关于上海巴兰仕汽车检测设备股份有限公司

公开发行股票

并在北京证券交易所上市申请文件的

审核问询函之回复

保荐人（主承销商）

国金证券股份有限公司
SINOLINK SECURITIES CO.,LTD.

（成都市青羊区东城根上街 95 号）

上海巴兰仕汽车检测设备股份有限公司

公开发行股票

并在北京证券交易所上市申请文件的

审核问询函之回复

北京证券交易所：

根据贵所于 2024 年 11 月 1 日出具的《关于上海巴兰仕汽车检测设备股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的审核问询函》（以下简称“问询函”）的要求。上海巴兰仕汽车检测设备股份有限公司（以下简称“发行人”、“公司”或“巴兰仕”）与国金证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”或“国金证券”）、上海市锦天城律师事务所（以下简称“发行人律师”或“锦天城律师”）、天健会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”或“天健会计师”）等相关方，本着勤勉尽责、诚实守信的原则，对问询函所列问题进行了逐项核查，现回复如下，请审核。

说明：

如无特别说明，本回复中使用的简称与《上海巴兰仕汽车检测设备股份有限公司招股说明书》中的释义相同。

本回复中的字体代表以下含义：

问询函所列问题	**黑体**
问询函所列问题答复	宋体
对招股说明书的修改与补充	**楷体（加粗）**

本回复中若出现总计数尾数与所列数值总和尾数不符的情况，均为四舍五入所致。

目录

目录.....2
一、基本情况 3
问题 1.实际控制人控制权稳定性.....3
二、业务与技术 13
问题 2.业绩增长的可持续性.....13
问题 3.主要产品的竞争力.....57
问题 4.生产经营合规性.....80
三、财务会计信息与管理层分析 95
问题 5.关于收入确认准确性.....95
问题 6.关于境外销售增长稳定性.....110
问题 7.经销收入真实性.....165
问题 8.毛利率持续上升的合理性.....241
问题 9.原材料采购价格公允性.....269
问题 10.关于期间费用核算的准确性.....329
问题 11.关于其他财务问题.....346
四、募集资金运用及其他事项 370
问题 12.募投项目的合理性、必要性.....370
问题 13.其他信息披露问题.....390

一、基本情况

问题 1.实际控制人控制权稳定性

申报文件显示，（1）蔡喜林、孙丽娜夫妇为公司的共同实际控制人。其中孙丽娜担任公司副总经理，蔡喜林担任公司董事长及总经理；蔡喜林为公司第一大股东，其直接持有公司 18.27%的股份，间接控制公司 4.76%的股份，并通过与第二大股东上海晶佳和第三大股东冯定兵签署《一致行动协议》（上海晶佳、冯定兵分别持有公司 12.17%、11.45%的股份）合计控制公司 46.66%的股份。（2）蔡喜林与上海晶佳、冯定兵签署《一致行动协议》的有效期至 2027 年 4 月 10 日或公司股票在境内证券交易所公开发行上市满三十六个月之日终止，两者以晚到期者为准；一致行动人之间如出现意见不一致时，以蔡喜林的意见为准。（3）发行人前五大客户中，铂锐（上海）汽车科技有限公司为冯定兵和其担任执行事务合伙人的企业及配偶王丹合计持股 66.70%，冯定兵担任董事长的公司。

请发行人：（1）结合冯定兵在发行人处的历史任职、持股比例，及其直接或间接投资、控制企业情况，说明未将其认定为实际控制人的原因及合理性，是否存在通过实际控制人认定规避关联交易、同业竞争、股份限售等监管要求。（2）补充说明《一致行动协议》的协议期限、解除条件、意见分歧解决方式的具体情况及其有效性，结合实际控制人控制股份比例较低的情况说明发行人控制权稳定性及公司治理机制的有效性，是否存在公司治理僵局风险及应对措施。

请保荐机构、发行人律师对上述事项进行核查，并发表明确意见。

【回复】

一、结合冯定兵在发行人处的历史任职、持股比例，及其直接或间接投资、控制企业情况，说明未将其认定为实际控制人的原因及合理性，是否存在通过实际控制人认定规避关联交易、同业竞争、股份限售等监管要求

（一）结合冯定兵在发行人处的历史任职、持股比例，及其直接或间接投资、控制企业情况，说明未将其认定为实际控制人的原因及合理性

1、冯定兵在发行人处的历史任职、持股比例

冯定兵于 2006 年 8 月至 2019 年 8 月期间担任公司董事，于 2019 年 8 月 22 日辞任董事职务。报告期内，冯定兵未在公司任职和领薪，不参与公司日常经营管理，并且与发行人的实际控制人蔡喜林、孙丽娜夫妇不存在亲属关系。

公司于 2005 年 1 月成立时，冯定兵持有公司 14%股权。截至本回复出具之日，冯定兵持有公司 721.60 万股，持股比例下降至 11.45%。

2、冯定兵投资、控制企业情况

在冯定兵及其配偶投资、控制的企业中，部分企业仅从事汽车维修保养设备及工具的销售及服务，其他企业与发行人的业务显著不同，与发行人之间不存在同业竞争的情况。

除发行人外，截至本回复出具之日，冯定兵及其配偶投资、控制企业（含报告期内曾经投资或控制的企业）的具体情况如下：

企业名称	持股情况/任职情况	主营业务
铂锐（上海）汽车科技有限公司	冯定兵及其担任执行事务合伙人的企业及冯定兵的配偶王丹合计持股 93.40%，冯定兵担任董事长	汽车维修保养设备及工具的销售及服务
沈阳万丰开元科技有限公司	冯定兵及冯定兵配偶王丹合计持股 100.00%，冯定兵担任执行董事	无实际经营业务
上海琛默企业管理中心（有限合伙）	冯定兵出资 10%并担任执行事务合伙人	无实际经营业务
北京金泽杏生态科技有限公司	冯定兵持股 66%并担任监事	苗木种植和销售
七彩晶石（辽宁）汽车科技有限公司	沈阳恒兴昌泰汽车科技有限公司的全资子公司，冯定兵担任执行董事	汽车维修保养设备及工具的销售及服务
沈阳柏锐生态环卫设备有限公司	冯定兵持股 27%	市政环卫车辆的维修服务
北京恒泰博车拍卖有限公司	冯定兵曾持股 6.8616%，已于 2024 年 6 月 25 日退出投资	汽车拍卖
沈阳恒兴昌泰汽车科技有限公司	冯定兵配偶王丹持股 48.30%并担任监事	汽车维修保养设备及工具的销售及服务
大连恒兴昌泰汽车科技有限公司	沈阳恒兴昌泰汽车科技有限公司的全资子公司	汽车维修保养设备及工具的销售及服务

企业名称	持股情况/任职情况	主营业务
鞍山恒兴昌泰汽车保修设备有限公司	沈阳恒兴昌泰汽车科技有限公司的全资子公司，冯定兵担任监事	汽车维修保养设备及工具的销售及服务
沈阳永昌隆机械设备有限公司	冯定兵配偶王丹持股 99%并担任监事	管束、铆栓、支吊架等建筑五金销售；向地铁运营公司及物业公司提供工具、日杂
沈阳永昌伟业机械设备有限公司	冯定兵配偶王丹持股 67.50%并担任监事	管束、铆栓、支吊架等建筑五金销售；向地铁运营公司及物业公司提供工具、日杂
沈阳隆源实业有限公司	冯定兵配偶王丹持股 67.50%并担任监事	自有房屋租赁、物业管理服务；水电费、采暖费代收代缴
北京厚持创业投资中心（有限合伙）	冯定兵配偶王丹出资 4%	创业投资业务（私募基金）
沈阳恒兴昌泰汽车保修设备有限公司	冯定兵配偶王丹曾持股 96.90%，已于 2022 年 3 月 16 日注销	汽车维修保养设备及工具的销售及服务
沈阳市铁西区恒兴昌泰汽车保修设备商行	冯定兵配偶王丹曾经营的个体工商户，已于 2022 年 11 月 16 日注销	汽车维修保养设备及工具的销售及服务
大连恒兴昌泰汽车保修设备有限公司	沈阳恒兴昌泰汽车科技有限公司曾经的全资子公司，已于 2023 年 6 月 30 日注销	汽车维修保养设备及工具的销售及服务
沈阳市和平区昌泰汽车保修设备商行	冯定兵配偶王丹曾经营的个体工商户，已于 2024 年 1 月 24 日注销	汽车维修保养设备及工具的销售及服务
上海市虹口区王丹饮品店	冯定兵配偶王丹曾经营的个体工商户，已于 2022 年 1 月 7 日注销	餐饮服务
Bright Eagle Investments Limited	冯定兵持股 100%的境外公司	无实际经营业务

3、未将冯定兵认定为实际控制人的原因及合理性

报告期内，冯定兵未在公司担任任何职务，未参与公司的任何经营管理。目前，冯定兵在公司的持股比例为 11.45%，持股比例较低，无法对公司股东会决策产生重大影响。

自公司设立至今，除与蔡喜林、上海晶佳建立一致行动关系外，冯定兵未与其他股东建立一致行动关系。根据蔡喜林、上海晶佳和冯定兵签署的《一致行动协议》，冯定兵作为蔡喜林的一致行动人，在公司董事会、股东会表决时如不能达成一致意见，均以蔡喜林的意见为准；根据报告期内股东会审议情况，冯定兵作为一致行动人均与蔡喜林在历次股东会中表决结果一致。

根据访谈及书面确认，冯定兵确认巴兰仕的实际控制人为蔡喜林、孙丽娜

夫妇，且其自身不存在单独或联合其他股东谋取巴兰仕控制权的情形或意愿（包括现在及未来），未行使过股东提案权，也未参与公司日常经营。根据冯定兵签署的《一致行动协议》及《关于不谋求控制权的承诺函》，冯定兵与蔡喜林保持一致行动，并且承诺在持有公司股份期间不谋求公司控制权。

根据《证券期货法律适用意见第 17 号》《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 1 号》规定：“在确定公司控制权归属时，应当本着实事求是的原则，尊重企业的实际情况，以发行人自身的认定为主，由发行人股东予以确认。保荐机构、发行人律师应当通过核查公司章程、协议或者其他安排以及发行人股东大会（股东出席会议情况、表决过程、审议结果、董事提名和任命等）、董事会（重大决策的提议和表决过程等）、监事会及发行人经营管理的实际运作情况，对实际控制人认定发表明确意见。”

报告期内冯定兵未在公司担任董事或高管职务，其无法直接影响董事会决策及公司的经营管理；冯定兵的持股比例较低，其无法对公司股东会决策产生重大影响；根据发行人历年股东会决议情况，冯定兵作为一致行动人均与蔡喜林在历次股东会中表决结果一致；冯定兵已在访谈及相关承诺函中确认发行人的实际控制人为蔡喜林、孙丽娜夫妇，与蔡喜林保持一致行动，并且承诺不谋求控制权。综上所述，未将冯定兵认定为实际控制人具有合理性。

（二）是否存在通过实际控制人认定规避关联交易、同业竞争、股份限售等监管要求

作为实际控制人的一致行动人，冯定兵已比照实际控制人标准出具了规范和减少关联交易的承诺（具体内容参见招股说明书第四节“发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“1、与本次公开发行有关的承诺情况”之“（6）规范和减少关联交易的承诺”）；同时，保荐机构对冯定兵及其亲属和相关企业按照关联方和关联交易的相关要求进行了核查和披露，因此，不存在通过实际控制人认定规避关联交易监管要求的情况。

如上文所述，在冯定兵及其配偶投资、控制的企业中，部分企业仅从事汽车维修保养设备及工具的销售及服务，其他企业与发行人的业务显著不同，与发行人之间不存在同业竞争。冯定兵已比照实际控制人标准出具了避免同业竞

争的承诺（具体内容参见招股说明书第四节“发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“1、与本次公开发行有关的承诺情况”之“（5）避免同业竞争的承诺”）。因此，不存在通过实际控制人认定规避同业竞争监管要求的情况。

作为实际控制人的一致行动人，冯定兵已比照实际控制人标准就股份锁定期、持股及减持意向、稳定公司股价预案、虚假陈述的赔偿措施及股份回购和股份买回出具了相关承诺（具体内容参见招股说明书第四节“发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“1、与本次公开发行有关的承诺情况”之“（1）关于股份锁定的承诺函”、“（2）关于持股及减持意向的承诺函”、“（3）关于稳定公司股价预案的承诺函”、“（10）关于虚假陈述的赔偿措施及股份回购和股份买回的承诺”）。因此，不存在通过实际控制人认定规避股份限售监管要求的情况。

综上所述，未将冯定兵认定为实际控制人具有合理性，不存在通过实际控制人认定规避关联交易、同业竞争、股份限售等监管要求的情况。

二、补充说明《一致行动协议》的协议期限、解除条件、意见分歧解决方式的具体情况及其有效性，结合实际控制人控制股份比例较低的情况说明发行人控制权稳定性及公司治理机制的有效性，是否存在公司治理僵局风险及应对措施

（一）补充说明《一致行动协议》的协议期限、解除条件、意见分歧解决方式的具体情况及其有效性

1、《一致行动协议》的协议期限

蔡喜林、上海晶佳与冯定兵签署了《一致行动协议》《关于变更<一致行动协议>期限的补充协议》，协议期限自 2017 年 4 月 10 日起至 2027 年 4 月 10 日或公司股票在境内证券交易所（包括上交所、深交所、北交所）公开发行上市满三十六个月之日终止，两者以晚到期者为准。

2、《一致行动协议》的解除条件

《一致行动协议》未约定任何一方可提前解约的权利。

3、《一致行动协议》的意见分歧解决方式

根据《一致行动协议》的约定，在任一方拟就有关公司经营发展的重大事项向股东会、董事会提出议案之前，或在行使股东会或董事会等事项的表决权之前，一致行动人内部先对相关议案或表决事项进行协调；出现意见不一致时，以蔡喜林的意见为准。

4、《一致行动协议》的有效性

《一致行动协议》的内容系签约各方的真实意思表示，且不违反法律、行政法规的效力性强制性规定，因而《一致行动协议》合法有效，对签约各方皆具有法律约束力。自《一致行动协议》签署至今，上海晶佳、冯定兵在历次股东会中都与蔡喜林保持一致行动，一致行动协议得到签署各方实际遵守和执行。综上所述，《一致行动协议》合法有效且被各方实际履行。

（二）结合实际控制人控制股份比例较低的情况说明发行人控制权稳定性及公司治理机制的有效性，是否存在公司治理僵局风险及应对措施

1、实际控制人所控制的表决权具有优势地位

截至本回复出具之日，蔡喜林直接持有公司 18.27%股份，通过上海汇兰仕间接控制公司 4.76%的股份，通过与上海晶佳和冯定兵签署的《一致行动协议》控制公司 23.63%的股份，因此蔡喜林、孙丽娜夫妇合计控制公司 46.66%的股份。实际控制人蔡喜林、孙丽娜夫妇已出具关于稳定控制权的承诺（具体内容参见招股说明书第四节“发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“1、与本次公开发行有关的承诺情况”之“（15）关于稳定控制权的承诺函”）。

