳机械，通过子公司坤佳机械收购佳明液压资产而非股权收购的原因主要系：资产收购相较于股权收购简单易行，主要侧重于收购资产权属是否清晰，价格是否公允，所需调查的信息相对较少，可以避免可能存在的潜在债务等风险，承担的风险相对较小，更有利于资产清晰及自身发展。

因此，发行人与刘磊合资设立坤佳机械具有合理性。

## **2、刘磊辞去发行人副总经理的具体原因**

2018年11月，公司与刘磊共同出资设立坤佳机械，2021年4月，经公司股东大会和董事会审议决定，决议通过刘磊担任公司副总经理一职，2022年3月，刘磊辞任公司副总经理一职，主要原因系：一方面，刘磊本人除了担任公司副总经理一职外，还负责子公司坤佳机械的业务和发展，刘磊本人希望集中精力负责坤佳机械的业务及发展；另一方面，根据《监管规则适用指引——发行类第4号》4-15的要求，对发行人是否存在与其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其亲属直接或者间接共同设立公司情形进行核查，虽然发行人与刘磊设立坤佳机械在前，刘磊担任发行人高管在后，不存在利用职务便利为自己或者他人谋取属于公司的商业机会的情形，不存在损害发行人利益的情形。但是为了避免上述风险，刘磊决定辞任公司副总经理一职。因此，2022年3月，刘磊本人辞任公司副总经理一职，辞任后，刘磊仍继续负责坤佳机械的经营管理。

## **3、坤佳机械成立不久即收购佳明液压设备及存货的商业合理性、必要性**

佳明液压原为公司实际控制人亲属刘佳明和刘育林控制的企业，主营业务为接头法兰的生产和销售。2019年，子公司坤佳机械与佳明液压签订《资产收购协议》，收购佳明液压的设备与存货，主要系出于以下三方面的考虑：

一是坤佳机械成立的背景原因系公司计划整合上游资源，加强接头法兰等零部件的质量管控以及减少关联交易，考虑到资产收购相较于股权收购简单易行，主要侧重于收购资产权属是否清晰，价格是否公允，所需调查的信息相对较少，可以避免可能存在的潜在债务等风险，承担的风险相对较小，更有利于资产清晰及自身发展，公司决定以资产收购的形式收购佳明液压的设备与存货。

二是佳明液压长期从事接头法兰等零部件的生产与销售，具有丰富的行业经验和合格的设备，收购佳明液压帮助坤佳机械增加并整合相关资产，有利于坤佳机械的经营稳定。

三是佳明液压原为公司实际控制人亲属刘佳明和刘育林控制的企业，收购佳明液压可以减少关联交易，增强独立性。

综上所述，上述资产收购有利于公司整合上游资源、加强接头法兰等机械配件的质量把控，减少关联交易、增强独立性，坤佳机械成立不久即收购佳明液压的设备及存货具备商业合理性、必要性。

#### **4、收购佳明液压设备及存货的价格公允性，相关资产评估过程及其合法合规性等**

##### **(1) 价格公允性**

2019年1月，坤佳机械和佳明液压签订《资产收购协议》，约定收购资产的价格以天元评估出具的评估报告核定为准。资产收购价款合计为1,226.48万元，系参照天元评估出具的《江阴市佳明液压管件有限公司拟资产清查所涉及的相关资产项目资产评估报告书》（苏天元资评报字（2018）第JY058号）、《江阴市佳明液压管件有限公司拟资产清查所涉及的相关资产项目资产评估报告书》（苏天元资评报字（2019）第JY010号）确定。

本次评估采用资产基础法（成本法）。本次评估遵照有关资产评估的法律、法规和评估准则，遵循独立、客观、公正的原则，根据待估资产的实际状况、有关市场交易资料和现行市场价格标准，参考资产的历史成本记录，以资产的持续使用和公开市场为前提，以评估基准日有效的价格标准对佳明液压申报的资产价值进行了评估。经评估，收购固定资产的账面价值合计为297.19万元（系考虑折旧影响后的净值），评估净值为280.20万元，增值率为-5.72%，主要原因系机器设备市场价格下降导致评估原值相较于账面原值下降。存货账面价值合计为995.46万元（系考虑折旧影响后的净值），评估价值为946.10万元，增值率为-4.96%，主要原因系原材料、产成品、低值易耗品存在部分减值。

公司向佳明液压收购的存货主要为钢材和接头法兰，占向佳明液压收购存货的比例为71.93%，其收购均价与公司向其他供应商采购的类似产品均价对比

情况如下：

1) 钢材

公司向佳明液压收购的钢材主要为钢板和型钢，其收购均价与 2019 年公司向非关联第三方采购类似型号钢材的均价对比如下：

单位：元/千克

类型	收购均价	向非关联第三方采购类似型号钢材的均价
钢板	4.32	4.16
型钢	4.75	4.83

由上表可见，公司向佳明液压收购的钢材均价与向非关联第三方采购类似型号钢材的均价相比差异较小，差异主要系钢材细分规格型号差异所致，收购价格定价公允。

2) 接头法兰

公司采购的接头法兰价格主要受加工工艺及产品重量等因素影响。根据加工工艺和产品单重（是否超过 1 千克），将接头法兰分为小型锻件、大型锻件、小型非锻件、大型非锻件，公司向佳明液压收购的接头法兰均价与 2019 年公司向非关联第三方采购类似型号接头法兰的均价对比如下：

单位：元/千克

类型	收购均价	向非关联第三方采购类似型号接头法兰的均价
大型锻件	12.03	12.75
小型锻件	16.31	15.61
大型非锻件	8.84	9.14
小型非锻件	17.91	16.78

由上表可见，公司向佳明液压收购的接头法兰均价与向非关联第三方采购类似型号接头法兰的均价相比差异较小，差异主要系具体规格型号差异所致，收购价格定价公允。

因此，坤佳机械收购佳明液压设备及存货的价格具有公允性。

(2) 相关资产评估过程

天元评估接受评估委托后，即选派资产评估小组了解情况，布置申报资料要求，制订资产评估工作计划。该次资产评估具体可分为接受委托、资产清查、

评定估算、评估汇总及提交报告四个过程，具体如下：

### 1) 接受委托

在收到委托方的要约后，即安排评估人员对委托项目进行前期调查，了解委托方的评估要求，明确评估目的、评估对象及范围，并与委托方签订“资产评估业务约定书”。根据前期调查获知的具体情况，计算评估所需的时间，考虑评估专业人员的安排，拟定评估方案。

### 2) 资产清查

评估人员根据被评估单位提供的财务资料，对列入评估范围的资产进行了清查核实，在委托方及被评估单位有关人员的配合下完成清查工作。清查过程包括：A、了解资产的构成及分布，界定评估范围，明确具体评估对象；B、收集、验证委托方提供的评估资料，判断其真实有效性；C、分析实物性资产的种类、数量及使用情况，获取其历史成本构成；D、盘点核实库存现金，查阅银行对账单、银行余额调节表并进行函证；E、核对了资产明细账的金额，对存货、固定资产进行了盘点，同时详细了解存货的品质状况和适用情况、固定资产使用情况和成新度；F、查验往来款项的形成过程，查明其真实性、完整性、可收回性及受益期；G、获取有关的合同协议，了解其目前的使用和收益情况；H、清查核实负债，确定实际需要承担的负债项目及金额。

### 3) 评定估算

在查勘核实的基础上，评估人员根据评估对象的技术特性、经济价值和使用时间等情况，对被评估资产的完好状况进行鉴定，对所评资产的性能、质量、成新率、可使用年限、资产功能变化等作出评定，运用日常收集的市场价格信息和询问、调查的现行价格、各项取费标准及依据，选择合适的评估方法，计算出资产的评估价值，具体如下：

#### ① 存货

存货主要为原材料、产成品、在产品和低值易耗品。评估人员在企业的配合下进行了抽查盘点，核实其数量，查看其品质状态，同时查阅有关账册、采购合同和订单等，了解主要存货的入账依据。企业的账面价值包含购置价及相关的入库整理费用等。

## ②固定资产

固定资产主要为通用机器设备。评估人员听取了设备管理人员对设备总体情况的介绍，将设备评估明细表与实际进行核对，根据设备分布的特点对机器设备逐台进行现场核实、查看，对设备的运行环境、运行状况、维护保养情况等影响估价的因素进行详细了解，并查阅设备档案资料，收集主要设备的购置合同、运行情况记录、改造情况等资料，进行设备价格调研。

在考虑了机器设备实体性贬值的基础上，进一步了解其功能性贬值和经济性贬值，以及这些贬值因素对设备评估原值及成新率的影响。在清查核实的基础上，确定采用重置成本法评估机器设备的价值。计算公式为：评估净值=评估原值×成新率。对于生产设备，因购置价通常包含了安装调试费、运杂费，以其评估基准日的市场购置价作为评估原值，计算公式为：评估原值=设备现行市价+安装调试费+运杂费。关于成新率，通过综合考察待估设备的使用及维护保养情况、设备运行环境条件等，并考虑科技进步及设备使用频率情况对设备寿命的影响确定每台设备的尚可使用年限，根据设备的已使用年限和尚可使用年限计算每台设备的成新率为：尚可使用年限÷（尚可使用年限+已使用年限）×100%。

### 4) 评估汇总及提交报告

项目负责人汇总评估结果，并对评估结论的合理性进行分析，然后依据评估工作底稿，组织撰写资产评估报告书并进行复核；编制内部审核工作底稿，提交上级审核人员进行分级审核，再根据审核意见进行修订。根据评估工作情况，在与被评估单位充分交换意见后，最后向委托方提交正式的《资产评估报告书》。

### (3) 合法合规性

坤佳机械收购佳明液压资产构成关联交易。鉴于该项关联交易发生在 2019 年，公司尚为有限责任公司，设执行董事和经理，治理架构较为简单；根据收购当时公司适用的《公司章程》，公司执行董事负责审定公司的投资方案，公司经理主持公司的生产经营管理工作。2019 年 1 月，经公司时任执行董事兼经理批准，同意坤佳机械以 1,226.48 万元的价款向佳明液压收购设备和存货，收购

价格系参照天元评估出具的《资产评估报告书》（苏天元资评报字（2018）第 JY058 号）和《资产评估报告书》（苏天元资评报字（2019）第 JY010 号）确定。

公司于 2022 年 4 月召开第一届董事会第八次会议，并于 2022 年 5 月召开 2022 年第一次临时股东大会，审议通过了《关于确认公司最近三年关联交易的议案》，确认 2019 年、2020 年及 2021 年与关联方所发生的关联交易遵循公开、公平、公正的原则，不存在损害公司和其他股东合法权益的情形，不存在交易不真实、定价不公允及影响公司独立性 & 日常经营的情形。董事会和股东大会在审议该项议案时，关联董事、关联股东均回避表决，表决程序符合有关法律、法规、《公司章程》及公司内部治理文件的规定；公司独立董事对公司 2019 年-2021 年的关联交易发表了独立意见，认为公司 2019 年、2020 年、2021 年与关联方之间发生的关联交易，遵循了平等、自愿、等价、有偿的原则，定价合理，关联交易公平、公正，符合公司和全体股东的利益，不存在通过关联交易操纵公司利润的情形，不存在损害公司利益及股东利益之情形。

2019 年 7 月 19 日，根据江阴市税务机关出具的清税证明，佳明液压所有税务事项已结清；根据《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国公司登记管理条例》等规定，江阴市行政审批局于 2019 年 9 月 26 日核准佳明液压注销登记；此外，根据国家企业信用信息公示系统、中国裁判文书网、人民法院公告网、中国执行信息公开网等网站进行网络检索，佳明液压收购前不存在违法违规行为，也不存在因资产出售而被处罚的情况。

根据坤佳机械的市场监督管理部门、税务主管部门等出具的合规证明并在国家企业信用信息公示系统、信用中国网站、中国裁判文书网、人民法院公告网、中国执行信息公开网等网站网络检索的结果，子公司坤佳机械报告期内不存在因收购佳明液压相关事项而被处罚的情形，不存在纠纷或潜在纠纷，相关过程合法合规。

综上，坤佳机械收购佳明液压已履行了必要的内部审议批准手续，过程合法合规。

四、说明实际控制人亲属的股份锁定承诺是否符合《证券期货法律适用意见第 17 号》相关规定。

经核查，截至本问询回复出具日，公司实际控制人亲属直接、间接持有发行人股份情况如下：

序号	姓名	亲属关系	持股情况
1	胡建春	实际控制人谢耀坤之连襟	直接持有发行人 35.40 万股，直接持股比例 0.42%
2	刘磊	实际控制人谢文庆、谢文广之表妹夫	通过丞坤盛势间接持有发行人 75 万股，间接持股比例 0.89%
3	闵振华	实际控制人谢文庆、谢文广之表兄弟	通过丞坤盛势间接持有发行人 45 万股，间接持股比例 0.53%
4	徐园会	实际控制人谢文庆之侄媳	通过丞坤盛势间接持有发行人 24 万股，间接持股比例 0.28%
5	彭勇	实际控制人谢文庆之侄	通过丞坤盛势间接持有发行人 7.50 万股，间接持股比例 0.09%
6	殷仲男	实际控制人谢耀坤之连襟	通过丞坤盛势间接持有发行人 7.50 万股，间接持股比例 0.09%
7	陈建兴	实际控制人谢耀坤配偶之兄弟	通过坤澄管理间接持有发行人 15 万股，间接持股比例 0.18%
8	陈仁苟	实际控制人谢耀坤配偶之兄弟	通过坤澄管理间接持有发行人 15 万股，间接持股比例 0.18%
9	雷洪卫	实际控制人谢文广之连襟	通过坤澄管理间接持有发行人 35 万股，间接持股比例 0.41%

根据《证券期货法律适用意见第 17 号》第二条第（五）款相关规定，“发行人控股股东和实际控制人所持股份自发行人股票上市之日起三十六个月内不得转让，控股股东和实际控制人的亲属（依据《民法典》相关规定认定）、一致行动人所持股份应当比照控股股东和实际控制人所持股份进行锁定。”

经核查，公司实际控制人亲属中，闵振华、徐园会作为发行人高级管理人员，已出具《关于股份锁定的承诺函》，承诺内容如下：

“一、自发行人股票上市之日起 36 个月内，本人不转让或者委托他人管理本人所直接和间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行股份，也不由发行人回购该部分股份。

二、如发行人上市后 6 个月内股票连续 20 个交易日的收盘价均低于首次公开发行的发行价，或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后的第一个交易日）收盘价低于首次公开发行的发行价，本人持有的发行人股份锁定期限自动延长 6 个月。若发行人在上述期间发生派发现金红利、送股、转增

股本、增发新股等除权、除息事项的，前述发行价按照中国证监会、证券交易所的有关规定作相应调整。

三、本人所持发行人股票在锁定期满后，本人在担任发行人董事、监事、高级管理人员期间每年直接或间接转让的股份不超过所持发行人股份总数的25%；本人离职后半年内不转让直接或者间接持有的发行人股份；如本人在任期届满前离职的，本人承诺在本人就任时确定的任期内和任期届满后6个月内，继续遵守上述对董事、监事及高级管理人员股份转让的限制性规定。

四、如法律、行政法规、部门规章或中国证监会、证券交易所规定或要求股份锁定期长于上述承诺，则本人直接、间接所持发行人股份锁定期和限售条件自动按该等规定和要求执行。”

实际控制人亲属胡建春已出具《关于股份锁定的承诺函》，承诺内容如下：

“一、自发行人股票上市之日起36个月内，本人不转让或者委托他人管理本人所直接和间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行股份，也不由发行人回购该部分股份。

二、如法律、行政法规、部门规章或中国证监会、证券交易所规定或要求股份锁定期长于上述承诺，则本人直接、间接所持发行人股份锁定期和限售条件自动按该等规定和要求执行。”

刘磊、彭勇、殷仲男、陈建兴、陈仁苟、雷洪卫作为实际控制人亲属，已补充出具《关于股份锁定的承诺函》，公司已在招股说明书“第十二节 附件”之“四、与投资者保护相关的承诺”之“(一)本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限等承诺”部分补充披露如下：

“

7、持有公司股份的股东刘磊、彭勇、殷仲男、陈建兴、陈仁苟、雷洪卫承诺：

一、自发行人股票上市之日起36个月内，本人不转让或者委托他人管理本人所间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行股份，也不由发行人回购该部分股份。



二、如发行人上市后 6 个月内股票连续 20 个交易日的收盘价均低于首次公开发行的发行价，或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后的第一个交易日）收盘价低于首次公开发行的发行价，本人持有的发行人股份锁定期自动延长 6 个月。若发行人在上述期间发生派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等除权、除息事项的，前述发行价按照中国证监会、证券交易所的有关规定作相应调整。

三、如法律、行政法规、部门规章或中国证监会、证券交易所规定或要求股份锁定期长于上述承诺，则本人所持发行人股份锁定期和限售条件自动按该等规定和要求执行。

”

综上，公司实际控制人亲属的股份锁定承诺符合《证券期货法律适用意见第 17 号》相关规定。

**五、说明陈宝林的基本情况，谢耀坤以 0 元将苏欣线缆股权转让给陈宝林的商业合理性、价格公允性，是否存在其他协议安排。**

#### **（一）陈宝林的基本情况**

陈宝林，男，1981 年 6 月生，中国国籍，中专学历。2017 年加入苏欣线缆负责销售工作，2020 年 9 月至 2021 年 6 月，担任苏欣线缆法定代表人，2021 年 7 月至 2023 年 5 月，任苏欣线缆销售经理，2023 年 1 月至今，任江苏舒芯洪乐线缆科技有限公司销售经理。

**（二）谢耀坤以 0 元将苏欣线缆股权转让给陈宝林的商业合理性、价格公允性，是否存在其他协议安排**

苏欣线缆为谢耀坤曾持股 19.90%的企业，苏欣线缆主要从事电缆、充电桩的研发、制造、销售，而发行人主要从事液压元件及零部件的研发、生产和销售，双方业务范围属于不同领域，报告期内，苏欣线缆与发行人不存在业务往来，2023 年 5 月 22 日，苏欣线缆完成工商注销。2020 年 9 月 24 日，谢耀坤将其持有的苏欣线缆股权（未实缴出资）以 0 元转让给陈宝林。苏欣线缆由于经营业绩未达预期、处于亏损状态，其全体原股东考虑转出所持有的苏欣线缆全部股权或注销该公司，而陈宝林先生自 2017 年加入苏欣线缆以来即专注于电缆

等材料的销售，并积累了一定业务资源，因此愿意受让苏欣线缆全部股权，各方经协商就股权转让事宜达成一致意见。2020年9月24日，苏欣线缆股东会做出决议，同意其全体原股东将所持有的苏欣线缆全部股权转让给陈宝林。同日，各方签署《股权转让协议》，上述股权转让具有商业合理性。

谢耀坤所转让的苏欣线缆 19.90%股权均未实缴出资，且苏欣线缆经营情况不佳，故经双方协商，陈宝林受让谢耀坤股权的对价确定为 0 元，转让对价具有公允性。除谢耀坤外，苏欣线缆原股东王权、蒋浩生、顾炜、吴春红因均未实缴出资，转让对价均为 0 元。苏欣线缆原股东凌亚伟因已实缴部分出资，其转让对价参照苏欣线缆转让前净资产协商确定，转让对价为 130.35 万元。

上述股权转让事宜是双方真实意思表示，就该事项陈宝林与谢耀坤及其他股权转让方不存在股权代持、委托持股、回购等其他利益安排。除《股权转让协议》之约定外，就标的股权转让事宜陈宝林与谢耀坤及其他股权转让方不存在任何其他协议约定或者安排。

综上，谢耀坤以 0 元将苏欣线缆股权转让给陈宝林具有商业合理性，股权转让定价公允，不存在其他协议安排。

## 六、申报会计师核查情况

### （一）核查程序

申报会计师针对上述事项执行了如下核查程序：

1、查阅丞坤盛势的《合伙协议》，丞坤盛势出具的《关于股份锁定的承诺函》《关于减少并规范关联交易承诺函》等承诺函。

2、查阅谢耀坤、谢文庆、谢文广出具的《关于实际控制人之间纠纷解决机制的说明》。

3、查阅丞坤盛势部分出资人与谢耀坤签订的《借款协议》、借款及还款的资金流水，查阅丞坤盛势出资人填写的调查问卷和借款出资人出具的说明，对相关人员进行访谈并取得其签署的书面访谈记录，了解丞坤盛势出资人的借款原因、还款情况。

4、查阅发行人实际控制人亲属出具的《关于股份锁定的承诺函》。

5、查询《监管规则适用指引——发行类第4号》相关规定，根据相关规定核查报告期内发行人高管是否发生不利变化。

6、查阅发行人高级管理人员变更的相关会议文件、董监高调查表，分析高管变动对公司生产经营是否造成不利影响。

7、访谈发行人总经理，了解其与刘磊合作设立坤佳机械的背景、原因以及收购佳明液压的设备与存货的具体原因。

8、对刘磊进行访谈，了解刘磊辞任的具体原因和离任后的去向。

9、查阅发行人与佳明液压签署的资产收购协议，相关资产收购的评估报告、付款单据，查阅相关内部决策文件。

10、查阅子公司坤佳机械报告期内开展业务相关的政府部门（工商、税务、海关、环保、银行等）出具的合法经营证明文件，并在国家企业信用信息公示系统、信用中国网站、中国裁判文书网、人民法院公告网、中国执行信息公开网等网站上对坤佳机械进行网络检索。

11、查阅佳明液压的工商档案资料，并在国家企业信用信息公示系统、中国裁判文书网、人民法院公告网、中国执行信息公开网等网站上对佳明液压进行网络检索。

12、获取了苏欣线缆股权转让涉及的工商档案。

13、对陈宝林进行了访谈，并获取了股权转让前苏欣线缆的财务报表。

14、通过企查查、天眼查等公开途径对苏欣线缆进行网络检索。

15、查阅发行人采购明细表，比较发行人与非关联方交易的价格，分析发行人收购佳明液压存货价格的公允性。

## （二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、发行人的实际控制人控制丞坤盛势，招股说明书披露的实际控制人持有发行人股份中已包含丞坤盛势持有发行人股份，招股说明书已补充披露实际控制人控制公司股份情况，实际控制人之间已制定合法有效的纠纷解决机制。

2、丞坤盛势部分出资人出资来源系为实际控制人借款是因丞坤盛势设立时其个人资金紧张，出资份额均系其本人真实持有，不存在代持或其他利益安排。

3、根据《监管规则适用指引——发行类第4号》4-12相关规定，报告期内发行人高级管理人员的变动未对发行人生产经营产生重大不利影响，不构成高级管理人员的重大不利变化；设立坤佳机械并收购佳明液压设备及存货系发行人整合上游资源和减少关联交易等原因，具备商业合理性、必要性，价格公允，已履行了必要的内部审议批准手续，相关收购过程合法合规。

4、实际控制人亲属的股份锁定承诺符合《证券期货法律适用意见第17号》相关规定。

5、谢耀坤以0元将苏欣线缆股权转让给陈宝林具有商业合理性，股权转让定价公允，不存在其他协议安排。

#### **问题5.关于收入确认**

**申报材料及前次审核问询回复显示：**

(1) 报告期内，公司经销业务收入分别为47.40万元、51.2万元、1,739.07万元和2,148.15万元，占营业收入的比例分别为0.08%、0.07%、2.09%和6.38%，2021年及2022年上半年经销收入大幅增加。前次问询回复未充分说明经销模式以及经销商的相关情况。

(2) 2021年，公司经销收入增长较多的主要经销商系乡商事株式会社和伊藤忠汽车株式会社，其终端客户均为小松（日本）。报告期内，公司亦存在直接向小松销售产品的情形。

(3) 报告期内，公司境外销售收入分别为7,535.00万元、5,580.93万元、12,460.38万元和8,480.50万元，占各期主营业务收入的比例分别为13.00%、8.04%、14.95%和25.20%，存在FOB、CIF、FCA、EXW、DDP等不同贸易模式。前次审核问询回复中未充分说明各种模式下公司收入确认的具体情况。

**请发行人：**

(1) 结合公司所处行业特点、产品特性、业务发展情况下游客户分布、同

行业可比公司情况，说明采用经销商模式的必要性和商业合理性，公司经销模式下的收入占比与同行业可比公司是否存在差异及原因。

(2) 说明通过经销商乡商事株式会社和伊藤忠汽车株式会社向终端客户小松（日本）销售的产品与公司直接向小松销售的产品是否存在区别，不同模式下向小松销售产品的金额、单价及毛利率是否存在差异及原因，上述两个经销商之间的销售产品的单价及毛利率是否存在差异及原因。

(3) 说明主要经销商基本情况，包括但不限于：注册资本、注册地址、成立时间、经营范围、股东、核心管理人员、员工人数、与发行人合作历史、是否专门销售发行人产品等。

(4) 说明报告期内公司通过 FOB、CIF、FCA、EXW、DDP 等不同贸易模式下收入金额及收入确认的具体时点，收入确认时点是否符合《企业会计准则》的规定。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并请保荐人对经销商模式下收入真实性发表明确意见。

回复：

发行人说明

一、结合公司所处行业特点、产品特性、业务发展情况下游客户分布、同行业可比公司情况，说明采用经销商模式的必要性和商业合理性，公司经销模式下的收入占比与同行业可比公司是否存在差异及原因。

(一) 结合公司所处行业特点、产品特性、业务发展情况下游客户分布、同行业可比公司情况，说明采用经销商模式的必要性和商业合理性

### 1、公司所处行业特点、产品特性、业务发展情况下游客户分布情况

从所处行业来看，公司隶属于液压行业，国内液压市场由于起步较晚，本土液压生产企业呈现数量多、市场集中度较低的特点，其中中小企业数量众多，形成一定经营规模和具有较强竞争力的企业相对较少；同时，液压件广泛应用于装备制造业，下游较为分散，工程机械是下游最大的需求领域，因而液压行业与下游工程机械行业整体发展紧密关联，随着下游工程机械行业近年来的增

速发展，液压行业市场需求也在不断扩大，在全球采购的大背景下，主机厂商往往会与液压元件行业中具有较强研发实力、较高生产技术、较好的质量控制体系的企业直接合作，并与之保持长期稳定的合作关系。

从产品特性来看，公司主要从事液压元件及零部件的研发、生产和销售，主要产品为油箱、硬管和金属饰件等，广泛应用于各类工业装备和机械主机，其中工程机械是液压产品最大的需求领域。不同主机厂商会根据机型对公司下达定制化订单，使得公司产品具有多品种、定制化、非标准的特点，销售的产品根据客户订单的变化而相应变动。

从业务发展情况、下游客户分布来看，公司成立于 1993 年，自成立以来，一直深耕于液压行业，专注于油箱、硬管和金属饰件等液压元件及零部件制造领域，经过多年的自主创新，构建了完整的油箱、硬管、金属饰件产品体系，不断开拓与发展客户，丰富下游产品应用领域，经过多年稳健的发展和积累，公司已成功进入世界主要的工程机械主机厂商的供应体系。同时，随着海外国家和地区加大基础设施建设的投资力度，海外市场对挖掘机等工程机械设备的需求将大幅增长，公司也在加大对海外市场的开拓，外销业务收入持续增长。目前下游客户集中于各龙头主机厂商，包括卡特彼勒、小松、徐工集团、沃尔沃、柳工集团、神钢建机等国内外知名主机厂商，呈现相对集中的特点。此外，由于液压元件是大型装备的核心部件，其产业格局与下游大型装备制造业的地域聚集分布相互关联。下游主要客户均有在华东区域建厂，公司在江阴、济宁等地均设有工厂，兼顾研发、生产、物流等经营的多个方面，方便了解客户最新需求动态的同时，主要以直销的方式及时响应客户需求。

因此，公司在国内市场中主要采用直销模式，符合行业特点、产品特性、业务发展情况、下游客户分布。

对于境外销售，公司采用了以直销为主、经销为辅的销售模式；对于终端客户小松（日本），公司通过经销商伊藤忠汽车株式会社和乡商事株式会社进行销售，主要原因如下：

一方面，2021 年，小松（日本）原有供应商供应受限、产能不足，无法满足小松（日本）的采购需求，公司自 1995 年与国内小松主体建立合作关系以来，

得益于公司产品稳定的性能、优异的质量、稳定的供应能力，一直保持长期稳定的合作关系；2004年，因公司产品得到小松认可且国内小松一直与公司保持良好合作关系，公司与小松进一步扩大了合作范围，小松（日本）开始与公司建立了合作关系，通过伊藤忠汽车株式会社向公司进行零星采购，并一直保持稳定的合作。因此，当原有供应商产能无法满足其要求时，基于成本、产品质量以及此前良好合作关系的考虑，2021年，小松（日本）将部分业务切换至公司，对公司的采购量大幅增加。

另一方面，由于日本市场的交易习惯，且因为经销商办理进出口业务专业成熟，通过经销商办理进出口业务风险和沟通成本较低，同时选择两家经销商采购也能降低垄断风险，因此小松（日本）通过经销商伊藤忠汽车株式会社和乡商事株式会社向公司进行采购。经查询其他上市及拟上市公司案例，日本公司指定经销商或贸易商进行采购是日本制造业企业常用的一种交易习惯，具体情况如下：

序号	公司名称	指定经销商/贸易商情形
1	八亿时空 (688181.SH)	按照日本的商务惯例，公司对日本两家终端客户的销售模式是经销，但公司并不依靠经销商开拓市场。公司与终端客户建立合作关系后，两家终端客户指定与其合作的综合贸易商社向公司下达订单。
2	江丰电子 (300666.SZ)	公司与客户的销售模式包括直销和商社代理销售模式。商社代理模式是指公司的日本终端客户通过三菱化学旗下的综合商社等知名商社向公司采购产品的模式。该模式在日本制造业企业中较为普遍，其业务流程为最终客户首先与综合商社签订采购合同，综合商社再与公司签订合同，公司按照合同要求发货至综合商社指定仓库，由综合商社向公司支付货款。
3	瑞联新材 (688550.SH)	终端客户的采购按其商业惯例分为两种方式，即直接向发行人采购和通过其指定代理采购商进行指定采购。采取指定代理采购商进行采购的主要为日韩地区的生产企业，符合其商业惯例，该等代理采购商按照终端客户采购指令向公司采购指定要求产品。代理采购商仅是接受终端客户指令进行采购，并不承担为公司向不确定客户进行商业拓展的职能。
4	福莱特 (601865.SH)	根据下游客户是否为产品最终用户，销售方式分为直接销售和贸易商销售。在贸易商销售模式下，发行人将产品直接买断式销售给终端客户指定的贸易商，并根据约定的信用期向贸易商进行收款，不负责后续的存货管理。该模式下的主要合作贸易商为东和电气株式会社、晁旻科技股份有限公司、丸红株式会社和乡商株式会社等日本、台湾地区的客户。
5	国际复材 (拟上市)	经销模式下，公司主要通过境外经销商 Daiso Chemical Co., Ltd. 和双日株式会社销售细纱和细纱制品，公司两家境外经销商均为日本大规模综合商社，在日本当地大型终端客户要求下，指定在公司采购细纱和细纱制品。

序号	公司名称	指定经销商/贸易商情形
6	杰锐思 (拟上市)	公司存在少量客户为贸易商的情形，主要由于日本企业具有选择日本商社或者日本代理商等日资企业进行交易的商业习惯，公司与部分日本企业的交易通过贸易商销售给终端客户。

注：上表信息来源于其公开披露信息。

因此，公司对于终端客户小松（日本）采用经销商模式具有必要性和商业合理性。

## 2、同行业可比公司情况

同行业可比公司的销售模式具体情况如下：

序号	公司名称	销售模式
1	恒立液压	产品主要采取配套直销的销售模式针对挖掘机专用油缸客户资源集中的特点，销售部组织专业团队对重点客户进行开拓和销售服务。
2	艾迪精密	根据产品及客户特点采取了直销与经销相结合的销售模式。
3	长龄液压	直销模式，公司与主要客户每年签订框架合同，在合同期内由客户下达订单。
4	邵阳液压	结合下游客户类型、所处行业特点及销售产品的不同，实行直销为主，经销为辅的销售模式。
5	万通液压	主要向汽车生产改装企业、煤炭综采装备制造企业、特种装备制造企业及工程机械制造企业等销售汽车及工程机械用油缸，产品存在一定定制化特征，所以公司自设立以来采用直销的销售模式。
6	福事特	公司采取直销的方式销售产品。

注：同行业可比公司信息来源于其公开披露信息。

同行业可比公司中，艾迪精密采取直销与经销相结合的销售模式，邵阳液压采取直销为主、经销为辅的销售模式，主要原因系艾迪精密和邵阳液压产品中均包括标准化的液压产品，通过经销商模式可以拓宽其销售网络，提高产品的市场占有率。除艾迪精密和邵阳液压外，其他同行业可比公司均采取直销模式销售产品。公司主要采用直销为主、经销为辅的销售模式，与同行业可比公司不存在重大差异。

综上所述，公司通过直销为主、经销为辅的方式销售产品符合公司所处行业的行业特点、产品特性、业务发展情况、下游客户分布情况，与同行业可比公司不存在重大差异。公司采取经销商模式具有必要性和商业合理性。

### (二) 公司经销模式下的收入占比与同行业可比公司是否存在差异及原因

单位：万元



同行业可比公司	2022年度		2021年度		2020年度	
	经销收入	占比	经销收入	占比	经销收入	占比
恒立液压	-	-	-	-	-	-
艾迪精密	-	-	60,740.68	23.07%	60,264.63	27.07%
长龄液压	-	-	-	-	-	-
万通液压	-	-	-	-	-	-
邵阳液压	2,715.23	9.03%	3,611.49	9.62%	3,614.28	10.70%
福事特	-	-	-	-	-	-
<b>耀坤液压</b>	<b>4,781.83</b>	<b>6.83%</b>	<b>1,739.07</b>	<b>2.09%</b>	<b>51.20</b>	<b>0.07%</b>

注 1：艾迪精密数据来源于中证鹏元资信评估股份有限公司公开的 2022 年烟台艾迪精密机械股份有限公司公开发行可转换公司债券 2022 年跟踪评级报告，其尚未披露 2022 年经销收入；

注 2：其他同行业可比公司数据来源于其定期报告；

注 3：艾迪精密和耀坤液压经销收入及占比系根据主营业务收入计算所得，邵阳液压经销收入及占比系根据营业收入计算所得。

由上表可知，同行业可比公司中，仅艾迪液压和邵阳液压存在经销商模式，其中艾迪精密销售模式采用直销与经销相结合的销售模式，经销收入占比相对较高，2020 年至 2021 年，经销收入占比分别为 27.07%、23.07%，原因系艾迪精密产品为液压破拆属具和液压件等标准化液压产品，主要通过经销商模式扩大市场份额，向下销售给终端客户，提高市场占有率。

邵阳液压 2020 年至 2022 年经销收入占比分别为 10.70%、9.62%、9.03%，占比低于艾迪精密、高于耀坤液压，主要原因系邵阳液压根据产品的标准化程度不同采用不同的销售方式，其中液压系统、液压缸产品、液压专业技术服务以直销为主；液压柱塞泵产品则采用经销和直销相结合的销售方式，由于产品的标准化程度不同，对于客户定制化的产品，一般采用直销的模式销售，而对于标准化的液压产品，则采取直销与经销相结合的方式。以上两家同行业可比公司经销模式下收入占比较高的原因均系其产品中包含标准化产品，其下游行业应用广泛，客户数量众多，且客户分布区域较为分散，为了市场开拓以及针对不同客户进行有效管理，提高公司产品服务质量与效率，艾迪精密和邵阳液压采取了直销和经销相结合的销售模式。

而公司产品基本为定制化产品，客户集中在龙头主机厂商，与其建立了直接的业务联系，可以快速响应客户定制化的需求，主要采用直销的销售模式；

但由于日本市场及终端客户的交易习惯，公司终端客户小松（日本）习惯于通过经销商向公司进行采购，因此公司存在少量经销收入，且经销收入占比低于艾迪精密和邵阳液压。

综上所述，公司经销模式下收入占比低于同行业可比公司具有合理性，符合自身主营产品特性与自身经营特点。

二、说明通过经销商乡商事株式会社和伊藤忠汽车株式会社向终端客户小松（日本）销售的产品与公司直接向小松销售的产品是否存在区别，不同模式下向小松销售产品的金额、单价及毛利率是否存在差异及原因，上述两个经销商之间的销售产品的单价及毛利率是否存在差异及原因。

（一）说明通过经销商乡商事株式会社和伊藤忠汽车株式会社向终端客户小松（日本）销售的产品与公司直接向小松销售的产品是否存在区别

公司直接向小松销售的合作主体主要包括小松（常州）工程机械有限公司、小松机械制造（山东）有限公司（原名为小松山推工程机械有限公司，下同）、小松（山东）工程机械有限公司和 BANGKOK KOMATSU CO.,LTD.，系小松下属中国境内子公司及泰国子公司；公司通过乡商事株式会社和伊藤忠汽车株式会社销售的下游客户为小松（日本）。公司和小松在不同销售模式下的合作主体有所不同，不存在同一合作主体下不同销售模式的情形。

报告期内，公司通过乡商事株式会社和伊藤忠汽车株式会社向终端客户小松（日本）销售的产品与公司直接向小松销售的产品如下：

销售模式	客户集团名称	集团内合作主体/ 经销商下游客户合作主体	主营业务分产品收入情况（单位：万元）			
			产品	2022年	2021年	2020年
直销	小松	小松（常州）工程机械有限公司、小松机械制造（山东）有限公司、小松（山东）工程机械有限公司、BANGKOK KOMATSU CO.,LTD.	油箱	2,386.15	1,481.65	1,111.19
			硬管	5,138.13	5,146.27	4,119.61
			金属饰件	247.88	337.96	332.67
			其他	179.35	79.99	60.01
			<b>合计</b>	<b>7,951.51</b>	<b>7,045.87</b>	<b>5,623.49</b>
经销	乡商事株式会社	小松（日本）	硬管	4,547.84	1,603.58	1.39
	伊藤忠汽车株		金属饰件	92.55	114.74	37.91
			其他	138.98	20.70	9.05

	式会社		合计	4,779.37	1,739.03	48.35
--	-----	--	----	----------	----------	-------

2021年，工程机械行业需求旺盛，海内外市场火热，不同销售模式下对小松的销售收入均呈现增长态势。随着小松（日本）采购需求量的增长，小松（日本）原供应商硬管产品产能无法满足其需求，得益于公司硬管产品性能稳定、质量优异、供应稳定，且鉴于公司与小松其他主体长期稳定的合作历史，小松（日本）与公司扩大了业务合作范围，开始批量向公司采购部分型号硬管产品。由于日本市场及终端客户的交易习惯，小松（日本）较信赖经销商办理进出口业务，习惯于通过经销商进行采购，同时选择两家经销商采购也能降低垄断风险，因此自2021年起公司经销收入有所增长。