除实际控制人蔡喜林、孙丽娜及其一致行动人上海晶佳及冯定兵外，公司不存在其他持股 10%以上的股东，公司其他股东持股较为分散且不存在一致行动关系。除实际控制人之外的公司主要股东已出具不谋求控制权的承诺（具体内容参见招股说明书第四节“发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“1、与本次公开发行有关的承诺情况”之“（16）关于不谋求控制权的承诺函”），表明其认可蔡喜林、孙丽娜夫妇对公司的控制权，并承诺在持有公司股份期间不谋求公司控制权。

综上所述，尽管公司实际控制人直接持股比例较低，但其通过上海汇兰仕间接持股以及签署一致行动协议的方式合计控制发行人 46.66%的股份，同时公司其他股东持股分散、无一致行动关系且不谋求控制权，因此，实际控制人可控制的股份表决权总数较其他任一股东而言具有显著优势，发行人的实际控制人能够对公司股东会的表决结果形成重要影响，可以实现对公司的有效控制。

2、发行人在实际经营过程中能保持控制权的稳定性及公司治理机制的有效性

报告期内，除蔡喜林外，公司其余持股 5%以上的自然人股东均未在公司任职。蔡喜林为公司董事长兼总经理，孙丽娜为公司副总经理，二人对公司日常经营、重大决策的执行产生重大影响。报告期内，蔡喜林主要负责公司的生产、经营和管理工作，召集主持公司的月度、季度、年度经营管理会议，负责公司发展战略、经营计划的制定和执行，孙丽娜主要负责公司的销售和行政管理工作，二人对公司研发、生产、采购、销售等各方面的重大事项都具有决定性作用。因此，除在股东会层面具有表决权优势地位外，发行人的实际控制人对发行人的日常经营管理亦具有重大影响力，发行人在实际经营过程中能保持其控制权的稳定性。

发行人已根据《公司法》《证券法》等法律、法规和规范性文件的要求，建立和健全了股东会、董事会、监事会、董事会专门委员会等决策、监督机构，并根据公司章程制定和完善了三会议事规则、关联交易管理、对外担保管理等方面的公司治理制度。报告期内，发行人的股东会、董事会、监事会及经营管理层能按照公司章程、议事规则和相关治理规范运行。因此，发行人的公司治理机制有效。

3、发行人未出现公司治理僵局，其产生治理僵局的风险较低

根据《中华人民共和国公司法》及相关司法解释的规定，以下四种情形通常会认定为公司经营管理发生严重困难，导致公司僵局：（1）公司持续两年以上无法召开股东会或者股东大会；（2）股东表决时无法达到法定或者公司章程规定的比例，持续两年以上不能做出有效的股东会或者股东大会决议；（3）公司董事长期冲突，且无法通过股东会或者股东大会解决；（4）经营管理发生其

他严重困难，公司继续存续会使股东利益受到重大损失的情形。

发行人的控制权具有稳定性，出现公司治理僵局的风险较低，具体分析如下：

（1）自发行人设立至今，未出现持续两年以上无法召开股东会的情形。根据发行人的公司章程，公司董事会、监事会、独立董事以及单独或合计持有公司 10%以上股份的股东均有权提议召开股东会。发行人的治理结构不会导致公司持续两年以上无法召开股东会的情形。

（2）自发行人设立至今，其股东会均能形成有效决议。根据发行人的公司章程及股东会议事规则，公司股东会不得对提案进行搁置或不予表决；出席股东会的股东应当对提交表决的议案发表“同意”、“反对”或“弃权”之一的意见；股东会作出的普通决议由出席股东所持表决权的过半数通过，特别决议由出席股东所持表决权的三分之二以上通过。因此，对于提交股东会审议的事项而言，在“同意”意见的比例达到前述要求时通过，反之则不通过。发行人的上述表决和决议机制不会导致其股东会无法形成有效决议的情形。

（3）自发行人设立至今，董事会均正常召开并作出有效决议，未出现公司董事长期冲突的情形。发行人董事会设董事 5 人（其中 2 人为独立董事），每名董事均享有平等的一票表决权，董事会决议由全部董事过半数通过作出。因此，在满足董事会出席人数的前提下，董事平等行使表决权，可以按照过半数的表决规则作出决议并提交股东会审议。

（4）报告期内，公司经营状况良好，未出现经营管理发生严重困难的情形。

综上，发行人报告期内不存在持续两年以上无法召开股东会的情形，股东会均能形成有效决议，公司董事不存在重大分歧和矛盾，且经营管理情况良好，因此，发行人陷入治理僵局的风险较低。

4、公司治理僵局风险的应对措施

发行人针对陷入治理僵局的风险相关应对措施如下：

首先，发行人致力于构建并持续优化公司治理机制，力求最大限度地预防僵局情形的发生。发行人已制定了包括公司章程、三会议事规则、独立董事工

作制度等在内的一系列公司治理规章制度，并建立了由股东会、董事会、监事会及高级管理人员构成的健全的法人治理架构。通过这些规章制度和治理架构的有效运作与持续改进，发行人能够保证决策层、执行层与监督层之间的顺畅沟通，保障公司运营的规范性及稳定性，从而最大限度地降低上述极端情况发生的可能性。

其次，若出现股东之间或董事之间产生重大分歧，导致相关事项无法提交股东会审议的情况，发行人的独立董事、监事会，以及单独或合计持有公司 10%以上股份的股东，可根据相关法律法规及公司治理制度的规定，向董事会提出召开临时股东会的请求。若董事会未能按照规定及时召集股东会，监事会或上述股东可依照法定程序及公司章程的相关条款，自行组织并主持股东会。在此过程中，董事会及其秘书应承担起相应的配合责任，并确保履行信息披露的相关义务。

综上，发行人通过实施上述措施，能够有效降低公司治理中的僵局风险及其可能引发的不利影响。

综上所述，《一致行动协议》已约定明确的协议期限、意见分歧解决方式，未约定任何一方可提前解约的权利，该协议合法有效且被各方实际遵守和履行；发行人的控制权稳定且公司治理机制有效；发行人陷入治理僵局的风险较低，可通过规章制度和治理架构的有效运作应对公司治理中的僵局风险。

三、请保荐机构、发行人律师对上述事项进行核查，并发表明确意见

（一）核查程序

针对上述事项，中介机构执行了以下核查程序：

1、取得并查阅了蔡喜林、冯定兵的个人简历，以及蔡喜林、冯定兵签署的调查表和股东访谈问卷；

2、取得并查阅了冯定兵签署的关于历史任职及投资情况的确认书；对冯定兵及其配偶的投资及控制企业的情况进行网络检索；

3、取得并查阅发行人的公司章程及工商档案；就冯定兵历史上在发行人处领取薪酬的情况向发行人财务负责人进行访谈；取得并查阅发行人的证券持有

人名册；

4、取得并查阅了主要股东签署的《关于不谋求控制权的承诺函》；蔡喜林、上海晶佳与冯定兵签署的《一致行动协议》《关于变更<一致行动协议>期限的补充协议》；

5、取得并查阅了冯定兵签署的《关于股份锁定的承诺函》《关于持股及减持意向的承诺函》《关于规范和减少关联交易的承诺函》《关于避免同业竞争的承诺函》《关于稳定公司股价预案的承诺函》《关于虚假陈述的赔偿措施及股份回购和股份买回的承诺》；

6、核查发行人历次股东会、董事会会议文件、公告文件；

7、抽查了报告期内发行人定期召开经营管理例会及月度例会的会议文件；

8、核查了发行人的公司章程、三会议事规则以及其他有关内部治理的规章制度。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、未将冯定兵认定为实际控制人具有合理性。不存在通过实际控制人认定规避关联交易、同业竞争、股份限售等监管要求的情况。

2、《一致行动协议》已约定明确的协议期限、意见分歧解决方式，未约定任何一方可提前解约的权利，该协议合法有效且被各方实际遵守和履行；发行人的控制权稳定且公司治理机制有效；发行人陷入治理僵局的风险较低，可通过规章制度和治理架构的有效运作应对公司治理中的僵局风险。

二、业务与技术

问题 2.业绩增长的可持续性

申报文件显示，（1）报告期内，发行人营业收入分别为 74,390.46 万元、64,263.82 万元、79,425.97 万元和 51,117.12 万元，扣非后归母净利润分别为 5,786.67 万元、4,453.44 万元、7,918.77 万元和 6,770.06 万元。2024 年 1-6 月，公司主营业务收入较上年同期增长 44.50%，扣非后归母净利润较上年同期增长 123.02%。（2）报告期内，公司主营业务收入主要来源于外销，报告期内公司外销收入占比分别为 74.42%、75.91%、74.06%和 75.03%；公司外销主要为贴牌模式，境外客户主要为当地汽车维修保养设备品牌商。（3）报告期内，公司向前五大客户的销售占比分别为 27.25%、26.24%、26.64%和 27.63%，客户集中度较低。

（1）业绩大幅增长的原因。请发行人：①补充说明主要产品中各系列产品的收入构成、应用领域、销售区域情况，量化分析收入及利润 2022 年下滑、2023 年及 2024 年 1-6 月大幅增长的原因及合理性，净利润变动幅度大幅高于收入变动幅度的原因及合理性。②说明发行人报告期内营业收入及净利润变动情况与同行业可比公司变动趋势存在差异的原因及合理性，结合客户所在地需求增长及变动情况说明业绩增长是否真实。

（2）补充披露境内外客户基本情况。请发行人：①说明与境内外客户的具体合作模式，结合与比亚迪汽车、理想汽车、长城汽车及途虎养车、天猫养车、京东养车等国内客户的具体合作情况，合作时间、销售金额及占比，说明“在国内市场具有较高的品牌知名度、积累了丰富的、优质的客户资源”等相关描述是否准确。②补充说明外销区域有关的进出口政策，结合主要销售区域贸易政策、宏观经济、主要产品市场需求情况及竞争格局、渠道开拓、截至问询回复之日境外销售在手订单、收入实现情况、主要客户销售规模变动等，详细分析公司境外销售增长的原因及合理性、是否具有可持续性，并进行必要的风险揭示和重大事项提示。

（3）市场空间及成长性。申报材料显示，从国内汽车市场来看，2021 年至 2023 年全国新注册登记机动车分别为 3,674 万辆、3,478 万辆、3,480 万辆。

2021 年、2022 年和 2023 年末，国内机动车保有量分别为 3.95 亿辆、4.17 亿辆和 4.35 亿辆；从国外汽车市场来看，随着全球汽车产量及销量长期增长趋势，国外汽车保有量稳步提升。请发行人：①补充说明发行人主要产品境内外的市场占有率，结合举升机、拆胎机、平衡机和养护类设备的更换周期、汽车维修保养市场需求，分析说明报告期内境内外新增汽车产销量与汽车养护设备间产销量的逻辑关系及变动趋势，量化分析未来市场空间，并根据在手订单量化说明是否存在需求大幅下滑的风险。②结合与国内外养护类设备生产厂商比较的竞争优势、产品竞争力及技术水平、主要客户的行业地位及市场占有率分析说明发行人业绩增长是否具有可持续性。

请保荐机构、申报会计师及发行人律师核查上述事项并发表明确意见。

【回复】

一、业绩大幅增长的原因。请发行人：①补充说明主要产品中各系列产品的收入构成、应用领域、销售区域情况，量化分析收入及利润 2022 年下滑、2023 年及 2024 年 1-6 月大幅增长的原因及合理性，净利润变动幅度大幅高于收入变动幅度的原因及合理性。②说明发行人报告期内营业收入及净利润变动情况与同行业可比公司变动趋势存在差异的原因及合理性，结合客户所在地需求增长及变动情况说明业绩增长是否真实。

（一）补充说明主要产品中各系列产品的收入构成、应用领域、销售区域情况，量化分析收入及利润 2022 年下滑、2023 年及 2024 年 1-6 月大幅增长的原因及合理性，净利润变动幅度大幅高于收入变动幅度的原因及合理性

1、主要产品中各系列产品的收入构成、应用领域、销售区域情况

（1）举升机

公司举升机产品根据产品功能和特征不同可划分为双柱汽车举升机、小剪汽车举升机、大剪汽车举升机、四柱汽车举升机、摩托车专用举升机、新能源汽车专用电池举升机等。

报告期内，各类举升机产品收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度

	收入	占比	收入	占比	收入	占比
双柱汽车举升机	32,179.49	63.28%	21,601.23	58.44%	16,972.74	56.13%
小剪汽车举升机	8,704.57	17.12%	7,421.78	20.08%	6,792.52	22.46%
大剪汽车举升机	4,514.04	8.88%	3,782.07	10.23%	3,002.15	9.93%
四柱汽车举升机	3,293.02	6.48%	2,568.15	6.95%	1,994.27	6.60%
摩托车专用举升机	740.93	1.46%	472.27	1.28%	450.93	1.49%
新能源汽车专用电池举升机	485.63	0.95%	312.44	0.85%	389.79	1.29%
其他	936.02	1.84%	801.99	2.17%	636.25	2.10%
合计	**50,853.71**	**100.00%**	**36,959.94**	**100.00%**	**30,238.65**	**100.00%**

报告期内，大剪汽车举升机以内销为主，其他各类举升机以外销为主，分布在欧洲、亚洲、南美洲等公司主要境外市场，具体应用领域、外销收入占比情况如下：

项目	应用领域	外销收入占该产品销售收入比例		
		2024 年度	2023 年度	2022 年度
双柱汽车举升机	适用于乘用燃油车、乘用新能源汽车	76.91%	75.48%	80.45%
小剪汽车举升机	适用于乘用燃油车、乘用新能源汽车	77.83%	75.03%	74.52%
大剪汽车举升机	适用于乘用燃油车、乘用新能源汽车	29.57%	28.58%	39.37%
四柱汽车举升机	适用于乘用燃油车、乘用新能源汽车	80.13%	76.55%	84.45%
摩托车专用举升机	适用于摩托车	97.28%	90.38%	92.28%
新能源汽车专用电池举升机	适用于新能源汽车电池	87.26%	80.06%	61.86%

（2）拆胎机

公司拆胎机产品根据应用领域不同可划分为乘用车拆胎机、商用车拆胎机。

报告期内，各类拆胎机产品收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
乘用车拆胎机	22,506.06	89.28%	17,701.09	86.89%	14,732.08	89.00%
商用车拆胎机	2,702.78	10.72%	2,669.82	13.11%	1,820.92	11.00%
合计	**25,208.84**	**100.00%**	**20,370.91**	**100.00%**	**16,552.99**	**100.00%**

报告期内，各类拆胎机以外销为主，分布在欧洲、亚洲、南美洲等公司主

要境外市场，具体应用领域、外销收入占比情况如下：

项目	应用领域	外销收入占该产品销售收入比例		
		2024 年度	2023 年度	2022 年度
乘用车拆胎机	适用于乘用车轮胎拆装	75.35%	74.99%	74.73%
商用车拆胎机	适用于卡车、客车、工程车等商用车轮胎拆装	96.79%	96.17%	96.00%