不同销售模式下的产品差异如下：

### 1、产品大类差异

直销模式下，公司向小松销售的产品包括硬管、油箱、金属饰件和其他，其中硬管和油箱报告期各期收入占比分别为93.02%、94.07%和94.63%；经销模式下，公司向小松销售的产品包括硬管、金属饰件和其他，其中硬管报告期各期收入占比分别为2.87%、92.21%和95.16%。从产品大类上来看，直销模式下公司向小松销售的产品包含油箱，经销模式下主要向其销售硬管，不向其销售油箱，差异原因主要系：下游客户的订单需求不同所致，2021年，小松（日本）原供应商硬管产品的产能无法满足其需求，而公司硬管产品性能稳定、质量优异、供应稳定，因此，小松（日本）切换了部分硬管型号向公司进行采购所致。

### 2、同类产品的具体差异

不同销售模式下，公司向小松销售的主要产品均为硬管，直销模式下硬管收入占比超过60%；随着小松（日本）自2021年以来开始向公司批量采购，经销模式下硬管收入自2021年以来占比超过90%。

直销模式下公司销售给小松的硬管产品主要应用于挖掘机和装载机，经销模式下公司销售给小松（日本）的硬管产品主要应用于挖掘机、装载机和其他机型，小松不同主体生产的挖掘机和装载机的机型亦会存在一定差异，引致其向公司采购的硬管产品具体型号也存在差异。

**（二）不同模式下向小松销售产品的金额、单价及毛利率是否存在差异及原因**

报告期各期，公司不同模式下向小松销售的主要产品的销售收入及占比情况如下：

单位：万元

销售模式	产品名称	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
直销	油箱	2,386.15	30.01%	1,481.65	21.03%	1,111.19	19.76%
	硬管	5,138.13	64.62%	5,146.27	73.04%	4,119.61	73.26%
	金属饰件	247.88	3.12%	337.96	4.80%	332.67	5.92%
	其他	179.35	2.26%	79.99	1.14%	60.01	1.07%
	<b>合计</b>	<b>7,951.51</b>	<b>100.00%</b>	<b>7,045.87</b>	<b>100.00%</b>	<b>5,623.49</b>	<b>100.00%</b>
经销	油箱	-	-	-	-	-	-
	硬管	4,547.84	95.16%	1,603.58	92.21%	1.39	2.87%
	金属饰件	92.55	1.94%	114.74	6.60%	37.91	78.41%
	其他	138.98	2.91%	20.70	1.19%	9.05	18.72%
	<b>合计</b>	<b>4,779.37</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,739.03</b>	<b>100.00%</b>	<b>48.35</b>	<b>100.00%</b>

由上表可知，直销模式下，公司向小松销售的主要产品为油箱和硬管；经销模式下，公司向小松销售的主要产品为硬管。不同销售模式下相同的大类产品主要为硬管，直销模式下硬管收入占比各期均超过 60%，自 2021 年小松（日本）批量采购以来，经销模式下硬管收入占比超过 90%。报告期各期，不同销售模式下向小松销售的金属饰件、其他零星配件均金额较少，对收入影响较小。

报告期内，公司不同模式下向小松销售的产品单价及毛利率情况已申请豁免披露。

公司不同模式下向小松销售的主要产品硬管单价差异较小，毛利率有所差异，主要原因系不同销售模式下对公司采购的产品型号不同所致，具有合理性。

**（三）上述两个经销商之间的销售产品的单价及毛利率是否存在差异及原因**

报告期内，公司两个经销商销售产品的单价及毛利率情况已申请豁免披露。

公司向乡商事株式会社和伊藤忠汽车株式会社销售的产品单价、毛利率存在差异的原因主要系产品型号差异及加工工艺不同所致，具有合理性。

三、说明主要经销商基本情况，包括但不限于：注册资本、注册地址、成立时间、经营范围、股东、核心管理人员、员工人数、与发行人合作历史、是否专门销售发行人产品等。

报告期内，公司主要经销商为乡商事株式会社和伊藤忠汽车株式会社，其各期收入及经销占比情况如下：

单位：万元

期间	经销商名称	销售金额	经销占比
2022年	乡商事株式会社	3,810.61	79.69%
	伊藤忠汽车株式会社	968.76	20.26%
	其他	2.46	0.05%
	合计	<b>4,781.83</b>	<b>100.00%</b>
2021年	乡商事株式会社	1,143.73	65.77%
	伊藤忠汽车株式会社	595.30	34.23%
	其他	0.04	0.00%
	合计	<b>1,739.07</b>	<b>100.00%</b>
2020年	伊藤忠汽车株式会社	48.35	94.43%
	其他	2.85	5.57%
	合计	<b>51.20</b>	<b>100.00%</b>

注：乡商事株式会社为2021年新增经销商。

乡商事株式会社和伊藤忠汽车株式会社均为日本著名的大型综合商社，其基本情况如下：

#### （一）乡商事株式会社

公司名称	乡商事株式会社
注册资本	40,000.00 万日元
法定代表人	Yasuo Suzuki
成立时间	1955年3月15日
注册地址	东京都中央区八丁堀2丁目11番2号
经营范围	工业机械设备批发，电器设备批发，建筑、矿山机械批发，批发运输设备和用品，批发农场和花园机械
股东	员工持股比例：75.00%、高管持股比例：25.00%

核心管理人员	Yasuo Suzuki、Satoru Uchida、Takao Nakamura、Hidekazu Hayashi、Akihiro Kondo、Akira Fukano
员工人数	153 人
与发行人合作历史	自 2021 年 6 月开始合作
是否专门销售发行人产品	否

注：上述信息来源于中信保查询或公司官网。

乡商事株式会社是日本著名的大型综合商社，其业务范围涵盖家用电器零件、电子零件、工程机械零件等领域，并在欧洲、美国、中国、亚洲均设立了分支机构。2021 财年，其销售规模为 395 亿日元。主要客户包括小松、日立建机、久保田株式会社、井关农机株式会社、夏普株式会社、松下电器产业株式会社等大型知名公司。其中，乡商事株式会社在 1955 年已与小松开始合作。受小松（日本）的委托，乡商事株式会社于 2021 年开始和公司合作。

## （二）伊藤忠汽车株式会社

公司名称	伊藤忠汽车株式会社
注册资本	36,000.00 万日元
法定代表人	Keiichi Sumita
成立时间	1996 年 4 月 1 日
注册地址	日本东京港区北青山 2 栋 5-1
经营范围	主要从事汽车、零部件及耗材、工程机械零部件的进出口及批发
股东	Itochu Corporation 持股比例：100%
核心管理人员	Keiichi Sumita、Toshihide Doi、Takeshi Kuhara
员工人数	162 人
与发行人合作历史	自 2004 年开始合作
是否专门销售发行人产品	否

注：上述信息来源于中信保查询。

伊藤忠汽车株式会社是伊藤忠商事株式会社的全资子公司。伊藤忠商事株式会社是日本著名的大型综合商社，成立于 1858 年，其业务范围涵盖纺织、金属、粮油食品、机械、能源化学、信息金融等多个领域，其在全球 62 个国家和地区设立了分支机构。2021 财年，其营业收入为 12.29 万亿日元。2004 年，公司已与伊藤忠汽车株式会社开始合作，公司通过伊藤忠汽车株式会社向终端客户小松（日本）销售产品。

四、说明报告期内公司通过 FOB、CIF、FCA、EXW、DDP 等不同贸易模式下收入金额及收入确认的具体时点，收入确认时点是否符合《企业会计准则》的规定。

(一) 报告期内公司通过 FOB、CIF、FCA、EXW、DDP 等不同贸易模式下收入金额

报告期内，公司主营业务收入中不同贸易模式下对应的外销收入及占比情况具体如下：

单位：万元

贸易模式	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占外销收入的比例	金额	占外销收入的比例	金额	占外销收入的比例
FOB	5,148.08	26.53%	2,628.88	21.10%	612.48	10.97%
FCA	4,036.91	20.80%	2,746.50	22.04%	1,255.49	22.50%
EXW	1,130.89	5.83%	556.62	4.47%	161.76	2.90%
CIF	43.39	0.22%	125.57	1.01%	48.35	0.87%
DDP	21.88	0.11%	580.64	4.66%	504.22	9.03%
泰国耀坤境内销售	9,025.35	46.51%	5,822.17	46.73%	2,998.63	53.73%
<b>合计</b>	<b>19,406.49</b>	<b>100.00%</b>	<b>12,460.38</b>	<b>100.00%</b>	<b>5,580.93</b>	<b>100.00%</b>

注：泰国耀坤境内销售系指泰国耀坤向泰国当地客户销售，该类销售在合并口径分类为外销，但不适用于国际贸易术语。

如上表所示，报告期内公司外销的贸易方式以 FOB、FCA 为主，EXW、CIF 及 DDP 贸易模式收入占比较小。2021 年 9 月起，公司不再以 DDP 贸易方式销售商品，主要原因系 2021 年海运费涨幅较大，公司与客户协商切换了贸易方式，由客户承担运费。因此，自 2021 年起，公司不再使用 DDP 模式销售产品；2022 年，公司外销收入中 DDP 贸易模式收入仍存在 21.88 万元的主要原因系公司上期该模式下运抵客户指定目的地的剩余存货本期确认收入所致。

(二) 收入确认时点以及收入确认时点是否符合《企业会计准则》的规定

报告期内，公司外销收入包含 FOB、CIF、FCA、EXW、DDP 模式，不同贸易模式下的控制权转移时点判断如下：

不同贸易模式下，公司相关收入确认的时点及收入确认依据具体如下：

贸易模式	收入确认时点	确认单据
FOB、CIF	装运港船上交货，公司按照产品装船的时点确认销售收入	报关单、提单
FCA、EXW	货物交付客户或客户指定的承运人时确认销售收入	承运人签字确认的出库单
DDP	货物运抵客户指定目的地并交付客户时确认销售收入	第三方系统显示交付日期

根据《企业会计准则第 14 号——收入》相关规定，对于在某一时点履行的履约义务，企业应当在客户取得相关商品控制权的时点确认收入。针对境外销售，在 FOB、CIF 贸易模式下，公司出口货物主要采用海运运输，公司将货物运送至指定港口装船完成后，商品控制权及所有权上的风险和报酬已转移给客户，因此公司完成报关出口手续并取得提单后确认收入符合《企业会计准则》的相关规定。在 FCA、EXW 贸易模式下，公司将货物交付客户或客户指定的承运人时确认销售收入，此时已实现货权转移，公司对已售出商品不再实施有效控制，产品控制权已转移且相关的经济利益很可能流入公司，收入确认时点符合《企业会计准则》的相关规定。在 DDP 模式下，公司将货物运抵客户指定目的地，并交付客户后商品控制权及所有权上的风险和报酬已转移给客户，根据谨慎性原则，公司依据第三方仓库系统显示交付客户的日期确认收入，符合《企业会计准则》的相关规定。

综上，公司 FOB、CIF、FCA、EXW、DDP 等不同贸易模式下收入确认时点符合《企业会计准则》的规定。

## 五、申报会计师核查情况

### （一）核查程序

申报会计师针对如上事项执行了如下核查程序：

1、访谈发行人销售负责人，了解发行人行业特点、产品特性、业务发展情况下游客户分布。

2、查询同行业可比公司采用经销模式的情况、经销收入及占比，分析同行业可比公司与发行人经销模式是否存在差异以及原因。

3、查阅同行业可比公司的招股说明书、定期报告等公开资料，分析发行人采用经销模式是否符合行业惯例，并分析发行人公司经销模式下的收入占比与



同行业可比公司是否存在差异以及原因。

4、查询上市及拟上市公司招股说明书、定期报告等公开资料，分析客户指定经销商是否符合日本市场的交易习惯。

5、获取发行人收入成本明细表，访谈发行人销售负责人及财务总监，了解发行人经销与直销的产品单价、毛利率差异情况；了解不同经销商客户销售的产品单价、毛利率差异情况。

6、通过中信保及经销商公司官网查询了发行人主要经销商的基本情况，并对发行人主要经销商进行了访谈。

7、查阅了发行人与经销商签订的合同，了解发行人与经销商合作模式及具体经销政策约定。

8、访谈经销商终端客户小松（日本），了解其与发行人的合作历史、通过经销商采购的原因以及采购规模扩大的具体原因。

9、访谈市场部门负责人，了解实际业务中外销客户采用的贸易模式，并将其与海关出口报关单进行双向核对。

10、对收入确认的相关内部控制设计和运行进行了解、测试。

11、获取报告期内公司与主要客户签订的销售合同并查阅相关客户的访谈记录，核查其中产品交付的相关条款，判断公司不同贸易模式下收入确认政策是否符合《企业会计准则》的要求。

## （二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、发行人通过直销为主、经销为辅的方式销售产品符合发行人所处行业的行业特点、产品特性、业务发展情况、下游客户分布情况，与同行业可比公司不存在重大差异。发行人采取经销商模式具有必要性和商业合理性。发行人经销模式下收入占比低于同行业可比公司具有合理性，符合自身主营产品特性与自身经营特点。

2、公司通过经销商乡商事株式会社和伊藤忠汽车株式会社向终端客户小松（日本）销售的产品与公司直接向小松销售的产品存在区别具备合理性。公司

不同模式下向小松销售的主要产品硬管单价差异较小，毛利率有所差异，主要原因系不同销售模式下对公司采购的产品型号不同所致，具有合理性。两个经销商之间的销售产品的单价及毛利率差异具备合理性。

3、发行人已补充说明主要经销商的基本情况，发行人主要经销商乡商事株式会社和伊藤忠汽车株式会社均为日本著名的大型综合商社；报告期内，公司主要经销商不存在专门销售发行人产品的情形。

4、报告期内发行人境外销售的贸易方式以 FOB、FCA 为主，EXW、CIF 及 DDP 贸易模式占比较小；发行人外销收入以签收单、提单和出口报关单等作为收入确认依据，收入确认时点符合《企业会计准则》的规定。

5、发行人经销商模式下收入具有真实性。

## **问题 6.关于营业收入与客户**

**申报材料及前次审核问询回复显示：**

(1) 报告期内，公司营业收入分别为 58,310.64 万元、70,023.15 万元、84,234.92 万元和 33,975.49 万元，税金及附加分别为 614.58 万元、680.98 万元、651.22 万元和 319.25 万元，支付的各项税费分别为 6,038.82 万元、6,242.49 万元、5,259.87 万元和 2,220.39 万元。

(2) 2022 年 1-6 月，受国内下游工程机械等行业需求减缓等因素影响，公司营业收入同比下滑 18.58%；扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润同比下滑 26.25%。截至 2022 年 6 月末，发行人在手订单约 12,304.46 万元。

(3) 报告期内，公司其他业务收入金额分别为 332.35 万元、601.55 万元、875.20 万元和 322.47 万元，占比分别为 0.57%、0.86%、1.04%和 0.95%，主要为材料销售和废料收入。

(4) 报告期内，发行人向前五大客户销售金额占当期营业收入的比例分别为 73.89%、75.24%、73.02%和 75.27%，客户集中度较高，其中前五大客户中柳工集团、沃尔沃 2021 年度的销售金额及毛利率均较 2020 年度有所下降。

(5) 报告期内，发行人向不同客户销售产品的毛利率存在一定的差异。前

次审核问询回复未充分说明具体差异原因。

请发行人：

(1) 说明 2021 年收入同比上升，税金及附加以及当年支付的各项税费均同比减少的原因及合理性。

(2) 结合国 IV 排放标准等行业相关政策变化情况、最新在手订单具体情况、订单转化周期、所处行业周期波动情况、新客户开发数量及收入情况、公司产能利用率情况等，说明发行人 2022 年上半年业绩下滑的具体原因，是否存在持续下滑的风险，所采取的应对措施。

(3) 说明废料销售的具体内容,主要产品生产过程中的废料产生情况与对外销售的废料金额的勾稽关系，公司的废料对外出售率是否符合行业惯例，是否通过废料处置调节收入的情形。

(4) 根据《监管规则适用指引——发行类第 5 号》的规定，说明报告期内客户集中度较高的原因及合理性，与行业经营特点是否一致；主要客户在行业中的地位、透明度与经营状况，是否存在重大不确定性风险，公司与客户合作的历史、业务稳定性及可持续性，相关交易定价原则及公允性。

(5) 结合报告期内公司与主要客户的交易情况说明公司来源于上述主要客户的收入波动的原因及合理性，柳工集团及沃尔沃等客户收入下滑是否会对公司营业收入增长可持续产生不利影响，是否存在被替代风险。

(6) 结合报告期内主要客户的毛利率波动情况，不同客户之间毛利率存在差异、同一客户在报告期不同年度毛利率发生变动的原因及合理性。

(7) 说明获取主要客户订单的方式、客户认证标准和筛选体系,发行人在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。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，请保荐人根据《监管规则适用指引——发行类第 5 号》有关客户集中情形的规定说明核查的具体情况。

回复：

## 发行人说明

一、说明 2021 年收入同比上升，税金及附加以及当年支付的各项税费均同比减少的原因及合理性。

### （一）支付的各项税费

报告期内，公司支付的各项税费构成明细如下：

单位：万元

项目	2022 年		2021 年		2020 年
	金额	变动金额	金额	变动金额	金额
增值税	2,534.48	27.84	2,506.65	-1,282.28	3,788.92
企业所得税	1,599.41	-557.67	2,157.07	391.94	1,765.14
城市维护建设税	286.32	53.55	232.77	-65.90	298.67
教育费附加	204.57	37.44	167.13	-46.06	213.19
房产税	81.43	-14.55	95.98	3.26	92.72
土地使用税	59.49	-2.24	61.73	5.93	55.8
其他	30.28	-8.26	38.54	10.49	28.05
合计	<b>4,795.98</b>	<b>-463.89</b>	<b>5,259.87</b>	<b>-982.61</b>	<b>6,242.49</b>

2021 年，公司营业收入同比增长 20.30%，但支付的各项税费减少 982.61 万元，主要原因系支付的增值税减少 1,282.28 万元所致，原因主要系：一方面，2021 年境内主体主营业务外销收入相较于 2020 年增长 5,507.27 万元，同比增长 33.36%，该部分外销收入增值税销项税额为 0，按 13% 的增值税税率测算，该部分增加的外销收入当期免缴销项税 715.95 万元；另一方面，2020 年度公司因未能及时办理认证手续未予认证抵扣 402.95 万元的进项税额，该进项税于 2021 年认证抵扣。

### （二）税金及附加

报告期内，公司税金及附加的构成明细如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	变动金额	金额	变动金额	金额
城市维护建设税	295.11	31.20	263.91	-30.82	294.73
教育费附加	211.14	22.13	189.01	-21.36	210.37

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	变动金额	金额	变动金额	金额
房产税	77.43	-18.44	95.87	3.71	92.15
土地使用税	55.37	-10.74	66.11	17.69	48.42
印花税	25.44	-3.02	28.46	-0.92	29.39
其他	2.48	-5.38	7.86	1.94	5.92
<b>合计</b>	<b>666.97</b>	<b>15.76</b>	<b>651.22</b>	<b>-29.76</b>	<b>680.98</b>

注：教育费附加包括地方教育费附加

2021 年，公司营业收入同比增长 20.30%，但税金及附加减少 29.76 万元，原因主要系因 2021 年增值税进项税抵扣的时间性差异导致境内主体实际缴纳的增值税减少，进而引致城市维护建设税、教育费附加减少。

综上，公司 2021 年营业收入同比上升，税金及附加以及当年支付的各项税费均同比减少具有合理性。

二、结合国 IV 排放标准等行业相关政策变化情况、最新在手订单具体情况、订单转化周期、所处行业周期波动情况、新客户开发数量及收入情况、公司产能利用率情况等，说明发行人 2022 年上半年业绩下滑的具体原因，是否存在持续下滑的风险，所采取的应对措施。

#### （一）国 IV 排放标准等行业相关政策变化情况

国内工程机械主要分为道路移动机械和非道路移动机械，非道路移动机械中，挖掘机和装载机污染物排放量最高。未来排放标准趋严，挖掘机和装载机是重要控制领域。

根据生态环境部要求，“国 IV 标准”于 2022 年 12 月 1 日起正式实施。所有生产、进口和销售的 560kW 以下（含 560kW）非道路移动机械及其装用的柴油机须满足国家第四阶段排放标准要求，否则将不予在信息管理平台上进行编码登记，未进行编码登记非道路移动机械将停止使用。自 2022 年 12 月 1 日后，主机厂新生产、进口和销售的新机必须是“国 IV 标准”发动机，国 II 及国 III 设备将逐步淘汰。

随着不断趋严的环保政策出台，对挖掘机等工程机械的排放核查要求越来越高，会促使部分设备提前更新。鉴于 2007 年 10 月 1 日开始执行“国 I 标准”，

2009年10月1日开始执行“国 II 标准”，2016年4月1日开始执行“国 III 标准”，截至2022年底，国 I 设备已更新完毕，存量旧设备以国 II 设备为主。根据研究报告测算<sup>1</sup>，2023-2025年期间预计每年环保更新需求量为2-3万台。

并且，根据国务院于2018年6月27日发布的《打赢蓝天保卫战三年行动计划》“加强非道路移动机械和船舶污染防治。开展非道路移动机械摸底调查，划定非道路移动机械低排放控制区，严格管控高排放非道路移动机械，重点区域2019年底前完成……（生态环境部、交通运输部、农业农村部负责）”的相关要求，全国范围内已开始推行非道路移动机械低排放控制区，严格管控高排放非道路移动机械。大部分城市在控制区内，禁止“国 I 及以下标准”的非道路移动机械上路，部分城市如北京、广州、深圳、成都、长沙等城市将禁行的标准提高至“国 II 及以下排放标准”，部分城市如杭州等城市将禁行的标准提高至“国 III 及以下排放标准”。随着“国 IV 标准”的正式推行，在我国持续、坚定的环保污染治理的背景下，会引致全国范围内更多城市同步提高禁行的排放标准，进而加速前文所提及的存量旧设备的更新周期。

此外，对比发达国家，我国环保标准仍然滞后，我国“国 IV 标准”基本相当于欧美上一阶段排放标准，因此，我国环保标准升级将是长期且持续的，排放标准逐渐加严是大势所趋，对未来工程机械设备更进一步的更新换代起到持续助推作用。

综上，“国 IV 标准”的正式推行会加速存量非道路移动机械的更新周期，并且，未来我国环保标准升级将是长期且持续的，排放标准逐渐加严是大势所趋，对未来挖掘机等工程机械设备更进一步的更新换代起到持续助推作用。

## （二）最新在手订单具体情况

报告期各期末的在手订单情况如下：

单位：万元

项目	2023年4月末	2022年末	2021年末	2020年末
在手订单情况	14,698.02	15,750.77	15,003.05	11,839.12

注：期末在手订单为客户期末时已下单、计划于未来两个月交货的订单

<sup>1</sup> 《工程机械行业深度报告（一）——如何看2023年的挖机销量》，中泰证券

整体来看，报告期各期末，公司新增订单情况良好，在手订单亦保持在合理水平。截至 2022 年末和 2023 年 4 月末，公司在手订单分别为 15,750.77 万元和 14,698.02 万元，均处于较高水平，在手订单执行状态整体正常。

公司的产品具备多品种特性，客户日常采购以订单形式下达，交货周期较短。公司的销售模式和以销定产的生产模式，决定了公司某时点的在手订单并非全年需求及营收规模的完整反映，但可较为直观地反映公司的持续经营基础。因此，公司在手订单量也反映了在工程机械行业需求有所减缓以及停工停产的影响下，2022 年公司销售业绩虽然出现小幅下滑，但是得益于公司良好的经营情况与客户质量，2022 年末和 2023 年 4 月末公司在手订单量仍相对充足，处于合理范围。

并且，为了开拓市场、扩大业绩增长点，一方面，公司不断开拓工程机械领域不同机型的订单：例如矿机的在手订单占比逐年上升，2022 年末矿机的在手订单金额占比约 8%；另一方面，公司积极拓展非工程机械领域的业务机会，非工程机械领域例如新能源液压站、数据中心发动机等配套产品的在手订单比重逐年上升。

### （三）订单转化周期

公司订单转化周期<sup>2</sup>根据生产模式、生产工艺、生产排期、客户业务结算模式等不同而存在差异。报告期内，公司主要采用“以销定产”的生产模式，一般根据客户下达的订单组织和安排生产计划。公司的主要产品为油箱、硬管和金属饰件，生产周期一般为 10-15 天，考虑销售结算周期，公司的平均订单转化周期为 40-60 天。

报告期内，公司的平均订单转化周期较为稳定，不存在较大的波动，客户下达的订单能正常转化为收入，公司销售模式、生产模式等业务模式成熟、运行稳定。

### （四）所处行业周期波动情况

从下游行业来看，公司下游行业主要系工程机械等行业，工程机械是装备

---

<sup>2</sup> 订单转换周期为客户下达订单至确认收入的时间周期。

制造工业的重要组成部分，涉及于基础设施建设、房地产开发、大型工程、抢险救灾、交通运输、自然资源采掘等领域，是国民经济的基础性产业。国内下游工程机械行业的市场需求受国内宏观经济走势和社会固定资产投资强度等因素影响，具有一定的周期性。但从海外市场来看，由于区域经济景气度存在区域差异性，工程机械行业呈现弱周期性。

## 1、国内工程机械行业

从国内来看，工程机械行业系典型的周期性行业，与国家宏观经济发展、国家政策、基础设施投资建设等因素密切相关。

### （1）国内工程机械行业过去的周期性波动情况

以挖掘机为例，2008 年金融危机以后，国内挖掘机市场发展经历了四个阶段：

1) 2008 年-2011 年，在四万亿元投资刺激和结构性减税政策驱动下，挖掘机销量逐年增长，下游需求主要由地产和基建拉动，从 2009 年的 9.5 万台增长至 2011 年的 17.8 万台。

2) 2012 年-2015 年，由于上一轮周期过度透支需求，并且政策刺激效应逐渐减弱，国内基础设施建设和房地产投资增速降温，以及 2008 年-2011 年主机厂商采用“零首付”的激进销售政策透支了销量，工程机械行业出现严重的产能过剩，挖掘机销量一路下行，2015 年销量跌至 5.9 万台。

3) 2016 年-2021 年 4 月，在经历了上一轮调整周期后，受益于宏观经济复苏，并且随着“一带一路”战略、“国 III 标准”的推行、存量设备的更新换代、新农村建设、机器替人等因素的驱动，工程机械行业迎来持续增长期。2020 年挖掘机销量增至 32.76 万台，2021 年 1 月-4 月仍保持增高速增长。

4) 2021 年 5 月起，受原材料价格和海运费成本上涨、下游房地产基建增速放缓及停工停产影响等因素，挖掘机销量开始下行。2022 年挖掘机销量为 26.13 万台，同比下滑 24%，但内销和外销市场呈现出“内冷外热”的显著分化态势：受国内停工停产及下游房地产承压等因素影响，挖掘机内销销量为 15.19 万台，同比下滑 44.65%；受益于海外市场的旺盛需求，出口销量大幅提升，挖掘机出口销量 10.95 万台，同比增长 59.96%，占总销量的比重由 2021 年



的 20%提升至 42%。

## (2) 国内工程机械行业已逐步企稳

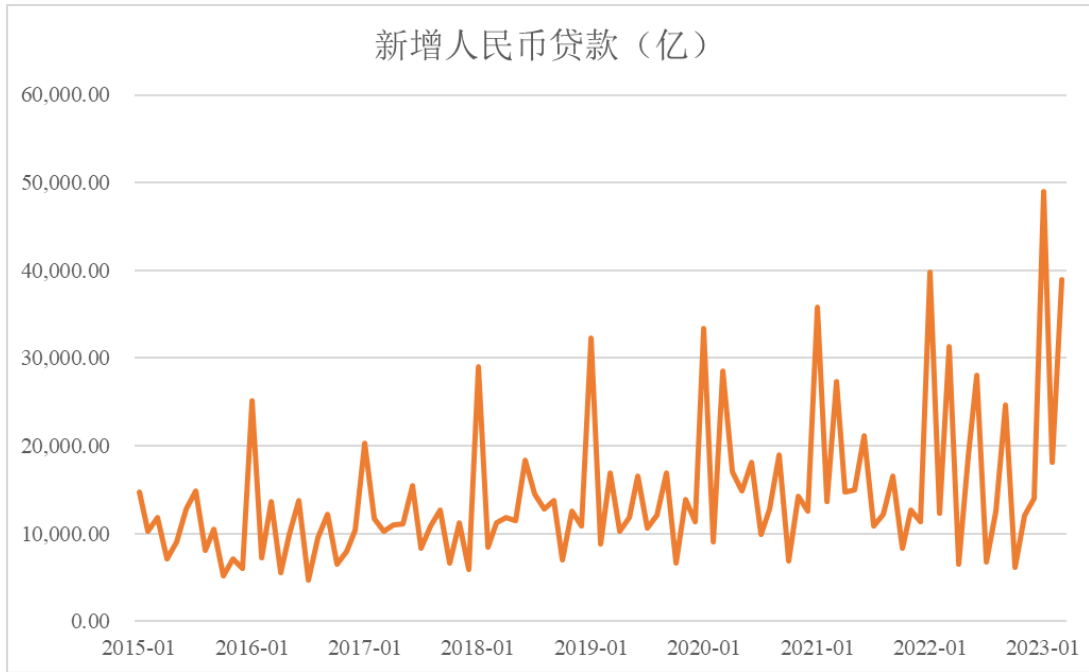
从小松开工小时数来看，2023 年伊始，工程机械开工率复苏，国内下游行业逐步复苏。2023 年以来小松开工小时数逐月上升，2023 年 2 月小松开工小时数环比增长 76.47%，2023 年 3 月小松开工小时数环比增长 40.00%。从挖掘机销售数量来看，2023 年 2 月销售挖掘机 2.15 万台，同比下降 12.4%，相较于 1 月份 33.1%的降幅已大幅收窄；2023 年 3 月，挖掘机销量为 2.56 万台，同比下降 31.03%，降幅略大主要系 2022 年 3 月挖掘机销量是全年高点，但 2023 年 3 月挖掘机销量环比增长 19.24%，挖掘机销量呈现逐渐筑底企稳态势。整体来看，国内工程机械行业虽处于调整期，但发展将趋于稳定，具体如下：

### 1) 增量需求

国内工程机械的新增需求与宏观经济、房地产行业以及基础建设投资密切相关。2023 年以来，我国社融环境向好、基建投资复苏、房地产行业逐步企稳、出口需求强劲，可有效对冲国内市场的下滑：

#### ① 宏观经济

从 GDP 增速来看，2022 年，我国 GDP 为 121.02 万亿元，同比增长 3%；2023 年 1-3 月，我国 GDP 为 28.50 万亿元，同比增长 4.5%，增速超过 2022 年。相较于 2022 年，2023 年宏观经济层面回暖。



数据来源：wind

从新增人民币贷款来看，2023 年 1 月新增人民币贷款 4.9 万亿元，同比增长 23%，创 2015 年以来单月信贷投放最高纪录；2023 年 3 月人民币贷款 3.89 万亿元，亦保持较高水平。信贷扩张提供的资金支持可以带动项目落地，强化固定资产投资，增加基建与制造业领域投入。长期向好的社融和投资环境，将带动房地产、基础建设开工，进而促进工程机械行业的新增需求。

## ②基础建设投资

2022 年专项债发行力度加大，新增专项债券额度 3.65 万亿元，截至 2022 年 12 月末，累计发行新增专项债超过 4 万亿元，同比增加 13%，随着资金逐步到位，更多基础建设项目会逐步开工。



数据来源：wind

2022 年基础设施建设投资累计同比增加 11.52%，由于基建投资从资金下发到传导至实物工作有一定滞后性，再叠加存在部分项目因停工停产导致延期，2023 年基础设施建设投资逆周期调控有较大发力空间，基建项目开工有望实现复苏，进而带动工程机械行业的发展。

### ③房地产行业

2022 年，受房地产政策调控、宏观经济下行及封控等因素影响，我国房地产市场较为低迷。我国房屋新开工面积同比下滑 39.37%，房地产投资完成额同比下滑 9.96%，商品房销售面积同比下滑 24.30%。

2022 年 9 月以来，中国人民银行和财政部、国家税务总局连续出台刺激政策：A、需求端：中国人民银行下调首套个人住房公积金贷款利率；财政部、国家税务总局对出售自有住房并在现住房出售后 1 年内在市场重新购买住房的纳税人，对其出售现住房已缴纳的个人所得税予以退税优惠。B、供给端：证监会首次提出放宽房企股权融资，并恢复了涉房上市公司并购重组及配套融资，恢复上市房企和涉房上市公司再融资；银行间市场交易商协会宣布推进并扩大民营企业债券融资支持工具，支持房企发债融资；中国人民银行、银保监会发布“金融 16 条”，继续保持房地产融资平稳有序、积极做好“保交楼”金融服务等；银保监会、住房和城乡建设部、中国人民银行发布允许商业银行与优质

房地产企业开展保函置换预售监管资金业务，释放存量资金；中央经济工作会议提出支持住房改善型消费。紧随中央的指示与政策方向，利好性的地方政策也不断出台。

在一系列政策的刺激作用下以及宏观经济复苏、前期封控积压的需求释放等因素影响下，2023年房地产行业有所复苏。2023年1-3月，我国房屋新开工面积同比下滑19.16%，我国房地产投资完成额同比下滑6.45%，我国商品房销售面积同比下滑3.54%，相较于2022年的降幅大幅收窄，预期房地产的逐步复苏会推动国内工程机械行业的逐渐筑底企稳。

#### ④机器替人需求新增

人工成本上升和机器高效省时是机器替代人工的主要原因，伴随着劳动力短缺，企业的人力成本不断增加，经营压力和人口老龄化加速了机器替人的趋势，这也为我国以挖掘机为代表的工程机械设备保有量的提升提供持续动力。

#### 2) 存量更新需求

在我国巨大的工程机械设备的保有量背景下，我国工程机械行业市场需求结构中更新换代的比重逐渐加大，存量更新需求分为自然更新需求和环保更新需求：

##### ① 自然更新需求

公司产品的主要应用机型为挖掘机，根据CCMA挖掘机械分会统计，截至2021年底，中国挖掘机保有量约200万台。挖掘机通常使用寿命在10年左右，在巨大的保有量背景下，随着设备的使用寿命到期，更新需求为我国工程机械的销量提供了强力支撑。根据相关研究报告<sup>3</sup>，按第6-10年逐步更新测算，预计挖掘机于2023-2025年的自然更新需求为8.6万台、10.3万台、14.6万台，占总销量的34.6%、32.3%和36.1%。

##### ② 环保更新需求

根据生态环境部要求，“国IV标准”于2022年12月1日起正式实施。所

---

<sup>3</sup> 《工程机械行业深度报告（一）——如何看2023年的挖机销量》，中泰证券

有生产、进口和销售的 560kW 以下（含 560kW）非道路移动机械及其装用的柴油机须满足国家第四阶段排放标准要求，否则将不予在信息管理平台上进行编码登记，未进行编码登记非道路移动机械将停止使用。自 2022 年 12 月 1 日后，主机厂新生产、进口和销售的新机必须是“国 IV 标准”发动机，国 II 及国 III 设备将逐步淘汰。

随着不断趋严的环保政策出台，对挖掘机等工程机械的排放核查要求越来越高，会促使部分设备提前更新。鉴于 2007 年 10 月 1 日开始执行“国 I 标准”，2009 年 10 月 1 日开始执行“国 II 标准”，2016 年 4 月 1 日开始执行“国 III 标准”，截至 2022 年底，国 I 设备已更新完毕，存量旧设备以国 II 设备为主。根据相关研究报告测算<sup>4</sup>，2023-2025 年期间预计每年环保更新需求量为 2-3 万台。

随着“国 IV 标准”的正式推行，在我国持续、坚定的环保污染治理的背景下，会引致全国范围内更多城市同步提高禁行的排放标准，进而加速前文所提及的存量旧设备的环保更新周期。

### 3) 出口需求强劲

2020 年以来，我国工程机械出口销量保持快速增长，有效对冲内需市场下行。受全球基建需求升温以及国产品牌全球化布局加速推进的带动，挖机月度出口销量占比从 2021 年 5 月的 18.92%提升至 2022 年 12 月的 63.54%，2021 年和 2022 年出口销量分别同比增长 96.96%和 59.96%，有效平滑了国内市场的下滑。

综上，国内工程机械行业呈现周期性波动，但在社融环境向好、基建投资复苏、房地产行业逐步企稳带来的新增需求下，在工程机械行业在设备使用寿命到期和环保排放标准切换促进存量设备更新，出口需求强劲和机器人需求提升等因素驱动下，2023 年国内工程机械行业发展将趋于筑底企稳状态。

## 2、海外工程机械行业

由于海外国家/地区数较多、经济发展不均衡、各个国家/地区政策各异，因此海外工程机械行业整体周期波动远低于国内。2022 年，海外工程机械行业市

---

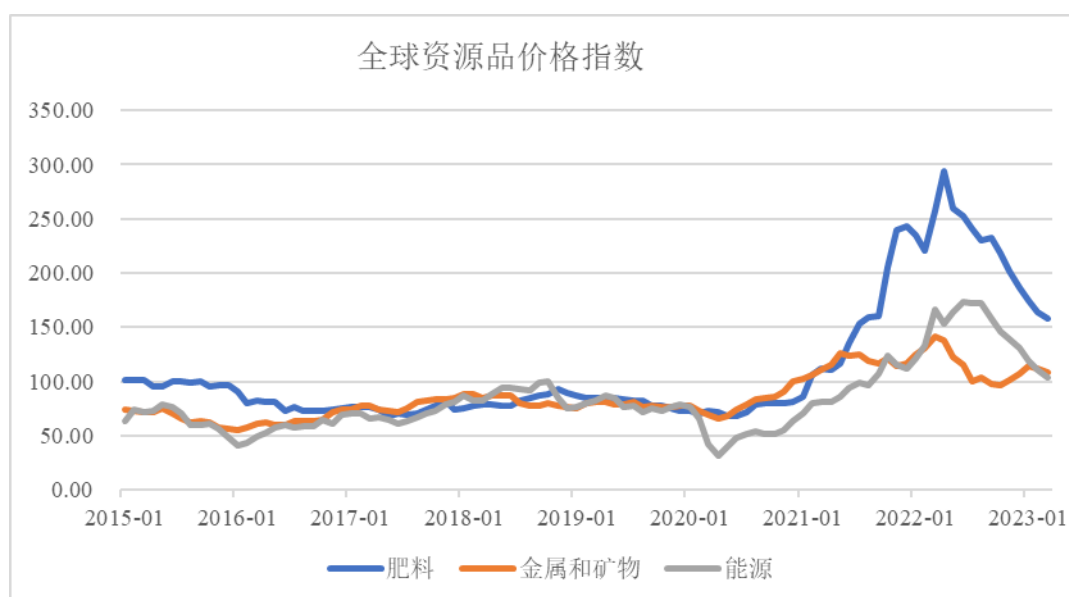
<sup>4</sup> 《工程机械：行业筑底，预期改善——2023 年工程机械行业投资策略》，浙商证券

场需求旺盛，卡特彼勒作为全球工程机械行业龙头企业，是全球工程机械行业的风向标，2022年，卡特彼勒营业收入594.27亿美元，同比增长16.56%。海外工程机械行业发展需求强劲，周期波动较小，具体分析如下：

### （1）海外各国基建计划推动工程机械行业发展

随着停工停产影响的减弱，各国逐步推出刺激基建的政策计划，例如：2021年，美国实施万亿美元基础设施法案，重建和加强美国基础设施；2022年，G7集团启动“全球基建计划”，计划于5年内筹集6,000亿美元，为发展中国家提供发展基础设施的资金；2022，欧盟启动了“全球门户”的全球基建计划，其投资额预计将达到3,000亿欧元。前述计划的陆续推进，一定程度上拉动了海外工程机械行业的需求。

### （2）全球资源品价格上涨，矿山开采需求剧增

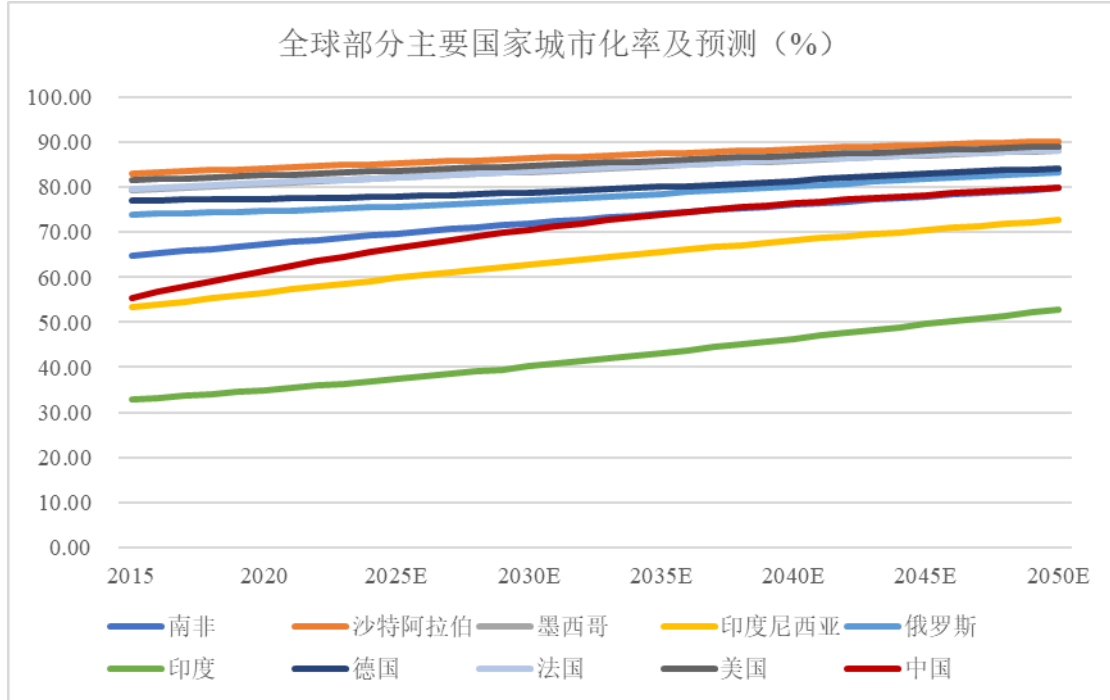


数据来源：wind

由上图可知，2020年第二季度以来，肥料、能源、金属和矿物等大宗商品价格大幅上涨，2023年价格略有回落，但是仍处于高位水平。并且，全球电动化趋势将驱动“绿色金属”例如铜、镍、锰、钴、锂、铝等的开采投资增长；全球粮食安全的大背景下，磷矿、钾矿相关开采需求将提升；全球军备开支激增、城市化建设和制造业发展对油气、铁矿石等开采需求旺盛。从全球矿业的资本开支节奏来看，矿业资本开支滞后商品价格一年，本轮矿物价格于2022年见顶，2023年全球矿业资本开支将持续增长。

因此，全球矿山开采需求剧增，进而从中短期维度带动矿山开采相关工程机械投资迅速提升。

### (3) 快速发展国家的城市化进程有很大发展空间



数据来源：wind

在未来 20-30 年间，一些快速发展国家（例如印度、印度尼西亚）的城市化进程有很大发展空间。根据联合国的统计，2022 年度，印度的城市化率为 35.87%，印度尼西亚的城市化率为 57.93%，南非的城市化率为 68.34%，预计到 2050 年这三个国家城市化率将分别达到 52.84%、72.81%和 79.80%。各国巨大的城市化进程的发展空间将为全球工程机械带来长期增长的需求。

综上，海外工程机械行业需求强劲，市场空间较大，周期性波动较小。

### (五) 新客户开发数量及收入情况

公司在保持与原有客户长期稳定合作的同时，也与其他主机厂商保持沟通交流，接受意向企业的考察和论证，不断开发市场资源，接受新的客户与订单。

报告期内，公司新增长期合作的客户数量及该部分新增客户对应的收入情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
新增客户数（家）	14	11	7

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
新增收入	6,157.43	2,772.89	181.59
主营业务收入	70,026.19	83,359.71	69,421.61
新增客户收入贡献率	8.79%	3.33%	0.26%

注：新增客户家数按单体口径进行统计，新增收入系报告期内新增客户的收入合计。

报告期内，公司主营业务新增客户数量分别为 7 家、11 家和 14 家，新增客户对应的收入分别为 181.59 万元、2,772.89 万元和 6,157.43 万元，占主营业务收入的比重分别为 0.26%、3.33%和 8.79%，比重相对较低，主要原因系在既定资源禀赋的情况下，公司选择优先满足现有优质大客户的生产需求：一方面，从行业角度，公司下游工程机械行业头部集中趋势明显，行业集中度较高，根据工程机械信息提供商英国 KHL 集团旗下《国际建设》杂志（International Construction）发布的 2022 年度全球工程机械制造商 50 强排行榜，前十大工程机械供应商占据了 64.40%的市场份额，公司主要客户均排名领先；另一方面，从公司自身角度，公司的主要客户市场份额位列全球前列，业务需求量大，能较好覆盖公司的业务需求，并且经营状况及信用良好、便于公司进行回款管理。

报告期内，公司紧跟下游不同客户的需求，不断丰富产品类型，进一步加大市场开拓力度，加深与现有客户不同业务主体的合作深度和广度，同时大力开拓新客户，并拓展更多的业务领域，新增客户家数和新增收入保持逐年增加态势，新增客户收入已成为公司重要的业绩增长点。

#### （六）公司产能利用率情况

报告期各期，公司主要产品的产能利用率情况具体如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
产能利用率	75.43%	95.31%	91.38%
营业收入变动率	-16.10%	20.30%	-

公司主要采用“以销定产”的生产模式。报告期内，公司主要产品的产能利用率分别为 91.38%、95.31%和 75.43%。2020 年和 2021 年公司产能利用率较高，原因主要系下游客户需求较高，产能消化情况较好；2022 年，受行业周期波动和停工停产等因素影响，国内下游工程机械行业承压，境内客户山东临工、徐工集团、柳工集团因自身业绩下滑减少对公司的订单需求量，公司生产需求



减少，进而导致公司产能利用率下降 19.88 个百分点。

2021、2022 年，公司营业收入的变动率分别为 20.30%和-16.10%，与产能利用率的变动情况基本一致。因此，基于公司的生产模式，公司的产能利用率主要与下游客户需求程度相关。

**（七）发行人 2022 年上半年业绩下滑的具体原因，是否存在持续下滑的风险，所采取的应对措施**

2022 年相较于 2021 年，公司的经营状况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	变动率
营业收入	70,670.63	84,234.92	-16.10%
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	14,098.09	14,800.52	-4.75%

受下游行业周期性波动影响和封控影响，2022 年 1-6 月，公司营业收入同比下滑 18.58%（未经审计或审阅），扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润同比下滑 26.25%（未经审计或审阅）。随着下半年社融环境向好、基建复苏、政策刺激带来的房地产需求边际改善以及出口需求强劲，下半年工程机械市场需求有所改善，公司下半年业绩同比回升。由上表可知，2022 年全年，相较于 2021 年，营业收入下降 16.10%，此外，由于 2022 年主要原材料价格回落以及汇率变动，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润仅同比下滑 4.75%，下滑幅度较小，且均低于上半年的降幅。

整体来看，2022 年公司营业收入和扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润相较于 2021 年存在小幅下滑，但未来经营业绩不存在持续下滑的重大风险，具体原因及应对措施如下：

### 1、下滑的具体原因

#### （1）下游行业周期性波动影响

报告期内，公司产品应用于工程机械行业，公司的经营业绩与下游行业的景气度密切相关。

报告期内，从内销、外销角度来看，公司主营营业收入的结构及同比变动情况如下：

项 目	2022 年		2021 年度		2020 年度
	金额占比	金额同比	金额占比	金额同比	金额占比
境内	72.29%	-28.60%	85.05%	11.06%	91.96%
境外	27.71%	55.75%	14.95%	123.27%	8.04%
合 计	<b>100.00%</b>	<b>-16.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>20.08%</b>	<b>100.00%</b>

由上表可知，目前公司仍是内销为主、外销为辅的收入结构，外销收入占比逐年提升。2022 年相较于 2021 年，内销收入下滑 28.60%，外销收入同比增长 55.75%，因此，2022 年业绩下滑主要系内销收入下滑所致。

2022 年，国内工程机械行业承压较大，原因主要系 2022 年宏观经济下行、基础建设投资疲软、房地产行业冷淡。

但 2023 年以来，工程机械开工率复苏，下游行业逐步复苏。基于从增量需求（宏观经济层面运行强劲、基础设施建设投资恢复、房地产行业复苏以及机器替人趋势增强）、存量需求（自然更新需求大、“国 IV 标准”加速机械设备的环保需求更新）以及出口需求强劲等角度的分析，整体来看，国内工程机械行业虽处于调整期，但发展将逐步趋于稳定。

基于上述因素，2023 年 2 月销售挖掘机 2.15 万台，同比下降 12.4%，相较于 1 月份 33.1%的降幅大幅收窄；2023 年 3 月，挖掘机销量为 2.56 万台，同比下降 31.03%，降幅略大主要系 2022 年 3 月挖掘机销量是全年高点，但 2023 年 3 月挖掘机销量环比增长 19.24%。2023 年工程机械行业呈现逐步筑底企稳状态，下游工程机械行业不存在持续大幅下滑的风险。

## （2）封控影响

由于 2022 年存在封控的影响，从公司生产经营的角度，公司江阴厂区、济宁厂区存在不同程度的停工停产；从下游客户的角度，由于工程机械主要主机厂商主要集中或靠近江苏、山东、上海、湖南、北京等，前述地区均不同程度受到封控的影响，影响了下游客户的需求；从运输物流的角度，由于各地存在不同的封控管理政策，运输物流受到较大影响，一定程度上影响了货物的正常送达。

## 2、应对措施

## (1) 针对下游行业周期性影响

### 1) 紧跟宏观政策和产业政策

一方面，提前做好市场需求预期管理，及时跟进现有下游客户的需求变动情况，合理安排公司的生产经营活动；另一方面，公司提前布局了“国 IV 标准”相关的技术、产品，以及及时抓住环保标准切换的业务机会。

### 2) 加强海外市场的开拓力度

海外工程机械行业景气度高、需求强劲、周期波动小，公司大力开拓海外工程机械市场，以平滑国内工程机械市场周期性波动：

①从集团业务发展规划角度，公司在紧邻卡特彼勒、神钢集团、小松等主要客户的泰国工厂设立子公司泰国耀坤，更为方便的了解客户最新需求的同时，及时响应客户需求，降低运输成本，提高交付速度和售后服务能力，以更好地承接国际知名主机厂商的海外需求；

②从客户开拓角度，一方面，公司针对现有客户，不断拓展适配新机型的新产品，并开拓现有客户的海外工厂需求，比如小松（日本）、卡特彼勒北美工厂、JCB 等；另一方面，公司不断开拓新的海外客户，持续完善业务布局，例如三辟拉纳公司、麦克洛斯基公司、玛汀瑞亚公司等。

### 3) 持续丰富产品品类

公司的主要产品为油箱、硬管和金属饰件，主要应用于挖掘机等各类工程机械主机设备。相较于其他机型，挖掘机对于相关产品的生产、技术、工艺要求均相对较高。报告期内，在原有挖掘机等产品中形成的深厚的生产、技术、工艺积累的基础上，公司为了满足下游客户的多样化需求，通过持续的研发投入，持续丰富产品品类，优化产品布局，巩固行业领先地位。

①开拓工程机械领域其他机型的适配产品。由于肥料、能源、金属和矿物等大宗商品价格处于高位水平，并且全球军备开支增加、城市化建设和制造业发展使得全球矿山开采需求增加较多，进而带动矿山开采相关工程机械的需求度提升。基于此背景，公司增加了对矿机产品线的客户开拓力度。报告期内，公司矿机收入占主营业务收入的比重分别为 1.66%、3.82%和 6.21%，占比逐渐

上升，同时，报告期各期末在手订单中，矿机订单金额占在手订单金额的比重分别为 0.91%、6.10%和 8.39%，比重亦逐渐上升。

②开拓非工程机械领域的适配产品。液压件作为保证液压主机性能、品质的重要基础件，需要根据客户的具体需求进行高匹配度的个性化精密设计，工艺技术要求较高；公司在原有挖掘机等产品中形成了深厚的生产技术工艺积累，因此公司具备对众多其他相近行业产品进行研发兼容的技术实力。目前，公司已与卡特彼勒北美工厂合作数据中心的发动机配套硬管业务，已与恒立液压、先导智能、江苏恒航液压技术有限公司等合作新能源液压站业务等。

## （2）针对封控影响

针对该影响，公司及时进行集团内不同主体的资源调配，以应对相应影响；随着时间的推移，后续该封控影响将不再存在，不会对公司的生产经营持续产生重大不利影响。

综上，受国内下游行业周期性波动影响和停工停产影响，2022 年相较于 2021 年，营业收入下降 16.10%，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润仅同比下滑 4.75%，均低于 2022 年 1-6 月的同比降幅。2023 年工程机械行业的周期性已逐渐呈现筑底企稳态势，不存在持续大幅下滑的风险；随着时间的推移，后续不再存在封控等原因导致的停工停产，不会对发行人的生产经营持续产生重大不利影响。并且，公司在紧跟各项政策、紧跟客户需求的同时，加大对海外市场的开拓力度以及持续丰富产品品类，以平滑周期性波动，公司未来经营业绩不存在持续下滑的重大风险。

**三、说明废料销售的具体内容,主要产品生产过程中的废料产生情况与对外销售的废料金额的勾稽关系，公司的废料对外出售率是否符合行业惯例，是否通过废料处置调节收入的情形。**

公司废料销售系生产油箱、硬管、金属饰件等产品过程中产生的废铁、废渣等。公司主要产品生产过程主要为物理加工，生产过程中产生的废料均用于对外出售，公司不存在回收利用废料的情况。

报告期各期，公司废料销售重量、收入及占净利润的比例如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
废料销量（吨）	1,404.81	1,690.82	1,431.40
废料收入	380.51	379.91	268.29
净利润	14,226.04	14,880.19	10,165.09
占比	2.67%	2.55%	2.64%

根据上表，报告期各期，公司废料收入占公司净利润的比例为 2.64%、2.55%、2.67%，占比相对稳定。

公司废料产生后，由生产部门收集后存放于指定地点。公司行政人员定期对于废料进行销售清理。废料出售时，废料收购商到公司存放地点称重确认数量金额；财务人员及行政人员签字确认之后，将废料移交给废料收购商并开票结算。

一方面，受废料存放地点及存放数量限制，公司废料处理相对及时，不存在囤积废料的情况；另一方面，公司主要产品生产过程主要为物理加工，产生的废料主要为废铁、废渣等，目前公司不具备对废铁、废渣进行回炉等方式进行回收利用的设备和条件，公司将废料收集后均用于销售。因此，公司废料对外出售率为 100%，符合公司实际情况。

报告各期，公司废料销售重量占钢材生产耗用量比例如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
销售量（吨）	1,404.81	1,690.82	1,431.40
生产耗用量（吨）	15,534.79	20,356.42	18,949.89
废料率	9.04%	8.31%	7.55%

根据上表，报告期内，废料率分别为 7.55%、8.31%和 9.04%，公司生产过程中产生的废料相对较少，但呈现小幅增长态势，主要原因系：受“国 IV 标准”切换及下游客户机型定制化程度提高的影响，近几年来，公司新品数量增加较多。由于已稳定批量生产的产品可以定制合理的规格尺寸材料，以实现材料利用率最高化，而对于新品公司短期内只能采购市场通用规格的材料进行生产，导致材料利用率相对较低，废料率相应提高。

虽然报告期内公司废料率呈现小幅增长态势，但废料率增幅逐渐收窄，将趋于稳定，主要原因系：一方面，随着“国 IV 标准”的切换完成，客户各类机

型已实现稳定量产，公司前述新品也相应实现稳定量产，公司材料采购的尺寸将更加合理；另一方面，为了更好地提高材料利用率以应对客户新品不断开发的情形，公司将油箱车间和金属饰件车间的下料中心进行了整合，通过下料中心进行不同产品的材料调配、方便套料<sup>5</sup>，从而控制废料率。

同行业可比公司未明确披露废料对外出售率的相关情况，根据同行业可比公司公开披露的相关资料，同行业可比公司的废料情况及处置情况如下：

公司名称	产生的废料情况	废料处置情况
恒立液压	未披露	未披露
艾迪精密	废料废渣	由专人进行收集外售给回收企业
长龄液压	主要为废铁	废料量总体较少，公司根据生产情况、废料累积情况、废铁市场价格等，作不定期销售处理
邵阳液压	主要构成是钢、铁废料	公司设有铸造车间，可以将生产过程中产生的钢、铁废料收集后重新回炉加以循环利用，公司生产环节产生的钢、铁废料全部收集回用
万通液压	主要为生产过程中产生的废钢	公司根据生产情况、废料累积情况、废钢市场价格等，作不定期销售处理
福事特	未披露废料情况	其他业务收入主要为废料收入和为矿山客户提供矿用车辆维护服务收入，占营业收入的比重较小，对公司的生产经营不产生重大影响。

注：同行业可比公司信息来源于其公开披露信息。

由上表可知，已披露生产废料情况的同行业可比公司中，除邵阳液压设有铸造车间，可以将生产过程中产生的钢、铁废料收集后重新回炉加以循环利用外，其余公司的处置方式均为对外出售，与公司废料对外出售情况一致。

综上，公司主要产品生产过程中产生的废料均用于对外销售，公司的废料对外出售情况符合行业惯例，不存在通过废料处置调节收入的情形。

**四、根据《监管规则适用指引——发行类第 5 号》的规定，说明报告期内客户集中度较高的原因及合理性，与行业经营特点是否一致；主要客户在行业中的地位、透明度与经营状况，是否存在重大不确定性风险，公司与客户合作的历史、业务稳定性及可持续性，相关交易定价原则及公允性。**

**（一）报告期内客户集中度较高的原因及合理性，与行业经营特点是否一致**

<sup>5</sup> 套料是指根据原材料的现有几何尺寸，套裁出尽量多的所需部分。

报告期内，公司前五大客户收入及占比情况如下：

单位：万元

2022 年度			
序号	客户名称	销售金额	占销售收入比例
1	卡特彼勒	26,856.47	38.00%
2	小松	8,137.08	11.51%
3	徐工集团	7,929.69	11.22%
4	沃尔沃	5,961.42	8.44%
5	神钢建机	4,156.18	5.88%
合计		<b>53,040.84</b>	<b>75.05%</b>
2021 年度			
序号	客户名称	销售金额	占销售收入比例
1	卡特彼勒	25,800.33	30.63%
2	沃尔沃	12,943.25	15.37%
3	徐工集团	10,801.57	12.82%
4	小松	7,120.31	8.45%
5	柳工集团	4,839.56	5.75%
合计		<b>61,505.02</b>	<b>73.02%</b>
2020 年度			
序号	客户名称	销售金额	占销售收入比例
1	卡特彼勒	16,822.49	24.02%
2	沃尔沃	14,521.03	20.74%
3	徐工集团	9,492.28	13.56%
4	柳工集团	6,210.50	8.87%
5	小松	5,639.51	8.05%
合计		<b>52,685.80</b>	<b>75.24%</b>

注：同一控制下的客户已合并统计列示。

由上表可知，报告期内，公司来自前五大客户的销售收入分别为 52,685.80 万元、61,505.02 万元和 53,040.84 万元，占营业收入的比重分别为 75.24%、73.02%和 75.05%，客户集中度相对较高，主要原因系：

#### 1、下游行业客户集中度较高

液压元件广泛应用于现代工业及技术装备的各个领域，工程机械行业是公司产品最主要的下游应用领域，工程机械行业具有集中度高的行业特点。

根据工程机械信息提供商英国 KHL 集团旗下《国际建设》杂志（International Construction）发布的 2022 年度全球工程机械制造商 50 强排行榜，整个工程机械行业头部集中趋势明显，前十大工程机械供应商占据了 64.40% 的市场份额，其中卡特彼勒和小松仍位居第一、第二，徐工集团位居第三。

全球前十大工程机械供应商排名及市场份额的情况具体如下表所示：

单位：亿美元

排名	公司名称	国别	销售收入	市场份额
1	卡特彼勒	美国	320.69	13.8%
2	小松	日本	253.18	10.9%
3	徐工集团	中国	181.01	7.8%
4	三一重工	中国	160.48	6.9%
5	约翰迪尔	美国	113.68	4.9%
6	沃尔沃	瑞典	107.21	4.6%
7	中联重科	中国	104.03	4.5%
8	利勃海尔	德国	94.66	4.1%
9	日立建机	日本	88.78	3.8%
10	山特维克	瑞典	72.72	3.1%
合计			<b>1,496.44</b>	<b>64.40%</b>

因此，公司客户集中度相对较高与下游工程机械行业集中度高的行业特点相一致。

## 2、与公司发展战略匹配

在公司发展过程中，公司综合考虑自身资源禀赋，选择优先聚焦工程机械行业里的优质主机厂商：该类客户不仅市场占有率高、需求稳定、合同履行规范、信用期良好，且公司能够在与该类优质主机厂商的合作过程中推动自身生产经营不断规范，产品质量日益提高；同时，鉴于该类主机客户均系国际知名主机厂商，引领全球的产品方向，也对上游供应商不断提出新的产品和技术要求，也促进了包括公司在内的供应商不断积累技术经验、提升研发实力。由于该类优质主机厂商需求量较大，发行人在安排产能时会重点保障对其产品供应，以满足其生产经营需要，维持长期稳定的合作关系，导致公司的客户集中度相对较高。



公司正积极开拓新的下游应用领域及客户，寻求客户的多元化，例如公司新开发了与恒立液压、先导智能、浙江鼎力、江苏恒航液压技术有限公司、玛汀瑞亚公司、三辟拉纳公司、麦克洛斯基公司等客户的合作关系。

### 3、与同行业可比公司一致

报告期内，公司与同行业可比公司前五大客户销售集中度情况如下：

公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
恒立液压	50.18%	60.17%	63.53%
艾迪精密	53.84%	60.47%	47.24%
长龄液压	63.55%	86.35%	80.50%
邵阳液压	27.01%	48.89%	48.74%
万通液压	61.91%	63.40%	62.45%
福事特	76.54%	83.84%	84.18%
<b>平均值</b>	<b>55.51%</b>	<b>67.19%</b>	<b>64.44%</b>
<b>耀坤液压</b>	<b>75.05%</b>	<b>73.02%</b>	<b>75.24%</b>

注：同行业可比公司信息来源于其公开披露信息。

由上表可知，2020 年-2022 年，公司的前五大客户销售收入占比分别为 75.24%、73.02%和 75.05%，同行业可比公司前五大客户收入平均值均超过 50%，整体处于较高水平，因此，较高的客户集中度符合行业特点。

公司前五大客户的集中度整体位于同行业中间水平，但略高于同行业平均水平，主要系恒立液压、艾迪精密、邵阳液压、万通液压的主要客户集中度相对较低所致，具体情况如下：

#### (1) 恒立液压

恒立液压的主营产品为挖掘机专用油缸、重型装备用非标准油缸、液压泵等，其中，液压泵包含挖掘机用主控泵阀、通用泵阀、液压马达等液压元件。恒立液压还从事液压系统及配件铸件的业务，其中，配件及铸件含油缸配件、泵阀配件、铸件等，恒立液压产品系列较多。恒立液压采用直销的销售模式，下游客户类型主要系国内外大中型的主机厂商。恒立液压主营产品下游应用领域包括工程机械、新能源、工业机械、海工海事机械等，分布较为广泛。

恒立液压作为行业龙头，营收规模较大，产品系列较多、下游行业覆盖面

较广，因此主要客户收入的集中度低于发行人。并且，恒立液压推进下游行业多元化发展战略，2022年，由于恒立液压针对非工程机械行业开发的新产品放量明显，收入占比持续提升，当期主要客户集中度有所下滑。

## （2）艾迪精密

艾迪精密的主营产品为液压破碎锤等液压破拆属具和液压泵、液压马达、多路控制阀等液压件。艾迪精密采用直销与经销相结合的销售模式，下游应用领域主要为工程机械等。

艾迪精密产品类型众多，其产品主要针对主机厂客户和售后市场客户，而对于售后市场，其下游客户较为分散，因此，艾迪精密主要客户的集中度相对较低。

## （3）邵阳液压

邵阳液压的主营产品为液压柱塞泵、液压缸、液压系统，其中液压缸包括工程机械液压缸、冶金系列液压缸、环卫环保节能系列液压缸、重型装备基建系列非标液压缸等，产品类型较多，且种类丰富。邵阳液压采用直销为主，经销为辅的销售模式。邵阳液压产品广泛应用于工程机械、冶金、机床、水电、风电、阀门、军工、船舶、新能源等行业，且在不断地开拓如桩机、锂电池等新的领域产品。

邵阳液压产品类型较多，种类丰富，且下游应用领域十分广泛，因此其下游客户相对分散，主要客户的集中度相对较低。

## （4）万通液压

万通液压主要从事液压油缸的研发、生产和销售，产品主要包括自卸车专用油缸、机械装备用缸和油气弹簧，是国内中高压油缸的专业供应商，其产品应用于汽车、能源采掘设备、工程机械、军工装备等领域。万通液压采用直销的销售模式，其自卸车客户为中集车辆、宏昌专用车等，机械装备客户为三一集团、徐工集团等，相关产品的客户群体存在一定差异，因此主要客户的集中度相对较低。

综上，报告期内公司客户集中度较高主要系下游行业客户集中度较高、公

司发展战略选择所致，公司客户集中度略高于同行业平均水平具有合理性。

## (二) 主要客户在行业中的地位、透明度与经营状况，是否存在重大不确定性风险

报告期内，公司主要客户在行业中的地位、透明度与经营状况的情况具体如下：

序号	客户名称	行业地位	透明度	经营状况	
				销售规模	利润规模
1	卡特彼勒	全球第一大工程机械厂商	卡特彼勒是建筑机械、采矿设备、柴油和天然气发动机、工业用燃气轮机以及柴电机车领域的全球领先制造商。卡特彼勒于 1929 年 12 月 2 日于纽约证券交易所上市，股票代码 CAT.N。	2022 年营业收入 594.27 亿美元	2022 年归母净利润 67.04 亿美元
2	小松	全球第二大工程机械厂商	小松是全球最大的工程机械及矿山机械制造企业之一，主要产品有挖掘机、推土机、装载机、自卸卡车等工程机械，各种大型压力机、切割机等产业机械，叉车等物流机械，TBM、盾构机等地下工程机械，以及柴油发电设备等。小松于 1949 年 5 月 16 日于东京证券交易所上市，股票代码 6301.T。	2021 财年营业收入 28,023.23 亿日元	2021 财年归母净利润 2,249.27 亿日元
3	徐工集团	全球第三大工程机械厂商	徐工集团是中国工程机械行业规模最大、产品品种与系列最齐全、最具竞争力和影响力的大型企业集团，产品主要包括挖掘机、装载机、平地机等。其核心企业徐工集团工程机械股份有限公司于 1996 年 8 月 28 日于深圳证券交易所上市，股票代码 000425.SZ。	核心企业徐工集团工程机械股份有限公司 2022 年营业收入 938.17 亿元	核心企业徐工集团工程机械股份有限公司 2022 年归母净利润 43.07 亿元
4	沃尔沃	全球第六大工程机械厂商	沃尔沃是全球知名的商业运输及建筑设备制造商，专注于卡车、客车、建筑设备、船舶和工业应用驱动系统的制造与服务。其母公司沃尔沃集团于斯德哥尔摩证券市场上市，股票代码 VOLVA AB.ST。	2022 年沃尔沃集团营业收入 4,734.79 亿瑞典克朗，其中建筑装备板块的营业收入 1,002.61 亿瑞典克朗	2022 年归母净利润为 327.22 亿瑞典克朗

序号	客户名称	行业地位	透明度	经营状况	
				销售规模	利润规模
5	柳工集团	全球第十五大工程机械厂商	柳工集团是从事工程领域的机械研发、制造和销售的国家大型骨干企业，集建筑，工业，农业和机器人等多行业于一体。其核心企业广西柳工机械股份有限公司于1993年11月18日于深圳证券交易所上市，股票代码000528.SZ。	核心企业广西柳工机械股份有限公司2022年营业收入264.80亿元	核心企业广西柳工机械股份有限公司2022年归母净利润5.99亿元
6	神钢建机	全球第十八大工程机械厂商	神钢建机的母公司神户制钢集团是日本工业三大主力厂商之一，系世界500强企业，业务内容涉及钢铁、焊材、铝铜、产业机械、建筑机械以及工程技术等众多领域。其母公司神户制钢集团于1949年5月16日于东京证券交易所上市，股票代码5406.T。	母公司神户制钢集团2021财年营业收入20,825.82亿日元	母公司神户制钢集团2021财年归母净利润600.83亿日元

注：行业地位来源于工程机械信息提供商英国 KHL 集团旗下《国际建设》杂志（International Construction）发布的2022年度全球工程机械制造商50强排行榜。

由上表可知，公司主要客户均在全球工程机械行业排名前列，且其自身或集团内核心主体均为上市公司，具有较高的行业地位和经营透明度，经营状况良好，盈利能力较强，预计不存在重大不确定性风险。

### （三）公司与主要客户合作的历史、业务稳定性及可持续性，相关交易定价原则及公允性

#### 1、公司与主要客户合作的历史、业务稳定性及可持续性

公司与主要客户的合作历史及业务稳定性如下：

序号	客户名称	合作历史	合作是否中断	公司对其营业收入（单位：万元）		
				2022年度	2021年度	2020年度
1	卡特彼勒	2001年	否	26,856.47	25,800.33	16,822.49
2	小松	1995年	否	8,137.08	7,120.31	5,639.51
3	徐工集团	2011年	否	7,929.69	10,801.57	9,492.28
4	沃尔沃	2010年	否	5,961.42	12,943.25	14,521.03
5	神钢建机	2003年	否	4,156.18	4,700.66	3,970.15
6	柳工集团	2005年	否	2,028.48	4,839.56	6,210.50

由上表可知，公司已经与卡特彼勒、小松、徐工集团、沃尔沃、神钢建机、柳工集团等主要客户建立了长期、稳定的合作关系，与卡特彼勒、小松、神钢建机的合作时间已达二十年以上，与沃尔沃、徐工集团、柳工集团的合作时间也在十年以上，且与上述主要客户合作历史中未发生过中断。公司与部分主要客户营业收入规模有所下降主要系客户自身业务量缩减引致其生产与采购计划的调整以及客户业务整合所致。公司与主要客户仍然保持长期、稳定、持续的合作关系，业务可持续性较高，原因主要系：

（1）从公司角度来看，公司产品性能处于行业领先水平、客户服务能力一流、具有良好的市场口碑

#### 1) 产品性能处于行业领先水平

公司多年以来始终致力于液压元件及零部件的研发、生产和销售，紧跟行业发展和围绕客户需求，对主要产品的技术难点进行长期投入和持续研发。经过多年投入与积累，公司掌握了油箱、硬管、金属饰件等各类产品的核心技术和工艺，建立了显著的技术工艺优势，实现了产品性能的行业领先。

公司主要产品的关键性能指标与同行业的比较情况详见本问询回复“1、关于行业及业务模式”相关内容。

#### 2) 公司客户服务能力一流

在公司强大的产品竞争力基础上，公司为方便的了解客户最新需求的同时，及时响应客户需求，降低运输成本，提高交付速度和售后服务能力。公司在国内紧邻下游主要客户的江苏省江阴市、山东省济宁市，在国外紧邻卡特彼勒、小松、神钢建机泰国工厂的泰国罗勇府三地均建立了生产基地。

同时，公司实施柔性的生产管理方式，面对客户需求变化时，能够对生产计划、生产资源进行了及时布置和调整。报告期内，公司对主要客户的交付率均为 100%。

另外，针对客户反馈的问题，公司技术部门、生产部门、市场部门等多部门建立了联动响应机制，能够第一时间响应客户需求，及时为客户解决问题，提升客户满意度，维系良好的客户关系。

### 3) 具有良好的市场口碑

基于公司强大的产品竞争力、一流的客户服务能力以及长达多年的合作历史，公司树立了较好的品牌声誉，取得了业内主机厂商的广泛认可。

报告期内，公司多次荣获知名主机厂商颁发的荣誉奖项，例如卡特彼勒“优秀供应商质量认证（SQEP）金牌”和“卓越供应商认证”、小松“优秀企业表彰奖”和“杰出合作伙伴奖”、徐工集团“优秀供应商”、柳工集团“技术先进奖”和“优秀质量奖”、山东临工“卓越供应商”、神钢建机“最佳交付奖”等奖项和荣誉称号。

#### （2）从客户角度来看，合格供应商认证壁垒高、认证成本较高

液压元件的下游行业主要是工程机械等重型工业设备，该类设备对液压元件的性能、稳定性及可靠性要求较高。液压元件的工作环境较为复杂，通常处于高低温、高压、腐蚀及露天作业的复杂环境下，下游主机厂商为确保液压元件的性能、稳定性及可靠性往往需要倾向于与具有较高品牌知名度和品质保证的领先企业建立长期稳定的业务合作关系。同时，下游主机厂商对于供应商进行全方位长时间的审核和筛选，通过产品研发、设备、技术工艺、产能、质量体系、财务健康、员工福利等管理等各个方面评审后，才能成为其合格供应商。成为合格供应商以后，对于具体配套的产品，还要经历开发设计及工艺调试、样品试制和检验、装机验证等多个环节后，在小批量生产订单交付合格之后才可以进入批量供货阶段，获得大批量生产订单。

液压元件生产企业一旦通过合格供应商认证，并建立配套生产关系后，主机厂商考虑到切换合格供应商的认证成本、合作的契合度，一般会选择长期稳定合作。

综上，公司与主要客户合作历史悠久，业务具有稳定性和可持续性。

## 2、相关交易定价原则及公允性

报告期各期，公司主营业务毛利率分别为 31.91%、30.44%和 31.89%，毛利率水平稳定，波动主要系产品结构变化、原材料价格变化引致。

报告期内，公司产品的销售价格主要以商业谈判等方式确定。公司产品售

价以原材料、人工等成本为基础，参考产品生产工艺技术难度、订单量、市场供求状况、运输距离等因素，并结合基础利润率情况，进行综合定价，最终通过双方协商确定。报告期内，公司主要客户的定价原则未发生变化。

从公司产品的维度，公司的产品以定制化的非标产品为主。公司实施柔性的生产管理方式，响应下游客户小批量、多品种、定制化的需求，向客户销售的产品型号众多且不完全相同，无公开市场参考报价。不同客户对于同类产品存在不同要求，公司按照客户要求的规格、型号进行生产，因此虽然同为一类产品，但是对于产品性能、规格、材料、加工难度等存在差异化要求，引致成本存在差异，并且不同客户可接受的利润空间亦存在差异，因此，公司不同客户同类产品的定价可比性较低。

从公司主要客户的维度，公司主要客户均在全球工程机械行业排名前列，其自身或集团内核心主体均为上市公司，具有较高的行业地位和经营透明度，内部控制制度完善。公司主要客户均具有成熟的供应商管理体系，包括供应商准入体系、核价体系等。公司向主要客户报价，主要客户根据自身的核价体系进行核价，并协商确定。经访谈主要客户，主要客户不存在通过为公司承担成本、提高采购价格向公司输送利益情形。

综上，报告期内，公司与主要客户之间的定价具有公允性。

五、结合报告期内公司与主要客户的交易情况说明公司来源于上述主要客户的收入波动的原因及合理性，柳工集团及沃尔沃等客户收入下滑是否会对公司营业收入增长可持续产生不利影响，是否存在被替代风险。

（一）结合报告期内公司与主要客户的交易情况说明公司来源于上述主要客户的收入波动的原因及合理性

报告期各期，公司主要客户的销售收入占比超过 75%，具体情况如下：

序号	客户名称	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
1	卡特彼勒	26,856.47	38.00%	25,800.33	30.63%	16,822.49	24.02%
2	小松	8,137.08	11.51%	7,120.31	8.45%	5,639.51	8.05%
3	徐工集团	7,929.69	11.22%	10,801.57	12.82%	9,492.28	13.56%

序号	客户名称	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
4	沃尔沃	5,961.42	8.44%	12,943.25	15.37%	14,521.03	20.74%
5	神钢建机	4,156.18	5.88%	4,700.66	5.58%	3,970.15	5.67%
6	柳工集团	2,028.48	2.87%	4,839.56	5.75%	6,210.50	8.87%
合计		<b>55,069.32</b>	<b>77.92%</b>	<b>66,205.68</b>	<b>78.60%</b>	<b>56,655.95</b>	<b>80.91%</b>