（3）平衡机

公司平衡机产品根据应用领域不同可划分为乘用车轮胎平衡机、商用车轮胎平衡机。

报告期内，各类平衡机产品收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
乘用车轮胎平衡机	10,501.46	94.26%	7,918.47	92.71%	6,137.59	92.63%
商用车轮胎平衡机	639.66	5.74%	622.97	7.29%	488.35	7.37%
合计	**11,141.12**	**100.00%**	**8,541.44**	**100.00%**	**6,625.94**	**100.00%**

报告期内，各类平衡机以外销为主，分布在欧洲、亚洲、南美洲等公司主要境外市场，具体应用领域、外销收入占比情况如下：

项目	应用领域	外销收入占该产品销售收入比例		
		2024 年度	2023 年度	2022 年度
乘用车轮胎平衡机	适用于乘用车轮胎平衡测量	81.57%	81.54%	80.25%
商用车轮胎平衡机	适用于卡车、客车、工程车等商用车轮胎平衡测量	95.62%	91.02%	93.85%

（4）养护类设备

公司养护类设备根据产品用途不同可划分为气动抽接油机、变速箱油更换机、润滑油加注机、冷媒回收加注机、轮胎充气机、集中供油加注系统、汽车制动液更换机等。

报告期内，各类养护类设备收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比

气动抽接油机	2,868.72	36.10%	2,456.42	39.28%	2,036.63	38.30%
润滑油加注机	1,179.77	14.85%	953.89	15.25%	1,114.03	20.95%
变速箱油更换机	1,137.93	14.32%	659.94	10.55%	570.27	10.73%
轮胎充气机	954.34	12.01%	884.83	14.15%	705.00	13.26%
冷媒回收加注机	925.33	11.64%	697.83	11.16%	564.28	10.61%
集中供油加注系统	357.17	4.49%	267.97	4.29%	-	-
汽车制动液更换机	237.13	2.98%	142.31	2.28%	158.84	2.99%
其他	286.62	3.61%	189.85	3.04%	167.89	3.16%
合计	**7,947.01**	**100.00%**	**6,253.03**	**100.00%**	**5,316.92**	**100.00%**

报告期内，除集中供油加注系统以内销为主，其他各类养护类设备以外销为主，分布在欧洲、亚洲、南美洲等公司主要境外市场，具体应用领域、外销收入占比情况如下：

项目	**应用领域**	**外销收入占该产品销售收入比例**		
		2024 年度	**2023 年度**	**2022 年度**
气动抽接油机	适用于燃油车及部分混合动力新能源汽车	78.57%	73.71%	71.84%
润滑油加注机	适用于燃油车及部分混合动力新能源汽车	94.02%	91.89%	65.82%
变速箱油更换机	适用于燃油车及部分混合动力新能源汽车	97.40%	96.20%	89.82%
轮胎充气机	适用于燃油车、新能源汽车	89.58%	87.66%	86.14%
冷媒回收加注机	适用于燃油车、新能源汽车	55.65%	55.79%	54.92%
集中供油加注系统	适用于燃油车及部分混合动力新能源汽车	-	0.55%	-
汽车制动液更换机	适用于燃油车、新能源汽车	59.30%	69.97%	51.14%

（5）其他

公司其他产品主要包括配件、其他配套产品、洗车机，其中，配件系与公司主要产品相关的零配件，其他配套产品主要为配套工具类等产品，包括四轮定位仪、焊机、刹车碟机、千斤顶、卷管器等。

报告期内，其他产品具体收入构成情况如下：

单位：万元

项目	**2024 年度**		**2023 年度**		**2022 年度**	
	收入	**占比**	**收入**	**占比**	**收入**	**占比**
配件	2,894.53	30.34%	2,128.74	32.45%	2,081.88	43.15%
其他配套产品	4,536.68	47.55%	2,957.25	45.08%	2,041.34	42.31%

洗车机	2,109.98	22.11%	1,474.56	22.48%	701.18	14.53%
合计	**9,541.19**	**100.00%**	**6,560.54**	**100.00%**	**4,824.40**	**100.00%**

2、量化分析收入及利润 2022 年下滑、2023 年及 2024 年 1-6 月大幅增长的原因及合理性，净利润变动幅度大幅高于收入变动幅度的原因及合理性

2022 年度、2023 年度、2024 年 1-6 月和 2024 年度，发行人营业收入、毛利率、期间费用率、净利润变动情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度		2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度	
	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额	变动幅度
营业收入	105,712.79	33.10%	51,117.12	44.61%	79,425.97	23.59%	64,263.82	-13.61%
毛利率	28.55%	1.50%	28.50%	2.61%	27.04%	3.43%	23.62%	1.28%
期间费用率	12.89%	-1.30%	11.22%	-2.34%	14.19%	-2.18%	16.37%	4.73%
净利润	12,940.49	60.64%	6,935.42	117.88%	8,055.36	168.19%	3,003.55	-50.41%

注：营业收入、净利润的变动幅度=（当期数据-上年同期数据）/上年同期数据，毛利率、期间费用率的变动幅度=当期数据-上年同期数据。

（1）2022 年度

①收入下降

2022 年，公司营业收入较上年下降 10,126.64 万元，降幅 13.61%，主要原因系：A、受国内外下游市场需求下滑影响，客户订单减少；B、2022 年公司上海工厂暂时停工、上海港口出口受阻。2022 年，公司内销主营业务收入较上年下降 3,425.15 万元，降幅 18.28%，外销主营业务收入较上年下降 6,263.98 万元，降幅 11.49%。

②净利润下降

2022 年，公司净利润较上年下降 3,052.91 万元，降幅 50.41%，主要原因系：

A、受下游市场需求下滑影响，当期营业收入较上年下降 10,126.64 万元。假设 2022 年与 2021 年毛利率保持不变，收入减少导致 2022 年净利润减少 1,815.43 万元，具体测算过程如下：

单位：万元

项目	编号	金额
营业收入下降金额	a	10,126.64

2021 年毛利率	b	22.33%
2022 年实际所得税率	c	19.72%
对净利润影响	d=a*b*（1-c）	1,815.43

注：2022 年实际所得税税率=所得税费用/（利润总额+股份支付）

B、公司 2022 年实施员工激励，确认股份支付金额 1,667.78 万元，直接减少当期净利润 1,667.78 万元。

③净利润下降幅度高于营业收入下降幅度

2022 年，公司营业收入较上年下降 13.61%，净利润较上年下降 50.41%，若剔除股份支付影响，净利润较上年下降 22.87%，净利润下降幅度高于营业收入下降幅度，主要原因系虽然公司 2022 年度营业收入下滑，但是公司期间费用相对较为固定，并未随营业收入下降而减少。

（2）2023 年度

①收入上升

2023 年，公司营业收入较上年上升 15,162.15 万元，增幅 23.59%，主要原因系：A.下游市场需求恢复，公司生产及销售恢复正常；B.国内和国外汽车产业发展带动汽车维修保养市场需求增长，同时公司产品在欧洲等国外市场的性价比优势进一步显现，带来公司订单增长；C.由于公司 2022 年举升机产能逐步提升，公司 2023 年供应能力进一步增强，2023 年公司举升机产量较 2022 年增长 7,536 套，增幅 31.69%。

②净利润上升

公司净利润较上年上升 5,051.81 万元，增幅 168.19%，主要原因系：

A、受下游市场需求恢复，当期营业收入较上年上升 15,162.15 万元。假设 2023 年与 2022 年毛利率保持不变，收入增加带动净利润增加 2,939.14 万元，具体测算过程如下：

单位：万元

项目	编号	金额
营业收入上升金额	a	15,162.15
2022 年毛利率	b	23.62%
2023 年实际所得税率	c	17.93%

对净利润影响	d=a*b*（1-c）	2,939.14

注：2023 年实际所得税税率=所得税费用/（利润总额+股份支付）

B、公司销售毛利率由 2022 年的 23.62%上升至 2023 年的 27.04%，主要受美元汇率上升、产量提升单位产品成本下降、主要原材料钢材价格下降等因素影响。2023 年度毛利率上升带动当期净利润增加 2,232.69 万元，具体测算过程如下：

单位：万元

项目	编号	金额
2023 年营业收入金额	a	79,425.97
2023 年毛利率较 2022 年提升	b	3.43%
2023 年实际所得税率	c	17.93%
对净利润影响	d=a*b*（1-c）	2,232.69

2023 年度毛利率较 2022 年度上升 3.43 个百分点，根据测算，毛利率上升因素主要包括：美元汇率上升影响毛利率上升 2.55 个百分点，钢材价格下降影响毛利率上升 1.82 个百分点，产量提升单位产品成本下降影响毛利率上升 1.43 个百分点。具体测算过程如下：

a.美元汇率上升影响

项目	序号	金额
营业收入（万元）	a	79,425.97
营业成本（万元）	b	57,945.61
毛利率	c	27.04%
美元结算收入（万美元）	d	7,681.82
2022 年美元平均结算汇率	e	6.7159
2023 年美元平均结算汇率	f	7.0657
汇率变动	g=f-e	0.3498
汇率变动影响人民币收入（万元）	h=d×g	2,687.14
剔除汇率变动后毛利率	i=（a-b-h）/（a-h）	24.49%
汇率变动对毛利率影响	**j=c-i**	**2.55%**

b. 钢材价格下降影响

项目	序号	金额
销售收入（万元）	a	79,425.97
销售成本（万元）	b	57,945.61
毛利率	c	27.04%

自制产品成本（万元）	d	44,225.72
材料成本占产品成本比例	e	76.99%
钢材耗用占材料领用比例	f	37.03%
2022 年钢材领用平均单价（元/吨）	g	4,565.71
2023 年钢材领用平均单价（元/吨）	h	4,042.65
钢材领用平均单价变动幅度	i=（h-g）/g	-11.46%
钢材价格变动影响成本金额（万元）	j=d×e×f×i	-1,444.95
剔除钢材价格变动后毛利率	k=（a-b+j）/a	25.23%
钢材价格变动对毛利率影响	**l=c-k**	**1.82%**

c. 产量提升影响

项目	序号	金额
销售收入（万元）	a	79,425.97
销售成本（万元）	b	57,945.61
毛利率	c	27.04%
产量变动对举升机成本影响额（万元）	d	-748.02
产量变动对拆胎机成本影响额（万元）	e	-52.25
产量变动对平衡机成本影响额（万元）	f	-239.43
产量变动对养护类设备成本影响额（万元）	g	-96.72
产量变动对主要产品成本影响金额（万元）	h=d+e+f+g	-1,136.42
剔除产量变动影响后毛利率	i=（a-b+h）/a	25.61%
产量变动对毛利率影响	**j=c-i**	**1.43%**

注：产量变动对各类产品成本影响金额=（2023 年单位产品人工成本和制造费用-2022 年单位产品人工成本和制造费用）×2023 年自制产品销量

③净利润上升幅度高于营业收入上升幅度

2023 年，公司营业收入较上年上升 23.59%，净利润较上年上升 168.19%，若剔除股份支付影响，净利润较上年上升 76.39%，净利润上升幅度高于营业收入上升幅度，主要原因系公司销售毛利率由 2022 年的 23.62%上升至 2023 年的 27.04%，带动当期净利润增加 2,232.69 万元。

（3）2024 年 1-6 月

①收入上升

2024 年 1-6 月，公司营业收入较上年同期上升 15,768.31 万元，增幅 44.61%，主要原因系国内和国外汽车产业发展带动汽车维修保养市场需求增长，同时公司产品在欧洲等国外市场的性价比优势进一步显现，带来公司订单增长。2024 年 1-6 月，公司内销主营业务收入较上年上升 3,294.29 万元，增幅 35.29%，

外销主营业务收入较上年上升 12,278.98 万元，增幅 47.85%。

②净利润上升

公司净利润较上年同期上升 3,752.29 万元，增幅 117.88%，主要原因系：

A、受下游市场需求增长，当期营业收入较上年同期上升 15,768.31 万元，假设 2024 年 1-6 月与 2023 年 1-6 月毛利率保持不变，收入增加带动 2024 年 1-6 月净利润增加 3,379.42 万元，具体测算过程如下：

单位：万元

项目	编号	金额
营业收入上升金额	a	15,768.31
2023 年 1-6 月毛利率	b	25.89%
2024 年 1-6 月实际所得税率	c	17.22%
对净利润影响	d=a*b*（1-c）	3,379.42

B、公司销售毛利率由上年同期的 25.89%上升至 2024 年 1-6 月的 28.50%，主要受产量提升单位产品成本下降、美元汇率上升、主要原材料钢材价格下降等因素影响。2024 年 1-6 月毛利率上升影响当期净利润增加 1,104.42 万元，具体测算过程如下：

单位：万元

项目	编号	金额
2024 年 1-6 月营业收入金额	a	51,117.12
2024 年 1-6 月毛利率较 2023 年 1-6 月提升	b	2.61%
2024 年 1-6 月实际所得税率	c	17.22%
对净利润影响	d=a*b*（1-c）	1,104.42

2024 年 1-6 月毛利率较 2023 年 1-6 月上升 2.61 个百分点，根据测算，毛利率上升因素主要包括：产量提升单位产品成本下降影响毛利率 1.96 个百分点，美元汇率上升影响毛利率上升 1.18 个百分点，钢材价格下降影响毛利率上升 0.91 个百分点。具体测算过程如下：

a. 产量提升影响

项目	序号	金额
销售收入（万元）	a	51,117.12
销售成本（万元）	b	36,550.62
毛利率	c	28.50%

产量变动对举升机成本影响额（万元）	d	-388.48
产量变动对拆胎机成本影响额（万元）	e	-422.04
产量变动对平衡机成本影响额（万元）	f	-119.49
产量变动对养护类设备成本影响额（万元）	g	-69.74
产量变动对主要产品成本影响金额（万元）	h=d+e+f+g	-999.75
剔除产量变动影响后毛利率	i=（a-b+h）/a	26.54%
产量变动对毛利率影响	**j=c-i**	**1.96%**

注：产量变动对各类产品成本影响金额=（2024 年 1-6 月单位产品人工成本和制造费用-2023 年 1-6 月单位产品人工成本和制造费用）×2024 年 1-6 月自制产品销量

b. 美元汇率上升影响

项目	序号	金额
营业收入（万元）	a	51,117.12
营业成本（万元）	b	36,550.62
毛利率	c	28.50%
美元结算收入（万美元）	d	5,025.47
2023 年 1-6 月美元平均结算汇率	e	6.9331
2024 年 1-6 月美元平均结算汇率	f	7.0981
汇率变动	g=f-e	0.1649
汇率变动影响人民币收入（万元）	h=d×g	828.78
剔除汇率变动后毛利率	i=（a-b-h）/（a-h）	27.32%
汇率变动对毛利率影响	**j=c-i**	**1.18%**

c. 钢材价格下降影响

项目	序号	金额
销售收入（万元）	a	51,117.12
销售成本（万元）	b	36,550.62
毛利率	c	28.50%
自制产品成本（万元）	d	26,774.86
材料成本占产品成本比例	e	79.12%
钢材耗用占材料领用比例	f	35.27%
2023 年 1-6 月钢材领用平均单价（元/吨）	g	4,171.25
2024 年 1-6 月钢材领用平均单价（元/吨）	h	3,911.92
钢材领用平均单价变动幅度	i=（h-g）/g	-6.22%
钢材价格变动影响成本金额（万元）	j=d×e×f×i	-464.53
剔除钢材价格变动后毛利率	k=（a-b+j）/a	27.59%
钢材价格变动对毛利率影响	**l=c-k**	**0.91%**