公司来源于上述主要客户的收入波动原因及合理性分析如下：

### 1、卡特彼勒

报告期各期，公司来源于卡特彼勒的销售收入分别为 16,822.49 万元、25,800.33 万元和 26,856.47 万元，呈现持续上涨趋势。2021 年和 2022 年公司对卡特彼勒的销售收入同比增长 53.37%和 4.09%，主要原因系：

#### （1）卡特彼勒自身营业收入的快速增长

2021 年以来，受到全球经济下行的影响，海外主要国家纷纷加大基础设施建设以恢复经济，众多基建项目开工建设。作为全球最大的工程机械行业龙头企业，卡特彼勒全球布局出众，除去北美的收入占比总体维持在 60%左右。随着“一带一路”建设以及海外工程机械需求旺盛，卡特彼勒 2020 年至 2022 年，营业收入分别为 417.48 亿美元、509.71 亿美元及 594.27 亿美元，保持快速增长态势。随着卡特彼勒自身业绩的迅速增长，对公司的产品需求也随之增长，公司对其销售的油箱、硬管、金属饰件等产品收入整体呈现增长趋势。

#### （2）公司与卡特彼勒合作深度和范围的扩展

公司主要向卡特彼勒销售挖掘机零部件，随着合作的加深，卡特彼勒装载机、推土机、矿机等其他机型零部件采购金额有所增长，少量发动机和发电机业务亦有所合作，公司来源于卡特彼勒其他机型的销售收入报告期内呈现持续上涨趋势，2020 年至 2022 年，公司向卡特彼勒销售的除挖掘机以外的其他机型和领域相关产品收入分别为 5,438.48 万元、9,205.05 万元和 11,669.99 万元，占公司向卡特彼勒销售的主营业务收入的比例分别为 32.38%、35.71%和 43.47%。

#### （3）替代部分海外供应商份额



2021 年，供应商停工停厂对卡特彼勒海外供应链的影响较大，部分地区供应商产能恢复缓慢，无法满足卡特彼勒的采购需求。因此基于前期和卡特彼勒良好的合作关系，卡特彼勒将部分海外供应商的采购份额切换至公司。2021 年和 2022 年相关产品的采购金额分别为 295.05 万元和 713.63 万元。

受卡特彼勒自身营业收入的快速增长，采购需求有所扩大，同时公司替代部分海外供应商份额以及合作深度和范围的扩展使得公司来源于卡特彼勒的销售收入持续增长。

## 2、小松

报告期各期，公司来源于小松的销售收入分别为 5,639.51 万元、7,120.31 万元和 8,137.08 万元，呈现持续上涨趋势。2021 年和 2022 年公司对小松的销售收入同比增长 26.26%和 14.28%，主要原因系：

### （1）小松自身营业收入的增长

2021 财年，小松销售额为 28,023 亿日元，同比增长 27.99%，2022 年 4-12 月，小松销售额为 25,392 亿日元，同比增长 26.40%，小松自身业绩处于持续上涨趋势。随着小松业绩的增长，对公司的采购需求持续扩大。2021 年，由于国内率先恢复产能，同时小松境内子公司小松（山东）工程机械有限公司和小松机械制造（山东）有限公司加大整机出口和部件出口业务，作为这两家合作主体的独家液压硬管供应商，公司向其销售的硬管销售收入增长 938.22 万元，同比增长 36.49%，同时公司向小松泰国子公司 BANGKOK KOMATSU CO.,LTD.（以下简称“小松（泰国）”）的销售收入增长较多，引致公司来源于小松的收入呈现上涨的趋势。

### （2）泰国小松业务的扩展

2021 年，为扩展东南亚市场，小松加大了泰国子公司的投入，新增部分机型的生产线，公司凭借自身优异的产品性能以及与小松长期稳定的合作的关系获取了小松（泰国）的部分新增油箱产品业务，2021 年和 2022 年公司来源于小松（泰国）的收入分别增长 787.24 万元和 1,225.18 万元，同比增长 1015.48% 及 141.68%。

综上所述，随着小松自身营业收入的增长，采购需求同步增长，同时公司

扩大与小松（泰国）的合作范围使得公司直接来源于小松的销售收入持续上涨。

### 3、徐工集团

报告期各期，公司来源于徐工集团的销售收入分别为 9,492.28 万元、10,801.57 万元和 7,929.69 万元，2021 年同比增长 13.79%，2022 年同比下降 26.59%，呈现先升后降的趋势，主要系徐工集团自身业绩波动所致。

2021 年，公司来源于徐工集团的销售收入上涨 1,309.30 万元，同比增长 13.79%，主要原因系：随着国内外工程机械行业的火热以及国内产能的率先恢复，徐工集团当年营业收入同比增长 14.81%，作为其主要供应商，徐工集团向公司采购的硬管金额上涨 707.06 万元，同比增长 17.27%，油箱金额上涨 506.01 万元，同比增长 9.50%。

2022 年，公司来源于徐工集团的销售收入下降 2,871.88 万元，同比下降 26.59%。根据徐工机械 2022 年年报披露，2022 年国内市场受上年高基数影响、房地产下滑影响，工程机械行业增速下滑，徐工机械公开披露营业收入 938.17 亿元，同比减少 19.67%，其自身业绩下滑导致其向公司采购需求减少。

综上所述，公司来源于徐工集团的销售收入波动情况主要受徐工集团业绩波动影响。公司与徐工集团的合作开始于 2011 年，双方合作关系未曾中断，形成了稳定的合作关系。报告期内，公司主要产品在徐工集团的销售份额相对稳定，系其相关产品的重要供应商，公司凭借产品质量优势和技术优势，徐工集团部分机型硬管由公司独家供应，被替代风险较小。

### 4、沃尔沃

报告期各期，公司来源于沃尔沃的销售收入分别为 14,521.03 万元、12,943.25 万元和 5,961.42 万元，2021 年和 2022 年公司对沃尔沃的销售收入同比下降 10.87%和 53.94%，呈现下降的趋势，主要原因系：

2021 年，公司来源于沃尔沃的销售收入下降 1,577.78 万元，同比下降 10.87%，主要原因系：一方面，根据沃尔沃集团 2021 年年报披露，沃尔沃工程机械板块在亚洲地区营业收入为 364.27 亿瑞典克朗，同比下滑 6.82%，引致沃尔沃子公司沃尔沃建筑设备（中国）有限公司向公司采购金额减少 2,039.14 万元；另一方面，其国内主体山东临工产品销量增加四千余台，同比增长 7.66%，

引致山东临工向公司采购金额增加 543.79 万元。

2022 年，受国内宏观经济下行和停工停产的影响，房地产市场低迷导致工程机械行业开工率较低，国内主机厂商业绩承压，根据沃尔沃集团 2022 年年报披露，其国内主体山东临工产品当期销量减少 18,414 台，同比下降 30.82%，因此山东临工向公司采购金额减少较多。

综上所述，公司来源于沃尔沃的销售收入持续下降主要系沃尔沃境内主体自身业绩下滑以及山东临工产品销量下降，采购需求减少所致。公司与沃尔沃集团的合作开始于 2010 年，双方合作关系未曾中断，形成了稳定的合作关系。报告期内，公司主要产品在沃尔沃的销售份额相对稳定，系其相关产品的重要供应商，被替代的风险较小。

## 5、神钢建机

报告期各期，公司来源于神钢建机的销售收入分别为 3,970.15 万元、4,700.66 万元和 4,156.18 万元，2021 年同比上涨 18.40%，2022 年同比下降 11.58%，呈现先升后降的趋势，主要原因系：

### （1）神钢建机泰国子公司业务的扩展

2021 年，公司来源于神钢建机的销售收入较上年上涨 730.51 万元，同比增长 18.40%，主要系公司对神钢建机泰国子公司的业务扩展所致：根据神钢建机母公司神户制钢集团披露的 2021 财年年报，2021 年其工程机械板块销售收入增长 11.56%，同时其将逐步扩展印度市场、东南亚市场的业务，扩大其泰国地区的产能，因此向公司采购需求增加。

### （2）神钢建机中国地区业务整合

2022 年，公司来源于神钢建机的销售收入较上年减少 544.48 万元，同比下降 11.58%，主要系杭州神钢建设机械有限公司采购金额减少 642.86 万元所致。2022 年，神钢建机对中国的业务进行整合调整，将杭州神钢建设机械有限公司的部分业务整合至神钢建机（中国）有限公司，随着业务整合和产能转移过程，杭州神钢建设机械有限公司向公司的采购金额有所减少。随着后续产能切换的完成，公司与神钢建机（中国）有限公司业务量将有所上涨。

综上所述，神钢建机泰国子公司业务的扩展以及中国地区业务整合引致公司来源于神钢建机的销售收入有所波动。

## **6、柳工集团**

报告期各期，公司来源于柳工集团的销售收入分别为 6,210.50 万元、4,839.56 万元和 2,028.48 万元，2021 年和 2022 年同比下降 22.07%、58.09%，呈现下降的趋势，主要原因系：

2021 年，公司来源于柳工集团的销售收入较上年减少 1,370.94 万元，同比下降 22.07%，主要原因系：根据其集团内上市主体柳工集团公开信息披露，2021 年其挖掘机械产能利用率下降，产量减少 0.33 万台导致其向公司采购金额下降较多。

2022 年，公司来源于柳工集团的销售收入较上年减少 2,811.08 万元，同比下降 58.09%，主要原因系：国内工程机械行业需求下降，柳工集团自身业绩下滑，挖掘机产能利用率进一步下滑，根据柳工 2022 年年报披露，工程机械产量同比下降 33.32%，产量减少 28,887 台，引致对公司采购需求进一步减少。

综上所述，公司来源于柳工集团的销售收入持续下降主要系柳工集团自身业绩下滑及挖掘机产量减少所致。公司与柳工集团的合作开始于 2005 年，双方合作关系未曾中断，形成了稳定的合作关系。公司的主要合作主体为柳工常州，报告期内公司在柳工常州的销售份额未发生较大变化，系其相关产品的重要供应商；同时，公司积极拓展与柳工集团现有业务以外的其他业务合作机会，2022 年柳工集团开始向公司新增采购矿机的油箱产品，公司被替代风险较小。

**（二）柳工集团及沃尔沃等客户收入下滑是否会对公司营业收入增长可持续产生不利影响，是否存在被替代风险**

**1、柳工集团及沃尔沃等客户收入下滑是否会对公司营业收入增长可持续产生不利影响**

柳工集团、沃尔沃等客户收入下滑不会对公司营业收入增长可持续产生重大不利影响，具体分析如下：

（1）柳工集团及沃尔沃收入下滑对公司营业收入产生了一定影响，但影响

程度逐步降低

报告期各期，公司来源于沃尔沃的销售收入分别为 14,521.03 万元、12,943.25 万元和 5,961.42 万元，2021 年和 2022 年公司对沃尔沃的销售收入同比下降 10.87%和 53.94%，主要受沃尔沃自身在中国或亚洲地区业绩减少以及山东临工产品销量下降，引致采购需求减少所致；公司来源于柳工集团的销售收入分别为 6,210.50 万元、4,839.56 万元和 2,028.48 万元，2021 年和 2022 年同比下降 22.07%、58.09%，主要受柳工集团自身业绩波动及产量减少，引致采购需求减少所致。公司作为柳工常州、沃尔沃相关产品的重要供应商，仍保持长期稳定的合作关系。

报告期各期，公司对柳工集团和沃尔沃的销售收入占营业收入的比例分别为 29.61%、21.11%和 11.31%，毛利占比分别为 29.08%、15.67%和 6.32%，销售收入和毛利占比均呈现下降趋势。报告期内，虽然公司来源于沃尔沃和柳工集团的销售收入下滑对公司营业收入的增长产生了一定不利影响，但随着沃尔沃和柳工集团在公司收入比重的减少，公司来源于沃尔沃和柳工集团的收入对公司整体营业收入的影响程度亦逐步降低，柳工集团和沃尔沃收入下滑不会对公司营业收入可持续增长产生重大不利影响。

## （2）加强与现有客户的合作关系，扩大现有其他客户的营业收入规模

液压件作为保证液压主机性能、品质的重要基础件，需要根据客户的具体需求进行高匹配度的个性化精密设计，行业技术壁垒较高。下游工程机械厂商对液压行业合作企业的选择非常慎重，产品均需要经过严格的测试，具有严格的供应商认证程序，一旦进入供应商名录，双方在业务合作方面便保持一定的稳定性。凭借技术积淀和质量把控，公司始终保持着行业竞争优势及客户的持续性合作。经过多年的发展，公司与主要客户已建立了长期、稳定、持续的合作关系。报告期内，公司对于主要客户卡特彼勒销售收入分别为 16,822.49 万元、25,800.33 万元和 26,856.47 万元，向小松直接销售收入分别为 5,639.51 万元、7,120.31 万元和 8,137.08 万元，均呈现持续增长态势，可以一定程度对冲柳工集团及沃尔沃收入下滑对公司营业收入的影响。

随着合作不断深入，公司将持续与现有主要客户紧密联系，在保持现有业

务需求的基础上，进一步开拓其新的需求，扩大现有其他客户的营业收入规模，以降低柳工集团及沃尔沃收入下滑对公司营业收入的影响。

### （3）不断开拓新客户，为公司营业收入的增长提供了新的动力

公司在保持与原有客户主体长期稳定合作的同时，也与其他主机厂商和原有客户新增主体保持沟通交流，接受意向企业的考察和论证，在技术与管理上与国内外知名企业对接，提高沟通效率和合作结果，不断开发市场资源，接受新的客户与订单。公司将继续在全球范围扩大销售网络，针对有合作意向客户进行及时跟进，并将该客户所在地区作为重点市场进行开拓。同时，公司将更加积极主动参与主机厂的产品研发与技术改进工作，满足客户多样化的市场需求，不断推出令客户满意的产品。

报告期内，公司主营业务新增长期合作的客户数量分别为 7 家、11 家和 14 家，新增客户对应的收入分别为 181.59 万元、2,772.89 万元和 6,157.43 万元，占主营业务收入的比重分别为 0.26%、3.33%和 8.79%，收入和占比均逐年上升，新增客户为公司营业收入的增长提供了新的动力。

综上所述，报告期内，柳工集团及沃尔沃收入下滑对公司营业收入产生了一定影响，但随着公司对柳工集团、沃尔沃的销售收入占比逐步下降，柳工集团和沃尔沃收入下滑对公司营业收入的影响逐步减少；同时，一方面，公司通过加强与现有客户的合作关系，扩大现有其他客户的营业收入规模，另一方面，公司不断开拓新客户，为公司营业收入的增长提供新的动力。因此柳工集团、沃尔沃等客户的收入持续下滑不会对公司营业收入增长可持续产生重大不利影响。

## 2、是否存在被替代的风险

报告期内，柳工集团及沃尔沃收入有所下滑主要系其自身业务下滑所致，在行业调整周期背景下，市场竞争存在加剧的可能，公司未来可能存在部分份额被竞争对手抢占的风险，但是公司产品具备较强的核心竞争优势，且公司与客户合作关系粘性较强，并积极扩展合作深度和广度，整体而言公司产品及业务被替代的风险较小，具体分析如下：

### （1）公司产品具备核心竞争优势

经过多年技术研发与发展，公司已成为国内技术及规模领先的液压元件生产企业之一，公司系高新技术企业、“江苏省专精特新中小企业”，建有“江苏省工程机械装备动力系统关键零部件工程技术研究中心”和“江苏省企业技术中心”，公司依靠自主研发与技术创新，已建立起行业领先的技术优势。

公司多年以来始终致力于液压元件及零部件的研发、生产和销售，紧跟行业发展和围绕客户需求，对主要产品的技术难点进行长期投入和持续研发。经过多年投入与积累，公司掌握了油箱、硬管、金属饰件等各类产品的核心技术和工艺，建立了显著的技术工艺优势，实现了产品性能的行业领先。公司主要产品的关键性能指标处于行业领先地位，具体技术情况详见本问询回复“1、关于行业及业务模式”之“问题（2）”相关内容。因此，公司产品具备较强的核心竞争优势，被替代的风险较小。

### （2）公司与客户合作关系粘性较强

液压元件作为重要的基础部件，生产工艺复杂，对材料、加工精度、运行平稳性要求高，且流程工序多、管理难度大，需具备较强的生产工艺控制和过程控制能力，才能大批量生产，并保证产品质量的稳定性。液压元件在设备中受力是交变的，且载荷作用时间比较长，因此产品的抗疲劳性以及耐久性要求比较高，需要企业积累生产经验、不断优化生产工艺；同时生产企业需要根据下游主机厂的图纸确定具体的工艺参数，而后进行相应的模具设计与开发以达到液压元件的稳定性和一致性。具有良好品牌知名度和品质保证的液压元件生产企业在获得主机厂订单、建立长期稳定合作方面具有较大的优势。液压元件生产企业一旦通过供应商认证，并建立配套生产关系后，将会长期稳定合作。

在多年的合作过程中，凭借技术研发优势、生产工艺优势、客户服务优势以及精细化管理优势，已与柳工集团、沃尔沃等行业知名客户形成了长期、稳定、持续的合作关系，形成了较强的客户粘性，且报告期内公司主要产品在柳工集团、沃尔沃的主要合作主体中的销售份额相对稳定，被替代风险较小。

### （3）公司与客户扩展合作深度和广度

公司与柳工集团的合作开始于 2005 年，公司与沃尔沃的合作开始于 2010 年，公司与沃尔沃和柳工集团合作持续稳定。报告期内，公司来源于沃尔沃和

柳工集团的销售收入有所下滑，主要受沃尔沃和柳工集团自身业务变动的影响，导致采购需求有所减少。

其中，公司向柳工集团销售的产品以配套小型挖掘机为主，小型挖掘机市场竞争相对激烈，各大主机厂商低价竞争相对严重，因此业务量有所下滑。为了应对业务量的下滑和原有市场的激烈竞争，公司与柳工集团也积极开拓如装载机、多功能挖装一体机、矿机等新的业务和产品。同时，公司与沃尔沃在保持现有产品的基础上，也在积极加强其他业务和产品需求的沟通。因此，公司不断扩展与柳工集团、沃尔沃等长期稳定客户的合作深度和广度，被替代风险较低。

综上所述，柳工集团、沃尔沃等客户的收入持续下滑不会对公司营业收入增长可持续产生重大不利影响，公司产品及业务被替代风险的风险较小。

#### 六、结合报告期内主要客户的毛利率波动情况，不同客户之间毛利率存在差异、同一客户在报告期不同年度毛利率发生变动的情况及合理性。

报告期内公司主营业务收入占营业收入的比例分别为 99.14%、98.96%和 99.09%，公司主营业务突出，为公司营业收入的主要来源。以下针对主要客户的主营业务毛利率情况进行分析。

报告期各期，主要客户的主营业务收入情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
		主营业务收入金额	主营业务收入金额	主营业务收入金额
1	卡特彼勒	26,846.29	25,775.73	16,796.27
2	小松	7,951.51	7,045.87	5,623.49
3	徐工集团	7,929.67	10,801.57	9,492.28
4	沃尔沃	5,961.41	12,943.25	14,521.03
5	神钢建机	4,154.17	4,695.59	3,970.15
6	柳工集团	2,028.48	4,839.56	6,210.50
平均值		<b>9,145.25</b>	<b>11,016.93</b>	<b>9,435.62</b>

#### （一）不同客户之间毛利率存在差异的原因及合理性

报告期内，公司向不同客户销售的毛利率情况已申请豁免披露。



报告期内，公司向不同客户销售的毛利率存在一定差异，主要原因系客户主机产品利润空间情况及客户供应商体系竞争情况不同引致公司产品定价策略有所差异所致，具有合理性。

## （二）同一客户在报告期内不同年度毛利率发生变动的原因及合理性

公司同一客户在报告期内不同年度毛利率情况及差异原因分析已申请豁免披露。

七、说明获取主要客户订单的方式、客户认证标准和筛选体系,发行人在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。

### （一）获取主要客户订单的方式、客户认证标准和筛选体系

#### 1、获取主要客户订单的方式

序号	客户名称	业务获取方式
1	卡特彼勒	商务谈判
2	沃尔沃	商务谈判
3	徐工集团	商务谈判
4	小松	商务谈判
5	柳工集团	商务谈判
6	神钢建机	商务谈判

由上表可知，公司获取主要客户订单的方式主要系商务谈判。协议形式主要为框架协议和销售订单形式相结合。框架协议形式下，客户根据实际需求情况以具体销售订单的方式约定具体销售产品的规格、数量、价格和提货信息等。

#### 2、主要客户认证标准和筛选体系

公司的下游客户主要系国内外知名的工程机械等主机生产厂商，其对合格供应商有着较为严格的审核标准和程序，准入门槛较高。

公司的主要客户认证标准和筛选体系主要分为供应商资质认证、产品认证两方面。一方面，主要客户主机厂商需要对液压元件供应商的技术、设备、研发、产能、质量等进行整体评审，通过评审之后纳入主机厂商的合格供应商名录，双向达成一致意向后签订合作协议。另一方面，成为合格供应商并签订合

作协议以后，对于具体配套的产品，还要经历开发设计及工艺调试、样品试制和检验、装机验证等多个环节后，在小批量生产订单交付合格之后才可以进入批量供货阶段，获得大批量生产订单。此外，在达成资质认证后，部分主要客户还会对公司质量、安全环境等方面进行年度体系审核。

## **（二）发行人在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**

公司已制定了防范商业贿赂的内部管理制度和有效措施，制定了《预防商务贿赂制度》和《廉洁自律管理制度》等制度。报告期内，公司及股东、董事、监事、高级管理人员、相关员工在生产经营、业务开展过程中严格遵守上述制度中关于不得进行商业贿赂和不正当竞争行为的要求，不存在因商业贿赂和不正当竞争行为受到处罚或被立案调查。并且，公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员不存在与主要客户及其股东、法定代表人、董事、监事、高级管理人员的异常大额资金流水往来。上述防范商业贿赂的内部管理制度已被有效执行。

经在中国裁判文书网、国家企业信用信息公示系统等网站检索，发行人及子公司不存在不正当竞争、商业贿赂等违法违规行为相关的裁判文书信息。根据江阴市市场监督管理局、济宁高新区市场监督管理局、徐州经济技术开发区市场监督管理局、出具的证明文件，报告期内发行人及子公司不存在受到行政处罚的情况。

综上，发行人在经营过程中，不存在不正当竞争、商业贿赂等违法违规情形，发行人已制定防范商业贿赂的内部管理制度和有效措施，并能有效执行。

## **八、请保荐人根据《监管规则适用指引——发行类第 5 号》有关客户集中情形的规定说明核查的具体情况**

根据《监管规则适用指引——发行类第 5 号》中有关客户集中情形的核查要求，保荐人进行了如下核查：

### **（一）核查程序**

1、访谈主要客户，查阅主要客户的合同，了解与客户之间合作历史、达成合作的方式、定价模式、是否与发行人存在关联关系。

2、访谈销售负责人，了解取得业务的方式、与主要客户的合作历史、业务稳定性及可持续性，了解发行人是否具备独立面向市场获取业务的能力。

3、查阅同行业可比公司的年度报告或招股说明书，获取其前五客户占营业收入的比重，了解行业经营特点。分析发行人及其下游的行业特点及发展现状、发行人业务特点、发行人的经营策略等分析发行人客户集中度较高的原因及合理性。

4、查阅主要客户官网和年度报告及其他公开资料，了解主要客户的透明度、经营状况，判断其与发行人是否存在关联关系。

## **（二）核查结论**

1、发行人客户集中度较高主要系下游行业客户集中度较高、发行人发展战略所致，该特点与同行业可比公司一致，与行业经营特点相符，具有合理性。

2、发行人主要客户均在全球工程机械行业排名前列，且均为上市公司，具有较高的行业地位和经营透明度，经营状况良好，盈利能力较强，预计不存在重大不确定性风险。

3、发行人与主要客户合作历史悠久，业务具有稳定性和可持续性。报告期内，公司的定价依据未发生变化，与主要客户之间的定价具有公允性。

4、发行人与主要客户不存在关联关系，发行人的业务获取方式不影响独立性，发行人具备独立面向市场获取业务的能力。

5、发行人已按要求在招股说明书“第二节 概览”之“重大事项提示”之“（一）重大风险提示”和招股说明书“第三节 风险因素”之“二、与发行人相关的风险”之“（二）客户集中的风险”处进行了信息披露和相关风险提示。

## **九、申报会计师核查情况**

### **（一）核查程序**

申报会计师针对上述事项执行了如下核查程序：

1、获取发行人 2020-2022 年度增值税及城市维护建设税、教育费附加申报表、所得税汇算清缴报告、房产税、土地使用税申报表及完税凭证，将账面金额与申报表金额、完税凭证进行核对，根据计税依据进行测算。

2、查阅行业研究报告、市场统计数据、宏观政策及相关行业政策等资料，了解宏观政策及行业政策变化、发展状况及对发行人业务开展的影响，并分析发行人是否存在业绩大幅下滑风险。

3、获取发行人在手订单情况、新增客户明细表和产能利用率明细表，分析发行人在手订单的规模及业务机构、新增客户的数量及收入规模和产能利用率变动的的原因。

4、访谈发行人总经理、销售负责人及财务总监，了解发行人所处行业政策变化情况、在手订单情况、订单转化情况、行业周期波动情况、新增客户情况、产能利用率情况，并且查阅行业研究报告及相关产业政策，了解 2022 年业绩下滑的原因，分析是否存在持续下滑的风险以及发行人相应采取的应对措施。

5、访谈发行人财务总监，了解公司废料销售的具体内容、主要产品生产过程中的废料产生情况与对外销售情况；获取发行人 2020-2022 年度废料销售明细清单，根据废料销售量及钢材耗用量，测算废料率并分析合理性；查阅同行业可比公司的废料处理情况。

6、查阅同行业可比公司的年度报告或招股说明书及其他公开资料，获取其前五客户占营业收入的比重，了解行业经营特点，分析发行人及其下游的行业特点及发展现状、发行人业务特点、发行人的发展策略等分析发行人客户集中度较高的原因及合理性。

7、查阅主要客户官网和年度报告及其他公开资料，了解主要客户的透明度、经营状况。

8、访谈主要客户，查阅主要客户的合同，了解与客户之间合作历史、达成合作的方式、定价模式。

9、获取发行人收入成本明细表，访谈发行人销售负责人，了解与主要客户的合作历史、业务稳定性及可持续性，了解发行人与主要客户的交易情况和公司来源于主要客户的收入波动的原因及合理性，分析收入波动的原因，分析不同客户之间毛利率存在差异、同一客户在报告期不同年度毛利率发生变动的的原因及合理性

10、访谈生产与质量相关负责人，了解主要客户认证标准和筛选体系，并

查阅主要客户的审查文件。

11、查阅《预防商务贿赂制度》和《廉洁自律管理制度》等内控制度，访谈公司总经理，检索中国裁判文书网、国家企业信用信息公示系统等网站，查阅相关主管部门出具的证明文件，了解公司生产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，了解相关内控制度的执行情况。

12、获取并核查发行人实际控制人、董事（不包括外部董事和独立董事）、监事、高级管理人员和关键岗位员工的报告期内的银行流水，核查是否存在异常情况。

## （二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、发行人 2021 年收入同比上升，税金及附加以及当年支付的各项税费均同比减少具有合理性。

2、受国内下游行业周期性波动影响和停工停产影响，2022 年相较于 2021 年营业收入和扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润有所下滑，但下滑幅度均低于 2022 年 1-6 月的同比降幅。2023 年工程机械行业的周期性已逐渐呈现筑底企稳态势，不存在持续大幅下滑的风险；随着时间的推移，后续不再存在封控等原因导致的停工停产，不会对发行人的生产经营持续产生重大不利影响。并且，公司在紧跟各项政策、紧跟客户需求的同时，加大对海外市场的开拓力度以及持续丰富产品品类，以平滑周期性波动，公司未来经营业绩不存在持续下滑的重大风险。

3、发行人主要产品生产过程中产生的废料均用于对外销售，发行人的废料对外出售情况符合行业惯例，不存在通过废料处置调节收入的情形。

4、发行人客户集中度较高的特点与行业经营特点相符，主要客户在行业中具有较高的行业排名和透明度，且经营状况良好，预计不存在重大不确定性风险。报告期内，公司与主要客户合作历史悠久，业务具有稳定性和可持续性。发行人的定价依据未发生变化，与主要客户之间的定价具有公允性。

5、公司来源于主要客户的收入有所波动具备合理性；柳工集团、沃尔沃等

客户的收入持续下滑的风险较小，不会对发行人营业收入增长可持续产生重大不利影响，发行人产品及业务被替代风险的风险较小。

6、发行人不同客户之间毛利率存在差异以及同一客户在报告期不同年度毛利率发生变动具备合理性。

7、发行人获取主要客户订单的方式主要系商务谈判。发行人在经营过程中，不存在不正当竞争、商业贿赂等违法违规情形，并且，发行人已制定防范商业贿赂的内部管理制度和有效措施，并能有效执行。

### **问题 7.关于营业成本与供应商**

**申报材料及前次审核问询回复显示：**

(1) 报告期内，发行人主营业务成本中直接材料的占比分别为 65.14%、68.48%、68.71%和 65.20%，占比相对较高。前次问询回复未充分说明公司营业成本构成与同行业可比公司的对比情况以及各类主要产品单位直接材料变动的情况。

(2) 报告期内，发行人主要原材料钢材、机械配件、油漆等均存在由客户指定供应商的情形。

(3) 报告期内，发行人直接材料钢材的整体生产耗用量占整体采购量的比例分别为 84.85%、91.58%、89.19%、86.27%。

(4) 报告期内，发行人为邦吉机械、华澜机械、华辰机械等供应商相关业务的主要客户，其中：①邦吉机械为公司油箱毛坯件的唯一供应商，报告期内的采购金额分别为 2,966.7 万元、4,377.82 万元、4,824.84 万元以及 1,380.1 万元；②华澜机械为公司关联方，报告期内的采购金额分别为 1,259.90 万元、1,542.79 万元、1,867.38 万元和 596.06 万元；③华辰机械为公司过滤器及组件的主要供应商，占比大于 95%，报告期内的采购金额分别为 456.08 万元、1,470.02 万元、1,694.22 万元及 577.41 万元。

**请发行人：**

(1) 结合报告期内油箱、硬管、金属饰件等主要产品营业成本构成情况，

说明各产品报告期内营业成本波动与营业收入是否匹配，营业成本构成与同行业可比公司的差异情况及原因。

(2) 结合直接材料中钢材、法兰接头等主要原材料成本占比及采购单价的波动情况，说明报告期内主要产品单位直接材料变动的原因及合理性。

(3) 结合报告期内原材料采购来源于客户指定供应商以及非指定供应商的对比分析，包括但不限于采购的原材料种类、金额、单价等，进一步说明客户指定供应商对公司采购定价、产品销售定价的影响，是否对公司业务独立性产生重大不利影响，与同行业可比公司业务模式是否存在差异。

(4) 说明报告期内直接材料中钢材的整体生产耗用量占整体采购量的比例明显低于其他主要材料的原因及合理性，与同行业可比公司是否存在差异及原因。

(5) 说明邦吉机械、华澜机械、华辰机械等以公司为主要客户的供应商及其实际控制人或主要股东、关键经办人员与发行人是否存在关联关系，发行人关联方与供应商是否存在资金往来、是否存在代发行人支付成本、费用的情形；发行人向上述供应商采购的原因、必要性以及采购价格的公允性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明针对发行人报告期内采购情况及供应商交易情况所采取的核查措施及核查结论。

回复：

发行人说明

一、结合报告期内油箱、硬管、金属饰件等主要产品营业成本构成情况，说明各产品报告期内营业成本波动与营业收入是否匹配，营业成本构成与同行业可比公司的差异情况及原因。

(一) 油箱

1、油箱营业成本构成情况

报告期各期，公司油箱营业成本构成情况如下：

单位：万元

油箱	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	12,570.07	63.73%	19,537.48	71.34%	16,536.19	71.20%
直接人工	2,512.54	12.74%	2,522.31	9.21%	2,124.81	9.15%
制造费用	4,640.11	23.53%	5,325.74	19.45%	4,563.87	19.65%
<b>合计</b>	<b>19,722.72</b>	<b>100.00%</b>	<b>27,385.53</b>	<b>100.00%</b>	<b>23,224.87</b>	<b>100.00%</b>

2021 年相较于 2020 年，公司油箱成本构成中直接材料、直接人工和制造费用的占比整体较为稳定，主要原因系：（1）从直接材料角度来看，油箱直接材料构成主要包括钢材、接头法兰、毛坯件，2020-2022 年度，前述材料成本占油箱直接材料成本的比重合计为 70.74%、71.67%和 64.32%。虽然 2021 年油箱的主要原材料钢板的采购均价上涨 33.33%，但钢材仅占油箱直接材料 25%左右，其他主要原材料接头法兰、油箱毛坯、钢材毛坯的采购均价上涨幅度较小，引致油箱的单位直接材料成本仅上涨 9.55%；且 2021 年油箱的产销量有所增加，综合引致油箱的直接材料成本相较于 2020 年增长 18.15%。（2）从直接人工和制造费用角度来看，由于 2020 年存在社保减免因素的影响，2020 年人员用工成本相对较低，并且 2021 年度油箱产销量有所增长，相应的生产人员数量及平均薪酬均有所增加；同时，为满足短期用工需求，加工费及劳务费亦有所增加，引致直接人工、制造费用分别增长 18.71%、16.69%。综上，由于直接材料、直接人工、制造费用的变动幅度基本相当，因此在 2021 年主要原材料价格上涨的背景下，2021 年营业成本构成与 2020 年基本保持一致。

2022 年相较于 2021 年，公司油箱成本构成中直接材料占比下降，直接人工、制造费用占比上升，原因主要系：油箱的主要原材料钢板、油箱毛坯和钢材毛坯的采购单价回落，虽然 2022 年接头法兰的采购均价同比上涨，但由于其成本占油箱直接材料的比重为 15.05%，占比相对较少，引致油箱单位直接材料成本有所下降，且当期油箱产销量下降较多，综合引致直接材料成本下滑 35.66%；而直接人工和制造费用相对固定，因此，在油箱产销量下降时，直接材料占比下降，直接人工和制造费用占比有所上升。

## 2、油箱营业收入变动与营业成本变动匹配分析

报告期各期，公司油箱产品营业收入和营业成本变动情况如下：



单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额
营业收入	26,417.77	-26.71%	36,046.69	11.87%	32,221.58
营业成本	19,722.72	-27.98%	27,385.53	17.91%	23,224.87

2021 年，公司油箱营业收入同比增长 11.87%，营业成本同比增长 17.91%，营业成本的变动趋势与营业收入一致，但营业成本增长幅度高于营业收入增长幅度，主要原因系：（1）从直接材料角度来看：2021 年油箱主要原材料采购均价均上涨，而销售价格调整相较于采购的原材料价格变动存在滞后性；（2）从直接人工和制造费用角度来看：一方面，2020 年政府减免了部分月份的社保，而 2021 年政府减免社保政策到期以及生产人员人数及平均薪酬的增长引致直接人工费用增加，其中，因社保政策到期增加直接人工成本 105.83 万元；另一方面，当期公司销量增长较多，为了满足紧张的短期用工需求，2021 年加工费及劳务费相较于 2020 年增加 316.84 万元。

2022 年，公司油箱营业收入同比下降 26.71%，营业成本下降 27.98%，营业成本的变动趋势与营业收入一致，营业成本的变动趋势略大于营业收入，主要原因系：2022 年，油箱的直接材料成本占营业成本的比重为 63.73%，系油箱成本的主要构成部分。2022 年度，油箱耗用的主要原材料钢板、油箱毛坯和钢材毛坯的采购均价同比下降 13.53%、0.49%和 4.55%，虽然 2022 年接头法兰的采购均价同比上涨，但由于其成本占油箱直接材料的比重为 15.05%，占比相对较少，使得油箱单位直接材料成本下降 3.43%，并且公司 2022 年油箱产销量下滑，进而引致油箱的直接材料成本下降较多。

综上所述，报告期内，公司油箱营业成本波动趋势与营业收入一致，具有匹配性。

## （二）硬管

### 1、硬管营业成本构成情况

报告期各期，公司硬管营业成本构成情况如下：

单位：万元

硬管	2022 年度	2021 年度	2020 年度
----	---------	---------	---------

	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	12,394.22	70.35%	14,004.15	71.89%	10,483.35	71.84%
直接人工	2,138.04	12.14%	2,400.89	12.33%	1,855.68	12.72%
制造费用	3,085.89	17.52%	3,074.76	15.78%	2,253.43	15.44%
合计	<b>17,618.15</b>	<b>100.00%</b>	<b>19,479.80</b>	<b>100.00%</b>	<b>14,592.47</b>	<b>100.00%</b>

硬管直接材料构成主要包括钢材、接头法兰，2020-2022 年度，前述材料成本占硬管直接材料成本的比重合计为 70.64%、67.29%和 66.53%。

2021 年相较于 2020 年，公司硬管成本构成中直接材料、直接人工和制造费用的占比整体较为稳定，原因主要系：（1）从直接材料角度来看，2021 年硬管耗用的主要材料钢管、接头法兰的采购价格均同比增长，引致单位直接材料成本增长 3.04%，且当期硬管产销量增长，综合引致硬管的直接材料成本增长 33.58%。（2）从直接人工和制造费用角度来看，由于 2020 年存在社保减免因素的影响，2020 年人员用工成本相对较低，并且 2021 年度硬管产销量增长较多，相应的生产人员数量及平均薪酬均有所增加，同时为满足短期用工需求，加工费及劳务费有所增加，直接人工、制造费用的增长幅度分别达到 29.38%和 36.45%。综上，由于直接材料、直接人工、制造费用的变动幅度基本相当，因此在 2021 年主要原材料价格上涨的背景下，2021 年硬管的营业成本构成与 2020 年基本保持一致。

2022 年相较于 2021 年，公司硬管成本中直接材料和直接人工占比相对下滑，制造费用的占比略有上升，原因主要系：（1）从直接材料角度来看，受到硬管耗用的主要材料钢管、接头法兰的采购单价变动影响，单位直接材料成本增长 5.09%，且公司 2022 年硬管产销量下滑，综合引致硬管的直接材料成本下滑 11.50%；（2）从直接人工和制造费用角度来看，一方面，当期公司业绩有所下降，生产人员平均薪酬有所下滑，直接人工成本占比下滑；另一方面，虽然硬管产销量减少，但由于 2022 年境内主体硬管产品的外销收入增加 3,060.28 万元，外销的硬管产品对于包装要求相对较高，相应的包装费用有所增加，引致当期制造费用总额与 2021 年基本持平。因此，在直接材料和直接人工成本占比下滑的情况下，制造费用占比略有上升。

## 2、硬管营业收入变动与营业成本变动匹配分析

报告期各期，公司硬管产品营业收入和营业成本变动情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	变动率	金额	变动率	金额	
营业收入	29,623.02	-9.32%	32,669.32	27.11%	25,701.85	
营业成本	17,618.15	-9.56%	19,479.80	33.49%	14,592.47	

2021 年，公司硬管营业收入同比增长 27.11%，营业成本同比增长 33.49%，营业成本的变动趋势与营业收入一致，但营业成本增长幅度略高于营业收入增长幅度，主要原因系：（1）从直接材料角度来看，2021 年硬管耗用的主要原材料采购均价上涨，而且销售价格调整相较于采购的原材料价格变动存在滞后性；（2）从直接人工和制造费用角度来看，2020 年政府减免了部分月份的社保，而 2021 年政府减免政策到期以及生产人员人数及平均薪酬的增长引致直接人工费用增加，其中，因社保政策到期增加直接人工成本 145.15 万元；另一方面，当期公司销量增长较多，为了满足紧张的短期用工需求，2021 年加工费及劳务费相较于 2020 年增加 296.66 万元。

2022 年，公司硬管营业收入同比下降 9.32%，营业成本下降 9.56%，营业成本的变动趋势、变动幅度与营业收入基本一致。一方面，虽然 2022 年度硬管耗用的主要原材料钢管平均采购价格与 2021 年持平，接头法兰采购均价上涨，引致硬管的单位直接材料成本略有上涨，但当期公司硬管产销量有所下降；另一方面，公司销售的硬管产品中，较高毛利率的硬管型号销售占比有所上升，综合引致当期硬管营业成本的变动趋势、变动幅度与营业收入一致。

综上所述，报告期内，公司硬管营业成本波动趋势与营业收入一致，具有匹配性。

### （三）金属饰件

#### 1、金属饰件营业成本构成情况

报告期各期，公司金属饰件营业成本构成情况如下：

单位：万元

金属饰件	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比

直接材料	4,604.48	54.98%	4,227.76	51.47%	3,056.43	49.39%
直接人工	1,826.08	21.80%	1,808.75	22.02%	1,446.51	23.37%
制造费用	1,944.26	23.22%	2,178.19	26.52%	1,685.89	27.24%
<b>合计</b>	<b>8,374.82</b>	<b>100.00%</b>	<b>8,214.70</b>	<b>100.00%</b>	<b>6,188.83</b>	<b>100.00%</b>

金属饰件包括护栏、框架、网罩等产品，不同类别金属饰件产品规格、型号差异较大，因此成本价格差异较大。报告期内，公司金属饰件直接材料占比持续增加，主要原因系：根据客户需求的变动，报告期内，公司金属饰件产品销售结构有所变化。报告期内，护栏、框架、网罩的成本中直接材料占比分别约为 55%左右、53%左右和 25%左右。2020-2022 年，直接材料占比较高的护栏产品销售占比持续上升，占金属饰件主营收入的比重分别为 43.36%、49.73%和 50.75%，引致金属饰件成本中直接材料占比逐年上升。

## 2、金属饰件营业收入变动与营业成本变动匹配分析

报告期各期，公司金属饰件产品营业收入和营业成本变动情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额
营业收入	12,766.58	-2.25%	13,060.24	26.09%	10,357.78
营业成本	8,374.82	1.95%	8,214.70	32.73%	6,188.83

2021 年，公司金属饰件营业收入同比增长 26.09%，营业成本同比增长 32.73%，营业成本的变动趋势与营业收入一致，但营业成本增长幅度略高于营业收入增长幅度，主要原因系：（1）2021 年金属饰件主要原材料钢板和钢管平均采购单价均有所上涨，引致直接材料上升较多；（2）2021 年生产金属饰件的车间维修改造支出金额较大，引致制造费用增长较多。

2022 年，公司金属饰件营业收入同比下降 2.25%，营业成本同比增长 1.95%，营业成本上升但营业收入有所下降的主要原因系：公司金属饰件的产品结构有所变化，毛利率相对较低的护栏产品销售增多所致。

综上所述，报告期内，金属饰件营业成本变动与收入变动有所差异具有合理性。

### （四）营业成本构成与同行业可比公司对比

报告期各期，公司营业成本的构成如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	30,218.71	63.36%	38,627.96	66.76%	30,722.07	66.62%
直接人工	6,556.14	13.75%	6,849.47	11.84%	5,518.89	11.97%
制造费用	9,795.12	20.54%	10,742.62	18.57%	8,622.30	18.70%
运费及仓储配送费	1,126.25	2.36%	1,644.63	2.84%	1,255.21	2.72%
合计	<b>47,696.22</b>	<b>100.00%</b>	<b>57,864.68</b>	<b>100.00%</b>	<b>46,118.47</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期，公司营业成本构成与同行业可比公司对比如下：

公司名称	2022 年度				2021 年度				2020 年度			
	直接材料	直接人工	制造费用	运费及其他	直接材料	直接人工	制造费用	运费及其他	直接材料	直接人工	制造费用	运费及其他
恒立液压	65.81%	10.39%	23.80%	-	67.46%	9.70%	22.84%	-	65.23%	10.40%	24.37%	-
艾迪精密	67.91%	9.51%	21.32%	1.26%	75.62%	7.78%	15.04%	1.56%	70.06%	9.40%	18.31%	2.24%
长龄液压	70.98%	7.30%	21.72%	-	73.64%	6.89%	19.47%	-	72.22%	6.36%	21.42%	-
邵阳液压	74.56%	12.23%	13.21%	-	68.59%	12.54%	18.87%	-	66.84%	12.59%	20.57%	-
万通液压	-	-	-	-	-	-	-	-	76.80%	9.65%	13.55%	-
福事特	71.70%	14.77%	12.07%	1.46%	73.64%	14.57%	10.21%	1.57%	71.97%	15.31%	11.33%	1.39%
平均值	<b>70.19%</b>	<b>10.84%</b>	<b>18.42%</b>	<b>1.36%</b>	<b>71.79%</b>	<b>10.30%</b>	<b>17.29%</b>	<b>1.57%</b>	<b>70.52%</b>	<b>10.62%</b>	<b>18.26%</b>	<b>1.82%</b>
耀坤液压	<b>63.36%</b>	<b>13.75%</b>	<b>20.54%</b>	<b>2.36%</b>	<b>66.76%</b>	<b>11.84%</b>	<b>18.57%</b>	<b>2.84%</b>	<b>66.62%</b>	<b>11.97%</b>	<b>18.70%</b>	<b>2.72%</b>

注 1：万通液压未披露 2021 年度和 2022 年度营业成本构成情况；

注 2：同行业可比公司信息来源于其公开披露信息。

由上表可知，公司与同行业可比公司的营业成本构成均以直接材料为主，直接人工、制造费用和运输费用为辅，整体不存在较大差异。同时，一方面，由于公司产品与同行业可比公司存在一定差异，产品的生产工序和制造工艺亦有所不同；另一方面，公司与同行业可比公司下游的主要客户存在差异，各客户对于产品定制化需求和运输方式有所不同，综合引致公司直接材料的占比略低于同行业平均值，直接人工、制造费用、运输费用的比例略高于同行业可比公司。

综上，公司直接材料的占比低于同行业平均值，直接人工、制造费用和运

输费用的比例高于同行业可比公司具有合理性。

二、结合直接材料中钢材、法兰接头等主要原材料成本占比及采购单价的波动情况，说明报告期内主要产品单位直接材料变动的原因及合理性。

报告期内，公司主要产品为油箱、硬管和金属饰件，各类主要产品的单位直接材料变动原因及合理性如下：

### （一）油箱

从主要原材料占比的角度来看，报告期内，油箱营业成本中直接材料钢材、接头法兰等主要原材料成本占比如下：

单位：万元

直接材料项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
钢材	3,135.53	24.94%	5,054.35	25.87%	3,900.89	23.59%
机械配件	4,195.50	33.38%	5,968.70	30.55%	5,372.61	32.49%
其中：接头法兰	1,891.20	15.05%	2,987.15	15.29%	2,937.16	17.76%
毛坯件	3,058.47	24.33%	5,960.89	30.51%	4,859.99	29.39%
油漆	887.67	7.06%	1,262.12	6.46%	1,160.84	7.02%
其他	1,292.90	10.29%	1,291.43	6.61%	1,241.87	7.51%
合计	12,570.07	100.00%	19,537.48	100.00%	16,536.19	100.00%

由上表可知，油箱的主要耗用材料包括钢材、接头法兰、毛坯件，2020-2022 年度，前述材料成本占直接材料成本的比重合计为 70.74%、71.67%和 64.32%，其中，钢材、接头法兰的占比相对稳定，2022 年，毛坯件的占比下降 6.18 个百分点，原因主要系：公司油箱产品耗用的毛坯主要系油箱毛坯及少量钢材毛坯，当期减少的主要系油箱毛坯。报告期内，为了缓解产能紧张，公司对外采购部分油箱毛坯，购入的油箱毛坯还需经过泄漏测试、表面处理、内部清理、防锈处理、装配，测试等后续工序后成为油箱成品。主要系向邦吉机械采购供应现代工程和徐工集团的部分型号油箱毛坯。2022 年，由于现代工程、徐工集团对公司油箱产品的采购量减少，且产能紧张状况有所缓解，相应的公司对外采购油箱毛坯件亦有所减少，引致毛坯件在直接材料成本中的占比下降。

从原材料采购均价的角度来看，由于油箱耗用的钢材主要系钢板，耗用的毛坯件主要系油箱毛坯及钢材毛坯，因此，油箱耗用的主要材料钢板、接头法

三、油箱毛坯和钢材毛坯的采购单价情况如下：

单位：元/千克、元/件

材料类型	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	单价	变动率	单价	变动率	单价
钢板	4.60	-13.53%	5.32	33.33%	3.99
接头法兰	16.39	13.43%	14.45	8.81%	13.28
油箱毛坯	1,653.95	-0.49%	1,662.11	4.82%	1,585.75
钢材毛坯	13.00	-4.55%	13.62	6.66%	12.77

由上表可知，2020-2022 年，钢板、油箱毛坯和钢材毛坯的采购均价均呈现先升后降态势，接头法兰的采购均价呈现逐渐上升的态势。接头法兰的采购均价的上升主要系采购的规格型号变化所致。

报告期内，油箱的单位直接材料成本情况具体如下：

单位：元/件

单位直接材料成本	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	单位成本	变动率	单位成本	变动率	单位成本
油箱	1,238.48	-3.43%	1,282.43	9.55%	1,170.62

2021 年，油箱的单位直接材料成本为 1,282.43 元，同比增长 9.55%，原因主要系：2021 年，钢板、接头法兰、油箱毛坯和钢材毛坯的采购均价均同比增长。

2022 年，油箱的单位直接材料成本为 1,238.48 元，同比下降 3.43%，原因主要系：2022 年，油箱耗用的钢板、油箱毛坯和钢材毛坯的成本占直接材料的比重合计为 49.27%，钢板、油箱毛坯和钢材毛坯的采购均价分别同比下降 13.53%、0.49%和 4.55%。虽然 2022 年接头法兰的采购均价同比上涨，但由于其成本占油箱直接材料的比重为 15.05%，占比相对较少，综合引致油箱单位直接材料成本有所下降。

综上，油箱的单位直接材料成本的变动主要系由主要原材料的采购价格变动所致，油箱的单位直接材料成本的变动趋势与耗用的主要原材料的采购价格波动趋势基本一致。

## （二）硬管

从主要原材料占比的角度来看，报告期内，硬管营业成本中直接材料钢材、

接头法兰等主要原材料成本占比如下：

单位：万元

直接材料项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
钢材	4,780.03	38.57%	5,653.48	40.37%	4,543.48	43.34%
机械配件	5,239.38	42.27%	5,955.96	42.53%	4,557.11	43.47%
其中：接头法兰	3,465.09	27.96%	3,769.87	26.92%	2,861.57	27.30%
毛坯件	597.24	4.82%	628.79	4.49%	311.36	2.97%
油漆	364.97	2.94%	410.32	2.93%	446.59	4.26%
其他	1,412.61	11.40%	1,355.60	9.68%	624.81	5.96%
合计	12,394.22	100.00%	14,004.15	100.00%	10,483.35	100.00%

由上表可知，硬管的主要耗用材料包括钢材、接头法兰，2020-2022 年度，前述材料成本占直接材料成本的比重合计为 70.64%、67.29%及 66.53%，占比相对稳定。2021 年，油漆占直接材料成本的比重有所下降的主要原因是公司对硬管生产线进行了技术改造，油漆工艺从喷漆改为喷粉，喷粉过程中的粉末可以回收利用，因此油漆成本相应下降。

从原材料采购均价的角度来看，由于硬管耗用的钢材主要系钢管，因此，硬管耗用的主要材料钢管、接头法兰的采购单价情况如下：

单位：元/千克、元/件

材料类型	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	单价	变动率	单价	变动率	单价
钢管	10.46	0.00%	10.46	4.08%	10.05
接头法兰	16.39	13.43%	14.45	8.81%	13.28

由上表可知，2021 年，钢管的采购价格同比上涨 4.08%，涨幅相较于 2021 年油箱主要耗用的钢板采购均价上涨 33.33%较小，原因主要系：一方面，钢管和钢板系不同类型的钢材，价格主要受钢材原材料和加工工艺的影响，价格波动幅度存在差异具有合理性。另一方面，公司采购的钢管主要系焊管和无缝管：2021 年，焊管采购总额占钢管采购总额的 77.97%，占比与 2020 年基本持平，其中，公司采购的焊管主要系来源于日本的进口焊管，采购价格受日本市场钢材价格、海运等因素的影响，公司焊管的采购均价与日本市场钢管的价格波动趋势大致相符，2021 年焊管的采购均价相较于 2020 年增长 0.71%，价格相对稳



定；2021年，无缝管采购总额占钢管采购总额的21.11%，占比与2020年基本持平，公司无缝管的采购均价与无缝管的市场价格波动趋势一致，2021年无缝管的采购均价相较于2020年增长12.50%。因此，2021年，钢管的采购价格上涨幅度与钢板的采购价格上涨幅度存在差异主要系钢材类型差异以及钢管产品结构的差异所致。

2022年，钢管采购价格基本与2021年持平；2020-2022年，接头法兰的采购价格持续增长。

报告期内，硬管的单位直接材料成本情况具体如下：

单位：元/件

单位直接材料成本	2022年度		2021年度		2020年度
	单位成本	变动率	单位成本	变动率	单位成本
硬管	81.97	5.09%	78.00	3.04%	75.70

由上表可知，2020-2022年，硬管的单位直接材料成本分别为75.70元、78.00元和81.97元，2021年、2022年变动率分别为3.04%、5.09%，呈现持续上升态势，主要原因系：报告期内，硬管耗用的主要原材料钢管、接头法兰的采购价格整体呈现上涨趋势。

综上，硬管的单位直接材料成本的变动主要系由主要原材料的采购价格变动所致，硬管的单位直接材料成本的变动趋势与耗用的主要原材料的采购价格波动趋势一致。

### （三）金属饰件

从主要原材料占比的角度来看，报告期内，金属饰件营业成本中直接材料钢材、接头法兰等主要原材料成本占比如下：

单位：万元

直接材料项目	2022年度		2021年度		2020年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
钢材	2,152.37	46.75%	1,897.84	44.89%	1,241.22	40.61%
机械配件	893.93	19.41%	778.75	18.42%	633.90	20.74%
其中：接头法兰	410.64	8.92%	441.98	10.45%	337.78	11.05%
毛坯件	881.40	19.14%	941.94	22.28%	790.09	25.85%
油漆	131.46	2.85%	104.43	2.47%	81.91	2.68%

直接材料项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
其他	545.33	11.84%	504.79	11.94%	309.31	10.12%
合计	4,604.48	100.00%	4,227.76	100.00%	3,056.43	100.00%

由上表可知，金属饰件的主要耗用材料包括钢材、接头法兰、毛坯件，2020-2022 年度，前述材料成本占直接材料成本的比重合计为 77.51%、77.62% 及 74.81%，占比相对稳定。

从原材料采购均价的角度来看，由于金属饰件耗用的毛坯件主要系钢材毛坯，因此，金属饰件耗用的主要材料钢材、接头法兰和钢材毛坯的采购单价情况如下：

单位：元/千克、元/件

材料类型	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	单价	变动率	单价	变动率	单价
钢材	6.59	-3.59%	6.84	20.23%	5.69
接头法兰	16.39	13.43%	14.45	8.81%	13.28
钢材毛坯	13.00	-4.55%	13.62	6.66%	12.77

由上表可知，2020-2022 年，钢材、钢材毛坯的采购均价呈现先升后降的态势，接头法兰的采购价格呈现持续上涨的态势。

报告期内，金属饰件的单位直接材料成本情况具体如下：

单位：元/件

单位直接材料成本	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	单位成本	变动率	单位成本	变动率	单位成本
金属饰件	54.76	23.22%	44.44	13.48%	39.16

2021 年，金属饰件的单位直接材料成本为 44.44 元，同比增长 13.48%，原因主要系：2021 年，金属饰件耗用的主要原材料钢材、接头法兰、钢材毛坯的采购均价均同比增长。

2022 年，金属饰件的单位直接材料成本为 54.76 元，同比增长 23.22%；而 2022 年金属饰件耗用的钢材和钢材毛坯的成本占直接材料的比重合计为 65.89%，2022 年钢材、钢材毛坯的采购均价分别同比下降 3.59%、4.55%，因此金属饰件的单位直接材料成本与耗用主要原材料的采购均价波动趋势有所差异。产品的

单位直接材料成本除了受与钢材价格影响外，还受产品结构影响。金属饰件包括护栏、框架、网罩等产品。根据客户需求的变动，2022年，公司金属饰件产品销售结构有所变化，直接材料占比较高的护栏等产品销售占比上升，引致单位直接材料成本上升。

因此，金属饰件的单位直接材料成本波动系主要原材料采购价格波动及产品结构变动综合所致。

综上，公司的油箱、硬管产品的单位直接材料成本波动主要系主要原材料的采购均价波动所致，油箱、硬管产品的单位直接材料成本波动趋势与耗用的主要原材料的采购均价波动趋势基本一致；金属饰件的单位直接材料波动主要系主要原材料采购价格波动以及产品结构变动综合所致。

三、结合报告期内原材料采购来源于客户指定供应商以及非指定供应商的对比分析，包括但不限于采购的原材料种类、金额、单价等，进一步说明客户指定供应商对公司采购定价、产品销售定价的影响，是否对公司业务独立性产生重大不利影响，与同行业可比公司业务模式是否存在差异。

#### （一）报告期采购来源于客户指定供应商及非指定供应商对比分析

报告期公司材料采购存在客户指定供应商的主要包括钢材、机械配件及油漆。公司来源于指定供应商的原材料与非指定供应商的原材料不存在重叠的情形。报告期内，公司各类材料客户指定供应商及非指定供应商的构成情况如下：

#### 1、钢材

单位：万元、元/千克

钢材	2022年度			2021年度			2020年度		
	采购金额	同类采购占比	采购单价	采购金额	同类采购占比	采购单价	采购金额	同类采购占比	采购单价
指定供应商	4,386.18	38.33%	12.75	5,131.43	32.87%	11.95	4,332.08	36.80%	11.96
非指定供应商	7,056.40	61.67%	5.07	10,477.85	67.13%	5.65	7,438.68	63.20%	4.36
合计	<b>11,442.58</b>	<b>100.00%</b>	<b>6.59</b>	<b>15,609.28</b>	<b>100.00%</b>	<b>6.84</b>	<b>11,770.76</b>	<b>100.00%</b>	<b>5.69</b>

钢材客户指定供应商为伊藤忠汽车株式会社、冈谷钢机、伊藤忠丸红钢铁投资（上海）有限公司，采购的钢材均是来自日本的焊管，主要用于硬管产品

的生产。向非指定供应商采购的钢材主要系国内的钢板以及无缝管等。由于指定供应商采购钢材的来源、钢材类型、钢材材质及技术指标与非指定供应商的差异，采购单价不具有可比性。

出于对硬管产品质量的要求，客户对硬管产品使用的焊管的技术指标有明确要求，目前焊管钢材主材来源于日本市场。受限于日本钢材采购渠道限制，进口焊管采购供应商选择范围较小。目前公司从日本采购的钢材供应充足稳定，不存在短缺及限制出口进口的情形，且钢材作为大宗商品，被限制的风险相对较小。此外，公司正在与积极推进硬管的焊管材料国产化进程，目前部分型号焊管材料已通过卡特彼勒、神钢建机的质量认证，进入小批量试产阶段。

## 2、机械配件

单位：万元、元/件

机械配件	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	采购金额	同类采购占比	采购单价	采购金额	同类采购占比	采购单价	采购金额	同类采购占比	采购单价
指定供应商	4,097.22	43.35%	10.75	4,620.32	36.42%	9.78	3,120.28	32.10%	6.31
非指定供应商	5,353.54	56.65%	19.02	8,066.06	63.58%	16.96	6,600.04	67.90%	16.21
合计	<b>9,450.76</b>	<b>100.00%</b>	<b>14.26</b>	<b>12,686.38</b>	<b>100.00%</b>	<b>13.38</b>	<b>9,720.32</b>	<b>100.00%</b>	<b>10.78</b>

机械配件种类繁多，由于指定供应商及非指定供应商采购的机械配件在产品种类、规格型号方面各不相同，产品的差异性导致指定供应商采购价格与非指定供应商采购价格不具有可比性。

机械配件客户指定供应商的原因主要系：一方面是客户为保证主机的质量，部分关键零部件指定公司向其合格供应商名单范围内的供应商采购；另一方面是部分通用部件，公司因采购量较小，自行开发供应商采购价格不具有优势，所以从客户指定供应商采购。公司对于指定机械配件供应商不存在重大依赖的情形。

## 3、油漆

单位：万元，元/千克

油漆	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	采购金额	同类采购占比	采购单价	采购金额	同类采购占比	采购单价	采购金额	同类采购占比	采购单价

指定供应商	1,404.07	100.00%	29.85	1,777.22	100.00%	27.99	1,757.06	100.00%	28.42
非指定供应商	-	-	-	-	-	-	-	-	-
合计	<b>1,404.07</b>	<b>100.00%</b>	<b>29.85</b>	<b>1,777.22</b>	<b>100.00%</b>	<b>27.99</b>	<b>1,757.06</b>	<b>100.00%</b>	<b>28.42</b>

油漆全部是客户指定供应商，主要原因是客户为保证保障整机产品的质量、产品颜色的一致性以及后期维护的便利性，对不同部件使用的油漆有明确的生产厂家、品牌、规格型号的规定。不同部件使用的油漆需要与客户主机产品保持一致，因此必须使用客户指定生产厂家、指定品牌、指定规格型号的油漆，符合行业惯例。

## （二）客户指定供应商对公司采购定价、产品销售定价的影响，是否对公司业务独立性产生重大不利影响

报告期各期，公司主要原材料包括钢材、机械配件、毛坯件及油漆，其中指定供应商采购额占主要材料的采购额比例如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
指定供应商采购额	9,887.47	11,528.97	9,209.42
主要材料采购总额	27,289.11	39,165.55	30,413.68
占比	<b>36.23%</b>	<b>29.44%</b>	<b>30.28%</b>

根据上表，公司指定供应商采购额占主要材料采购总额的比例相对较低。2022 年，公司向指定供应商采购占比有所提高，主要原因是卡特彼勒、小松（包括乡商事株式会社、伊藤忠汽车株式会社）、神钢建机等使用较多指定原材料的客户销售收入占比较上年提升 15.44 个百分点所致。

客户指定供应商，是客户基于产品质量控制及产品的一致性，对于部分原材料技术标准、规格型号的指定。在客户指定部分供应商情况下，公司产品销售和原材料采购业务相互独立。公司与客户签订购销合同，双方对产品交付、信用政策、质量保证等进行约定，公司是销售合同的义务人，负有向客户提供商品的直接责任；公司根据客户订单需求安排生产和采购原材料。

在客户指定部分原材料供应商的情况下，指定供应商同时需要通过公司的合格供应商评审，且是由公司自主向供应商采购原材料，与供应商直接沟通约定原材料型号、数量、付款期限等事项，并签订购销合同或下达采购订单。公

司从指定供应商采购原材料的价格由公司与指定供应商协商确定，且与市场价格基本一致，客户不参与公司与供应商采购价格的谈判。同时，对于部分原材料，客户自身亦有采购需求，客户为了控制成本，亦会向公司提供其标准采购价，公司可以根据采购数量和客户提供的标准采购价与指定原材料供应商进行协商定价。原材料经公司验收入库后，所有权归公司所有，公司对存货进行后续管理和核算，在生产加工过程中的保管和灭失、价格波动等风险，均由公司承担。

在确定产品销售价格时，公司采用以原材料、人工等成本为基础，参考产品生产工艺技术难度、订单量、市场供求状况、运输距离等因素进行综合定价的方式。公司在接受客户订单前自行测算产品成本并向客户报价，不会因是否从指定原材料供应商采购而改变定价策略。

由此可见，公司的采购活动及销售活动各自独立完成，不存在采购和销售收入确认直接挂钩的情况；不存在客户通过指定供应商影响公司采购定价、产品销售定价进而影响公司独立性的情况。

客户指定供应商主要系客户基于产品质量控制及产品的一致性，而对于部分材料技术标准、规格型号而进行要求和规范。公司对客户并非提供简单的加工服务，而是基于自身工艺技术，根据客户需求进行定制化开发，并进行多道复杂的生产加工工序，最终实现完整功能产品的交付。公司行业领先的技术水平和工艺水平才是保障公司产品性能的最关键因素。

因此，客户指定供应商不会对公司业务独立性产生重大不利影响。

### （三）与同行业可比公司业务模式是否存在差异

根据同行业可比公司公开披露的信息，其客户指定供应商情况如下：

公司名称	客户指定供应商情况
恒立液压	未披露
艾迪精密	未披露
长龄液压	存在向卡特彼勒指定供应商小颍（常州）机械有限公司和珍晟产业（烟台）有限公司提供商品的情形
邵阳液压	液压系统所用的元器件与备品备件种类较多，诸多部件为客户指定品牌指定供应商
万通液压	报告期内存在向其客户配套采购原材料的情形，客户郑煤机、中煤北京煤矿机械有限责任公司为保证产品质量建议并要求供

公司名称	客户指定供应商情况
	货商必须在关键原材料方面由其提供
福事特	若客户指定原材料供应商，公司会按照下游客户的供应商认证体系要求，与该供应商进行商务洽谈具体合作内容

注：同行业可比公司信息来源于其公开披露信息。

根据上表，同行业部分可比公司中亦存在客户指定供应商的情况，公司与同行业可比公司业务模式不存在差异，客户指定供应商系行业普遍情形，符合行业惯例。

综上，客户指定供应商不会对公司业务独立性产生重大不利影响，公司与同行业可比公司业务模式不存在差异，客户指定供应商系行业普遍情形，符合行业惯例。

四、说明报告期内直接材料中钢材的整体生产耗用量占整体采购量的比例明显低于其他主要材料的原因及合理性，与同行业可比公司是否存在差异及原因。

（一）直接材料中钢材的整体生产耗用量占整体采购量的比例明显低于其他主要材料的原因及合理性

报告期内，公司直接材料中钢材生产耗用量占钢材整体采购量的比例分别为 91.58%、89.19%和 89.23%，与机械配件相当，低于油漆、毛坯等其他主要材料，主要原因系公司钢材和机械配件除生产耗用外，亦有一部分进行了研发投入和销售，而其他油漆和毛坯等主要材料主要用于生产所致。

报告期内，公司钢材采购量、生产耗用量、研发耗用量及材料销售量的情况如下：

单位：吨

项目		2022 年度	2021 年度	2020 年度
钢材采购量		17,409.26	22,823.90	20,693.13
钢材耗用量	生产耗用	15,534.79	20,356.42	18,949.89
	研发耗用	1,184.56	1,918.56	1,798.13
	材料销售	52.49	81.65	98.48
	小计	16,771.85	22,356.63	20,846.51
生产耗用量占采购量比例		89.23%	89.19%	91.58%

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
研发耗用及销售占采购量比例	7.11%	8.76%	9.17%
钢材耗用量占采购量比例	96.34%	97.95%	100.74%

根据上表，报告期内，考虑了研发耗用量和材料销售量后，公司钢材整体耗用量占采购量的比例分别为 100.74%、97.95%、96.34%，处于较高水平，具有合理性。

## （二）钢材的整体耗用量占整体采购量的比例与同行业对比

同行业可比公司未披露钢材生产耗用量占采购量比例，部分同行业可比公司披露了钢材整体的耗用量（出库量）占采购入库量的比例，具体如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
恒立液压	未披露	未披露	未披露
艾迪精密	未披露	未披露	未披露
长龄液压	未披露	未披露	未披露
邵阳液压	未披露	未披露	96.53%
万通液压	未披露	未披露	未披露
福事特	104.53%	105.65%	82.64%
<b>耀坤液压</b>	<b>96.34%</b>	<b>97.95%</b>	<b>100.74%</b>

注 1：同行业可比公司信息来源于其公开披露信息；

注 2：福事特比例=钢材整体耗用量/采购入库量，邵阳液压比例=废钢、生铁生产出库量/采购入库量。

根据上表，公司钢材的整体耗用量占采购量的比例与同行业可比公司相比不存在较大差异。2020 年，福事特的钢材整体耗用量占采购入库量的比例相对较低，主要系其当期钢材采购入库量远高于耗用量所致。

综上，报告期内直接材料中钢材的整体生产耗用量占整体采购量的比例明显低于其他主要材料具有合理性，公司钢材的整体耗用量占采购量的比例与同行业可比公司相比不存在较大差异。



五、说明邦吉机械、华澜机械、华辰机械等以公司为主要客户的供应商及其实际控制人或主要股东、关键经办人员与发行人是否存在关联关系,发行人关联方与供应商是否存在资金往来、是否存在代发行人支付成本、费用的情形;发行人向上述供应商采购的原因、必要性以及采购价格的公允性。

(一) 说明邦吉机械、华澜机械、华辰机械等以公司为主要客户的供应商及其实际控制人或主要股东、关键经办人员与发行人是否存在关联关系

报告期内,公司向年采购额 200 万元(报告期内任意一期采购额超过 200 万元)以上以公司为主要客户(对公司的销售金额占比在 50%以上)的供应商的主要采购内容、采购金额及占比情况如下表所示:

单位:万元

序号	供应商	主要采购内容	2022年度		2021年度		2020年度	
			采购金额	占采购总额比例	采购金额	占采购总额比例	采购金额	占采购总额比例
1	邦吉机械	毛坯件	2,145.93	6.03%	4,824.84	9.98%	4,377.82	11.79%
2	华澜机械	机械配件	1,214.60	3.41%	1,867.38	3.86%	1,542.79	4.16%
3	华辰机械	机械配件、毛坯件、委托加工	1,181.24	3.32%	1,694.22	3.50%	1,470.02	3.96%
4	江阴市容昌涂装工程有限公司	劳务	478.80	1.35%	668.31	1.38%	764.91	2.06%
5	磊阳机械	毛坯件、成品	855.31	2.40%	869.25	1.80%	569.66	1.53%
6	靖江市润熙金属结构加工厂	劳务	408.50	1.15%	339.02	0.70%	306.67	0.83%
7	靖江市熠辉服务外包中心	劳务	357.30	1.00%	344.83	0.71%	306.34	0.83%
8	巨峰金属	毛坯件、机械配件	297.76	0.84%	307.55	0.64%	326.49	0.88%
9	龙福冲压	毛坯件、委托加工	442.09	1.24%	564.41	1.17%	474.93	1.28%
10	江阴市环能输送设备有限公司	机械配件	285.01	0.80%	402.37	0.83%	338.00	0.91%
11	江阴成效机械有限公司	油箱运输架	296.59	0.83%	384.18	0.79%	236.48	0.64%
12	江阴市强大模塑有限公司	模具、其他	288.88	0.81%	290.51	0.60%	180.69	0.49%
13	江阴市瑞辉机	机械配件	220.36	0.62%	303.97	0.63%	248.55	0.67%

序号	供应商	主要采购内容	2022年度		2021年度		2020年度	
			采购金额	占采购总额比例	采购金额	占采购总额比例	采购金额	占采购总额比例
	械有限公司							
14	江阴市金轮机械有限公司	毛坯件	140.19	0.39%	241.32	0.50%	204.46	0.55%
15	新北区春江杰杰木材经营部	包装材料	170.24	0.48%	222.75	0.46%	145.41	0.39%
16	安创机械	接头法兰	18.50	0.05%	427.95	0.89%	350.76	0.94%
合计			<b>8,801.30</b>	<b>24.74%</b>	<b>13,752.85</b>	<b>28.44%</b>	<b>11,843.99</b>	<b>31.90%</b>

注 1：华辰机械的交易金额包含了其实际控制人控制的华杰机械的交易金额，下同；

注 2：安创机械的交易金额包括其实际控制人陈仁苟控制的元安通机械的交易金额，下同。

上述供应商的股权结构、实际控制人以及关键经办人员信息如下表所示：

序号	供应商	股权结构	实际控制人	关键经办人员
1	邦吉机械	江阴扬子江船舶工程有限公司：72.58%； 薛涌兴：13.71%； 薛亚兴：13.71%	薛涌兴、薛亚兴	薛栋
2	华澜机械	胡俊萍：100%	胡惠华	曹毅
3	华辰机械	谢俊华：83%； 胡娟：17%	谢俊华	谢高锋
	华杰机械	谢俊华：85.6%； 谢兴华：14.4%		
4	江阴市容昌涂装工程有限公司	魏松涛：100%	魏松涛	魏松涛
5	磊阳机械	刘磊：50.98%； 杨娟：49.02%	刘磊、杨娟	刘磊、杨娟
6	靖江市润熙金属结构加工厂	刘江明：100%	刘树华	刘树华
7	靖江市熠辉服务外包中心	刘树华：100%	刘树华	刘树华
8	巨峰金属	刘兆坤：66.67%； 许莲珍：33.33%	刘兆坤	王亦娟
9	龙福冲压	夏仰峰：100%	夏仰峰	夏仰峰
10	江阴市环能输送设备有限公司	何菊英：70%； 张强：30%	张强	张强
11	江阴成效机械有限公司	谢成效：50%； 张红芳：50%	谢成效、张红芳	谢成效
12	江阴市强大模塑有限公司	侯国祥：60%； 宋强梅：40%	侯国祥	侯国祥
13	江阴市瑞辉机械有限公司	张瑞忠：50%； 陈秋琴：50%	张瑞忠、陈秋琴	张瑞忠

序号	供应商	股权结构	实际控制人	关键经办人员
14	江阴市金轮机械 有限公司	石磊：96.5%； 石建国：3.5%	石磊	石飞
15	新北区春江杰杰 木材经营部	雷珍：100%	雷珍	时永福
16	安创机械	陈仁苟：100%	陈仁苟	陈仁苟
	元安通机械	廉元斌：51%； 洪路燕：49%		

注 1：经华澜机械确认，其实际控制人为胡惠华；

注 2：磊阳机械的股东刘磊与坤佳机械的股东刘磊系同名非同一人；

注 3：经靖江市润熙金属结构加工厂确认，其实际控制人为刘树华；

注 4：经元安通机械确认，其实际控制人为陈仁苟。

经核查，上述供应商中华澜机械的实际控制人胡惠华是公司实际控制人谢文庆、谢文广之表兄弟，安创机械、元安通机械的实际控制人、关键经办人陈仁苟是公司实际控制人谢耀坤配偶之兄弟，因此公司将华澜机械、安创机械以及元安通机械认定为关联方。除此以外，上述供应商的实际控制人、关键经办人员与公司不存在关联关系。

## （二）说明发行人关联方与上述供应商是否存在资金往来、是否存在代发行人支付成本、费用的情形

项目组取得并核查发行人、发行人实际控制人及发行人董事（不包括外部董事和独立董事）、监事、高级管理人员、关键岗位人员的银行流水等资料；核查发行人关联方及关联交易；对上述供应商进行访谈，并获取了确认函；经核查，发行人关联方与上述供应商除正常的商业往来以外不存在其他资金往来，不存在代发行人支付成本、费用的情形。

## （三）发行人向上述供应商采购的原因、必要性以及采购价格的公允性

### 1、公司向上述供应商采购的原因、必要性

上述供应商主要包括机械制造类供应商、劳务外包供应商以及包装材料供应商。

#### （1）机械制造类供应商

一方面，公司所在地机械制造行业发达，有众多从事机械制造行业多年的生产商，公司考虑到周边供应商在地理位置上相近，在配套服务以及运输成本上具有优势，因此在保证有关产品质量的前提下会优先选择向周边机械制造厂

商采购相关产品。

另一方面，公司采购的零部件种类繁多，但是每一种零部件的采购金额相对较少，公司出于产品质量控制以及配套服务的便利性等因素，对于采购金额相对较少的零部件，通常在经过比价后每一种型号的零部件仅向一家供应商采购。

同时邦吉机械以外的机械制造供应商，规模较小，自身的产能和产量有限。因为公司规模较大，回款良好，上述供应商在和公司开展合作后主动选择优先满足公司的采购需求。虽然公司是其主要客户，但公司供应商较为分散，向上述供应商的采购金额占公司采购总额的比例相对较低。

报告期内，邦吉机械为公司的唯一的油箱毛坯供应商，主要原因如下：一是油箱毛坯的工艺较为复杂，需要一定的技术积累和工艺设备支持，一般的供应商无法生产，邦吉机械技术实力较强，并且通过了公司相关下游客户的审核，能够保证产品质量的稳定性；二是生产油箱毛坯需要公司提供相应的模具，模具成本由公司承担，选择多家供应商会相应增加公司的成本；最后是选择单一供应商采购油箱毛坯有利于公司对产品质量进行把控；因此报告期内公司仅向邦吉机械采购油箱毛坯。2020年至2021年，公司业绩快速增长的同时受限于自身的产能限制，向邦吉机械的采购金额较多；2022年，受到下游需求减缓的影响，公司向其采购金额减少较多。