③净利润上升幅度高于营业收入上升幅度

2024 年 1-6 月，公司营业收入较上年同期上升 44.61%，净利润较上年同期

上升 117.88%，净利润上升幅度高于营业收入上升幅度，主要原因系：一方面，公司销售毛利率由上年同期的 25.89%上升至 2024 年 1-6 月的 28.50%，带动当期净利润增加 1,104.42 万元；另一方面，随着销售规模大幅提升，规模效应较为明显，公司期间费用率由上年同期的 13.56%下降至 2024 年 1-6 月的 11.22%，使得净利润提升幅度较大。

（4）2024 年度

①收入上升

2024 年，公司营业收入较上年上升 26,286.81 万元，增幅 33.10%，主要原因系国内和国外汽车产业发展带动汽车维修保养市场需求增长，同时公司产品在欧洲等国外市场的性价比优势进一步显现，带来公司订单增长。2024 年，公司内销主营业务收入较上年上升 5,144.92 万元，增幅 25.21%，外销主营业务收入较上年上升 20,861.10 万元，增幅 35.80%。

②净利润上升

公司净利润较上年上升 4,885.13 万元，增幅 60.64%，主要原因系受下游市场需求增长，当期营业收入较上年上升 26,286.81 万元，假设 2024 年与 2023 年毛利率保持不变，收入增加带动 2024 年净利润增加 5,839.97 万元，具体测算过程如下：

单位：万元

项目	编号	金额
营业收入上升金额	a	26,286.81
2023 年毛利率	b	27.04%
2024 年实际所得税率	c	17.85%
对净利润影响	d=a*b*（1-c）	5,839.97

③净利润上升幅度高于营业收入上升幅度

2024 年，公司营业收入较上年上升 33.10%，净利润较上年上升 60.64%，净利润上升幅度高于营业收入上升幅度，主要原因系：一方面，公司销售毛利率由上年的 27.04%上升至 2024 年的 28.55%，带动当期净利润增加；另一方面，随着销售规模大幅提升，规模效应较为明显，公司期间费用率由上年的 14.19%下降至 2024 年的 12.89%，使得净利润提升幅度较大。

综上，2022 年，公司收入下降主要系下游市场需求下降以及上海工厂停工所致，净利润下降主要系当期收入下降以及计提股份支付费用所致，净利润下降幅度高于收入下降主要系期间费用相对较为固定，并未随营业收入下降而减少；2023 年，公司收入上升主要系下游市场需求恢复、国内外汽车产业发展带动汽车维修保养市场需求增长及公司产品性价比优势进一步显现、公司举升机产能逐步释放所致，净利润上升主要系当期收入上升以及毛利率提升所致，净利润上升幅度高于收入上升主要系毛利率提升所致；2024 年 1-6 月及 2024 年，公司收入上升主要系国内外汽车产业发展带动汽车维修保养市场需求增长及公司产品性价比优势进一步显现，净利润上升主要系当期收入上升以及毛利率提升所致，净利润上升幅度高于收入上升主要系毛利率提升以及收入规模提升期间费用率下降所致，变动原因具有合理性。

（二）说明发行人报告期内营业收入及净利润变动情况与同行业可比公司变动趋势存在差异的原因及合理性，结合客户所在地需求增长及变动情况说明业绩增长是否真实

1、说明发行人报告期内营业收入及净利润变动情况与同行业可比公司变动趋势存在差异的原因及合理性

（1）营业收入

单位：万元

公司	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额
常润股份	未披露	-	275,165.91	-0.38%	276,226.81
高昌机电	未披露	-	14,689.14	4.90%	14,003.17
元征科技	188,204.42	17.75%	159,835.26	35.79%	117,709.16
发行人	105,712.79	33.10%	79,425.97	23.59%	64,263.82

2023 年，高昌机电、元征科技、发行人收入均为上升趋势，常润股份收入较上年略有下降，主要原因系销售区域不同，常润股份美国地区收入较上年增长 6.85%，境内收入较上年增长 29.96%，其他国家及地区收入较上年下降 21.19%，其整体收入下降主要受其他国家及地区收入下降影响；2023 年发行人美国地区收入较上年增长 67.22%，境内收入较上年增长 33.33%，可比区域销售收入变动趋势与常润股份一致。

2024 年，元征科技、发行人收入均为上升趋势。根据常润股份披露的 2024 年第三季度报告，2024 年 1-9 月，其营业收入较上年同期增长 4.28%，亦为上升趋势。

（2）净利润

单位：万元

公司	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额
常润股份	未披露	-	22,541.07	25.54%	17,954.80
高昌机电	未披露	-	1,270.15	-3.08%	1,310.45
元征科技	34,126.18	102.05%	16,890.26	259.12%	4,703.26
发行人	12,956.58	57.25%	8,239.60	76.39%	4,671.33

注：元征科技 2022 年出售子公司上海元征机械设备有限责任公司，该项交易产生净利润约 2.81 亿元人民币，上表已剔除该因素影响。常润股份和发行人净利润已剔除股份支付影响。

2023 年，常润股份、元征科技、发行人净利润均为上升趋势，高昌机电净利润较上年下降。高昌机电 2023 年净利润较 2022 年下降 40.30 万元，降幅 3.08%，主要原因系高昌机电 2023 年研发投入增加较多，其研发费用由 2022 年的 1,357.74 万元上升至 2023 年的 1,822.33 万元，研发费用率由 2022 年的 9.70%上升至 2023 年的 12.41%，而发行人 2022 年和 2023 年的研发费用率分别为 3.65%和 3.58%，总体变动较小。

2024 年，元征科技、发行人净利润均为上升趋势。根据常润股份披露的 2024 年第三季度报告，2024 年 1-9 月，其净利润较上年同期增长 18.50%，亦为上升趋势。

综上，发行人报告期内营业收入及净利润变动情况与同行业可比公司变动趋势存在差异具有合理性。

2、结合客户所在地需求增长及变动情况说明业绩增长是否真实

公司产品同时销往国内及国外 100 多个国家和地区，其中外销收入主要分布在欧洲、南美洲、亚洲等地区。

报告期内，公司销售收入总体呈上升趋势，主要系客户所在地汽车维保需求受当地汽车市场的快速发展带动而增长。2023 年度，收入增长地区主要分布

在境内、欧洲、亚洲；2024 年度，收入增长地区主要分布在境内、欧洲、亚洲、南美洲。其中，亚洲收入增长较快的客户主要集中在中东地区、哈萨克斯坦，南美洲收入增长较快的客户主要集中在巴西。

报告期内，公司主营业务收入分区域具体变动情况如下：

单位：万元

区域	2024 年度			2023 年度			2022 年度
	收入	变动金额	增长率	收入	变动金额	增长率	收入
境内	25,557.15	5,144.92	25.21%	20,412.23	5,102.15	33.33%	15,310.08
欧洲	51,415.46	14,194.79	38.14%	37,220.67	8,787.17	30.90%	28,433.50
亚洲其他地区	12,948.95	2,393.57	22.68%	10,555.38	1,724.64	19.53%	8,830.74
其中：中东地区	4,598.24	849.90	22.67%	3,748.34	1,043.60	38.58%	2,704.74
哈萨克斯坦	2,101.40	866.54	70.17%	1,234.86	104.73	9.27%	1,130.14
南美洲	9,148.80	2,697.35	41.81%	6,451.45	-597.16	-8.47%	7,048.62
其中：巴西	4,438.64	1,246.84	39.06%	3,191.80	1,374.25	75.61%	1,817.55
其他	5,621.52	1,575.39	38.94%	4,046.13	110.16	2.80%	3,935.97
合计	**104,691.88**	**26,006.01**	**33.05%**	**78,685.87**	**15,126.96**	**23.80%**	**63,558.90**

（1）主要客户所在地汽车市场增长

①境内市场

近年来，中国经济发展的稳步向前为中国汽车市场持续稳步发展提供了强有力的支撑，我国汽车保有量持续增长。2012 年以后，随着国内一批车辆相继“脱保”，汽车维修保养、更换零配件乃至翻新美容等售后产业迎来巨大市场空间。

根据中国汽车工业协会公布的相关数据，2022 年中国汽车产销量分别为 2,702 万辆、2,686 万辆，到 2024 年中国汽车产销量分别为 3,128 万辆、3,144 万辆，分别以年均约 7.59%和 8.19%的增长率持续增长。据公安部统计，2022 年、2023 年和 2024 年末，国内机动车保有量分别为 4.17 亿辆、4.35 亿辆和 4.53 亿辆，其中，国内汽车保有量分别为 3.19 亿辆、3.36 亿辆和 3.53 亿辆，2022 年末同比增长 5.63%，2023 年末同比增长 5.33%，2024 年末同比增长 5.06%。根据普华永道 2024 年 3 月 8 日发布的《中国乘用车维保后市场数字化白皮书》，我国乘用车维保业务在 2023 年达到约 1.1 万亿元人民币的规模，较 2020 年增长 12.96%。

②欧洲地区

汽车产业已经成为德国、法国等欧洲发达国家国民经济的支柱，在欧洲主要发达国家已经形成了成熟广阔的市场，汽车保有量稳定增长。法国、德国、意大利、西班牙和英国等国家的乘用车保有量较大，且稳定增长，有的国家汽车老龄化现象明显，众多的汽车需要定期的维修保养，从而带动了对维修保养设备的需求。

根据世界汽车组织 OICA 公布的相关数据，2023 年欧洲汽车产销量分别为 1,812.24 万辆和 1,789.90 万辆，相比 2022 年增长率为 13.03%和 18.69%。根据欧洲汽车制造商协会公布的相关数据，2018 年欧洲乘用车保有量为 28,154.40 万辆，到 2022 年欧洲乘用车保有量已经达 29,717.05 万辆，以年均 1.36%的增长率持续增长。

③中东地区

中东地区汽车销量快速增长，为汽车维修保养设备市场提供了坚实的需求基础，以沙特阿拉伯和阿联酋为例，沙特阿拉伯作为中东地区最大的汽车市场之一，根据世界汽车组织 OICA 公布的相关数据，2020 年沙特阿拉伯的汽车销量为 45.25 万辆，到 2023 年沙特阿拉伯的汽车销量达到 75.88 万辆，以年均 18.80%的增长率持续增长。2020 年阿联酋的汽车销量为 15.87 万辆，到 2023 年阿联酋的汽车销量达到 25.91 万辆，以年均 17.75%的增长率持续增长。

④哈萨克斯坦

哈萨克斯坦近年来汽车销量快速增长带动汽车保有量持续增长，同时，该国汽车老龄化现象明显，从而带动汽车维修保养需求不断增加。

根据世界汽车组织 OICA 公布的相关数据，2020 年哈萨克斯坦的汽车销量为 8.92 万辆，到 2023 年哈萨克斯坦的的汽车销量达到 17.35 万辆，以年均 24.83%的增长率持续增长。据哈萨克斯坦资本网报道，截至 2024 年 6 月，哈萨克斯坦的汽车登记数量约为 550 万辆，同比增长 12.3%；按车龄划分，车龄 10 年至 20 年的汽车约 130 万辆，车龄 20 年以上的汽车约 250 万辆，汽车保有量不断增长以及汽车老龄化趋势使得该国汽车维修保养需求不断增加。

⑤巴西

巴西是美洲地区的重要经济体，汽车保有量一直保持着较高的水平并且不断增长，有相当一部分车辆的车龄较长，这为汽车维保设备行业提供了稳定的市场基础。另外，巴西的物流运输、公共交通等行业发展较为成熟，商用车的保有量也较大，这也为汽车维保设备行业提供了重要的市场需求。

根据世界汽车组织 OICA 公布的相关数据，2023 年巴西的汽车销量为 230.87 万辆，相比 2022 年增长率为 9.70%。根据 Statista 数据库公布的相关数据，2023 年巴西的机动车保有量接近 4,712 万辆，其中，汽车占比超过 81%。

（2）主要境外客户需求变动与公司收入增长匹配

报告期内，主要境外客户业务规模持续增长，与公司收入增长匹配，具体如下：

客户	公司对客户销售收入（万元）			客户销售规模		
	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
REDATS SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA	9,262.64	6,610.41	4,357.97	3,415 万美元	3,000 万美元	2,900 万美元
Master plus Ltd	8,491.57	6,460.58	4,705.11	55.92 亿卢布	44.95 亿卢布	26.40 亿卢布
TWIN BUSCH GmbH	5,826.53	4,734.25	4,002.09	未披露	未披露	5,843.62 万欧元
SUMINISTROS DAMA-RL SPAIN SOCIEDAD LIMITADA	3,080.36	1,905.12	1,811.94	2,430 万欧元	1,804.63 万欧元	1,709.79 万欧元
LKQ CZ s.r.o.	2,554.49	1,219.75	1,984.67	未披露	5.10 亿欧元	4.89 亿欧元
MAHOVI INDUSTRIA E COMERCIO DE EQUIPAMENTOS LTDA	1,563.27	1,273.15	565.78	3,689.41 万雷亚尔	2,686.30 万雷亚尔	1,630.58 万雷亚尔

注：客户销售规模数据来源于客户访谈、中信保资信报告等。

综上，公司主要客户所在地需求增长及变动情况与公司收入增长趋势匹配，公司业绩增长真实。

二、补充披露境内外客户基本情况。请发行人：①说明与境内外客户的具体合作模式，结合与比亚迪汽车、理想汽车、长城汽车及途虎养车、天猫养车、京东养车等国内客户的具体合作情况，合作时间、销售金额及占比，说明“在国内市场具有较高的品牌知名度、积累了丰富的、优质的客户资源”等相关描述是否准确。②补充说明外销区域有关的进出口政策，结合主要销售区域贸易

政策、宏观经济、主要产品市场需求情况及竞争格局、渠道开拓、截至问询回复之日境外销售在手订单、收入实现情况、主要客户销售规模变动等，详细分析公司境外销售增长的原因及合理性、是否具有可持续性，并进行必要的风险揭示和重大事项提示。