综上所述，公司出于公司成本的控制以及产品质量把控的原因向上述供应商具有合理性。

## （2）劳务外包供应商

报告期内公司，主要将部分涂装、装配、打磨、包装等后处理生产性辅助工序进行外包，主要系公司用工量大，且考虑到公司业务的波动性、部分岗位的人员流动性大，故采用劳务外包的方式进行灵活用工。江阴市容昌涂装工程有限公司、靖江市润熙金属结构加工厂以及靖江市熠辉服务外包的实际控制人从事劳务行业多年，具有一定的资源积累，其员工经验丰富业务熟练，能够满足公司的临时用工需求，因此公司向上述供应商采购劳务服务具有合理性。

## （3）包装材料供应商

报告期内，公司外销收入逐年增加，外销产品大多需要采用包装箱等进行包装以保障产品的安全运输。新北区春江杰杰木材经营部经营包装箱等包装材料销售多年，产品质量稳定，能够满足公司定制化的包装材料采购需求，同时其距离公司较近，运输成本具有优势，因此公司向其采购包装材料具有合理性。

## 2、采购价格的公允性

### (1) 邦吉机械

报告期内，公司向邦吉机械采购的主要系部分型号的中挖油箱毛坯。向邦吉机械采购的油箱毛坯和公司自产可比型号油箱毛坯的平均成本对比如下：

单位：元/件

项目	2022年度	2021年度	2020年度
油箱毛坯	1,653.95	1,662.11	1,585.75
公司自产可比型号油箱毛坯的平均成本	1,815.59	1,777.63	1,507.72

根据上表，公司向邦吉机械采购的油箱毛坯采购均价与公司自产的可比型号油箱毛坯的平均成本差异较小。此外，由于公司向邦吉机械采购油箱毛坯型号相对较少且变动较小，因此采购均价较为稳定；而公司自产油箱毛坯的型号及数量变化较大，因此成本有所波动。

综上，公司向邦吉机械的采购价格定价公允。

### (2) 华澜机械、江阴市环能输送设备有限公司、江阴市瑞辉机械有限公司和安创机械

报告期内，公司主要向华澜机械、江阴市环能输送设备有限公司、江阴市瑞辉机械有限公司以及安创机械采购接头法兰，但是向这四家供应商采购接头法兰类型有所不同。报告期内，公司向上述供应商及其同类供应商采购的接头法兰均价如下表所示：

单位：元/件

项目	主要采购内容	2022年度	2021年度	2020年度
华澜机械	大接头法兰、小接头法兰	16.31	16.32	15.13
上海茂良管接件有限公司	大接头法兰、小接头法兰	17.12	15.85	14.19
宁波旭工机械有限	大接头法兰、小接	18.85	15.78	15.84

项目	主要采购内容	2022 年度	2021 年度	2020 年度
公司	头法兰			
江阴市环能输送设备有限公司	大接头法兰、小接头法兰	15.90	15.63	15.72
江阴市瑞辉机械有限公司	大接头法兰	34.53	43.11	41.69
江阴市西区机械有限公司	大接头法兰	33.70	33.47	31.19
靖江市鸿鹄车辆配件有限公司	大接头法兰	38.77	36.48	30.58
余姚市悦航流体连接件厂	小接头法兰	9.92	11.49	9.69
安创机械	大接头法兰、小接头法兰	9.62	8.22	6.76

对于接头法兰，公司参考原材料成本以及加工工艺等与供应商进行协商定价。接头法兰的规格大小重量与其采购价格密切相关。

报告期内，公司主要向江阴市瑞辉机械有限公司、江阴市西区机械有限公司及靖江市鸿鹄车辆配件有限公司采购大接头法兰，所以其采购均价相对较高。三家供应商之间价格差异主要是因为产品结构以及加工工艺的不同所致。2022年江阴市瑞辉机械有限公司采购均价有所下降主要系采购产品结构变化所致。

公司同时向华澜机械、上海茂良管接件有限公司、宁波旭工机械有限公司、江阴市环能输送设备有限公司采购大接头法兰和小接头法兰，上述四家供应商的采购均价较为接近。

公司向安创机械采购的接头法兰价格相对较低，主要原因系公司主要向其采购大接头法兰和小接头法兰，但因为从安创机械采购小接头法兰的规格尺寸更小，同时数量较多，因此整体采购均价较低。根据接头法兰的生产工艺，公司主要向安创机械采购小型非锻件、大型非锻件接头法兰，其单重采购均价与非关联第三方的采购均价对比如下表所示：

单位：元/千克

类型	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	安创机械	非关联方采购均价	安创机械	非关联方采购均价	安创机械	非关联方采购均价
大型非锻件	10.80	10.98	10.10	9.57	9.12	8.51
小型非锻件	16.37	18.63	17.28	17.88	16.15	16.32

公司向安创机械采购的价格与向非关联方采购的价格不存在显著差异，存

在的差异系具体规格型号差异所致，采购价格公允。

综上，公司向华澜机械、江阴市环能输送设备有限公司、江阴市瑞辉机械有限公司和安创机械的采购价格定价公允。

### （3）磊阳机械

报告期内，公司主要向磊阳机械采购硬管毛坯和成品（以润滑管为主）。磊阳机械系公司主要的硬管毛坯和成品供应商。磊阳机械依据原材料成本以及生产所需工艺等向公司报价，公司结合硬管毛坯产成品的售价以及自产成品的成本进行核价后确定采购价格，定价方式符合市场惯例，定价公允。

### （4）华辰机械

公司主要向华辰机械采购机械配件、毛坯件以及委托加工服务，其中占比最大的是机械配件中的滤筒产品。滤筒的生产工艺相对复杂，产品质量要求较高，公司出于产品质量控制的因素仅向华辰机械采购。华辰机械依据原材料成本以及生产所需工艺等向公司报价，公司结合产成品售价进行核价后确定采购价格，定价方式符合市场惯例，定价公允。

### （5）巨峰金属、龙福冲压和江阴市金轮机械有限公司

报告期内公司主要向巨峰金属、龙福冲压和江阴市金轮机械有限公司采购钢材毛坯件，对比其采购均价和同类型供应商的采购均价如下：

单位：元/件

供应商	主要采购内容	2022 年度	2021 年度	2020 年度
巨峰金属	厚板加工件	29.74	20.56	16.45
靖江市华宇动力科技有限公司	厚板加工件	31.52	38.47	-
华辰机械	厚板加工件	20.34	22.04	18.07
金祥机械	厚板加工件	18.77	30.53	24.68
龙福冲压	薄板加工件、钢管加工件	7.60	6.54	6.45
江阴市金轮机械有限公司	薄板加工件	4.01	4.87	5.23

钢材毛坯主要是各类由钢材加工制成的半成品。公司参考原材料成本以及加工工艺与供应商进行协商定价。报告期内，公司主要向巨峰金属、靖江市华宇动力科技有限公司、华辰机械、金祥机械采购厚板加工件,其采购价格较为接

近，价格差异的主要是采购产品的具体类别不同导致的原材料成本和加工工艺差异所致。公司主要向龙福冲压采购薄板加工件和钢管加工件，主要向江阴市金伦机械有限公司采购薄板加工件，工艺较为简单，因此采购均价相较于巨峰金属等厚板加工件供应商相对较低。同时钢管加工件的原材料成本较高，因龙福冲压的采购均价相较于江阴市金伦机械有限公司的采购均价更高。

综上，公司向巨峰金属、龙福冲压和江阴市金伦机械有限公司的采购价格定价公允。

#### (6) 江阴成效机械有限公司和江阴市强大模塑有限公司

报告期内，公司主要向江阴成效机械有限公司采购油箱运输架，主要向江阴市强大模塑有限公司采购模具等定制化产品，并且采购金额较少，占公司采购总额的比例较低。其根据原材料成本以及生产所需工艺向公司报价，公司结合其他备选供应商的报价情况确定采购价格，定价公允。

#### (7) 江阴市容昌涂装工程有限公司、靖江市润熙金属结构加工厂和靖江市熠辉服务外包中心

报告期内，公司主要向江阴市容昌涂装工程有限公司、靖江市润熙金属结构加工厂和靖江市熠辉服务外包中心采购劳务外包服务，公司与其按照实际完成工作量进行结算，定价原则、结算方式符合市场惯例，定价公允。

#### (8) 新北区春江杰杰木材经营部

新北区春江杰杰木材经营部主要向公司提供定制尺寸的包装箱等包装材料，其根据原材料成本以及加工费用等向公司报价，公司依据包装材料的尺寸以及单位面积/体积的单价进行核价，最终确定采购价格，定价方式符合市场惯例，定价公允。

综上所述，公司向上述供应商采购具有合理性，采购价格定价公允。

## 六、申报会计师核查情况

### (一) 核查程序

申报会计师针对上述事项执行了如下核查程序：

1、获取发行人收入成本明细表，分析各类主要产品成本中直接材料、直接



人工、制造费用的构成及变动原因，分析营业成本与营业收入波动的匹配性。

2、获取发行人采购明细表，分析原材料采购的构成情况，对发行人原材料采购的具体内容、金额、数量、单价变动情况进行分析性复核。

3、访谈发行人生产部门负责人，了解钢材、接头法兰等主要原材料采购量、耗用量与产量的匹配关系，结合主要产品的耗用量情况，分析主要产品钢材、接头法兰等主要原材料构成及耗用情况，分析对比各类主要产品单位直接材料变动和主要原材料采购价格波动的合理性。

4、访谈发行人销售负责人，了解是否存在客户指定供应商的情形以及指定供应商的原因，了解产品的报价模式。

5、访谈发行人采购负责人，了解对于客户指定供应商采购谈判模式，了解是否存在客户参与指定供应商采购谈判。

6、查阅同行业可比公司的官网、定期报告及招股说明书等公开资料，分析公司营业成本构成与同行业可比公司的差异及原因、分析同行业可比公司客户指定供应商情况、分析同行业可比公司钢材生产耗用量与采购量的比例关系。

7、取得并核查发行人、发行人实际控制人及发行人董事（不包括外部董事和独立董事）、监事、高级管理人员、关键岗位人员的银行流水等资料；核查发行人关联方及关联交易；对邦吉机械等以公司为主要客户的供应商进行访谈，核查与发行人的合作情况、定价模式、发行人关联方是否为其代垫成本等情况，并获取了确认函；访谈发行人采购负责人，了解向上述供应商采购原因及定价方式。

8、针对发行人报告期内采购情况及供应商交易情况，保荐人和申报会计采取了下列核查措施：

（1）对采购业务相关流程的内控制度的有效性进行评估和测试；访谈采购部、财务部负责人及其他相关人员了解采购与付款流程；进行穿行测试和控制测试，核查公司与主要供应商签署的采购合同、入库单、发票、付款记录、记账凭证等采购记录和会计记录，确认其交易的真实性及准确性，评价关键内部控制制度执行的有效性；

(2) 选取报告期各期采购金额较大的各类供应商对于采购金额以及应付账款等情况进行函证。报告期各期，采购的函证情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
采购总额	35,573.01	48,355.35	37,126.36
发函金额	28,066.14	38,442.55	28,438.55
发函比例	78.90%	79.50%	76.60%
回函确认金额	28,154.93	37,942.35	28,541.96
回函比例	79.15%	78.47%	76.88%

注：回函比例=回函确认金额/采购总额；发函金额与回函确认金额存在差异主要系入账时间性差异及税金差异所致。

(3) 对发行人采购金额较大的各类供应商进行了访谈，核查供应商基本情况、与发行人的合作情况、业务模式、结算模式、是否存在关联关系，是否存在为发行人代垫成本等情况，总计访谈报告期内供应商 58 家，访谈供应商统计情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
访谈覆盖采购金额	23,432.25	34,151.83	26,701.38
采购总额	35,573.01	48,355.35	37,126.36
访谈金额占采购总额比例	65.87%	70.63%	71.92%

## (二) 核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、报告期内，发行人油箱和硬管营业成本波动趋势与营业收入一致，具有匹配性；金属饰件营业成本变动与收入变动有所差异具有合理性；发行人营业成本构成与同行业可比公司基本相当。

2、发行人的油箱、硬管产品的单位直接材料成本波动主要系主要原材料的采购均价波动所致，油箱、硬管产品的单位直接材料成本波动趋势与耗用的主要原材料的采购均价波动趋势一致；金属饰件的单位直接材料波动主要系主要原材料采购价格波动以及产品结构变动综合所致。

3、客户指定供应商不会对发行人业务独立性产生重大不利影响，发行人与

同行业可比公司业务模式不存在差异，客户指定供应商系行业普遍情形，符合行业惯例。

4、报告期内发行人直接材料中钢材的整体生产耗用量占整体采购量的比例明显低于其他主要材料具有合理性，发行人钢材的整体耗用量占采购量的比例与同行业可比公司基本相当。

5、除华澜机械、安创机械以及元安通机械系发行人关联方外，邦吉机械等其他以发行人为主要客户的供应商的实际控制人、关键经办人员与发行人不存在关联关系；邦吉机械等以发行人为主要客户的供应商与发行人关联方除正常商业往来以外不存在其他资金往来，发行人关联方不存在代发行人支付成本、费用的情况，其向发行人采购具有合理性，采购价格定价公允。

6、发行人与供应商的合作具有真实的交易背景，采购真实，采购流程规范合理。

## **问题 8.关于毛利率**

**申报材料及前次审核问询回复显示：**

(1) 报告期内，公司综合毛利率（剔除运费、仓储费、股份支付影响）分别为 33.07%、35.65%、32.81%和 34.38%，整体有所波动。

(2) 2019 年至 2021 年，公司综合毛利率波动趋势与同行业可比上市公司相一致；2022 年 1-6 月，公司综合毛利率有所上升，与同行业可比上市公司趋势有所区别。

(3) 前次审核问询回复中，发行人选取了 6 家同行业可比公司进行毛利率对比分析，在收入变动对比分析中则选取了 5 家同行业可比公司进行对比分析，其他问题回复中亦存在选取的可比公司不一致的情形。

**请发行人：**

(1) 说明公司所选取可比公司的完整性及可比性，回复中不同项目下选取的可比公司存在差异的原因及合理性。

(2) 结合公司油箱、硬管及金属饰件等主要产品与同行业可比公司在技术

指标、下游产品应用等方面的对比情况详细说明发行人各主要产品毛利率与同行业可比公司是否存在差异及原因。

(3) 说明公司油箱、硬管及金属饰件等主要产品内、外销毛利率变动情况及原因，与同行业可比公司是否存在差异及原因。

(4) 结合公司下游工程机械行业周期变化情况、同行业竞争情况、发行人主要产品的核心竞争力等进一步说明下游行业周期波动对公司主要产品价格及毛利率的影响，以及公司拟采取的应对措施。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

发行人说明

一、说明公司所选取可比公司的完整性及可比性，回复中不同项目下选取的可比公司存在差异的原因及合理性。

#### (一) 可比公司的完整性及可比性

公司主要从事液压元件及零部件的研发、生产和销售，主要产品为油箱、硬管和金属饰件等。公司同行业可比公司的具体选取标准、选取过程具体如下：

#### 1、所属行业

根据国家统计局颁布的《国民经济行业分类》(GB/T4754-2017)，公司所处行业主要属于“C34 通用设备制造业”大类下“C3444 液压动力机械及元件制造”。

因此公司首先选取属于国民经济行业分类为“C3444 液压动力机械及元件制造”的 A 股上市公司作为同行业可比公司备选，同时考虑到下游应用领域的相似性以及数据可获得性等方面，增加选取了上市公司艾迪精密（行业大类为 C35 专用设备制造业）以及拟上市公司福事特（行业分类 C3444）作为同行业可比公司的备选范围。

#### 2、主要产品及应用领域是否与公司相近

公司主要从事液压元件及零部件的研发、生产和销售，主要产品为油箱、

硬管和金属饰件等，主要应用于挖掘机等各类工程机械主机设备。

结合所属行业、主要产品及应用领域与公司的相近性，公司从备选范围中选取同行业比公司的过程如下：

序号	公司名称	行业分类	主营产品	下游主要应用领域	是否选为可比公司	可比性说明
1	恒立液压 (601100.SH)	C3444	挖掘机专用油缸、重型装备用非标准油缸、液压泵等	工程机械、新能源、工业机械、海工海事机械等	是	与公司同属于液压动力机械及元件制造业，主要下游应用领域均为工程机械行业
2	艾迪精密 (603638.SH)	C3514	液压破碎锤等液压破拆属具和液压泵、液压马达、多路控制阀等液压件	工程机械等	是	与公司的主营产品均属于液压元件及零部件，主要下游应用领域均为工程机械行业
3	长龄液压 (605389.SH)	C3444	中央回转接头、张紧装置等	工程机械等	是	与公司同属于液压动力机械及元件制造业，主要下游应用领域均为工程机械行业
4	邵阳液压 (301079.SZ)	C3444	液压柱塞泵、液压缸、液压系统等	机电设备、工程机械等	是	与公司同属于液压动力机械及元件制造业，主要下游应用领域包括工程机械行业
5	万通液压 (830839.BJ)	C3444	包括自卸车专用油缸、机械装备用油缸和油气弹簧等	特种车辆、车辆机械等	是	与公司同属于液压动力机械及元件制造业
6	福事特	C3444	硬管总成、软管总成、管接头及油箱等	工程机械、矿山机械等	是	公司直接竞争对手，主要竞争产品为硬管总成和油箱，主要下游应用领域包括工程机械行业
7	川润股份 (002272.SZ)	C3444	主要从事高端装备制造业务和工业服务业务，液压相关产品为液压润滑流体控制系统以及高压柱塞泵、液压油缸和液压连接件等液压元件及辅助件	风力发电、工程机械、节能环保等	否	与公司同属于液压动力机械及元件制造业，在下游行业与公司存在部分重合，但主要收入源于工业服务，液压润滑流体控制系统及液压元件及辅件收入占比较低，不纳入可比公司
8	捷强装备 (300875.SZ)	C3444	核生化安全装备，包括核辐射监测设备、生物检测设备、应用于各通用型号装	核生化安全等	否	与公司同属于液压动力机械及元件制造业，但是主要产品和下游应用领域与公司不同，不纳入可比公

序号	公司名称	行业分类	主营产品	下游主要应用领域	是否选为可比公司	可比性说明
			备军用核生化洗消装备的液压动力系统			司
9	合锻智能 (603011.SH)	C3444	液压机、机压机、破碎机、色选机、移动式破碎筛分装备等	汽车、船舶、航空航天、轨道交通等	否	与公司同属于液压动力机械及元件制造业，但是主要产品和应用领域与公司不同，不纳入可比公司
10	威博液压 (871245.BJ)	C3444	液压动力单元和液压齿轮泵等	仓储物流设备制造、汽车机械等	否	与公司同属于液压动力机械及元件制造业，但主要产品和应用领域与公司不同，不纳入可比公司

注：同行业可比公司信息来源于其公开披露信息。

综上所述，公司已按照所属行业、主要产品及应用领域是否与公司相近的原则逐一检索筛选，以确保同行业可比公司选择的全面性和完整性，可比公司选择主营业务与液压元件相关、下游应用领域以工程机械行为主的上市及拟上市公司，选取的同行业可比公司完整，具有可比性。

## （二）回复中不同项目下选取的可比公司存在差异的原因及合理性

公司在首次申报及回复证监会反馈问题时，选择了恒立液压、艾迪精密、长龄液压、邵阳液压以及万通液压五家上市公司作为同行业可比公司，在前次向交易所报送的平移文件——招股说明书中新增拟上市公司福事特作为同行业可比公司。

福事特的主要产品为硬管总成、软管总成、管接头及油箱等，在硬管和油箱产品上与公司为直接竞争对手。首次申报时，福事特尚未向深交所提交申请文件，缺少公开信息，因此公司未将其纳入可比公司。公司此次向交易所报送平移文件时，福事特已经公开披露了其招股说明书（申报稿）及其他相关材料，能够获取财务数据及其他相关信息，因此公司在前次向交易所报送的平移文件——招股说明书中将其纳入同行业可比公司，具有合理性。

二、结合公司油箱、硬管及金属饰件等主要产品与同行业可比公司在技术指标、下游产品应用等方面的对比情况详细说明发行人各主要产品毛利率与同行业可比公司是否存在差异及原因。

### （一）油箱

同行业可比公司中，福事特的油箱产品与公司的油箱产品具有相似性，报告期内，福事特和公司油箱产品毛利率的对比情况如下：

公司名称	2022年	2021年	2020年
福事特	17.52%	23.03%	18.67%
耀坤液压	25.34%	24.03%	27.92%

注：同行业可比公司数据来自于其公开披露信息；公司毛利率计算剔除运费、仓储费及股权股份支付影响。

报告期各期，公司油箱收入金额分别为 32,221.58 万元、36,046.69 万元及 26,417.77 万元。2020 年至 2022 年，福事特油箱销售收入分别为 10.79 万元和 2,529.31 万元和 2,642.24 万元，油箱产品为其开拓的新产品，尚未形成市场规模，为切入市场其采用市场定价渗透战略进行油箱生产销售的布局。公司油箱毛利率与其可比性不强。

### （二）硬管

同行业可比公司中，福事特的硬管总成产品与公司的硬管产品具有相似性，报告期内，其硬管总成产品毛利率与公司硬管产品毛利率的对比情况如下：

公司名称	2022年	2021年	2020年
福事特	35.31%	36.93%	39.91%
耀坤液压	40.53%	40.37%	43.22%

注：同行业可比公司数据来自于其公开披露信息；公司毛利率计算剔除运费、仓储费及股权股份支付影响。

#### 1、技术指标

公司硬管产品与福事特硬管总成产品关键性能指标对比情况如下：

产品关键性能指标	主要指标描述	公司参数	福事特	行业平均水平
扁平度	扁平度，指硬管弯曲部位截面的长短径之比，扁平度越低，硬管的耐压性越强，寿命也越长。	$\leq 1.03$	$< 1.04$	$\leq 1.10$

产品关键性能指标	主要指标描述	公司参数	福事特	行业平均水平
清洁度	清洁度，指液压元件特定部位允许残留污染物的指标，保证清洁度的目的是降低液压元件的磨损和堵塞，提高液压元件的使用寿命。	最大颗粒物 <0.4mm 异物总重≤ 20mg/m <sup>2</sup>	NAS 8 级	异物总重≤ 100mg/m <sup>2</sup>
耐压性	耐压性，指液压元件长期正常使用时可承受的最高压力，可承受的压力越高，则元件使用寿命越长，一般以能够承受工作压力的 4 倍作为性能测试的标准。	管路工作压力 可达 42MPa	管路工作压力 可达 42MPa	管路工作压力 可达 35MPa
可靠性	抗疲劳性，指液压元件承受复合载荷的能力，更高的抗疲劳能力，则液压元件具有更长的使用寿命。	≥210 万次循环脉冲测试	≥200 万次循环脉冲测试	≥100 万次循环脉冲测试
	耐腐蚀性，指液压元件抵抗周围环境物质与其发生化学反应而受到腐蚀破坏的能力。更高的耐腐蚀性可提高液压元件的使用寿命。	镀锌中性盐雾 时间可达 240 小时以上，硬 管总成色漆 (粉) 可达 1000 小时以上	镀锌中性盐雾 时间可达 240 小时以上，硬 管总成色漆 (粉) 可达 1000 小时以上	镀锌中性盐雾 时间可达 72 小时左右，硬管总成色漆(粉) 可达 480 小时左右

注：同行业可比公司数据来自于其公开披露信息。

经过多年的技术积累，公司硬管产品形成了低椭圆度弯曲控制技术、高精度管端成型非焊接管路连接技术以及硬管表面处理工艺等核心自有技术，上述技术的运用极大提高了硬管产品的性能。

## 2、下游产品应用

公司硬管产品与福事特硬管总成产品的下游应用领域及主要客户对比情况如下：

公司名称	下游应用领域	主要客户
福事特	主要应用于工程机械行业	三一集团等
耀坤液压	主要应用于工程机械行业	卡特彼勒、小松、沃尔沃、徐工集团等

注：同行业可比公司信息来源于其公开披露信息。

在下游产品应用方面，公司与福事特的下游应用领域均为工程机械行业，福事特的主要客户三一集团，公司主要客户包括卡特彼勒、小松、沃尔沃以及



徐工集团等国内外知名工程机械主机厂商。

### 3、与同行业可比公司毛利率的差异以及原因

公司硬管产品的毛利率高于福事特的硬管总成产品的毛利率，主要原因如下：

(1) 从产品技术指标上看，公司和福事特均高于行业平均水平，公司因为进入行业更早，积累的生产、技术、工艺经验更为丰富，在部分指标上公司具有一定优势，因此公司硬管产品具有更强的市场竞争力，议价能力更强；

(2) 从下游产品应用来看，公司主要客户为卡特彼勒、小松、沃尔沃、徐工集团等国内外领先的工程机械主机厂商，福事特的客户以三一集团为主，下游客户存在差异，因此毛利率存在一定差异。

综上，公司硬管产品毛利率略高于福事特的硬管总成产品具有合理性。

#### (三) 金属饰件

同行业可比公司中没有与公司的金属饰件产品具有相似性的产品。报告期内公司金属饰件产品的毛利率如下表所示：

公司名称	2022年	2021年	2020年
耀坤液压	34.40%	37.10%	40.25%

注：上述毛利率剔除运费、仓储费及股权股份支付影响。

#### 1、技术指标

公司金属饰件关键性能指标与行业平均水平对比情况如下：

产品关键性能指标	主要指标描述	公司参数	行业平均水平	行业平均水平参考标准
外观等级	外观等级是指产品的表面外观级别，在失光率保持不变的情况下，耐氙灯老化测试时间越长，产品外观的保持性越好，色差越小产品颜色一致性越好。	耐氙灯老化 2,300小时失光率 $\leq 5\%$ ，色差 $\Delta E \leq 1.0$	耐氙灯老化 1,000小时失光率 $\leq 5\%$ ，色差 $\Delta E \leq 1.5$	主要客户质量标准

经过多年的技术积累，公司金属饰件产品形成了工装技术等核心自有技术，提高了产品的外观等级，因此公司金属饰件的毛利率整体较高。

#### 2、下游产品应用

公司金属饰件产品的下游应用领域及主要客户对比情况如下：

公司名称	下游应用领域	主要客户
耀坤液压	主要应用于工程机械行业	卡特彼勒、沃尔沃、神钢建机、小松、宝马格等

公司金属饰件产品已经成功进入卡特彼勒、沃尔沃、神钢建机、小松、宝马格等国内外知名工程机械厂商的供应体系，并于上述客户合作多年，合作关系稳定。

### 3、与同行业可比公司毛利率的差异以及原因

同行业可比公司中没有与公司的金属饰件产品具有相似性的产品。公司金属饰件产品毛利率相对较高，主要原因系：

(1) 公司金属饰件产品可靠性能优异，得到了客户的充分认可，公司与主要客户合作关系良好，合作稳定。

(2) 报告期内，公司向部分客户销售的产品型号多达数千种，具有小批量、多品种、定制化的特点，公司能够快速响应下游客户小批量、多品种、定制化的需求，因此议价能力相对较强，毛利率相对较高。

综上所述，公司各主要产品毛利率与同行业可比公司存在差异具有合理性。

三、说明公司油箱、硬管及金属饰件等主要产品内、外销毛利率变动情况及原因，与同行业可比公司是否存在差异及原因。

(一) 公司油箱、硬管及金属饰件等主要产品内、外销毛利率变动情况及原因

报告期内，公司油箱、硬管及金属饰件产品的内、外销毛利率情况如下：

单位：万元

项目		2022年度		2021年度		2020年度	
		毛利率	销售金额	毛利率	销售金额	毛利率	销售金额
油箱	内销	18.30%	17,701.07	21.78%	29,742.87	27.04%	29,153.69
	外销	39.65%	8,716.70	34.62%	6,303.82	36.32%	3,067.89
	合计	<b>25.34%</b>	<b>26,417.77</b>	<b>24.03%</b>	<b>36,046.69</b>	<b>27.92%</b>	<b>32,221.58</b>
硬管	内销	41.29%	23,441.52	40.65%	29,710.21	43.12%	24,927.08
	外销	37.63%	6,181.51	37.56%	2,959.11	46.61%	774.77

项目		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		毛利率	销售金额	毛利率	销售金额	毛利率	销售金额
	合计	40.53%	29,623.02	40.37%	32,669.32	43.22%	25,701.85
金属饰件	内销	35.52%	8,710.15	37.33%	10,151.16	38.39%	8,764.74
	外销	31.99%	4,056.44	36.29%	2,909.08	50.48%	1,593.03
	合计	34.40%	12,766.58	37.10%	13,060.24	40.25%	10,357.78

注：毛利率计算剔除运费、仓储费和股权激励费的影响

公司硬管和金属饰件内外销毛利率差异相对较小。油箱内销和外销毛利存在差异，主要原因系：一方面，公司油箱产品境外销售客户以卡特彼勒、神钢建机、小松等外资主机制造商为主，境内销售客户除卡特彼勒外，还包括徐工集团、沃尔沃（山东临工）、柳工集团等大型国内主机制造商，该等大型国内主机制造商对于油箱产品的需求量大，且倾向于选取多家供应商进行比价采购，市场竞争相对较为激烈，公司为了维持相关的市场份额，定价相对较低，该等客户毛利率较低；另一方面，公司对部分境外客户销售需承担运输费用、报关费和代理费等费用，同时，境外销售产品返修成本高，风险相对偏大。此外，公司外销大部分客户以美元计价，公司额外承担了汇率波动的风险，因此报价相对较高。

2021 年和 2022 年公司硬管内销毛利率高于外销的主要系内外销客户及产品差异所致。

2021 年和 2022 年，公司金属饰件外销毛利率相对较低的主要原因系：子公司泰国耀坤为拓展金属饰件业务，产品报价相对较低所致。总体而言，公司硬管和金属饰件内外销毛利率差异相对较小。

报告期内，公司主要产品境内、境外销售同类产品的毛利率（剔除运费、仓储费、股份支付影响）对比分析如下：

## 1、油箱产品

### （1）内销

报告期内，公司内销油箱产品单位价格、单位成本、毛利率情况如下表：

单位：元/件

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
----	---------	---------	---------

	金额	变动比率/ 变动百分比	金额	变动比率/ 变动百分比	金额
单位价格	2,171.72	0.02%	2,171.23	-0.40%	2,179.93
单位成本	1,774.34	4.48%	1,698.27	6.77%	1,590.54
毛利率	18.30%	-3.49	21.78%	-5.25	27.04%

报告期各期，公司油箱内销毛利率分别为 27.04%、21.78%和 18.30%，呈现下降趋势。由上表可知，2021 年，油箱内销毛利率下降 5.25 个百分点主要系成本变动影响所致，成本上涨的原因主要系原材料钢板价格上涨所致；2022 年，油箱内销毛利率下降 3.49 个百分点主要系成本变动影响所致，虽然当期原材料价格有所下滑，但受国内行业周期下行影响，沃尔沃、柳工集团、徐工集团等境内主机厂商产品需求减少，内销油箱产品产量有所下降，公司境内主体规模效应减弱使得单位人工成本及单位制造费用上涨，成本上涨引致毛利率有所下降。

## （2）外销

报告期内，公司外销油箱产品单位价格、单位成本、毛利率情况如下表：

单位：元/件

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	变动比率/ 变动百分比	金额	变动比率/ 变动百分比	金额
单位价格	4,360.75	6.26%	4,103.78	0.63%	4,078.02
单位成本	2,631.75	-1.92%	2,683.19	3.33%	2,596.74
毛利率	39.65%	5.03	34.62%	-1.71	36.32%

报告期各期，公司油箱外销毛利率分别为 36.32%、34.62%和 39.65%，有所波动。由上表可知，2021 年，油箱外销毛利率基本保持稳定；2022 年，油箱外销毛利率上涨 5.03 个百分点主要系：一方面，大挖油箱（大于等于 30 吨）和其他机型油箱收入占比增长 8.40 个百分点引致单位价格上涨，另一方面，原材料价格有所下滑，同时随着小松、神钢建机和卡特彼勒等客户境外需求上涨，子公司泰国耀坤油箱产量上涨较多，规模效应导致单位制造费用下降，综合引致单位成本下降，成本下降的情况下价格上涨引致毛利率上涨。

## 2、硬管产品

### （1）内销

报告期内，公司内销硬管产品单位价格、单位成本、毛利率情况如下表：

单位：元/件

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	变动比率/ 变动百分比	金额	变动比率/ 变动百分比	金额
单位价格	192.89	6.36%	181.35	-2.32%	185.65
单位成本	113.25	5.22%	107.62	1.91%	105.60
毛利率	41.29%	0.64	40.65%	-2.47	43.12%

报告期内，硬管内销毛利率分别为 43.12%、40.65%、41.29%，总体保持稳定。

## （2）外销

报告期内，公司外销硬管产品单位价格、单位成本、毛利率情况如下表：

单位：元/件

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	变动比率/ 变动百分比	金额	变动比率/ 变动百分比	金额
单位价格	208.25	10.62%	188.26	2.57%	183.53
单位成本	129.88	10.50%	117.54	19.94%	98.00
毛利率	37.63%	0.07	37.56%	-9.04	46.61%

报告期各期，硬管外销毛利率分别为 46.61%、37.56%、37.63%，有所波动。2021 年，硬管外销毛利率同比减少 9.04 个百分点，主要原因系：一方面，硬管外销收入较上年增长 2,184.34 万元，同比上涨 281.93%，硬管外销收入增长较多主要系经销模式下公司向小松（日本）销售的硬管产品增长所致，受产品规格型号差异的影响，新增量产的外销硬管产品单位价格和单位成本较高，产品结构变动引致单位成本上涨；另一方面，硬管外销主要客户卡特彼勒与公司协商后下调部分产品价格，因此单位价格上涨幅度小于单位成本上涨幅度引致硬管外销毛利率有所下降。2022 年，硬管外销毛利率基本保持稳定。

## 3、金属饰件

### （1）内销

报告期内，公司内销金属饰件产品单位价格、单位成本、毛利率情况如下表：

单位：元/件

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	变动比率/ 变动百分比	金额	变动比率/ 变动百分比	金额
单位价格	119.30	0.15%	119.12	-1.44%	120.86
单位成本	76.92	3.04%	74.65	0.25%	74.46
毛利率	35.52%	-1.81	37.33%	-1.06	38.39%

报告期内，金属饰件内销毛利率分别为 38.39%、37.33%和 35.25%，总体保持稳定。

## (2) 外销

报告期内，公司外销金属饰件产品单位价格、单位成本、毛利率情况如下表：

单位：元/件

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	变动比率/ 变动百分比	金额	变动比率/ 变动百分比	金额
单位价格	366.19	24.76%	293.50	1.80%	288.33
单位成本	249.04	33.18%	186.99	30.96%	142.78
毛利率	31.99%	-4.30	36.29%	-14.19	50.48%

报告期内，金属饰件外销毛利率分别为 50.48%、36.29%和 31.99%，呈现下降趋势。

2021 年，公司金属饰件外销毛利率较上年减少 14.19 个百分点，主要原因系：一方面，金属饰件当年外销收入增长 1,316.04 万元，同比上涨 82.61%，新增量产的金属饰件产品单位成本、单位价格较高，同时当期卡特彼勒与公司协商后下调部分产品价格，产品结构变动和协商降价综合引致单位价格上涨 1.80%；另一方面，受原材料钢材价格上涨、政府社保减免政策取消和结构变动的综合影响，单位成本上涨 30.96 个百分点，单位成本上涨幅度大于单位价格上涨幅度引致毛利率下降。

2022 年，公司金属饰件毛利率较上年减少 4.30 个百分点，主要原因系：一方面，子公司泰国耀坤销售给卡特彼勒部分型号产品下调价格；另一方面，为扩展东南亚业务，子公司泰国耀坤销售的金属饰件产品定价相对较低，随着泰

国耀坤销售的金属饰件产品收入占金属饰件外销收入的比例上涨，引致毛利率有所下降。

## （二）与同行业可比公司是否存在差异及原因

公司与恒立液压、艾迪精密、长龄液压、邵阳液压以及万通液压具体产品类型不同，与福事特存在相近的硬管和油箱产品，福事特油箱和硬管产品仅面向国内市场，相近产品的内销毛利率对比分析情况如下：

### 1、硬管

公司与福事特相近的硬管产品的毛利率比较情况如下：

公司名称	相近产品	2022 年度	2021 年度	2020 年度
福事特	硬管总成	35.31%	36.93%	39.91%
耀坤液压	硬管	41.29%	40.65%	43.12%

注：上表数据来源于同行业可比公司公开信息；公司毛利率计算剔除运费、仓储费及股权股份支付影响。

由上表可知，报告期内，公司与福事特硬管产品毛利率差异较小，且变动趋势基本一致。公司硬管产品毛利率略高于福事特的主要原因系：一方面，从产品性能上看，公司和福事特均高于行业平均水平，公司因为进入行业更早，积累的生产、技术、工艺经验更为丰富，在部分指标上公司具有一定优势，因此公司硬管产品具有更强的市场竞争力，议价能力更强；另一方面，从下游产品应用来看，公司硬管产品的主要客户为卡特彼勒、小松、沃尔沃、徐工集团等工程机械主机厂商，根据福事特公开信息披露，福事特硬管产品的主要客户为三一集团，下游客户存在差异，引致毛利率有所差异。

### 2、油箱

公司与福事特相近的油箱产品的毛利率比较情况如下：

公司名称	相近产品	2022 年度	2021 年度	2020 年度
福事特	油箱	17.52%	23.03%	18.67%
耀坤液压	油箱	18.30%	21.78%	27.04%

注：上表数据来源于同行业可比公司公开信息；公司毛利率计算剔除运费、仓储费及股权股份支付影响。

报告期各期，公司内销油箱收入金额分别为 29,153.69 万元、29,742.87 万元及 17,701.07 万元。2020 年至 2022 年，福事特油箱销售收入分别为 10.79 万

元、2,529.31 万元和 2,642.24 万元，油箱产品为其开拓的新产品，尚未形成市场规模，为切入市场其采用市场定价渗透战略进行油箱生产销售的布局。公司油箱毛利率与其可比性不强。

综上所述，公司与福事特相近产品内销毛利率存在差异具有合理性。

四、结合公司下游工程机械行业周期变化情况、同行业竞争情况、发行人主要产品的核心竞争力等进一步说明下游行业周期波动对公司主要产品价格及毛利率的影响，以及公司拟采取的应对措施。

（一）结合公司下游工程机械行业周期变化情况、同行业竞争情况、发行人主要产品的核心竞争力等进一步说明下游行业周期波动对公司主要产品价格及毛利率的影响

#### 1、下游工程机械行业周期变化情况

从国内工程机械行业来看，挖掘机等基建设备的发展与宏观经济有较强相关性，国内工程机械行业具有一定的周期性，目前正处于逐步企稳阶段。受下游需求复苏及老旧设备迎来更新高峰期等多重因素的持续发力，自 2016 年下半年起国内工程机械行业需求强劲，高景气持续到 2021 年一季度。2021 年二季度以来，行业逐步进入下行调整期，2022 年挖掘机销量为 26.13 万台，同比下滑 24%。随着房地产调控政策逐步放宽发力，政策出台强化基建加码预期，2022 年 7 月同比转正，8 月持平，9、10、11 月同比增幅扩大，国内边际需求持续改善，出口持续增长，挖掘机销量逐步筑底。2020 年以来，我国工程机械出口销量保持快速增长，有效对冲内需市场下行。受全球基建需求升温以及国产品牌全球化布局加速推进的带动，挖机月度出口销量占比从 2021 年 5 月的 18.92%提升至 2022 年 12 月的 63.54%，2021 年和 2022 年出口销量分别同比增长 96.96%和 59.96%，有效平滑了国内市场的下滑。

整体来看，国内工程机械行业虽处于调整期，但发展将趋于稳定。国内工程机械行业呈现周期性波动，但在社融环境向好、基建投资复苏、房地产行业逐步企稳带来的新增需求下，在工程机械行业在设备使用寿命到期和环保排放标准切换促进存量设备更新，出口需求强劲和机器换人需求提升等因素驱动下，2023 年国内工程机械行业发展将趋于筑底企稳状态。



由于海外国家/地区数较多、经济发展不均衡、各个国家/地区政策各异，因此海外工程机械行业整体周期波动较小。2022年，海外工程机械行业市场需求旺盛，卡特彼勒作为全球工程机械行业龙头企业，是全球工程机械行业的风向标，2022年，卡特彼勒营业收入594.27亿美元，同比增长16.56%。一方面，随着停工停产影响的减弱，各国逐步推出刺激基建的政策计划，一定程度上拉动了海外工程机械行业的需求；另一方面，全球矿山开采需求剧增，进而从中短期维度带动矿山开采相关工程机械投资迅速提升；同时一些快速发展国家（例如印度、印度尼西亚）的城市化进程将为全球工程机械带来长期增长的需求。海外工程机械行业需求强劲，市场空间较大，周期性波动较小。

报告期内，公司主要产品的单位价格和毛利率情况如下：

单位：元/件

产品名称	2022年度		2021年度		2020年度	
	单位售价	毛利率	单位售价	毛利率	单位售价	毛利率
油箱	2,602.84	25.34%	2,366.09	24.03%	2,281.01	27.92%
硬管	195.90	40.53%	181.95	40.37%	185.59	43.22%
金属饰件	151.82	34.40%	137.29	37.10%	132.71	40.25%

注：上述毛利率剔除运费、仓储费及股权股份支付影响。

由上表可知，尽管在国内工程机械行业周期波动下行的情况下，公司主要产品油箱、硬管、金属饰件单价整体保持上涨的趋势，油箱和硬管的毛利率呈现先降后升的趋势，金属饰件产品种类多样，产品结构变动使得毛利率变化幅度相对较大。

综上所述，国内工程机械行业处于筑底企稳的阶段，海外工程机械行业需求持续增长，一方面，公司加强海外市场的开拓力度，完善业务布局，针对现有客户，不断拓展适配新机型的新产品，并开拓现有客户的海外工厂需求，比如小松日本地区、神钢建机日本地区、卡特彼勒北美地区等，同时公司不断开拓新的海外客户，持续完善业务布局，例如三辟拉纳公司、麦克洛斯基公司、玛汀瑞亚公司等；另一方面，公司持续丰富产品品类，开拓工程机械领域其他机型的适配产品以及非工程机械领域的适配产品，比如矿机、发动机等零部件产品。面对行业周期波动的影响，公司主要产品单价和毛利率持续下滑风险较小。

## 2、同行业竞争情况

公司主要从事液压元件及零部件的研发、生产和销售。液压行业是高度市场化的行业，国外液压行业经过相当长时间的整合发展，逐步形成了龙头企业市场占有率较高的局面，尤其是高端液压市场，产品主要由博世力士乐、派克汉尼汾、伊顿、川崎重工和 KYB 等少数几家企业供应。我国液压行业呈现高端液压件供给结构性短缺、中低端领域竞争激烈的局面。行业大量企业生产规模较小，技术水平一般，少数优质企业逐步进入高端领域，盈利情况良好，发展速度较快。

作为国内少数生产规模较大，研发能力、产品质量以及服务能力较强的液压元件生产企业，公司在油箱、硬管、金属饰件产品均形成了自己的核心竞争力和品牌效应，下游工程机械行业全球龙头企业卡特彼勒、小松、神钢建机等以及国内龙头企业徐工集团、山东临工均与公司建立了长期稳定的合作关系，成为国内少数进入高端领域的液压元件厂商。

同行业可比公司中，仅福事特生产油箱及硬管总成，与公司产品具有直接竞争性，福事特工程机械下游客户主要为三一重工，公司下游客户包括卡特彼勒、小松、徐工集团、沃尔沃、柳工集团、神钢建机等海内外主机厂商，客户群体有所差异，形成差异化竞争路线。更为重要的是，公司主要产品的各项关键性能指标均显著优于行业平均水平，部分关键性能指标达到国际领先水平，公司优秀的产品性能和技术工艺水平使得低价竞争风险较小。

## 3、发行人主要产品的核心竞争力

公司主要产品的核心竞争力主要包括以下方面：

### （1）公司产品性能技术指标行业领先

液压元件生产工艺复杂，对材料、加工精度、运行平稳性要求高，且流程工序多、管理难度大，需具备较强的生产工艺控制和过程控制能力，才能大批量生产，并保证产品质量的稳定性。经过多年技术研发与发展，公司已成为国内技术及规模领先的液压元件生产企业之一，公司系高新技术企业、“江苏省专精特新中小企业”，建有“江苏省工程机械装备动力系统关键零部件工程技术研究中心”和“江苏省企业技术中心”。公司对油箱、硬管、金属饰件等主要产

品的技术难点进行长期投入和持续研发，已掌握了各类主要产品的核心技术和工艺，建立了行业领先的技术工艺优势，公司主要产品的各项关键性能指标均显著优于行业平均水平，部分关键性能指标达到国际领先水平，具体技术情况详见本问询回复“1、关于行业及业务模式”之“问题（2）”相关内容。

#### （2）公司构建了成熟多样的产品体系，市场占有率居于国内前列

公司主要产品油箱、硬管、金属饰件具有定制化、多品种特点，根据客户规格型号要求进行生产，公司丰富的产品品类能够满足下游客户的多样化需求，具备定制化生产能力的企业能够保持更高的市场竞争力。公司各主要客户采购的产品型号众多，公司凭借成熟多样的产品体系可满足各类客户不同的个性化要求。公司能够快速响应客户需求，提供定制化的产品并提供持续创新改进的产品服务，产品性能质量得到客户认可。在国内市场方面，公司的主要客户卡特彼勒、徐工集团、柳工集团、小松、沃尔沃、神钢建机等在工程机械行业的市场占有率较高，公司主要产品在客户的供应体系中占据重要地位。公司油箱产品和液压硬管的市场占有率在国内工程机械市场居于国内前列。

#### （3）公司积累了丰富的长期合作客户资源

液压元件的下游行业主要是工程机械等重型工业设备，该类设备对液压元件的性能、稳定性及可靠性要求较高。液压元件的工作环境较为复杂，通常处于高低温、高压、腐蚀及露天作业的复杂环境下，下游主机厂商为确保液压元件的性能、稳定性及可靠性往往需要倾向于与具有较高品牌知名度和品质保证的领先企业建立长期稳定的业务合作关系。公司已成功进入世界主要的工程机械主机厂商的供应体系，公司已经与卡特彼勒、小松、沃尔沃、约翰迪尔、日立建机、JCB、安百拓、神钢建机、特雷克斯、住友重机、JLG、现代工程、宝马格等多家知名外资主机制造商和徐工集团、柳工集团、中国龙工、山东临工、国机重工等多家国内领先的主机制造商建立了长期、稳定的合作关系，形成了较强的客户粘性。

#### （4）公司具有优秀的服务和管理经验优势

因液压行业具有多品种、交货周期短、质量要求高等特点，液压元件生产企业需在原材料采购、生产加工、市场开拓等方面加强综合管理、提高运营效

率，以管控自身的库存及经营风险。公司在紧邻下游主要客户的江苏省江阴市、山东省济宁市以及泰国罗勇府三地均建立了生产基地；另外，公司拟在江苏省徐州市投入募集资金进行生产基地建设，以更为方便的了解客户最新需求的同时，及时响应客户需求，降低运输成本，提高交付速度和售后服务能力。同时，公司实施柔性的生产管理方式，面对客户需求变化时，能够对生产计划、生产资源进行了及时布置和调整。针对客户反馈的问题，公司技术部门、生产部门、市场部门等多部门建立了联动响应机制，能够第一时间响应客户需求，及时为客户解决问题，提升客户满意度，维系良好的客户资源。公司将精细化的管理理念、完善的流程控制制度和先进的管理系统相结合，公司产品批量化、高效化、高品质的快速交付以及及时响应客户需求提供了有力支持。

综上所述，上述优势使得公司在面临行业下行周期时，客户依赖度较高，产品价格和毛利率下降的风险较小。

## （二）公司拟采取的应对措施

针对下游行业周期波动对公司主要产品价格及毛利率的影响，公司采取以下应对措施：

1、增强产品的竞争力：公司长期专注于油箱、硬管和金属饰件领域，在产品技术水平和质量方面得到了下游主机客户的广泛认可，在业务规模和人才储备方面相比于同行业竞争对手形成了一定的优势，报告期内油箱和液压硬管产品在中国工程机械市场占有率均居国内前列。未来，公司将持续加大研发投入，丰富产品类型，优化产品结构，进一步增强产品竞争力。

2、向下游客户传导原材料价格波动：对于原材料价格的波动，公司已与下游客户建立了成熟的价格确定与调整机制，能够一定程度上向下游客户传导。报告期内，根据行业惯例，公司一般通过新产品定价及现有量产产品的价格调价机制进行产品的价格调整，具体情况如下：对于新产品，在确定产品销售价格时，公司采用以原材料、人工等成本为基础，参考产品生产工艺技术难度、订单量、市场供求状况、运输距离等因素进行综合定价的方式，公司与下游客户确定新产品销售价格时已经考虑了主要原材料波动所产生影响，从而将上游原材料价格波动一定程度上传导至下游主机厂商。对于现有量产产品，根据主

要原材料价格的波动情况，公司定期与下游主机厂商进行价格协商，从而将上游主要原材料价格波动一定程度上传导至下游主机厂商。

3、加强成本控制：公司持续加强成本控制，对相关主要原材料供应商一般选择多家合格供应商进行比价采购，控制相关原材料采购成本。在采购端，公司将不断改善和拓宽采购渠道，并持续推进进口原材料的国产化进程，通过多种措施缓解主要原材料采购价格波动的风险。增强和改进生产线自动化水平，提高生产效率的同时降低产品成本。

4、推进徐州耀坤顺利投产，扩大行业领先优势：通过徐州耀坤液压有限公司液压元件及零部件生产建设项目的实施，一方面，公司通过购置先进的自动化生产、检测、装配设备，在降低生产成本、提升生产组织效率的同时，可以大幅提升公司的生产技术和工艺水平，提高产品性能及质量；另一方面，公司在徐州建设生产基地，与卡特彼勒（徐州）、徐工集团及山东临工等主要客户更为临近，可以更为方便的了解客户最新需求的同时，及时响应客户需求，同时降低运输成本，提高交付速度和售后服务能力，提升自身整体配套能力，从而扩大行业领先优势，提高自身议价能力。

## 五、申报会计师核查情况

### （一）核查程序

申报会计师针对上述事项执行了如下核查程序：

1、查询了发行人所处行业的企业，对国内经营相似业务的同行业上市公司、拟上市公司进行梳理，了解企业的主营业务和主要产品，以确定所选取可比公司的完整性及可比性；分析不同项目下选取的可比公司存在差异的原因及合理性。

2、查阅公开信息，获取同行业可比公司的产品毛利率情况，结合技术指标、下游产品应用等方面分析毛利率差异的原因。

3、获取发行人收入成本明细表，访谈发行人销售负责人及财务总监，了解和分析公司油箱、硬管及金属饰件等主要产品内、外销毛利率变动情况及原因。

4、访谈发行人总经理，了解下游工程机械行业周期变化情况、同行业竞争

情况、发行人主要产品的核心竞争力等情况以及对于主要产品价格及毛利率可能下降拟采取的应对措施，并分析下游工程机械行业周期变化情况、同行业竞争情况、发行人主要产品的核心竞争力对公司主要产品价格及毛利率的影响。

## **(二) 核查结论**

经核查，申报会计师认为：

1、发行人选取的可比公司完整，具有可比性，回复中不同项目下选取的可比公司存在差异具有合理性。

2、发行人各主要产品毛利率与同行业可比公司存在差异具有合理性。

3、发行人油箱、硬管及金属饰件等主要产品内、外销毛利率变动情况具有合理性，与同行业可比公司存在差异具有合理性。

4、下游行业周期波动导致发行人主要产品价格及毛利率持续下降的风险较小，发行人已采取有效措施应对主要产品价格及毛利率下降的风险。

## **问题 9.关于期间费用**

**申报材料及前次审核问询回复显示：**

(1) 报告期内，发行人分别于 2020 年、2021 年实施了两次股权激励，分别确认股份支付费用 3,486.86 万元、456.40 万元。

(2) 2018 年 12 月，谢耀坤将其持有液压有限部分股权分别转让给丁青平、陈峰、胡建春、周锋、徐艳、张飞，若进行股份支付处理，将调增报告期 2019 年期初资本公积 2,431.01 万元，调减未分配利润 2,431.01 万元，调整额占 2019 年期初未分配利润的比重为 10.66%。前次问询回复中，发行人认为上述金额未对期初未分配利润造成重大影响，不予进行股份支付处理。

(3) 报告期内，剔除运费、仓储费、股权激励费的影响，发行人 2019 年至 2022 年 1-6 月销售费用率为 1.02%、1.01%、1.03%和 1.03%，低于同行业可比公司上市平均水平。

(4) 报告期内，公司研发费用主要为研发人员职工薪酬和材料耗用。2019 年至 2022 年 1-6 月，公司研发费用分别为 2,435.89 万元、3,065.01 万元、

3,594.28 万元和 1,544.99 万元，占同期营业收入的比例分别为 4.18%、4.38%、4.27%和 4.55%。

请发行人：

(1) 披露历次员工持股计划的内容，实际控制人在员工持股平台的股份是否确认股份支付，是否存在未在发行人处任职却参与发行人员工持股计划的情形。

(2) 说明有关法定锁定期、协议锁定期和服务期的约定,以有条件的协议锁定期期限进行股份支付费用分摊的合理性,发行人确定权益工具公允价值的确认方法及相关计算过程,说明股份支付会计处理是否符合《企业会计准则》的相关规定。

(3) 说明认定 2018 年 12 月的股权激励确认股份支付的金额对期初未分配利润不构成重大影响的原因及合理性，是否符合《企业会计准则》的规定。

(4) 结合业务开展模式、下游客户类别等与同行业可比公司的对比情况进一步说明公司销售费用率低于同行业可比公司的原因及合理性，销售人员的划分及销售费用的归集情况，是否存在体外循环或费用垫付的情形。

(5) 说明研发人员的划分标准，是否存在与生产人员混同的情形，研发过程中的原材料的投入与产出情况、损耗情况、研发成品及废料处理情况，对应的会计处理是否符合《企业会计准则》的规定。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

发行人说明

一、披露历次员工持股计划的内容，实际控制人在员工持股平台的股份是否确认股份支付，是否存在未在发行人处任职却参与发行人员工持股计划的情形。

(一) 报告期内员工持股计划的内容

1、2020 年度员工持股计划

2020年3月，公司以增资的方式，通过成立合伙企业丞坤盛势作为员工持股平台，对30位员工（包括实际控制人谢文庆、谢文广）实施股权激励，本次新增注册资本200万元人民币，出资价格为14元/出资额，对应员工持股平台出资额2,800万元。丞坤盛势于2020年3月17日完成工商变更手续，于2020年4月1日前缴纳完毕全部出资。

本次股权激励涉及人员的名单和股权激励时的任职情况如下：

序号	姓名	部门岗位	序号	姓名	部门岗位
1	谢文庆	总经理	16	许建中	品管部科长
2	谢文广	副总经理	17	罗宗强	技术部科长
3	刘磊	坤佳机械负责人	18	刘伟善	技术部科长
4	闵振华	副总经理	19	何六俊	品管部科长
5	丁青平	副总经理	20	杨磊	市场部科长
6	刘智宇	泰国耀坤负责人	21	彭勇	计划物料部科长
7	周锋	副总经理	22	张泽	车间主任
8	徐园会	财务部部长	23	殷仲男	人力资源部科长
9	徐艳	计划物料部部长	24	蒋叶伟	工程部科长
10	顾洪仁	生产部部长	25	周永贵	计划物料部科长
11	陈峰	安环部部长	26	朱仁海	车间主任
12	尹玉斌	采购部部长	27	彭华金	车间主任
13	李笑	技术部部长	28	罗华平	副总经理助理
14	谢成良	车间主任	29	高燕杜	品管部科长
15	张飞	人力资源部部长	30	于燕波	工程部科长

## （二）2021年度员工持股计划

2021年10月，公司实际控制人之一谢文广将所持丞坤盛势部分出资额（对应公司股份35.00万股）转让给部分核心员工实施股权激励，对应公司股份的转让价格为5.84元/股。2021年11月，上述核心员工已将转让价款支付给谢文广，丞坤盛势于2021年11月11日完成工商变更手续。

本次股权激励涉及人员的名单和股权激励时的任职情况如下：

序号	姓名	部门岗位
1	耿小尚	财务部科长



序号	姓名	部门岗位
2	郁兆华	工程部部长
3	尉书官	信息技术部科长
4	谢志娟	财务部科长
5	谢勇	生产部科长

(三) 实际控制人在员工持股平台的股份确认股份支付情况及是否未在发行人处任职却参与发行人员工持股计划的情形

1、2020 年度员工持股计划

实际控制人在 2020 年度员工持股计划中，新增出资额及持股比例情况如下：

单位：万元

实际控制人	原出资额	通过持股平台新增出资额	合计出资额	原持股比例	通过持股平台增资后持股比例
谢文庆	472.00	10.00	482.00	20.00%	18.83%
谢文广	472.00	46.00	518.00	20.00%	20.23%

根据《监管规则适用指引-发行类第 5 号》5-1 的相关规定，“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,且超过其原持股比例而获得的新增股份,应属于股份支付。”

本次增资后，实际控制人谢文庆持股比例下降，其对应的 10 万出资额不确认股份支付费用，实际控制人谢文广持股比例由 20%提高至 20.23%，其超过原持股比例获得的新增股份（计 6 万出资额）确认股份支付费用 139.47 万元。

实际控制人确认股权激励费用金额如下：

项目	金额	
以 2019 年 12 月 31 日为估值基准日，液压有限股东全部权益价值的估值（万元）①	87,900.00	
总出资额（万元）②	2,360.00	
公允价值/出资额（元/出资额）③=①÷②	37.25	
入股价格（元/出资额）④	14.00	
合计新增出资额（万元）⑤	谢文庆	0.00
	谢文广	6.00
股份支付费用（万元）⑥=（③-④）×⑤	139.47	

2、2021 年度员工持股计划

2021 年度员工持股计划为实际控制人谢文广将其持有的持股平台份额转让给核心员工实施股权激励，不涉及实际控制人持股比例的增加。

### 3、是否未在发行人处任职却参与发行人员工持股计划的情形

上述员工持股计划参与人员全部在公司任职，不存在未在公司任职却参与公司员工持股计划的情形。

综上，实际控制人在员工持股平台的超过其原持股比例而获得的新增股份已确认股份支付，不存在未在公司任职却参与公司员工持股计划的情形。

二、说明有关法定锁定期、协议锁定期和服务期的约定,以有条件的协议锁定期期限进行股份支付费用分摊的合理性,发行人确定权益工具公允价值的确认方法及相关计算过程,说明股份支付会计处理是否符合《企业会计准则》的相关规定。

#### （一）法定锁定期的约定

根据《首次公开发行股票注册管理办法》第四十五条规定“发行人控股股东和实际控制人及其亲属应当披露所持股份自发行人股票上市之日起三十六个月不得转让的锁定安排”。

员工持股平台丞坤盛势的执行事务合伙人为实际控制人之一谢文庆，丞坤盛势为实际控制人谢文庆控制的企业，丞坤盛势已根据法规要求承诺“自发行人股票上市之日起 36 个月内，本企业不转让或者委托他人管理本企业所直接和间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行股份，也不由发行人回购该部分股份。”

#### （二）协议锁定期的约定

丞坤盛势合伙协议第三十四条约定“全体合伙人一致同意，如未来江阴液压拟申请在证券交易所首次公开发行股份并上市（以下简称“IPO”），则合伙人将按照法律、法规、IPO 证券监管政策及其出具的相关承诺在限定期限内不转让、赠与或处置其所持合伙企业的财产份额（“限售期”），以及限售期届满后，依法依规地减持转让其相关财产份额。”

#### （三）服务期的约定

丞坤盛势合伙协议未约定服务期限，对于离职回售，约定了可按届时的公允价值进行回售相关条款，具体如下：《合伙协议》第三十六条约定“合伙人如发生离职、退休、被辞退等情形，执行事务合伙人有权要求其将所持财产份额全部或部分转让予执行事务合伙人或其指定的第三方，其他合伙人无优先受让权，财产份额转让价格将按照届时公允价值协商确定。”

#### **（四）以有条件的协议锁定期期限进行股份支付费用分摊的合理性**

根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》规定：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。

根据《监管规则适用指引-发行类第 5 号》5-1 的相关规定“股份立即授予或转让完成且没有明确约定等待期等限制条件的，股份支付费用原则上应一次性计入发生当期,并作为偶发事项计入非经常性损益。”“发行人在股权激励方案中没有明确约定等待期,但约定一旦职工离职或存在其他情形（例如职工考核不达标等非市场业绩条件），发行人、实际控制人或其指定人员有权回购其所持股份或在职工持股平台所持有财产份额的,应考虑此类条款或实际执行情况是否构成实质性的等待期，尤其关注回购价格影响。回购价格公允,回购仅是股权归属安排的,职工在授予日已获得相关利益,原则上不认定存在等待期,股份支付费用无需分摊。”

公司两次股权激励过程中，均不存在与各激励对象直接约定服务期的情形，虽然相关人员按照法定锁定期或协议锁定期对股份进行了锁定承诺，但该承诺主要是对被授予对象股权转让权利的限制，不属于隐含服务期条款；同时根据合伙协议约定，员工如发生离职、退休、被辞退等情形其财产份额可按届时协商的公允价值出售，回购价格公允，相关人员在授予日实际上已获得相关利益，因此不存在隐含的等待期或服务期。

因此，公司于授予日参照公允价值根据激励对象人员性质一次性分别计入当期管理费用、销售费用、研发费用和主营业务成本，同时相应增加资本公积，具有合理性，符合《企业会计准则》和《监管规则适用指引-发行类第 5 号》的

相关规定。

## （五）发行人确定权益工具公允价值的确认方法及相关计算过程、股份支付会计处理是否符合《企业会计准则》的相关规定

### 1、2020 年度员工持股计划

2020 年 3 月，公司以增资的方式，通过丞坤盛势作为员工持股平台，对 30 位员工（包括实控人谢文庆、谢文广）实施股权激励，本次新增出资 200 万元人民币，对应入股价格为 14 元/出资额。

由于 2020 年度最近一年无外部投资者入股价格或相似股权的公允价格可供参考，公司选用评估价值作为公允价值。根据上海申威资产评估有限公司于 2020 年 9 月 27 日出具的《估值报告》（沪申威咨报字（2020）第 1222 号）确认，评估基准日 2019 年 12 月 31 日，公司全部权益价值为 87,900.00 万元，对应公允价值为 37.25 元/出资额。本次股份支付的具体计算过程如下：

项目		金额
以 2019 年 12 月 31 日为估值基准日，液压有限股东全部权益价值的估值（万元）①		87,900.00
总出资额（万元）②		2,360.00
公允价值/出资额（元/出资额）③=①÷②		37.25
入股价格（元/出资额）④		14.00
合计新增出资额（万元）⑤	谢文庆	0.00
	谢文广	6.00
	其他员工	144.00
股份支付费用（万元）⑥=（③-④）×⑤		3,486.86

本次股权激励共确认股份支付费用 3,486.86 万元，公司根据激励对象人员性质分别一次性计入当期管理费用、销售费用、研发费用和主营业务成本，同时相应增加资本公积。

### 2、2021 年度员工持股计划

2021 年 10 月，发行人实际控制人之一谢文广将所持丞坤盛势部分出资额（对应发行人股份 35.00 万股）转让给部分核心员工实施股权激励，对应发行人股份的价格为 5.84 元/股。

公司选取 2021 年 6 月外部投资机构入股价格作为公允价格，股份公允价值为 18.88 元/股。本次股份支付的具体计算过程如下：

项目	金额
近期外部投资机构入股的价格（元/股）①	18.88
入股价格（元/股）②	5.84
转让股份合计（万股）③	35.00
股份支付费用（万元）④=（①-②）×③	456.40

本次核心员工受让的股份对应的公允价值与出资价格之间的差额 456.40 万元确认为股份支付费用，根据激励对象人员性质分别一次性计入公司当期管理费用和主营业务成本，同时相应增加资本公积。

根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》规定：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。

公司两次股权激励过程中，均不存在与各激励对象直接约定服务期的情形，虽然相关人员按照法定锁定期或协议锁定期对股份进行了锁定承诺，但该承诺主要是对被授予对象股权转让权利的限制，不属于隐含服务期条款；同时根据合伙协议约定，员工一旦发生离职、退休、被辞退等情形可按届时协商的公允价值出售，回购价格公允，相关人员在授予日实际上已获得相关利益，因此不存在隐含的等待期或服务期。因此，公司于授予日参照公允价值根据激励对象人员性质一次性分别计入当期管理费用、销售费用、研发费用和主营业务成本，同时相应增加资本公积，符合《企业会计准则》的相关规定。

综上，公司确定权益工具公允价值的确认方法及相关计算过程合理，报告期内股份支付会计处理符合《企业会计准则》的相关规定。

**三、说明认定 2018 年 12 月的股权激励确认股份支付的金额对期初未分配利润不构成重大影响的原因及合理性，是否符合《企业会计准则》的规定。**

2018 年 12 月，谢耀坤将其持有液压有限的 1.00%、0.60%、0.30%、0.40%、0.40%、0.20%股权分别转让给丁青平、陈峰、胡建春、周锋、徐艳、张飞，转让价格为 8.47 元/出资额。

针对 2018 年 12 月股权转让，从谨慎性角度考虑，根据申威评估于 2020 年 9 月 27 日出具的《估值报告》（沪申威咨报字（2020）第 1222 号），于评估基准日 2019 年 12 月 31 日，公司股权的公允价格为 37.25 元/出资额，市盈率为 9.14，并且参考拟 IPO 企业的一级市场估值习惯，公司按照 9 倍市盈率计算估值测算。2018 年，公司净利润/出资额为 4.89 元（未经审计），经测算后公允价值为 43.99 元/出资额。

假设本次股权转让进行股份支付的会计处理，根据股权转让协议，本次股权转让未设定服务期，也不存在限制性条件和回购条款，因此一次性确认股份支付费用，具体计算过程如下：

项目		数值
2018 年 12 月公允价格（元/出资额）①		43.99
员工受让股权转让价格（元/出资额）②		8.47
对应转让给员工的发行人股数 （万出资额）③	丁青平	23.60
	陈峰	14.16
	周锋	9.44
	徐艳	9.44
	张飞	4.72
	胡建春	7.08
	合计	68.44
股份支付费用（万元）④=（①-②）×③		2,431.01

根据上表，假设 2018 年 12 月股权转让进行股份支付处理，将确认股权激励费用 2,431.01 万元。上述股权激励费用将影响公司 2019 年初未分配利润金额及 2019 年末未分配利润金额。公司在 2020 年 11 月整体变更为股份有限公司，因此上述股权激励费用不影响 2020 年末及以后未分配利润金额。

上述股权激励费用对公司 2019 年至 2020 年财务报表科目的影响金额情况如下：

单位：万元

报表科目	2019 年 1 月 1 日			2019 年 12 月 31 日			2020 年 12 月 31 日		
	调整前	调整后	差异	调整前	调整后	差异	调整前	调整后	差异
资本公积	-	2,431.01	-2,431.01	-	2,431.01	-2,431.01	26,090.91	26,090.91	-
未分配利润	22,798.95	20,367.94	2,431.01	29,682.85	27,251.84	2,431.01	8,971.59	8,971.59	-

所有者权益合计	27,911.58	27,911.58	-	36,764.46	36,764.46	-	45,547.06	45,547.06	-
---------	-----------	-----------	---	-----------	-----------	---	-----------	-----------	---

根据上表，若 2018 年 12 月股权转让进行股份支付处理，将调减 2019 年初未分配利润 2,431.01 万元，调整额占 2019 年期初未分配利润的比重为 10.66%；将调减 2019 年末未分配利润 2,431.01 万元，占 2019 年末未分配利润的比例为 8.19%。

根据原《首发业务若干问题解答》，“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》。”

根据《监管规则适用指引——发行类第 5 号》5-1 的相关规定“发行人向职工（含持股平台）、顾问、客户、供应商及其他利益相关方等新增股份，以及主要股东及其关联方向职工（含持股平台）、客户、供应商及其他利益相关方等转让股份，发行人应根据重要性水平，依据实质重于形式原则，对相关协议、交易安排及实际执行情况进行综合判断，并进行相应会计处理。”

根据《企业会计准则——基本准则》第四条规定，“企业应当编制财务会计报告（又称财务报告，下同）。财务会计报告的目标是向财务会计报告使用者提供与企业财务状况、经营成果和现金流量等有关的会计信息，反映企业管理层受托责任履行情况，有助于财务会计报告使用者作出经济决策。”

2018 年 12 月确认股权激励费用对公司 2019 年初未分配利润、2019 年末未分配利润的影响金额不重大，且不影响 2020 年末及以后期间的报表科目金额；是否确认股权激励费用亦不影响所有者权益总额，不影响报告期企业财务状况、经营成果和现金流量等有关的会计信息，不会对财务会计报告使用者作出经济决策产生重大影响。因此，认定 2018 年 12 月的股权激励确认股份支付的金额对期初未分配利润不构成重大影响具有合理性，相关处理符合《企业会计准则》的规定。

四、结合业务开展模式、下游客户类别等与同行业可比公司的对比情况进一步说明公司销售费用率低于同行业可比公司的原因及合理性，销售人员的划分及销售费用的归集情况，是否存在体外循环或费用垫付的情形。

（一）结合业务开展模式、下游客户类别等与同行业可比公司的对比情况

## 进一步说明公司销售费用率低于同行业可比公司的原因及合理性

### 1、公司销售费用率与同行业可比公司对比情况

报告期内，公司销售费用率（剔除股权激励费用）与同行业可比公司对比情况如下：

公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
恒立液压	1.51%	1.20%	1.36%
艾迪精密	4.72%	4.34%	4.09%
长龄液压	1.58%	1.25%	1.02%
邵阳液压	3.75%	2.51%	3.88%
万通液压	1.51%	1.72%	1.93%
福事特	4.11%	4.39%	4.93%
平均值	2.86%	2.57%	2.87%
耀坤液压（剔除股份支付影响）	1.19%	1.03%	1.01%

注：同行业可比公司信息来源于其公开披露信息。

2020 年至 2022 年，公司销售费用率（剔除股份支付影响）分别为 1.01%、1.03%和 1.19%，公司销售费用率低于同行业可比公司，与恒立液压、长龄液压和万通液压较为接近，低于艾迪精密、邵阳液压与福事特。

### 2、公司业务开展模式及下游客户类别情况

公司主要从事液压元件及零部件的研发、生产和销售，主要产品为油箱、硬管和金属饰件等，主要应用于挖掘机等各类工程机械主机设备，自设立以来，公司一直专注于液压元件及零部件等领域，经过多年的自主创新，构建了完整的油箱、硬管、金属饰件产品体系，为客户提供了技术先进、工艺成熟、质量优异、性能稳定的产品，形成了较强的品牌优势和竞争优势。公司主要采用直销的销售模式，下游客户主要系国内外知名的工程机械等主机生产厂商，包括卡特彼勒、沃尔沃、徐工集团、小松、柳工集团、神钢建机等，下游客户的准入门槛较高，公司需要经过商务谈判、评审、试制、验证等多个环节后才可以进入主机厂商的配套体系并批量供货。一旦成功进入主机厂配套体系并批量供货后，出于时间成本和机会成本的考虑，公司与下游客户将形成较为长期、稳定的合作关系，客户粘性高，因此公司与主要客户均合作多年，合作关系与合作模式稳定。



综上所述，公司主要采用直销模式销售产品，可以快速响应客户需求，得益于公司产品良好的性能、优异的质量、稳定的供应能力，公司与工程机械行业的大型主机厂商一直维持长期稳定的合作关系，维系与拓展客户的成本相对较低。

### 3、同行业可比公司业务开展模式及下游客户类别情况

同行业可比公司主要产品、业务模式、下游客户情况如下：

公司名称	主营业务产品	业务开展模式	下游客户主要类别
恒立液压	挖掘机专用油缸、重型装备用非标准油缸、液压泵等	采用配套直销的销售模式，针对挖掘机客户，销售部组织专业团队对重点客户进行开拓和销售服务；针对重型装备客户，销售部对国内和国际市场进行区域划分，由每个团队负责各自区域内重型装备用油缸市场的销售	工程机械、新能源、工业机械、海工海事机械等
艾迪精密	液压破碎锤等液压破碎属具和液压泵、液压马达、多路控制阀等液压件	采用直销与经销相结合的销售模式，对于经销商销售的产品采用买断方式，公司对于各地区经销商的经营情况持续跟踪，对于经销商销售公司产品过程中遇到的各种问题给予其及时的技术指导	工程机械等
长龄液压	中央回转接头、张紧装置等	采用直销的销售模式，与主要主机厂商客户签订年度框架合同，在合同期内由客户下达订单；对于下游挖掘机和重型装备潜在客户，公司销售部组织专业团队进行开拓和销售服务。公司以纳入主机厂的供应商体系作为销售工作的核心，一旦通过主机厂认证进入供应体系，公司将组织拓展与该主机厂商技术、质量、商务等全方位的服务与合作	工程机械等
邵阳液压	液压柱塞泵、液压缸、液压系统等	采用直销为主、经销为辅的销售模式，构建了以液压柱塞泵、液压缸和液压系统为核心的产品体系和液压专业技术服务体系	机电设备、工程机械等
万通液压	包括自卸车专用油缸、机械装备用油缸和油气弹簧等	采用直销的销售模式，主要向汽车生产改装企业、煤炭综采装备制造企业、特种装备制造企业及工程机械制造企业等销售汽车及工程机械用油缸，产品存在一定定制化特征。公司销售部门负责根据自身经营目标制定销售计划、协调计划执行，并进行客户管理，长期跟踪客户的动态	特种车辆、车辆机械等
福事特	硬管总成、软管总成、管接头及油箱等	采用直销的销售模式，针对主机厂配套生产市场，公司直接销售产品给主机厂，用于其设备制造并销售给其终端客户；针对后维修市场，公司直接销售产品给设备终端用户主要用于其自用设备的维修及更换	工程机械、矿山机械等

注：同行业可比公司信息来源于其公开披露信息。

#### 4、公司销售费用率低于同行业可比公司的原因及合理性

报告期内，公司销售费用率低于同行业可比公司，主要原因系公司业务开展模式、下游客户类别等与同行业可比公司存在一定差异引致公司市场维护和开发相关费用率、职工薪酬费用率、售后费用率相对较低。

##### (1) 市场维护和开发相关费用率分析

报告期内，公司市场维护和开发相关费用率（包括业务招待费、差旅费、广告宣传费、市场推广费等）与同行业可比公司对比如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
恒立液压	0.45%	0.49%	0.43%
艾迪精密	0.81%	1.12%	0.90%
长龄液压	0.24%	0.27%	0.45%
邵阳液压	1.67%	1.15%	0.79%
万通液压	0.37%	0.58%	0.56%
福事特	0.59%	0.86%	0.99%
平均值	0.69%	0.74%	0.69%
耀坤液压	0.37%	0.43%	0.42%

注：同行业可比公司信息来源于其公开披露信息。

由上表可知，同行业可比公司中恒立液压、长龄液压、万通液压的市场维护和开发相关费用率与公司差异较小，艾迪精密、邵阳液压和福事特的市场维护和开发相关费用率高于公司。

公司主要产品为油箱、硬管和金属饰件，为定制化产品，销售模式以直销为主，与主要客户长期合作，合作稳定，客户较为集中，维系成本相对较低；同时，公司以江苏江阴为中心，根据客户所在区域，配套在山东济宁、泰国罗勇府建立产销基地；另外，公司主要客户均为行业排名领先的工程机械行业主机厂商，依托与主要客户的深度合作，公司较为容易开拓其他主机厂商，市场开拓成本相对较低。上述业务开展情况与下游客户类别引致公司市场维护、开发相关的业务招待费、差旅费、广告宣传费、市场推广费等相对较低。

艾迪精密的市场维护和开发相关费用率相对较高的主要原因系：一方面，艾迪精密主要产品为液压破碎锤、液压泵、液压马达、多路控制阀等高端液压件。由于我国液压破碎锤市场起步较晚，行业仍处于快速发展阶段，目前市场

上有上百个破碎锤品牌，行业集中度较低，大部分厂家规模较小，研发能力较弱，艾迪精密为了提高市场占有率，扩大产品影响力，实施营销服务战略，重视市场营销，积极参加专业展览展示活动，利用专业媒体等进行品牌宣传；另一方面，艾迪精密采取经销和直销相结合的销售模式，其产品类型众多，可以应用的下游运用领域和行业广泛，需要通过较多的经销商实现销售网络布局，提高市场占有率。因此，需要投入较多的市场开发和维护费用。