（一）补充披露境内外客户基本情况

发行人已在招股说明书第五节“业务和技术”之“三、发行人主营业务情况”的“（一）销售情况和主要客户”处补充披露如下：

“（2）报告期各期外销前五名客户情况

报告期内，公司向外销前五名客户销售情况如下：

单位：万元

年度	序号	客户名称	是否关联方	销售内容	金额	占境外收入比例
2024年度	1	REDATS SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA	否	汽保设备	9,262.64	11.70%
	2	Master plus Ltd	否	汽保设备	8,491.57	10.73%
	3	TWIN BUSCH GmbH	否	汽保设备	5,826.53	7.36%
	4	SUMINISTROS DAMA-RL SPAIN SOCIEDAD LIMITADA	否	汽保设备	3,080.36	3.89%
	5	LKQ CZ s.r.o.	否	汽保设备	2,554.49	3.23%
	合计				29,215.58	36.92%
2023年度	1	REDATS SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA	否	汽保设备	6,610.41	11.34%
	2	Master plus Ltd	否	汽保设备	6,460.58	11.09%
	3	TWIN BUSCH GmbH	否	汽保设备	4,734.25	8.12%
	4	SUMINISTROS DAMA-RL SPAIN SOCIEDAD LIMITADA	否	汽保设备	1,905.12	3.27%
	5	MAHOVI INDUSTRIA E COMERCIO DE EQUIPAMENTOS LTDA	否	汽保设备	1,273.15	2.18%
	合计				20,983.51	36.00%
2022年度	1	Master plus Ltd	否	汽保设备	4,705.11	9.75%
	2	REDATS SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA	否	汽保设备	4,357.97	9.03%
	3	TWIN BUSCH GmbH	否	汽保设备	4,002.09	8.29%

年度	序号	客户名称	是否关联方	销售内容	金额	占境外收入比例
	4	LKQ CZ s.r.o.	否	汽保设备	1,984.67	4.11%
	5	SUMINISTROS DAMA-RL SPAIN SOCIEDAD LIMITADA	否	汽保设备	1,811.94	3.76%
	合计				16,861.79	34.94%

注：受同一实际控制人控制的客户合并计算其销售额，LKQ CZ s.r.o.销售收入包含了对 LKQ CZ s.r.o.和 LKQ SK s.r.o.的销售收入；MAHOVI INDUSTRIA E COMERCIO DE EQUIPAMENTOS LTDA 销售收入包含了对 MAHOVI INDUSTRIA E COMERCIO DE EQUIPAMENTOS LTDA、Lupus Equipamentos para Lubrificacao e Abastecimento Ltda、E-WOLF INDUSTRIA COMERCIO E SERVICOS LTDA、LEPAM INDUSTRIA E COMERCIO DE BOMBAS LTDA 的销售收入。

（3）报告期各期内销前五名客户情况

报告期内，公司向内销前五名客户销售情况如下：

单位：万元

年度	序号	客户名称	是否关联方	销售内容	金额	占境内收入比例
2024 年度	1	比亚迪汽车工业有限公司	否	汽保设备	1,893.57	7.41%
	2	铂锐（上海）汽车科技有限公司	是	汽保设备	1,617.45	6.33%
	3	深圳市鑫联鑫汽车检测设备有限公司	否	汽保设备	1,452.89	5.68%
	4	常熟通润汽车零部件股份有限公司	否	汽保设备	1,233.49	4.83%
	5	南京意中意汽车设备有限公司	否	汽保设备	1,096.75	4.29%
	合计				7,294.15	28.54%
2023 年度	1	铂锐（上海）汽车科技有限公司	是	汽保设备	1,447.82	7.09%
	2	深圳市鑫联鑫汽车检测设备有限公司	否	汽保设备	975.45	4.78%
	3	南京意中意汽车设备有限公司	否	汽保设备	906.38	4.44%
	4	北京金源诗琴机电设备有限公司	否	汽保设备	756.07	3.70%
	5	常熟通润汽车零部件股份有限公司	否	汽保设备	722.53	3.54%
	合计				4,808.25	23.56%
2022 年度	1	铂锐（上海）汽车科技有限公司	是	汽保设备	1,406.39	9.19%
	2	常熟通润汽车零部件股份有限公司	否	汽保设备	1,148.44	7.50%
	3	南京意中意汽车设备有限公司	否	汽保设备	926.78	6.05%

年度	序号	客户名称	是否关联方	销售内容	金额	占境内收入比例
	4	深圳市鑫联鑫汽车检测设备有限公司	否	汽保设备	722.48	4.72%
	5	北京金源诗琴机电设备有限公司	否	汽保设备	552.89	3.61%
	合计				4,756.98	31.07%

注：受同一实际控制人控制的客户合并计算其销售额，其中铂锐（上海）汽车科技有限公司销售收入包含了对铂锐（上海）汽车科技有限公司、大连恒兴昌泰汽车科技有限公司和沈阳恒兴昌泰汽车科技有限公司的销售收入；常熟通润汽车零部件股份有限公司销售收入包含了对常熟通润汽车零部件股份有限公司、常熟通润汽车零部件进出口有限公司和常熟通润汽车修理设备有限公司的销售收入；比亚迪汽车工业有限公司包含了比亚迪汽车工业有限公司及其国内的同一控制下企业的销售收入，不包含其国外的同一控制下企业的销售收入。

（二）说明与境内外客户的具体合作模式，结合与比亚迪汽车、理想汽车、长城汽车及途虎养车、天猫养车、京东养车等国内客户的具体合作情况，合作时间、销售金额及占比，说明“在国内市场具有较高的品牌知名度、积累了丰富的、优质的客户资源”等相关描述是否准确

1、与境内外客户的具体合作模式

（1）境外客户

贴牌销售客户：公司与境外品牌商客户的销售属于买断式销售，品牌商通过自有渠道实现产品的最终销售。品牌商向公司下达采购订单，通常在订单中约定型号、规格、品牌标识的形式、标识的使用等贴牌相关事项。公司根据客户要求的产品型号、规格、品牌等生产产品，并根据订单约定与沟通情况安排发货，公司外销主要的贸易方式为 FOB、CIF、C&F 等，公司通过直接出口的方式实现最终销售。

自有品牌销售客户：除所贴品牌不同，自有品牌销售客户合作模式与贴牌销售客户不存在较大差异。

（2）境内客户

经销客户：公司对经销商的销售属于买断式销售，经销商通过自有渠道实现产品的最终销售。公司与经销商签订年度经销协议，根据经销协议，经销商向公司下达采购订单，公司根据订单与沟通情况安排发货，主要为客户自提，运费大多由经销商承担，经销商确认收货后完成交易。

直销客户：直销客户向公司下达采购订单，公司根据订单与沟通情况安排发货，主要为公司委托第三方物流公司进行运输或客户自提，在公司不需要提供安装服务的情况下，客户确认收货后完成交易。部分直销客户约定由公司提供产品安装服务，产品在门店完成安装调试，经客户确认验收后完成交易。

2、结合与比亚迪汽车、理想汽车、长城汽车及途虎养车、天猫养车、京东养车等国内客户的具体合作情况，合作时间、销售金额及占比，说明“在国内市场具有较高的品牌知名度、积累了丰富的、优质的客户资源”等相关描述是否准确

（1）比亚迪

公司于 2023 年通过招投标方式获取比亚迪（含旗下 4S 店）订单，比亚迪主要向发行人采购举升机、养护类设备等。2023 年度和 2024 年度，公司对比亚迪的销售收入分别为 651.28 万元和 1,960.83 万元，占公司营业收入比例分别为 0.82%和 1.85%。

（2）理想汽车

公司于 2020 年通过招投标方式获取理想汽车（含旗下 4S 店）订单，理想汽车主要向发行人采购举升机、洗车机等。报告期内，公司对理想汽车的销售收入分别为 68.45 万元、2.14 万元和 2.64 万元，占营业收入比例分别为 0.11%、0.00%和 0.00%。

公司下游经销商中北京金源诗琴机电设备有限公司、南京意中意汽车设备有限公司获取了理想汽车（含旗下 4S 店）订单，上述经销商供应理想汽车的部分产品系向发行人采购，报告期内，发行人对北京金源诗琴机电设备有限公司、南京意中意汽车设备有限公司销售的用于供应理想汽车的产品收入分别为 475.25 万元、1,092.69 万元和 1,009.83 万元，占营业收入比例分别为 0.74%、1.38%和 0.96%。

理想汽车自 2022 年开始主要通过经销商采购公司产品，主要原因系：一方面，该客户通过招投标方式选择供应商，其需求的产品品类较多，发行人产品只是其中的一部分；另一方面，该客户产品主要发往客户在全国各地的 4S 店，供应商需要负责汽车维保设备的调试安装等售后服务，维护成本较高。而公司

经销商主要经营各类汽保设备及工具，产品品类齐全，同时部分经销商销售区域覆盖较广，在提供售后服务上具有一定优势，故公司经销商 2021 年下半年通过招投标方式获取了该客户的订单。

（3）长城汽车

公司曾于 2017 年获取长城汽车（含旗下 4S 店）订单，长城汽车主要向发行人采购举升机、平衡机等。该项目已在报告期前结束。

公司下游经销商沈阳恒兴昌泰汽车科技有限公司于 2024 年获取了长城汽车（含旗下 4S 店）订单，其供应长城汽车的部分产品系向发行人采购，公司自 2024 年 9 月起开始向其供应长城汽车项目产品。2024 年度，发行人对沈阳恒兴昌泰汽车科技有限公司销售的用于长城汽车的产品收入为 117.07 万元，占营业收入比例为 0.11%。

（4）途虎养车、天猫养车、京东养车

途虎养车、天猫养车、京东养车为国内汽车服务连锁品牌，上述品牌旗下门店主要包括直营店和加盟店，且以加盟店为主，该类门店一般自主选择汽车维修保养设备供应商并独立采购，而不是通过统一招投标。该类门店采购汽车维保设备通常会选择当地经销商，当地经销商具有便捷优势，同时经销商一般经营的汽车维保设备和工具品类齐全，能够满足终端用户的各类产品需求，并且能够及时提供售前及售后服务，故该类终端门店一般不会直接向发行人采购产品，而是通过经销商采购发行人产品。

经访谈公司主要经销商以及走访终端用户，公司产品应用于途虎养车、天猫养车、京东养车门店。

综上，“在国内市场具有较高的品牌知名度、积累了丰富的、优质的客户资源”等相关描述准确。

（三）补充说明外销区域有关的进出口政策，结合主要销售区域贸易政策、宏观经济、主要产品市场需求情况及竞争格局、渠道开拓、截至问询回复之日境外销售在手订单、收入实现情况、主要客户销售规模变动等，详细分析公司境外销售增长的原因及合理性、是否具有可持续性，并进行必要的风险揭示和重大事项提示

1、外销区域有关的进出口政策

发行人境外销售的主要产品为汽车维修保养设备，包括举升机、拆胎机、平衡机、养护类设备等。公司主要的外销区域包括欧洲、亚洲、南美洲等地区，对外销售中受到进出口政策影响的国家或地区主要是美国和土耳其，报告期内，上述国家对公司销售的部分产品加征关税，其中，美国对进口的举升机、拆胎机、平衡机、抽接油机、稀油加注机及相关配件加征 25%的关税，土耳其对进口的举升机加征 6%的关税，拆胎机加征 10%的关税。

2025 年 2 月 1 日，美国总统签署行政令，对所有中国输美商品加征 10%关税，2025 年 2 月 27 日，美国宣布于 2025 年 3 月 4 日起对中国输美产品再次加征 10%关税， 经上述两次加征关税后，美国对进口的举升机、拆胎机、平衡机、抽接油机、稀油加注机及相关配件加征 45%的关税。

报告期内，公司对美国、土耳其地区的合计销售收入占营业收入比例分别为 1.36%、2.16%和 1.37%，占比较低，具体如下：

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
美国	309.78	0.29%	236.03	0.30%	141.15	0.22%
土耳其	1,143.12	1.08%	1,478.97	1.86%	730.92	1.14%
合计	**1,452.90**	**1.37%**	**1,714.99**	**2.16%**	**872.07**	**1.36%**

2、结合主要销售区域贸易政策、宏观经济、主要产品市场需求情况及竞争格局、渠道开拓、截至问询回复之日境外销售在手订单、收入实现情况、主要客户销售规模变动等，详细分析公司境外销售增长的原因及合理性、是否具有可持续性

（1）贸易政策

公司主要的外销区域包括欧洲、亚洲、南美洲等地区，对外销售中受到进出口政策影响的国家或地区主要是美国和土耳其，报告期内，上述国家对公司销售的部分产品加征关税，上述地区收入占公司收入比例较低，具体情况详见上文“外销区域有关的进出口政策”。

（2）宏观经济

公司主要的境外销售增长区域分布在欧洲地区、亚洲中东地区和哈萨克斯坦、南美洲巴西等，报告期内，上述地区宏观经济整体保持良好发展水平，具体如下：

①欧洲地区

A.欧盟

欧洲为全球范围内经济发展水平较高的地区，根据世界银行 World Bank 公布的相关数据，欧盟 27 国 2022 年和 2023 年 GDP 合计约为 16.8 万亿美元和 18.3 万亿美元，2023 年欧盟 GDP 约占世界经济的 17.40%。

B.俄罗斯

根据世界银行 World Bank 公布的相关数据，俄罗斯 2022 年和 2023 年 GDP 约为 2.27 万亿美元和 2.02 万亿美元，2023 年俄罗斯 GDP 约占世界经济的 1.92%。

②亚洲

A.中东地区

中东地区受益于当地丰富的石油和天然气资源等因素，经济发展水平较高，以沙特阿拉伯和阿联酋为例，根据世界银行 World Bank 公布的相关数据，沙特阿拉伯 2022 年和 2023 年 GDP 约为 1.11 万亿美元和 1.07 万亿美元，2023 年沙特阿拉伯 GDP 约占世界经济的 1.01%；阿联酋 2022 年和 2023 年 GDP 约为 0.51 万亿美元和 0.50 万亿美元，2023 年阿联酋 GDP 约占世界经济的 0.48%。

B.哈萨克斯坦

根据世界银行 World Bank 公布的相关数据，哈萨克斯坦 2022 年和 2023 年 GDP 约为 0.23 万亿美元和 0.26 万亿美元，2023 年哈萨克斯坦 GDP 约占世界经济的 0.25%。

③巴西

根据世界银行 World Bank 公布的相关数据，巴西 2022 年和 2023 年 GDP 约为 1.95 万亿美元和 2.17 万亿美元，2023 年巴西 GDP 约占世界经济的 2.06%。

（3）主要产品市场需求情况及竞争格局

①主要产品市场需求情况

公司主要产品为汽车维修保养设备，主要产品的市场需求与汽车保有量和车龄紧密相关，近年来，随着汽车行业的快速发展，全球汽车保有量持续增长、汽车平均车龄不断增大，汽车维修保养设备的市场需求将保持增长趋势。

除 2020 年全球汽车产、销量下滑以外，2012 年至 2023 年全球汽车产、销量均超过 8,000 万辆以上；2021 年以来，全球汽车产销的平稳复苏为汽车后市场及汽车维修保养行业的复苏和发展提供了广阔的市场空间，2020 年全球汽车产量及销量分别为 7,744 万辆、7,967 万辆，2023 年全球汽车产量及销量分别为 9,355 万辆、9,272 万辆，2023 年相比 2020 年产量和销量分别增长了 20.80%、16.39%。欧洲作为发达国家较为集中的地区，汽车保有量依然在稳定增长，2018 年欧洲乘用车保有量为 28,154.40 万辆，到 2022 年欧洲乘用车保有量已经达 29,717.05 万辆，增长 1,500 多万辆，以年均 1.36%的增长率持续增长。

报告期内，公司境外收入增长地区主要分布在欧洲以及亚洲中东地区、哈萨克斯坦、南美洲巴西等新兴汽车市场。欧洲地区汽车市场较为成熟，汽车产业发展历史较长，汽车保有量和车龄均处于较高水平，且随着保有量和车龄的不断增长，汽车维修保养市场需求持续增长。亚洲中东地区、哈萨克斯坦、南美洲巴西等新兴市场地区经济快速发展，这些地区的潜在需求量较大，汽车维修保养市场具有发展空间。

欧洲、中东地区、哈萨克斯坦、巴西汽车市场情况详见“问题 2、一、（二）、2、结合客户所在地需求增长及变动情况说明业绩增长是否真实”。

②竞争格局

相对国外同行业主要厂商，公司产品具有较高的性价比优势，产品竞争力较强。

发达国家的汽车产业发展较早，已经成为美国、日本、德国等发达国家国民经济的支柱，因此，汽车维修保养设备行业在欧美等主要发达国家已经形成了成熟广阔的市场，发展较为稳定。全球行业市场主要由国外知名企业主导，占据较大的市场份额，这些企业起步早，技术积累较为深厚，拥有丰富的产品

条线，以上企业由于先发优势，在全球竞争中具有较强的竞争优势。同行业全球市场的主要厂商有：VSG、GIULIANO、SNAPON、Hunter 等。

公司产品外销占比较高，主要产品远销欧洲、南美洲、北美洲、非洲、亚洲其他国家等 100 多个国家和地区，相比以上全球市场的主要厂商，公司拥有以下竞争优势：①在保持技术优势和质量优势的同时，公司产品具有较高的性价比优势，尤其在境外市场与国外品牌竞争中得到凸显；②公司产品聚焦于主要的汽车维保设备，相比于以上主要厂商多为产品条线丰富的集团公司，公司售后服务和客户定制化服务能力相对较强；③公司主要产品规格型号较齐全，且能够紧跟新能源汽车等发展变化快速进行技术创新和推出新产品。

（4）渠道开拓

公司海外市场拓展主要通过参加各类展会及线上开拓等方式。一方面，公司每年会定期参加部分展会，如中国进出口商品交易会（即广交会）、上海法兰克福汽配展、北京汽保展等，宣传公司品牌，推广公司产品，了解市场动态，接洽潜在客户；另一方面，公司通过线上方式开拓客户，公司已在阿里巴巴国际站、中国制造网（made-in-china.com）等第三方网站平台注册会员，发布产品信息，此外，公司通过搜索引擎、新媒体渠道投放获客。

报告期内，公司新增境外客户数量分别为 142 家、176 家和 277 家，当期新增境外客户销售收入分别为 2,109.71 万元、2,281.31 万元和 4,315.38 万元。

（5）截至问询回复之日境外销售在手订单

截至 2025 年 2 月末，发行人境外销售在手订单金额为 22,026.86 万元，截至 2024 年 2 月末，发行人境外销售在手订单金额为 21,786.54 万元，2025 年 2 月末较 2024 年 2 月末增加 240.32 万元，上升幅度为 1.10%，公司境外销售在手订单充足。

（6）收入实现情况

报告期内，公司外销收入情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额

境外收入	79,134.73	35.80%	58,273.64	20.78%	48,248.83

受益于国外汽车产业发展带动汽车维修保养市场需求增长以及公司产品的竞争优势，报告期内，公司外销收入总体呈增长趋势。

（7）主要客户销售规模变动

公司向报告期各期前五名外销客户的销售金额变动情况如下：

单位：万元

客户	2024 年度	2023 年度	2022 年度
REDATS SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA	9,262.64	6,610.41	4,357.97
Master plus Ltd	8,491.57	6,460.58	4,705.11
TWIN BUSCH GmbH	5,826.53	4,734.25	4,002.09
SUMINISTROS DAMA-RL SPAIN SOCIEDAD LIMITADA	3,080.36	1,905.12	1,811.94
LKQ CZ s.r.o.	2,554.49	1,219.75	1,984.67
MAHOVI INDUSTRIA E COMERCIO DE EQUIPAMENTOS LTDA	1,563.27	1,273.15	565.78
合计	**30,778.86**	**22,203.27**	**17,427.57**

受益于国外汽车产业发展带动汽车维修保养市场需求增长以及公司产品的竞争优势，报告期内主要外销客户的销售收入总体呈增长趋势。

（8）境外销售增长原因

报告期内，公司境外销售收入总体呈上升趋势。

2023 年度，公司境外销售收入较上年上升 10,024.81 万元，增幅 20.78%，主要原因系：①下游市场需求恢复，公司生产及销售恢复正常；②国外汽车产业发展带动汽车维修保养市场需求增长，同时公司产品在欧洲等国外市场的性价比优势进一步显现，2023 年，欧洲的销售收入较 2022 年增加 8,787.17 万元；③公司 2022 年举升机产能逐步提升，使 2023 年供应能力进一步增强，2023 年公司举升机产量较 2022 年增长 7,536 套，增幅 31.69%。

2024 年度，公司境外销售收入较上年上升 20,861.10 万元，增幅 35.80%，主要原因系国外汽车产业发展带动汽车维修保养市场需求增长，同时公司产品在欧洲等国外市场的性价比优势进一步显现，2024 年度，欧洲的销售收入较上年增加 14,194.79 万元。

综上，报告期内，公司主要外销区域贸易政策稳定，宏观经济整体向好，

主要产品市场需求整体增长，公司具有竞争优势并持续开拓境外客户，截至2025 年 2 月末在手境外订单充足，报告期内主要外销客户的销售收入总体呈增长趋势；因此，报告期内，公司境外销售增长具有合理性。

（9）境外销售增长可持续性分析

在外销区域贸易政策、宏观经济、产品市场需求、市场竞争情况、公司竞争优势、主要客户的市场地位和自身发展等各方面不发生不利变化且主要境外客户受到结算限制等不利因素消除的情况下，公司境外销售增长具有可持续性。

公司已在招股说明书“重大事项提示”之“五、特别风险提示”之“（七）公司业绩和境外销售下滑的风险”以及“第三节风险因素”之“一、经营风险”之“（四）公司业绩和境外销售下滑的风险”中补充披露如下：

“报告期内，公司外销收入、主营业务收入及净利润整体呈增长趋势。报告期各期，公司主营业务收入分别为 63,558.90 万元、78,685.87 万元和104,691.88 万元，其中外销收入分别为 48,248.83 万元、58,273.64 万元和79,134.73 万元，公司净利润分别为 3,003.55 万元、8,055.36 万元和12,940.49 万元。报告期各期，公司外销收入占主营业务收入比例约为 75%左右，公司对俄罗斯客户的销售收入分别为 6,591.16 万元、8,999.00 万元和11,296.03 万元，占主营业务收入比例分别为 10.37%、11.44%和 10.79%。报告期内，公司俄罗斯客户因受到外汇管制影响结算方式发生变化，截至本招股说明书签署日，上述影响仍然持续。公司业绩和境外销售增长可持续性受宏观经济、市场竞争情况、产品市场需求、外销区域贸易政策、公司竞争优劣势、主要客户的市场地位和自身发展等各方面因素影响，如果上述各方面因素发生不利变化或者主要境外客户受到结算限制等不利因素持续存在，公司业绩和境外销售存在下滑的风险。”

三、市场空间及成长性。申报材料显示，从国内汽车市场来看，2021 年至2023 年全国新注册登记机动车分别为 3,674 万辆、3,478 万辆、3,480 万辆。2021 年、2022 年和 2023 年末，国内机动车保有量分别为 3.95 亿辆、4.17 亿辆和 4.35 亿辆；从国外汽车市场来看，随着全球汽车产量及销量长期增长趋势，国外汽车保有量稳步提升。请发行人：①补充说明发行人主要产品境内外的市

场占有率，结合举升机、拆胎机、平衡机和养护类设备的更换周期、汽车维修保养市场需求，分析说明报告期内境内外新增汽车产销量与汽车养护设备间产销量的逻辑关系及变动趋势，量化分析未来市场空间，并根据在手订单量化说明是否存在需求大幅下滑的风险。②结合与国内外养护类设备生产厂商比较的竞争优势、产品竞争力及技术水平、主要客户的行业地位及市场占有率分析说明发行人业绩增长是否具有可持续性。

（一）补充说明发行人主要产品境内外的市场占有率，结合举升机、拆胎机、平衡机和养护类设备的更换周期、汽车维修保养市场需求，分析说明报告期内境内外新增汽车产销量与汽车养护设备间产销量的逻辑关系及变动趋势，量化分析未来市场空间，并根据在手订单量化说明是否存在需求大幅下滑的风险

1、补充说明发行人主要产品境内外的市场占有率

（1）发行人主要产品全球的市场占有率

① 举升机

Business Research Insights 是一家提供专业市场分析和数据的市场研究机构，重点研究领域为汽车、机械设备、消费品等，根据其研究数据，2023 年全球汽车举升机市场规模约为 12.9 亿美元（根据中国人民银行发布的数据，2023 年美元兑换人民币的平均汇率为 1 美元兑 7.0467 元人民币，约合人民币 90.90 亿元），据此发行人举升机产品的全球市场占有率测算如下：

项目	2023 年
发行人举升机实现主营收入（亿元人民币）	3.6960
全球市场规模（亿元人民币）	90.90
发行人举升机的全球市场占有率	**4.07%**

② 拆胎机

根据 Business Research Insights 的研究数据，2023 年全球汽车拆胎机市场规模为约 4.9 亿美元（约合人民币 34.53 亿元），据此发行人拆胎机产品的全球市场占有率测算如下：

发行人拆胎机实现主营收入（亿元人民币）	2.0371

拆胎机全球市场规模（亿元人民币）	34.53
发行人拆胎机的全球市场占有率	**5.90%**

③ 平衡机

Global Info Research（广州环洋市场信息咨询有限公司）是一家聚焦全球行业信息的研究机构，重点研究领域为汽车、机械设备、消费品等，根据其研究数据，2023 年全球汽车平衡机市场规模约为 67.34 亿元人民币，据此发行人平衡机产品的全球市场占有率测算如下：

发行人平衡机实现主营收入（亿元人民币）	0.8541
平衡机全球市场规模（亿元人民币）	67.34
发行人平衡机的全球市场占有率	**1.27%**

（2）发行人主要产品国内的市场占有率

公司是国内汽车维修保养设备行业规模较大的制造商。公司国内销售网络覆盖全国大多数省、自治区和直辖市，产品最终销往各地汽车 4S 店、汽车维修保养店、汽车整车厂商（含旗下 4S 店）等用户，在国内市场具有较高的品牌知名度，国内客户包括比亚迪汽车、理想汽车、长城汽车等知名整车厂商（含旗下 4S 店），包括途虎养车、天猫养车、京东养车等大型连锁汽车维修保养店以及中国石油、美孚、壳牌等知名油品公司。

因此，发行人主要产品在国内具有一定的市场占有率。

2、举升机、拆胎机、平衡机和养护类设备的更换周期

举升机、拆胎机、平衡机和养护类设备的更新换代需求受产品生命周期、技术升级等因素驱动，表现为设备自身使用寿命到期后需进行更换，同时受行业技术进步驱动，产品可能在使用寿命到期前提前迭代升级，综合考虑以上因素，发行人举升机、拆胎机、平衡机和养护类设备的更换周期如下：

产品品类	更换周期
举升机	通常大约为：8 至 10 年
拆胎机	通常大约为：6 至 8 年
平衡机	通常大约为：6 至 8 年
养护类设备注	通常大约为：1 至 5 年

注：养护类设备细分品类众多，不同的产品更换周期有所不同，其中：废油抽接油机的更换周期通常大约为：1 至 1.5 年；轮胎充气机、制动液更换机、冷却液更换机、变速箱油更换机的更换周期通常大约为：2.5-3.5 年；润滑油加注机的更换周期通常大约为：3 至 4 年；冷媒回收更换机的更换周期通常大约为：3 至 5 年。

3、汽车维修保养市场需求

（1）全球汽车维修保养市场需求

汽车维修保养市场需求主要包括汽车维修保养设备、汽车维修保养工具、汽车维修保养服务等，根据咨询机构的调查数据，全球汽车维修保养市场规模大约为 9,000 亿美元。

根据咨询机构 Cognitive Market Research 的数据，2023 年全球汽车维修保养市场的市场规模大约为 9,058 亿美元。Cognitive Market Research 是一家专注于行业数据研究与分析的市场研究与咨询公司，重点研究领域为汽车、机械设备、消费品等。

根据另一家咨询机构 The Business Research Company 的数据，2024 年全球汽车维修保养市场的市场规模大约为 9,609.8 亿美元。The Business Research Company 是一家专注于收集市场及产品相关信息的研究公司，重点研究领域为金融服务业、制造业等。

（2）国内汽车维修保养市场需求

根据普华永道 2024 年 3 月 8 日发布的《中国乘用车维保后市场数字化白皮书》，我国乘用车维修保养业务在 2023 年达到约 1.1 万亿元人民币的规模，较 2020 年增长 12.96%。

由此可见，国内及全球汽车维修保养市场需求较大。

4、报告期内境内外新增汽车产销量与汽车养护设备间产销量的逻辑关系及变动趋势

汽车保有量和汽车车龄是影响汽车维修保养设备行业发展的关键因素。

（1）汽车维保设备产销量与汽车保有量呈正相关关系

汽车维保设备产销量与汽车保有量呈正相关关系，汽车保有量的增长带动

汽车维修保养需求增长，进而带动汽车维保设备产销量的增长。

①新增汽车产销量与汽车保有量的逻辑关系

汽车保有量受新增汽车销量与汽车报废数量的影响，新增汽车产销量与汽车保有量的逻辑关系为：

当年汽车保有量=上年汽车保有量+当年新增汽车销量-当年汽车报废量。

2022 年度、2023 年度和 2024 年度，国内汽车销量分别为 2,686 万辆、3,009 万辆、3,144 万辆，年均增长率约为 8.19%。2022 年、2023 年和 2024 年末，国内汽车保有量分别为 3.19 亿辆、3.36 亿辆和 3.53 亿辆，其中，2022 年末同比增长 5.63%，2023 年末同比增长 5.33%，2024 年末同比增长 5.06%，未来将保持增长趋势。

2021 年度、2022 年度和 2023 年度，世界汽车销量分别为 8,364 万辆、8,287 万辆、9,272 万辆，年均增长率为 5.29%。根据华鑫证券的研究报告，2010 年至 2022 年，全球汽车保有量，从 10.2 亿辆提升至 15.7 亿辆，以年均 3.68%的增长率持续增长，未来将保持增长趋势。