邵阳液压的市场维护和开发相关费用率相对较高的主要原因系：一方面，邵阳液压产品广泛应用于工程机械、冶金、机床、水电、风电、阀门、军工、船舶、新能源等行业，且在不断地开拓如桩机、锂电池等新的领域产品，下游行业相对分散；另一方面，邵阳液压 2020-2022 年前五大客户占销售收入的比例为 48.74%、48.89%和 27.01%，占比相对较低，客户集中度亦相对较低。因此，需要投入的市场开发和维护费用相对较多。

福事特的市场维护和开发相关费用率相对较高的主要原因系：福事特的下游行业除工程机械行业外还包括矿山行业，矿山行业客户以矿山后维修市场为主，且矿山客户多在市郊、相互之间距离较远，销售人员因后维修市场贴近式服务将产生相对较多差旅费等。因此，需要投入较多的市场开发和维护费用。

因此，市场维护和开发相关费用率相对较低具有合理性。

## (2) 职工薪酬费用率分析

报告期内，公司销售职工薪酬费用率及销售人员数量与同行业可比公司对比如下：

单位：人

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	职工薪酬费用率	销售人员人数	职工薪酬费用率	销售人员人数	职工薪酬费用率	销售人员人数
恒立液压	0.79%	177	0.53%	126	0.81%	126
艾迪精密	1.41%	165	0.73%	141	0.62%	116
长龄液压	0.50%	22	0.36%	16	0.24%	9
邵阳液压	1.67%	19	0.80%	21	0.60%	14
万通液压	0.86%	34	0.80%	26	0.95%	21
福事特	2.70%	98	2.86%	96	3.26%	77

平均值	1.32%	86	1.01%	71	1.08%	61
耀坤液压	0.52%	21	0.40%	18	0.43%	21

注：同行业可比公司信息来源于其公开披露信息。

由上表可知，同行业可比公司中恒立液压、长龄液压的销售职工薪酬费用率和公司差异较小，万通液压的销售职工薪酬费用率比公司略高，艾迪精密、邵阳液压和福事特的销售职工薪酬费用率高于公司。具体分析如下：

公司下游客主要为工程机械行业主机厂，一般只有经过严格的认证，才能进入客户合格供应商体系，建立稳定合作之后，通常不会轻易变动。得益于公司产品良好的性能、优异的质量、稳定的供应能力，公司已与行业内主要客户建立了长期稳定的合作关系，且客户相对集中，2020年至2022年，公司前五大客户销售占比分别为75.24%、73.02%和75.05%。且以实控人谢文广为主要负责人的销售团队深耕市场多年，销售团队精简能干，因此，基于上述业务开展及下游客户情况，公司销售团队人员较少，销售职工薪酬费用率也相对较低。

艾迪精密的销售职工薪酬费用率相对较高的主要原因系：艾迪精密主要产品为液压破碎锤、液压泵、液压马达、多路控制阀等高端液压件，除上述产品外，还包括刀片等硬质合金以及工业多轴机器人等诸多产品销售，产品类型较多，且不同产品差异较大，需要投入较多的人力进行销售推广。报告期内，艾迪精密销售人员数量分别为116人、141人和165人，销售人员数量较多，引致其销售职工薪酬费用率相对较高。

邵阳液压的销售职工薪酬费用率相对较高的主要原因系：邵阳液压前五大客户占比和客户集中度相对较低，且下游行业分布广泛，虽然其销售人员数量有限，但其销售人员的平均薪酬相对较高，引致其销售职工薪酬费用率相对较高。

福事特的销售职工薪酬费用率相对较高的主要原因系：福事特下游客户除了工程机械行业主机厂商外，还包括矿山机械后维修市场客户，矿山机械后维修市场客户随时可能产生维修、养护、更换备件的需求，因此福事特在主要矿山客户处设立服务网点并派驻相应数量销售人员以及时提供各类现场服务，矿山机械后维修市场客户销售人员配备相对较多；从业务开展模式看，福事特为增强客户粘性、提升公司市场竞争力，践行贴近式服务的经营理念，围绕下游

主要客户设立子公司或服务网点，在各子公司或服务网点配备相应数量的销售人员，销售人员相对较多，引致其销售职工薪酬费用率相对较高。

因此，公司销售职工薪酬费用率相对较低具有合理性。

### （3）售后费用率

报告期内，公司售后费用率（包括销售服务费、售后服务费、三包费等）与同行业可比公司对比如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
恒立液压	0.12%	0.09%	0.03%
艾迪精密	2.12%	2.20%	2.37%
长龄液压	0.47%	0.56%	0.25%
邵阳液压	0.06%	0.43%	0.81%
万通液压	0.17%	0.23%	0.30%
福事特	-	-	-
<b>平均值</b>	<b>0.59%</b>	<b>0.70%</b>	<b>0.75%</b>
<b>耀坤液压</b>	<b>0.11%</b>	<b>0.06%</b>	<b>0.05%</b>

注：同行业可比公司信息来源于其公开披露信息。

由上表可知，同行业可比上市公司中恒立液压、万通液压的售后费用率与公司差异较小，长龄液压的售后费用率略高于公司，艾迪精密和邵阳液压的售后费用率高于公司，具体分析如下：

公司主要产品应用于挖掘机等各类工程机械主机设备，下游主机厂在装机前进行产品质量检验，不合格产品以退换货形式或客户修理的方式进行处理。公司产品性能良好、质量优异，获得了国内外主要知名主机厂商的广泛认可，具有较强的质量竞争优势，因此，公司售后服务费相对较少。

2020 年至 2022 年艾迪精密售后费用率分别为 2.37%、2.20%和 2.12%，其主要产品为液压破碎锤和高端液压件等，2020 年至 2022 年，液压破碎锤收入占主营业务收入的比重分别为 57.67%、42.23%和 45.87%，下游市场主要为工程、冶金、农业、矿山等施工企业和工程机械售后维修市场，液压破碎锤产品工作环境较恶劣，用户使用频率和强度较高，对产品部件的耗损相对较大，因此艾迪精密发生的售后费用较高，售后服务费率相对较高。

邵阳液压主要产品为液压柱塞泵、液压缸和液压系统，其不断地开拓如桩机、锂电池等新的领域产品，在与客户合作初期，对新产品的售后跟踪、新产品适用各种工况的质量改进较多。因此，其发生的售后费用相对较多，售后服务费相对较高。

综上，公司销售费用率低于同行业可比公司平均水平，主要原因系公司业务开展模式、下游客户类别等与同行业可比公司存在一定差异引致公司市场维护和开发相关费用率、销售职工薪酬费用率、售后费用率相对较低，具备合理性。

## **（二）销售人员的划分及销售费用的归集情况，是否存在体外循环或费用垫付的情形**

### **1、销售人员的划分情况**

公司销售人员的划分系通过员工所属部门及具体工作职责来进行界定。公司销售人员主要负责客户及市场开拓、客户日常维护与管理、产品报价与调价、物流调配、回款跟踪、售后支持等工作。按照工作职责划分，公司销售人员分为销售市场专员及销售内勤人员。公司销售人员与管理人员、研发人员职责不同，可以明确区分。

### **2、销售费用的归集情况，是否存在体外循环或费用垫付的情形**

报告期内，公司销售费用的归集范围包括销售部门发生的人工成本及销售部门发生的业务招待费、差旅费、折旧费、办公费、售后服务费等。

其中销售部门发生的人工成本主要系销售人员的工资、奖金、社保、公积金、员工福利等以及销售人员的股权激励费用。业务招待费主要系销售人员日常经营及差旅中维持客户关系等发生的相关招待费用；差旅费系销售人员出差产生的交通、差旅、住宿等费用；折旧费系与销售部门相关的资产所计提的折旧费用；办公费系销售部门采购办公用品等费用；售后服务费系公司售后维修等相关费用。

公司建立了严格的薪酬及财务管理制度，每月通过打卡记录考勤，人力资源部根据每月考勤计算销售人员工资薪金，编制工资表。财务部根据工资表，将销售人员的职工薪酬费用计入销售费用。公司建立了与销售费用相关的内部

控制制度，规范了公司的销售费用管理，确保销售费用列支合理。公司制定了明确的费用报销管理制度，明确了各级别销售人员列支标准，费用报销根据审批权限分级审批。

综上，公司销售人员划分准确，销售费用归集准确、完整，不存在体外循环或费用垫付的情形。

**五、说明研发人员的划分标准，是否存在与生产人员混同的情形，研发过程中的原材料的投入与产出情况、损耗情况、研发成品及废料处理情况，对应的会计处理是否符合《企业会计准则》的规定。**

#### **（一）研发人员划分标准**

根据《国家税务总局关于研发费用税前加计扣除归集范围有关问题的公告》（国家税务总局公告 2017 年第 40 号）的有关规定，直接从事研发活动人员包括研究人员、技术人员、辅助人员。研究人员是指主要从事研究开发项目的专业人员；技术人员是指具有工程技术、自然科学和生命科学中一个或一个以上领域的技术知识和经验，在研究人员指导下参与研发工作的人员；辅助人员是指参与研究开发活动的技工。

公司以员工所属部门和承担的职责作为研发人员的划分标准，将直接从事研究开发项目的专业人员确定为研发人员。研发人员任职于技术部，技术部下设技术一科、技术二科、技术三科。报告期内，公司从事研发活动的人员职位包括技术科长、工程师、技术员等。

公司研发人员均具备相关专业背景及行业工作经验，研发人员人数、职位与研发项目匹配，研发人员划分标准明确，不存在研发人员与生产人员混同的情形。

**（二）研发过程中的原材料的投入与产出情况、损耗情况、研发成品及废料处理情况，对应的会计处理是否符合《企业会计准则》的规定**

报告期内，公司紧跟行业主流技术发展趋势，并持续加大研发投入，结合对工艺技术、关键性能指标等方面进行优化和升级，相应进行研发项目的立项和开展。公司一方面在 SAP 系统中分项目设置研发费用科目，按照支出的业务性质并结合实际研发项目情况，对研发活动所发生的费用进行分类归集和核算，

形成研发费用台账。另一方面，公司通过产品研发管理系统（PDM），对新品开发过程进行全流程管控。

公司研发过程中的原材料投入主要系钢材、机械配件及辅材等，报告期各期，公司研发费用中材料耗用的金额分别为 1,332.86 万元、1,766.85 万元和 1,377.38 万元。公司研发领料申请均由技术部研发人员提出申请，并经由项目负责人审批确认。研发领料单中，均详细记录了技术部领用人员姓名、研发物料清单以及领用物料所对应的研发项目编号。公司研发原材料领用记录与研发活动记录匹配，研发领料符合研发环节实际需求。

报告期内，公司研发主要用于工艺技术、关键性能指标等方面进行优化和升级，研发成果更多地体现为工艺技术方法的改进，研发过程中会形成部分样品和模具。公司研发产出的样品，主要用于客户测试验证、外部检测和后期改进和持续开发等用途，不对外销售，故样品无销售价值，不确认样品产出成本。公司研发产出的模具主要存放于公司，用于工艺的改进和验证，最终开发成功的新品模具，用于产品量产。

对于研发过程中产生的不再有使用价值的废料，统一存放于指定地点，并与日常生产过程中产生的废料区分存放，研发废料经过审批后对外销售。2020 至 2022 年，公司研发废料销售收入金额为 76.13 万元、158.39 万元和 110.27 万元。公司在对外销售研发废料并形成收入后，将研发废料处置收益相应冲减研发费用，会计处理符合《企业会计准则》规定。

综上，公司研发人员划分标准明确，不存在研发人员与生产人员混同的情形；研发过程中的原材料的投入与产出、损耗、研发成品及废料处理情况合理，对应的会计处理符合《企业会计准则》的规定。

## **六、申报会计师核查情况**

### **（一）核查程序**

申报会计师针对上述事项执行了如下核查程序：

1、查阅员工持股平台工商资料、员工持股平台合伙协议、查阅 2021 年 10 月员工持股平台合伙人股权转让涉及的转让协议，获取员工花名册，核对股权激励对象在发行人的任职情况；核查员工持股平台员工出资银行流水、员工持



股平台份额转让银行流水。

2、获取发行人持股平台以及相关人员的关于锁定期的相关协议或承诺，查阅申威评估出具的《估值报告》（沪申威咨报字（2020）第 1222 号）、发行人报告期增资协议等相关资料，复核股份支付费用的计算方法及合理性；

3、测算假设 2018 年 12 月股权转让进行股份支付处理对于期初未分配利润的影响；

4、获取并检查发行人销售费用明细表，查看是否存在异常项目，分析各期间销售项目变动情况是否合理，对销售费用进行截止测试，检查销售费用的金额是否完整、准确。

5、获取并核查发行人、发行人实际控制人及其配偶，发行人董事（不包括外部董事和独立董事）、监事、高级管理人员和关键岗位员工的报告期内的银行流水，核查是否存在异常情况。

6、获取了公司董事、监事、高级管理人员、关键岗位员工出具的不存在为公司代垫费用的承诺函。

7、对发行人主要客户、供应商进行了访谈，了解是否存在为公司代垫费用等情形。

8、查阅同行业可比公司的官网、定期报告及招股说明书等公开披露文件，分析同行业可比公司销售费用明细及与发行人的差异。

9、访谈发行人人力资源负责人，了解销售人员、研发人员的岗位职责及人员划分情况。

10、获取发行人研发费用台账，研发材料领用及耗用明细清单及研发废料销售清单，复核研发材料的耗用情况。

11、访谈研发部门负责人，了解研发人员参与研发项目情况、研发项目进展，研发投入产出情况，研发成果的处置情况。

## （二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、发行人实际控制人在员工持股平台的超过其原持股比例而获得的新增股份已确认股份支付，不存在未在发行人处任职却参与发行人员工持股计划的情形。

2、发行人确定权益工具公允价值的确认方法及相关计算过程合理，报告期内股份支付会计处理符合《企业会计准则》的相关规定。

3、发行人认定 2018 年 12 月的股权激励确认股份支付的金额对期初未分配利润不构成重大影响具有合理性，相关处理符合《企业会计准则》的规定。

4、发行人销售费用率和同行业可比公司相比较低，原因系公司业务开展模式、下游客户类别等与同行业可比公司存在一定差异引致公司市场维护和开发相关费用率、薪酬费用率、售后费用率相对较低，具备合理性；发行人销售人员划分准确，销售费用归集准确、完整，不存在体外循环或费用垫付的情形。

5、发行人研发人员划分标准明确，不存在研发人员与生产人员混同的情形；研发过程中的原材料的投入与产出、损耗、研发成品及废料处理情况合理，对应的会计处理符合《企业会计准则》的规定。

#### **问题 10.关于审计截止日后财务信息及经营状况**

**请发行人：**

**(1) 说明 2022 年全年及 2023 年一季度主要财务信息及经营状况，主要会计报表项目与上年年末或同期相比的变动情况，如变动幅度较大的，请分析变动原因及由此可能产生的影响，相关影响因素是否具有持续性。**

**(2) 结合上下游行业发展、业务主要地域分布及业务开展情况，行业主流技术变动、客户构成稳定性、产品销售价格及原材料价格波动等因素对行业供需变化和发行人生产经营的具体影响，进一步分析说明上述因素在报告期的变化情况及未来变化趋势，是否存在重大不利变化，对发行人经营业绩和持续经营能力的影响。**

**请保荐人、申报会计师发表明确意见。**

**回复：**

## 发行人说明

一、说明 2022 年全年及 2023 年一季度主要财务信息及经营状况，主要会计报表项目与上年年末或同期相比的变动情况，如变动幅度较大的，请分析变动原因及由此可能产生的影响，相关影响因素是否具有持续性。

### （一）2022 年全年及 2023 年一季度主要财务信息及经营状况

#### 1、2022 年全年的主要财务信息及经营状况

2022 年，公司的主要财务信息及经营状况如下：

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日/2022 年度	2021 年 12 月 31 日/2021 年度	变动幅度
资产总额	99,255.02	87,866.97	12.96%
负债总额	16,639.32	19,860.97	-16.22%
所有者权益合计	82,615.70	68,006.00	21.48%
归属于母公司所有者权益	81,864.28	67,285.89	21.67%
营业收入	70,670.63	84,234.92	-16.10%
净利润	14,226.04	14,880.19	-4.40%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	14,098.09	14,800.52	-4.75%

2022 年，公司营业收入为 70,670.63 万元，同比下降 16.10%，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为 14,098.09 万元，同比下降 4.75%，主要原因系：受到国内经济下行、国内下游工程机械等行业需求减缓以及封控等因素的影响，国内下游客户的需求有所减少，主要产品的销量有所下降所致。公司资产总额及归属于母公司所有者权益随公司经营积累增加而相应增加。

#### 2、2023 年一季度的主要财务信息及经营状况

“2023 年 1-3 月，公司的主要财务信息及经营状况如下：

单位：万元

项目	2023 年 3 月 31 日/2023 年 1-3 月	2022 年 12 月 31 日/2022 年 1-3 月	变动幅度
资产总额	102,685.45	99,255.02	3.46%
负债总额	16,338.31	16,639.32	-1.81%
所有者权益合计	86,347.14	82,615.70	4.52%
归属于母公司所有者权益	85,573.97	81,864.28	4.53%

营业收入	16,209.21	16,592.87	-2.31%
净利润	3,680.74	2,982.53	23.41%
扣除非经常性损益后归属于 母公司所有者的净利润	3,353.03	2,883.93	16.27%

注：上述 2023 年一季度仅为公司初步测算数据，未经申报会计师审计或审阅，不构成公司的盈利预测或业绩承诺。

2023 年 1-3 月，公司营业收入为 16,209.21 万元，相比于上年同期基本稳定。2023 年 1-3 月，公司扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为 3,353.03 万元，同比增长 16.27%，主要原因系：（1）公司进一步优化了产品结构，当期毛利率有所上升；（2）公司当期信用减值损失有所减少。公司资产总额及归属于母公司所有者权益随公司经营积累增加而相应增加。”

发行人已在招股说明书“第二节 概览”之“七、期后主要财务信息、经营状况及盈利预测信息”之“（二）2023 年 1-3 月公司经营业绩情况”部分补充披露。

### 3、2023 年 1-6 月公司业绩预计情况

“2023 年 1-6 月，公司业绩预计情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年 1-6 月	变动幅度
营业收入	34,422.12- 36,422.12	33,975.49	1.31%-7.20%
净利润	7,322.03- 7,765.89	7,222.33	1.38%-7.53%
扣除非经常性损益后归属于 母公司所有者的净利润	6,962.22- 7,406.08	7,123.27	-2.26%-3.97%

注：上述 2023 年 1-6 月仅为公司初步测算数据，未经申报会计师审计或审阅，不构成公司的盈利预测或业绩承诺。

2023 年 1-6 月，公司预计实现营业收入的区间为 34,422.12 万元至 36,422.12 万元，同比变动幅度为 1.31%至 7.20%；净利润的区间为 7,322.03 万元至 7,765.89 万元，同比变动幅度为 1.38%至 7.53%；扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润的区间为 6,962.22 万元至 7,406.08 万元，同比变动幅度为-2.26%至 3.97%。”

发行人已在招股说明书“第二节 概览”之“七、期后主要财务信息、经营状况及盈利预测信息”之“（三）2023 年 1-6 月公司业绩预计情况”部分补充披露。

## (二) 主要会计报表项目与上年年末或同期相比的变动情况

### 1、2022 年主要会计报表项目与上年年末或同期相比的变动情况

#### (1) 变动情况

2022 年，公司变动幅度 30%以上的合并资产负债表和合并利润表的主要项目如下：

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日/2022 年度	2021 年 12 月 31 日/2021 年度	变动幅度
货币资金	38,079.67	27,025.27	40.90%
应收票据	1,330.00	-	-
应收款项融资	3,775.16	5,798.20	-34.89%
其他流动资产	842.91	0.60	141437.36%
在建工程	2,487.61	247.83	903.74%
无形资产	5,845.71	2,634.82	121.86%
应付票据	765.00	2,655.00	-71.19%
应交税费	632.32	1,156.11	-45.31%
盈余公积	2,995.82	1,779.13	68.39%
未分配利润	29,268.73	16,290.69	79.67%
财务费用	-1,441.34	31.65	-4654.28%

#### (2) 变动原因及由此可能产生的影响，相关影响因素是否具有持续性

1) 货币资金：2022 年末，公司货币资金同比增长 40.90%，主要原因系公司经营及回款情况较好，经营活动净现金流入 15,638.50 万元所致。公司经营情况稳定，回款情况良好，相关影响因素具有持续性。

2) 应收票据：2022 年末，公司应收票据金额为 1,330.00 万元，主要原因系徐工集团当期以商业承兑汇票结算部分货款所致。

3) 应收款项融资：2022 年末，公司应收款项融资同比下降 34.89%，主要原因系徐工集团以商业承兑汇票结算部分货款所致。

4) 其他流动资产：2022 年末，公司其他流动资产同比增长 141437.36%，主要原因系留抵进项税增加、预缴所得税增加以及预付上市费用所致，对公司经营不构成重大影响。

5) 在建工程：2022 年末，公司在建工程同比增长 903.74%，主要原因系公司募投项目徐州耀坤液压有限公司液压元件及零部件生产建设项目开工建设，投入增加所致。相关投入主要系公司业务发展的需要，有助于进一步提高公司综合竞争力，预计未来还将进一步增长。

6) 无形资产：2022 年末，公司无形资产同比增长 121.86%，主要原因系公司及子公司徐州耀坤购置土地使用权所致。相关投入主要系公司业务发展的需要，有助于进一步提高公司综合竞争力。

7) 应付票据：2022 年末，公司应付票据同比下降 71.19%，主要原因系一方面，受国内下游工程机械等行业需求减缓等因素影响，公司营业收入有所下降，原材料采购规模等相应减少；另一方面，下半年公司采用了更多的银行转账方式进行付款，引致期末应付票据余额减少所致。

8) 应交税费：2022 年末，公司应交税费同比下降 45.31%，主要原因系一方面，本年度享受高新技术企业所得税税前扣除优惠政策，第四季度采购了较多的设备导致应交所得税减少所致；另一方面，采购设备及新建厂房使得留抵进项税增加引致应交增值税金额减少。

9) 盈余公积：2022 年末，公司盈余公积同比增加 68.39%，主要原因系公司经营情况稳定，保持了较高的盈利水平引致计提盈余公积所致。公司经营情况稳定，相关影响因素具有持续性。

10) 未分配利润：2022 年末，公司未分配利润同比增加 79.67%，主要原因系公司经营情况稳定，保持了较高的盈利水平，且当期未进行利润分配所致。公司经营情况稳定，盈利情况良好，相关影响因素具有持续性。

11) 财务费用：2022 年，公司财务费用同比减少 4654.28%，主要原因系一方面，美元升值引致汇兑收益的增长；另一方面，公司当期利息收入有所增加。

## **2、2023 年一季度主要会计报表项目与上年年末或同期相比的变动情况**

### **(1) 变动情况**

2023 年一季度，公司变动幅度 30%以上的合并资产负债表和合并利润表的主要会计报表项目如下：

单位：万元

项目	2023年3月31日 /2023年1-3月	2022年12月31日 /2022年1-3月	变动幅度
其他流动资产	566.67	842.91	-32.77%
在建工程	3,844.80	2,487.61	54.56%
应付票据	1,487.39	765.00	94.43%
其他流动负债	873.86	1,279.19	-31.69%
其他收益	319.51	49.58	544.38%
信用减值损失	144.49	318.84	-54.68%

(2) 变动原因及由此可能产生的影响，相关影响因素是否具有持续性

1) 其他流动资产：2023年3月末，公司其他流动资产较2022年末下降32.77%，主要原因系留抵进项税以及预缴所得税有所减少所致，对公司经营不构成重大影响。

2) 在建工程：2023年3月末，公司在建工程较2022年末增长54.56%，主要原因系公司募投项目徐州耀坤液压有限公司液压元件及零部件生产建设项目持续投入所致。相关投入主要系公司业务发展的需要，有助于进一步提高公司综合竞争力，预计未来还将进一步增长。

3) 应付票据：2023年3月末，公司应付票据较2022年末增长94.43%，主要原因系公司采用了更多的票据方式支付货款所致，有助于提高公司资金使用效率。

4) 其他流动负债：2023年3月末，公司其他流动负债较2022年末下降31.69%，主要原因系已背书转让未中止确认的银行承兑汇票有所减少所致。

5) 其他收益：2023年第一季度，公司其他收益同比增长544.38%，主要原因系公司当期收到的政府补助有所增加所致。

6) 信用减值损失：2023年第一季度，公司信用减值损失同比下降54.68%，主要原因系公司部分较长账龄款项收回所致。

综上，公司2022年及2023年1-3月主要财务信息及经营状况良好，主要会计报表项目与上年年末或同期相比的变动具有合理性，不存在异常的情况，不影响公司经营可持续性。

二、结合上下游行业发展、业务主要地域分布及业务开展情况，行业主流技术变动、客户构成稳定性、产品销售价格及原材料价格波动等因素对行业供需变化和发行人生产经营的具体影响，进一步分析说明上述因素在报告期的变化情况及未来变化趋势，是否存在重大不利变化，对发行人经营业绩和持续经营能力的影响。

### （一）上下游行业发展

公司的主要产品油箱、硬管、金属饰件等液压元件及零部件属于工业中间品，上游行业主要系钢材制造行业及相关配件行业，下游行业主要系工程机械等行业。从上游行业来看，公司上游行业竞争较为充分，厂商数量较多，不存在被单一厂商所垄断的情形，且上游钢材以及相关配件产能充足，基本不存在原材料短缺风险，能够满足本行业发展的需要。未来一定时期内，公司上游行业供应仍将保持稳定、充足态势，不存在重大不利变化。

从下游行业来看，公司下游行业主要系工程机械等行业，工程机械是装备制造工业的重要组成部分，涉及于基础设施建设、房地产开发、大型工程、抢险救灾、交通运输、自然资源采掘等领域，是国民经济的基础性产业。国内下游工程机械行业的市场需求受国内宏观经济走势和社会固定资产投资强度等因素影响，具有一定的周期性。但从海外市场来看，由于区域经济景气度存在区域差异性，工程机械行业呈现弱周期性。2016年至2021年4月，随着“一带一路”经济战略、国家新型城镇化规划、铁路及城市轨道交通规划、保障性住房建设等政策的实施推进，工程机械行业下游需求旺盛，行业快速发展。2022年，一方面，受到国内宏观经济增速放缓的影响，国内工程机械行业虽有所调整，但仍保持相对稳定的态势。另一方面，受益于海外市场对于工程机械设备的旺盛需求，我国工程机械行业出口销售增长较多。

长期而言，国内工程机械行业虽然呈现周期性波动，但在社融环境向好、基建投资复苏、房地产行业逐步企稳带来的新增需求下，在工程机械行业在设备使用寿命到期和环保排放标准切换促进存量设备更新，出口需求强劲和机器换人需求提升等因素驱动下，国内工程机械行业发展将趋于稳定发展态势；海外工程机械行业市场空间巨大，将继续保持需求强劲的态势。因此下游工程机械等行业的需求仍将保持较高水平，不存在重大不利变化，对公司经营业绩及



持续经营能力不会产生重大不利影响。

## （二）业务主要地域分布及业务开展情况

报告期内，公司主营业务收入按地域分布情况如下：

单位：万元

项 目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
<b>境内</b>	<b>50,619.70</b>	<b>72.29%</b>	<b>70,899.34</b>	<b>85.05%</b>	<b>63,840.68</b>	<b>91.96%</b>
其中：华东	47,794.42	68.25%	66,461.21	79.73%	60,771.00	87.54%
华北	2,393.47	3.42%	3,524.87	4.23%	2,131.19	3.07%
其他	431.80	0.62%	913.26	1.10%	938.49	1.35%
<b>境外</b>	<b>19,406.49</b>	<b>27.71%</b>	<b>12,460.38</b>	<b>14.95%</b>	<b>5,580.93</b>	<b>8.04%</b>
其中：泰国	9,134.49	13.04%	5,857.25	7.03%	2,998.63	4.32%
日本	6,271.62	8.96%	3,014.50	3.62%	867.56	1.25%
美国	1,949.67	2.78%	1,443.90	1.73%	548.27	0.79%
巴西	763.80	1.09%	804.98	0.97%	745.04	1.07%
其他	1,286.91	1.84%	1,339.75	1.61%	421.42	0.61%
<b>合 计</b>	<b>70,026.19</b>	<b>100.00%</b>	<b>83,359.71</b>	<b>100.00%</b>	<b>69,421.61</b>	<b>100.00%</b>

2020年至2022年，公司主营业务收入中境内销售收入分别为63,840.68万元、70,899.34万元和50,619.70万元，占主营业务收入的比例分别为91.96%、85.05%和72.29%；境外销售收入分别为5,580.93万元、12,460.38万元和19,406.49万元，占主营业务收入的比例分别为8.04%、14.95%和27.71%。报告期内，公司境内销售收入呈现先升后降的趋势，境内销售收入占主营业务收入的比例逐年下降，境外销售收入和占比均逐年上升，主要原因系：2021年，受国内外下游工程机械等行业需求旺盛等因素影响，挖掘机等工程机械主机销量大幅增长，引致公司境内和境外销售收入有所增长。2022年，一方面，受国内宏观经济下行以及工程机械行业周期性波动影响，国内挖掘机等工程机械主机销量有所下滑，引致公司境内销售收入和占比有所下降；另一方面，随着“一带一路”建设计划的推进以及海外国家加大对于基础设施建设的投入力度，同时借助于卡特彼勒、小松、神钢建机等全球排名前列的外资主机制造商强大的全球经营能力以及完善的销售服务网络，泰国、日本、美国等境外地区销售收入逐年增长。

长期而言，一方面，国内下游工程机械行业将保持稳定发展的态势，公司境内销售收入不存在持续大幅下滑的风险。另一方面，海外相关国家对于工程机械主机需求仍将保持旺盛态势，公司凭借外资主机制造商强大的全球经营能力以及完善的销售服务网络，以及国内领先的主机制造商产业链配套能力、制造能力的大幅提升，产品线的逐渐丰富，国际化布局不断完善，公司境外销售收入将保持增长态势。

因此，公司生产经营情况良好，不存在重大不利变化，对公司经营业绩及持续经营能力不会产生重大不利影响。

### **（三）行业主流技术变动**

公司主要产品为油箱、硬管、金属饰件，主要应用于挖掘机等各类工程机械主机设备，属于工程机械主机产品的配套组成部分。公司主要产品发展历史悠久，行业主流技术相对成熟，取得突破性进展的空间相对较小。行业主要公司根据下游工程机械等行业的发展趋势以及客户的需求，对工艺技术、关键性能指标等方面进行优化和升级，在提升产品的性能、稳定性及可靠性的同时，提高产品生产效率并降低生产成本。

公司主要产品的技术路线与同行业主流技术路线基本相同，公司经过多年的行业深耕，在长期的产品研发及生产实践中，不断对工艺技术、关键性能指标等方面进行优化和升级，掌握了“低椭圆度弯曲控制技术”、“高精度管端成型非焊接管路连接技术”等多项核心技术，形成了深厚的技术积累和显著的技术优势，公司主要产品的部分关键性能指标已处于行业领先水平。长期而言，公司将紧跟行业主流技术发展趋势，并持续加大研发投入，保持在技术上的领先优势。

因此，在行业主流技术变动方面，公司不存在重大不利变化，对公司经营业绩及持续经营能力不会产生重大不利影响。

### **（四）客户构成稳定性**

公司主要产品系工程机械主机的重要零部件。下游工程机械主机厂商对相关产品的性能、稳定性及可靠性具有较高的要求。因此，下游工程机械厂商对相关产品供应商的选择非常慎重，产品均需要经过严格的测试，具有严格的供

应商认证程序。为了保证相关产品的性能、稳定性及可靠性，下游工程机械厂商往往倾向于与供应商建立长期稳定的业务合作关系。

公司已成功进入世界主要的工程机械主机厂商的供应体系，目前公司已经与卡特彼勒、小松、沃尔沃、徐工集团、柳工集团、神钢建机等主要客户建立了长期、稳定的合作关系。其中，与卡特彼勒、小松、神钢建机的合作时间已达二十年以上，与沃尔沃、徐工集团、柳工集团的合作时间也在十年以上，且与上述主要客户合作历史中未发生过中断，并且连续多年获得了优秀供应商等奖项和荣誉称号。报告期内，公司与主要客户合作稳定，具体情况如下：

序号	客户名称	行业地位	合作历史	合作是否中断
1	卡特彼勒	全球第一大工程机械厂商	2001年至今	否
2	小松	全球第二大工程机械厂商	1995年至今	否
3	徐工集团	全球第三大工程机械厂商	2011年至今	否
4	沃尔沃	全球第六大工程机械厂商	2010年至今	否
5	柳工集团	全球第十五大工程机械厂商	2005年至今	否
6	神钢建机	全球第十八大工程机械厂商	2003年至今	否

注：行业地位来源于工程机械信息提供商英国 KHL 集团旗下《国际建设》杂志（International Construction）发布的 2022 年度全球工程机械制造商 50 强排行榜。

报告期内，前五大客户的销售收入占公司当期营业收入的比例分别为 75.24%、73.02%和 75.05%，保持相对稳定。公司主要客户均系全球工程机械行业内排名前列的主机厂商，下游客户经营情况良好，行业市场前景广阔，公司主要产品的性能、稳定性及可靠性得到了客户的充分认可。未来公司将保持与主要客户良好的合作关系，公司与主要客户合作稳定持续，不存在重大不利变化，对公司经营业绩及持续经营能力不会产生重大不利影响。

## （五）产品销售价格及原材料价格波动

### 1、主要原材料的采购价格

报告期内，公司产品的主要原材料包括钢材、机械配件、毛坯件和油漆等，其中钢材、机械配件、毛坯件占各类主要产品主营业务成本比例较高。报告期内，公司钢材、机械配件、毛坯件的采购单价如下：

单位：元/千克、元/件

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
----	---------	---------	---------

钢材	6.59	6.84	5.69
机械配件	14.26	13.38	10.78
毛坯件	22.83	26.88	29.11

在钢材采购价格方面，2020年至2022年，公司钢材的采购价格呈现先升后降的趋势。2021年，受市场供求关系等因素影响，公司钢材中钢板采购价格上涨较多。2022年，因市场供求紧张的态势有所缓解，供求关系逐步恢复平衡，公司钢材中钢板的采购价格有所下降。报告期内，公司钢材中钢管的采购价格整体相对稳定。

在机械配件和毛坯件采购价格方面，报告期内，公司的机械配件和毛坯件的平均采购价格主要受到采购的产品结构和原材料价格变化有所波动，从不同型号的产品来看，亦不存在采购价格持续大幅上涨的情况。

长期而言，当前钢材采购价格随着供给矛盾改善而有所下降，钢材采购价格持续上涨的可能性较小。机械配件和毛坯件的主要原材料为钢材，采购价格持续上涨的亦可能性较小。在采购端，公司将不断改善和拓宽采购渠道，并持续推进进口原材料的国产化进程，通过多种措施缓解主要原材料采购价格波动的风险。在销售端，公司已与下游客户建立了成熟的价格确定与调整机制，能够一定程度上向下游客户传导原材料价格的波动。

因此，公司主要原材料采购价格不存在重大不利变化，对公司经营业绩及持续经营能力不会产生重大不利影响。

## 2、主要产品的销售价格

报告期内，公司主要产品销售单价如下：

单位：元/件

产品名称	2022年度	2021年度	2020年度
油箱	2,602.84	2,366.09	2,281.01
硬管	195.90	181.95	185.59
金属饰件	151.82	137.29	132.71

2020年至2022年，公司主要产品销售单价整体呈现上升趋势，不存在大幅下跌的情况。

对于原材料价格的波动，公司已与下游客户建立了成熟的价格确定与调整

机制，能够一定程度上向下游客户传导。报告期内，根据行业惯例，公司一般通过新产品定价及现有量产产品的价格调价机制进行产品的价格调整，具体情况如下：对于新产品，在确定产品销售价格时，公司采用以原材料、人工等成本为基础，参考产品生产工艺技术难度、订单量、市场供求状况、运输距离等因素进行综合定价的方式，公司与下游客户确定新产品销售价格时已经考虑了主要原材料波动所产生影响，从而将上游原材料价格波动一定程度上传导至下游主机厂商。对于现有量产产品，根据主要原材料价格的波动情况，公司定期与下游主机厂商进行价格协商，从而将上游主要原材料价格波动一定程度上传导至下游主机厂商。

同时，公司将持续加大研发投入，不断完善技术工艺升级方案，提升产品技术含量，使得公司产品向更高性能、更高稳定性、更高可靠性方向发展，保持产品的核心竞争力。

因此，公司主要产品的销售价格不存在重大不利变化，对公司经营业绩及持续经营能力不会产生重大不利影响。

综上所述，报告期内，上下游行业发展、业务主要地域分布及业务开展情况、行业主流技术变动、客户构成稳定性、产品销售价格及原材料价格波动等因素对行业供需变化和公司生产经营的存在一定影响，但不存在重大不利变化，对公司经营业绩及持续经营能力不会产生重大不利影响。

### 三、申报会计师核查情况

#### （一）核查程序

申报会计师针对上述事项执行了如下核查程序：

1、查阅公司 2022 年及 2023 年 1-3 月的财务报告，了解主要财务信息及经营状况，并将主要会计报表项目与上年年末或同期可比数据进行对比分析。

2、访谈公司财务负责人，了解公司 2022 年及 2023 年 1-3 月的业绩及主要会计报表项目与上年年末或同期变化较大原因及由此可能产生的影响。

3、访谈公司总经理，了解公司上下游行业发展、业务主要地域分布及业务开展情况，行业主流技术变动、客户构成稳定性、产品销售价格及原材料价格

波动情况，以及对行业供需变化和公司生产经营产生的影响；了解上述因素在报告期的变化情况及未来变化趋势，是否存在重大不利变化，以及对发行人经营业绩和持续经营能力的影响。

## （二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、公司 2022 年及 2023 年 1-3 月主要财务信息及经营状况良好，主要会计报表项目与上年年末或同期相比的变动具有合理性，不存在异常的情况，不影响公司经营可持续性。

2、报告期内，上下游行业发展、业务主要地域分布及业务开展情况、行业主流技术变动、客户构成稳定性、产品销售价格及原材料价格波动等因素对行业供需变化和公司生产经营的存在一定影响，但不存在重大不利变化，对公司经营业绩及持续经营能力不会产生重大不利影响。

（本页无正文，为立信会计师事务所（特殊普通合伙）就《关于江苏耀坤液压股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市申请文件的审核问询函的回复（豁免版）》之签章页）



立信会计师事务所（特殊普通合伙）

中国注册会计师：



中国注册会计师：



2023年6月5日