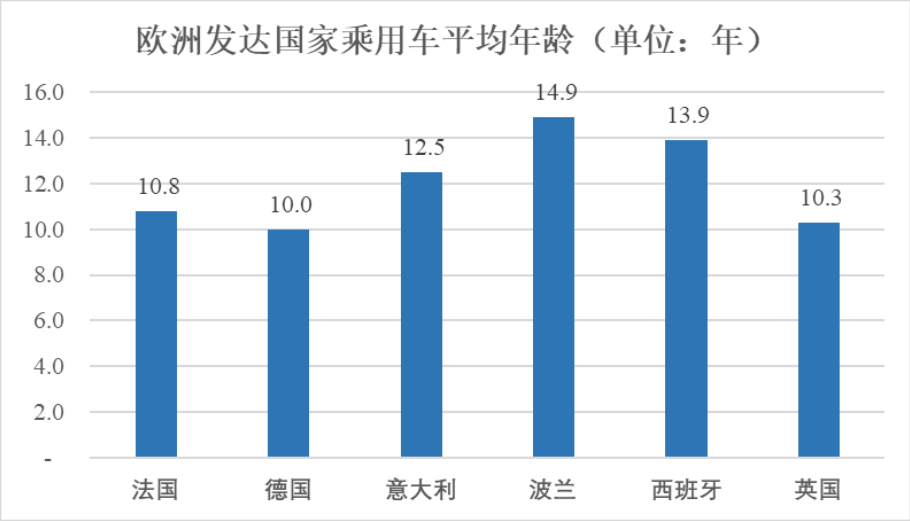
②汽车维保设备产销量与汽车保有量正相关

随着汽车保有量增长，汽车维修保养需求增长，进而带动汽车维保设备产销量的增长。

（2）汽车维保设备产销量还与汽车车龄相关

汽车老龄化趋势使得汽车维修保养需求增加，进而带动了汽车维保设备产销量的增长。

全球汽车老龄化趋势为汽车维修保养行业的未来成长带来机遇。一般车辆进入维修期的车龄是 3-3.5 年。汽车的车龄越大，则每年需要维修保养的频率也越高，维修的费用也会越大，维修保养设备的使用频率与更换频率也会大大增加。以欧洲部分国家为例，汽车平均车龄情况如下：



数据来源：ACEA Report 2024

截至 2022 年底，欧洲主要国家中，波兰的乘用车平均车龄最大，为 14.9 年；德国乘用车平均车龄最小，为 10.0 年。总体而言，整个欧洲的乘用车平均车龄超过 12 年，远远超过了车龄进入维修期的车龄，因此每年需维修的频率将会更高。纵观全球，汽车平均车龄的增大使得存量汽车已经进入了频繁维修保养的阶段，维修保养设备作为汽车维修保养必须使用的专业设备，其的使用频率与更换频率也会随之增加，全球汽车维修保养设备行业将迎来黄金发展时期。

未来随着国内及全球汽车保有量的持续增加，以及汽车的老龄化趋势，汽车维修保养设备具有发展空间。

5、量化分析未来市场空间

（1）全球汽车维修保养市场空间

根据 Cognitive Market Research 的研究数据，2023 年全球汽车维修保养市场的市场规模大约为 9,058 亿美元，2023 年至 2030 年将以年均 7.60%的增长率持续增长，2030 年全球汽车维修保养的市场规模大约为 15,126 亿美元。根据 The Business Research Company 的研究数据，2024 年全球汽车维修保养市场的市场规模大约为 9,609.8 亿美元，2024 年至 2029 年将以年均 8.87%的增长率持续增长，2029 年全球汽车维修保养的市场规模大约为 14,696.4 亿美元。因此，全球汽车维修保养设备市场未来具有发展空间。

（2）国内汽车维修保养市场空间

根据普华永道 2024 年 3 月 8 日发布的《中国乘用车维保后市场数字化白皮

书》，随着保有车辆车龄的增长及新能源渗透率的快速提升，汽车后市场，尤其是乘用车维保业务将迎来新的发展阶段，普华永道预测，2025 年我国乘用车维保业务预计达到 13,476 亿元人民币，2020 年至 2025 年平均复合增长率为 6.50%。因此，国内汽车维修保养设备市场未来具有市场空间。

6、发行人在手订单较充裕，需求大幅下滑的风险较小

截至 2025 年 2 月末，公司已签订但尚未履行完毕的在手订单金额为 27,022.17 万元，较 2024 年 2 月末增长 11.33%，在手订单较充裕，需求大幅下滑的风险较小。

综上所述，发行人主要产品在境内外均具有一定的市场占有率；未来随着境内外汽车保有量的持续增长以及汽车车龄的增长，将会带动更多的汽车维修保养需求，从而带动汽车维修保养设备产销量的增长；国内及全球汽车维修保养设备市场未来具有市场空间；发行人在手订单较充裕，需求大幅下滑的风险较小。

（二）结合与国内外养护类设备生产厂商比较的竞争优势、产品竞争力及技术水平、主要客户的行业地位及市场占有率分析说明发行人业绩增长是否具有可持续性

1、发行人与国内外养护类设备生产厂商比较的竞争优势、产品竞争力及技术水平

（1）国内外主要汽车维修保养设备生产厂商基本情况

公司属于汽车维修保养设备行业，行业国内主要生产厂商包括高昌机电、元征科技、常润股份等，国外主要生产厂商包括 VSG、GIULIANO、SNAPON、Hunter 等，主要厂商基本情况如下：

序号	公司名称	基本情况简介	技术水平	与发行人竞争的主要产品
1	高昌机电	高昌机电成立于 2003 年，主要从事各式液压举升机的研究、设计、开发、生产、销售，主要产品为各类剪式类举升机、四柱类举升机、两柱类举升机和各款四轮定位举升机。高昌机电（代码：870605）曾为新三板挂牌公司，旗下拥有 GAOCHANG 品	高昌机电是高新技术企业和“国家专精特新小巨人企业”，参与起草了国家交通运输部于 2021 年 2 月发布的《中华人民共和国交通运输行业标准——汽车举升机》（JT/T155—2021）。截至 2023 年末，技术人员 31 人；2022 年度、2023 年度，高昌	举升机

序号	公司名称	基本情况简介	技术水平	与发行人竞争的主要产品
		牌。高昌机电对外销售的国家主要为西班牙、美国、德国、意大利等发达国家。产品通过交通部汽车维修保养设备质量监督检验测试中心检验认可，并通过了 ISO9001：2008 国际质量管理体系认证、CE 认证、俄罗斯 GOST 认证。	机电研发投入金额分别为 1,357.74 万元和 1,822.33 万元；研发投入占营业收入比例分别为 9.70%和 12.41%。	
2	元征科技	元征科技成立于 1993 年，为港交所上市公司（代码：02488.HK），元征科技专注于汽车诊断、检测、维修设备的研发、生产和销售以及提供相关的技术服务和解决方案。主要产品为汽车故障诊断仪等汽车诊断设备以及举升机等汽车维修保养设备等。旗下拥有 LAUNCH 品牌，其销售区域覆盖北美洲、欧洲等多个国家和地区。元征科技于 2002 年通过 ISO9001 国际质量管理体系认证，2020 年 4 月，元征科技举升机产品进行了交通产品认证型式试验，还通过了美国 ETL 认证和欧洲 CE 认证。	元征科技是高新技术企业，拥有多项专利技术和软件著作权。截至 2023 年末，研发人员 471 人；2022 年度、2023 年度、2024 年度，元征科技研发投入金额分别为 18,729.87 万元、17,274.19 万元和 20,148.36 万元；研发投入占营业收入比例分别为 15.91%、10.81%和 10.71%。	举升机
3	常润股份	常润股份成立于 2002 年，为上交所主板上市公司（代码：603201.SH），主要从事各类千斤顶及其延伸产品的研发、制造和销售，产品覆盖全球多个国家和地区。拥有 BIG RED、TORIN、BLACK JACK、TCE、YELLOW JACKET、ROADDAWG 等品牌。常润股份部分员工是美国 ASME 协会会员，参与美国千斤顶行业准则的修订，及时调整生产技术与设备，使产品率先符合 ASME 质量标准。此外，常润股份是德国 TÜV 欧标测试认证机构金牌客户，是国内最早取得千斤顶欧标认证的工厂。常润股份产品还通过其他多个国家的产品质量检测。	常润股份是高新技术企业，截至 2022 年 7 月 18 日，常润股份已获得近 10 项与汽车举升机有关的专利。截至 2023 年末，技术人员 157 人；2022 年度、2023 年度，研发投入金额分别为 3,650.41 万元和 2,521.76 万元；研发投入占营业收入比例分别为 1.32%和 0.92%。	举升机
4	世达工具	世达工具是艾沛克斯工具集团（APEX TOOL GROUP）在中国的全资子公司，生产和经营工具、汽车维修设备和个人安全防护用品。世达的汽车维修设备工具主要面向汽车后市场中的车辆维修养护等环节，服务于各主机厂及 4S 集团、综合修理厂、连锁门店、社区门店等后汽车市场客户。拥有 SATA 世达品牌。国内广泛	世达工具产品获得了德国 VDE 认证和 ISO9000 国际质量管理体系认证。世达目前已经参与了套筒、扳手等多个品类的国家标准的制定和更新。世达工具目前已经拥有近 10 项汽车维修保养设备有关的专利，这些专利涵盖了产品的设计、结构、功能等方面，体现了其在技术创新方面的成果。	举升机、拆胎机、平衡机、养护类设备

序号	公司名称	基本情况简介	技术水平	与发行人竞争的主要产品
		覆盖各省市，重点城市深入布局，国际市场主要为欧美地区、亚洲及其他地区。		
5	营口科维	营口科维成立于 2017 年，主要从事汽车检测、维修设备的生产与销售，主要产品为拆胎机、平衡机、四轮定位仪、举升机等设备产品。拥有光明 Bright、火鹰等品牌。国内市场产品覆盖多个省、自治区和直辖市，在各省会城市、一线城市均设有经销商，海外市场出口到亚洲、欧洲、俄罗斯、澳美、南非等多个国家和地区。	营口科维是国家高新技术企业，拥有近百项专利技术，通过建立意大利研发中心，与荷兰 TECHNO GROUP 合作等方式，积极引入国际先进技术。营口科维获得了 ISO9000 质量体系认证和欧洲 CE 认证，其主营产品“火鹰”品牌在 2010 年被评为辽宁省著名商标。	拆胎机、平衡机
6	营口大力	营口大力成立于 2002 年，主营业务为汽车检测、维修设备的生产与销售，主要产品包括拆胎机、平衡机、四轮定位仪和举升机。品牌为 Dali。国内市场产品覆盖全国多个省、自治区和直辖市，在国内各大区域均有销售布局。国际市场产品出口至美国、意大利、荷兰、南非、日本、韩国等多个国家和地区。	营口大力是高新技术企业和国家级科技型中小企业，是省级企业技术中心，是车轮动平衡仪、汽车举升机和四轮定位仪国家标准的起草单位，营口大力拥有 40 余项专利。营口大力通过了 ISO9001 质量管理体系认证，部分产品获得了 CE 认证，部分产品荣获“辽宁省优秀新产品”“辽宁省专精特新产品”及“营口市科技进步奖”。	拆胎机、平衡机
7	中意泰达	中意泰达成立于 2005 年，集专业研发、生产和经营汽车维修设备为一体，中意泰达主要生产汽车轮胎拆装机、平衡机和车辆举升机三大系列。拥有中意泰达品牌，产品销往全国多个省、自治区和直辖市。国外销往欧洲、南美洲、北美洲、非洲及亚太地区多个国家和地区。	中意泰达所有产品均通过 TÜV、CE、UL、CCPC 等认证检验。中意泰达先后获得“辽宁省高新技术企业”、“辽宁省名牌产品”、“辽宁省著名商标”、国家级“专精特新”中小企业、辽宁省“专精特新”中小企业、“营口市市长质量奖”、“营口市工程技术研究中心”、营口市知识产权优势企业等国家、省、市级荣誉 50 余项。先后获得自主知识产权的发明专利、实用新型专利和软件著作权约 70 余项。	拆胎机、平衡机
8	艾沃意特	艾沃意特成立于 2005 年，是集研发、生产和销售于一体的汽车举升机供应商，主要产品为各类汽车的举升机，拥有艾沃意特、EAE 品牌。艾沃意特产品销往多个国家和地区。	艾沃意特是高新技术企业，先后荣获“中国汽保设备行业十佳年度创新企业”、“十大维修保养品牌”、“汽保设备工具知名品牌”、“举升机类十佳产品”等奖项。艾沃意特产品通过了欧洲 CE 认证、中国交通产品认证以及俄罗斯 EAC 认证。	举升机
9	VSG	VSG 成立于 1925 年，总部位于美国，是财富 500 强企业 Dover 旗下子公司。在汽车售后服务领域，VSG 是一家全球性的、具有多元化产品的大型集团公司，主要生产和销售各类汽车举升机、轮胎服务设备、汽车诊	VSG 集团获得了 ISO9000 质量体系认证和欧洲 CE 认证等多项产品认证。VSG 集团积极参与车辆服务行业的标准制定工作，目前已有先进的车辆举升技术、高效的诊断设备技术和精准的车轮服务系统。	举升机、拆胎机、平衡机

序号	公司名称	基本情况简介	技术水平	与发行人竞争的主要产品
		断设备以及碰撞修复设备等，为汽车维修企业和相关服务机构提供整体解决方案。VSG 拥有 Rotary、Ravaglioli、Space、Chief、Forward、Direct Lift、Revolution 和 Hanmecson 等多个主要的车辆举升、车轮服务和碰撞维修品牌。销售区域集中于美洲、欧洲、亚太地区，也在不断开拓中东和非洲的部分国家和地区。		
10	GIULIANO	GIULIANO 成立于 1976 年，总部位于意大利，致力于制造小汽车、摩托车、卡车及重级车轮用的轮胎拆装机，轮胎服务的起升设备和轮胎平衡机等产品，在全球范围内销售产品，在国内苏州设有生产基地，主要品牌为 GIULIANO。销售区域集中在欧洲、美洲和亚洲地区，目前在不断开拓澳洲和非洲地区市场。	GIULIANO 获得了 ISO9001:2008 质量管理体系认证和产品相关标准认证。GIULIANO 拥有多项专利技术。	拆胎机、平衡机
11	SNAPON	实耐宝(SNAPON)成立于 1920 年，是美股上市公司，是全球领先的工具、设备、诊断、维修信息和系统解决方案的创新者、制造商和营销商，主营业务为执行关键任务的专业用户提供工具、设备、诊断、维修信息和系统解决方案任务，产品服务包括手动和电动工具、工具存储、诊断软件、手持和基于 PC 的诊断产品，为汽车经销商和维修中心等行业的客户提供信息和管理系统、车间设备和其他解决方案。汽保设备的主要品牌为 SNAPON、Bluepoint（蓝点）。SNAPON 产品销往全球多个国家和地区，主要销往美洲、欧洲、亚太地区，还销售至中东、非洲、澳大利亚等其他国家和地区。	SNAPON 拥有完善的质量体系认证、环境管理体系认证、产品标准认证（UL、CCC、CE 认证）、行业相关认证、培训认证。SNAPON 的诊断设备采用了先进的数字化技术，能够快速、准确地检测汽车故障，为维修人员提供详细的诊断报告和解决方案。其诊断软件也不断更新升级，支持更多车型和系统的诊断，提高了维修效率和准确性。	举升机
12	Hunter	美国亨特工程公司（Hunter Engineering Company）成立于 1946 年，是一家全球领先的汽车维修检测设备制造商，主要产品包括车轮定位系统、汽车检测线、轮胎平衡机、轮胎拆装机、举升机等，其产品畅销全球多个国家，拥有超过 130 家经销商，用户遍布各品牌汽车 4S 店、综合性汽车修理厂及轮胎快修连锁店等。	Hunter 在产品设计、开发、工程、供应链和制造等所有方面都建立了严格的质量管理体系，产品通过 ISO9001:2015 认证，还获得了教育工作者设备认证和 SEMA 年度制造商奖。亨特的研发团队由 120 多名工程师和支持人员组成。2019 年 10 月，Hunter 成为汽车底盘设备行业第一家达到 300 项专利里程碑的公司，这些专利技术涵盖了产品的各个方面，从机械结构设计到电子控制系	拆胎机、平衡机

序号	公司名称	基本情况简介	技术水平	与发行人竞争的主要产品
			统，再到软件算法等，使得 Hunter 的产品在性能、精度、效率等方面都具有显著优势。	

（2）发行人与国内外养护类设备生产厂商比较的竞争优势、产品竞争力及技术水平

①发行人的竞争优势

与国内外养护类设备生产厂商相比，发行人的竞争优势主要包括：技术研发优势、品牌优势、营销网络优势、生产和质量管理优势以及管理团队优势。

A、技术研发优势

公司深耕汽车维修保养设备行业 20 年，经过多年的积累和沉淀，公司已形成了完善的研发体系，建立了经验丰富的专业研发团队，形成了技术研发优势。汽车维修保养设备的研发涉及机械工程、电气工程、自动化与控制工程、软件开发等多个专业领域，需要跨多领域的专业研发团队；同时，市场需求的不断发展变化对汽车维修保养设备的技术研发提出了较高的要求，一方面，在工业自动化、智能化发展以及各领域新技术快速发展的背景下，汽车维修保养设备的使用需求从手动向自动化、智能化不断升级，对设备的性能、多功能性要求也越来越高；另一方面，汽车产业快速发展变化，新能源汽车迅速普及，汽车维修保养设备需要根据新能源车特点改进或创新。公司已经建立了跨多领域且经验丰富的研发团队，能够紧跟汽车产业的发展变化快速开发相应的新产品，又对市场需求变化具有敏感度，应用各领域的先进技术，推动产品在性能、自动化、智能化、多用功能性等方面不断升级和创新。

公司在举升机安全性、平衡机测量精准度、各类产品的自动化和智能化等方面形成了多项核心技术，还紧跟新能源汽车的发展快速推出相适应的新产品，如电池举升机等。此外，公司不断开发新品类，推出了自动洗车机。截至 2024 年 12 月 31 日，公司拥有境内外专利共 226 个（境内和境外专利分别为 216 个和 10 个），其中包括发明专利 20 个（境内和境外发明专利分别为 16 个和 4 个）；公司取得相关软件著作权共计 18 项。公司的子公司南通巴兰仕参与起草了国家交通运输部于 2021 年 2 月发布的《中华人民共和国交通运输行业标准—

—汽车举升机》（JT/T 155—2021）。公司是高新技术企业，同时被认定为上海市“专精特新”中小企业，子公司广州巴兰仕被认定为广东省“专精特新”中小企业，子公司南通巴兰仕在 2017 年被认定为“江苏科技小巨人”。

B、品牌优势

公司自 2005 年设立以来重视品牌宣传和品牌形象的维护，经过二十年的发展，公司成为国内汽车维保设备规模较大的制造企业，产品型号齐全、品质较高、服务水平较好，树立了良好的品牌形象。在激烈的市场竞争中，具有一定品牌知名度和良好品牌形象是制造企业竞争优势之一。公司目前拥有“UNITE”、“BALANCE”、“优耐特”等多个注册商标，“UNITE”商标于 2012 年 1 月和 2015 年 1 月被认定为上海市著名商标；“UNITE”品牌拆胎机、平衡机于 2014 年 12 月被认定为上海名牌产品。

C、营销网络优势

汽车维修保养设备的最终用户为广泛而分散的汽车 4S 店、汽车维修保养店等，广泛的营销网络对于设备制造企业的发展具有重要作用。公司已经建立了遍布国内各省市和国外 100 多个的国家和地区的营销网络，积累了优质的客户资源，广泛的销售网络对于公司推出新产品、扩大经营规模和盈利能力、提升服务质量奠定了基础，是公司的竞争优势之一。在国内，公司的经销商覆盖全国大多数省、自治区和直辖市，用户包括理想汽车、比亚迪汽车、长城汽车等知名整车厂商（含旗下 4S 店），包括途虎养车、天猫养车、京东养车等大型连锁汽车维修保养店，也包括中国石油、美孚、壳牌等知名油品公司。在国外，公司产品远销欧洲、南美洲、北美洲、非洲、亚洲其他国家等 100 多个国家和地区，主要通过贴牌制造的方式与各国当地的主要品牌商建立了长期稳定的合作关系。

D、生产和质量管理优势

公司在创立初期，即定位于制造高品质汽车维修保养类设备，对产品质量坚持高标准、严要求，随着产业升级，公司在自动化、数字化生产方面不断投入，持续对生产设备、生产工艺进行更新和升级，同时加强精益生产管理和质量管控，公司的生产效率、产品质量和交付能力不断提升，在生产和质量管理

方面形成了竞争优势。公司产品通过了 ISO9001、EAC、UKCA、CE、TÜV、RoHS、CCPC 等国内及国际认证，产品质量得到了国内外客户的广泛认可，形成了良好的口碑。

E、管理团队优势

公司管理团队具有丰富的行业经验和管理经验，能够敏锐地把握行业发展趋势，抓住行业发展机会，具有较强的执行力，在复杂、激烈的市场竞争中保持较高的运营效率，对公司未来发展有着科学的规划，为公司适应不断变化的外部环境和未来的可持续发展提供了有力保障。公司管理团队高度重视人才队伍建设，通过对人才的不断引进、筛选、培养，形成适应行业发展、提升公司竞争力的人才队伍。公司管理团队还不断引进先进的管理理念，优化公司组织架构和制度建设，加强精细化管理，使公司的管理效能和执行能力达到较高水平。

②发行人的产品竞争力及技术水平

发行人是高新技术企业，在汽车维修保养设备领域具有较强的自主研发能力，通过不断提升技术水平以满足市场及客户需求、提升公司核心竞争力，公司主要产品的技术水平参见“问题 3.主要产品的竞争力”。

发行人的产品竞争力主要体现在技术优势、产品质量较稳定、性价比较高，产品品类较丰富、规格型号较齐全等方面。

发行人的产品竞争力具体分析如下：

A、技术优势

公司拥有较强的技术实力与创新能力，在举升机安全性、平衡机测量精准度、各类产品的自动化和智能化等方面形成了多项核心技术，具备一定的技术优势。

B、产品质量较稳定

公司自成立以来一直对产品质量坚持高标准、严要求，持续对生产设备、生产工艺进行更新和升级，同时加强精益生产管理和质量管控，公司的生产效率、产品质量和交付能力不断提升，为公司产品质量稳定提供了保障，进一步

增强了公司产品的市场竞争力。

C、性价比较高

公司是国内汽车维修保养设备行业规模较大的制造商，在保持技术优势和质量优势的同时，公司产品具有较高的性价比优势，尤其在境外市场与国外品牌竞争中得到凸显，进一步提升了公司产品的市场竞争力。

D、产品品类较丰富、规格型号较齐全

公司能够紧跟新能源汽车等发展变化快速进行技术创新和推出新产品，逐渐形成了新能源汽车电池举升技术等新技术；将各专业领域的先进技术应用于各类产品，推动产品在性能、自动化、智能化、多用功能性等方面不断升级和创新，提升了公司产品的国际竞争力和品牌影响力。同时，公司还不断开发新品类产品，如四轮定位仪、全自动电脑洗车机等，扩充了产品线宽度。此外，公司还可以根据客户的特殊需求，提供定制化的产品，满足不同客户的多样化需求，增强客户粘性。因此，与国内外养护类设备生产厂商相比，公司产品规格型号较齐全，能够为客户提供一站式采购服务的便利，从而提升了公司产品的市场竞争力和品牌影响力。

综上所述，与国内外养护类设备生产厂商相比，发行人具有竞争优势，主要包括：技术研发优势、品牌优势、营销网络优势、生产和质量管理优势以及管理团队优势。发行人在技术研发方面具备一定的优势，掌握了多项核心技术及专利，同时生产工艺水平不断改进创新，使得发行人产品的技术水平较高，提升了市场竞争力。发行人的产品竞争力主要体现在技术优势、产品质量较稳定、性价比较高，产品品类较丰富、规格型号较齐全。

2、主要客户的行业地位及市场占有率

报告期内，发行人主要客户为境外当地汽车维修保养设备的品牌商及国内经销商，在当地市场均有一定的行业地位，发行人主要客户的行业地位及市场占有率情况如下：

序号	名称	成立时间	主营业务	行业地位注	市场占有率注
1	REDATS SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA	2006 年	汽车维保设备和工具销售	所在国家第一	约 50%-60%

2	Master plus Ltd	2003 年	汽车维保设备和工具销售	所在国家第一	约 70%
3	TWIN BUSCH GmbH	1997 年	汽车维保设备和工具销售	欧洲第一（拆胎机和平衡机领域）	客户无法提供具体数据
4	SUMINISTROS DAMA-RL SPAIN SOCIEDAD LIMITADA	2011 年	汽车维保设备和工具销售	所在国家前二	约 15%-22%
5	铂锐（上海）汽车科技有限公司（含其同一控制下的沈阳恒兴昌泰汽车科技有限公司、鞍山恒兴昌泰汽车保修设备有限公司和大连恒兴昌泰汽车科技有限公司，下同）	2016 年	汽车维保设备和工具销售	国内排名靠前	客户无法提供具体数据
6	LKQ CZ s.r.o.	2010 年	汽车零配件、汽车维保设备和工具销售	所在国家第一	客户无法提供具体数据

注：数据主要来源于客户访谈记录等资料。

3、发行人业绩增长可持续性分析

与国内外汽车维保设备生产厂商相比，公司具有竞争优势，公司产品具有竞争力，公司技术水平较高，主要客户在当地市场具有一定的行业地位。在公司竞争优势、产品竞争力及技术水平、主要客户的市场地位和自身发展、主要外销区域贸易政策、国内外宏观经济、产品市场需求、市场竞争情况等各方面不发生不利变化且主要境外客户受到结算限制等不利因素消除的情况下，公司业绩增长具有可持续性。

公司已在招股说明书“重大事项提示”之“五、特别风险提示”之“（七）公司业绩和境外销售下滑的风险”以及“第三节风险因素”之“一、经营风险”之“（四）公司业绩和境外销售下滑的风险”中补充披露如下：

“报告期内，公司外销收入、主营业务收入及净利润整体呈增长趋势。报告期各期，公司主营业务收入分别为 63,558.90 万元、78,685.87 万元和 104,691.88 万元，其中外销收入分别为 48,248.83 万元、58,273.64 万元和 79,134.73 万元，公司净利润分别为 3,003.55 万元、8,055.36 万元和 12,940.49 万元。报告期各期，公司外销收入占主营业务收入比例约为 75%左右，公司对俄罗斯客户的销售收入分别为 6,591.16 万元、8,999.00 万元和 11,296.03 万元，占主营业务收入比例分别为 10.37%、11.44%和 10.79%。报告期内，公司俄罗斯客户因受到外汇管制影响结算方式发生变化，截至本招股说

明书签署日，上述影响仍然持续。公司业绩和境外销售增长可持续性受宏观经济、市场竞争情况、产品市场需求、外销区域贸易政策、公司竞争优劣势、主要客户的市场地位和自身发展等各方面因素影响，如果上述各方面因素发生不利变化或者主要境外客户受到结算限制等不利因素持续存在，公司业绩和境外销售存在下滑的风险。”

四、请保荐机构、申报会计师及发行人律师核查上述事项并发表明确意见

（一）核查程序

针对上述事项，中介机构执行了以下核查程序：

1、获取公司主要产品中各系列产品的收入构成明细表，访谈公司销售负责人，了解各系列产品的应用领用、销售区域情况。

2、访谈公司财务负责人，了解及分析报告期内收入及利润变动的原因。

3、查阅同行业可比公司资料，对比分析营业收入及净利润变动趋势。

4、查阅主要客户所在地的宏观经济、汽车市场产销量、汽车保有量数据，比较主要地区销售收入变动的合理性。

5、访谈发行人销售部门人员，了解公司与比亚迪汽车、理想汽车、长城汽车及途虎养车、天猫养车、京东养车等国内客户的合作情况。

6、实地走访发行人主要经销商，了解经销商对终端用户的销售情况，并实地走访经销商下游终端用户。

7、访谈发行人财务负责人、销售部门人员，了解主要销售区域贸易政策、宏观经济、主要产品市场需求情况及竞争格局、渠道开拓及新增客户等情况。

8、获取发行人在手订单，分析公司境外销售收入的变动原因及可持续性。

9、访谈发行人高级管理人员和核心技术人员，了解发行人主要产品境内外的市场占有率、主要产品的更换周期、汽车维修保养市场需求、未来市场空间、发行人与国内外汽车维保设备生产厂商比较的竞争优势、产品竞争力及技术水平等。

10、查阅发行人行业研究分析报告、国家及行业法律法规与产业政策、可

比公司和同行业主要厂商的公开披露信息，检索与发行人业务有关的新闻报道、行业资讯，了解发行人所处行业的市场规模、产品更换周期等信息。

11、根据相关行业规定及数据，测算发行人主要产品的市场需求及容量、市场占有率，并分析说明报告期内境内外新增汽车产销量与汽车维保设备产销量的逻辑关系及变动趋势。

12、访谈发行人主要客户，了解其当地汽车维保设备市场的发展情况，了解主要客户的行业地位及市场占有率；了解发行人产品与同行业汽车维保设备生产厂商比较的竞争优势。

13、检索国内外汽车维保设备生产厂商的公开披露信息，了解其市场地位、产品竞争力和技术水平有关信息。

14、查阅发行人的专利及软件著作权的权证，查阅发行人的产品手册、资质证书、荣誉证书，了解发行人技术先进性和市场地位的有关情况。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师及发行人律师认为：

1、2022 年，公司收入下降主要系下游市场需求下降以及上海工厂停工所致，净利润下降主要系当期收入下降以及计提股份支付费用所致，净利润下降幅度高于收入下降主要系期间费用相对较为固定，并未随营业收入下降而减少；2023 年，公司收入上升主要系下游市场需求恢复、国内外汽车产业发展带动汽车维修保养市场需求增长及公司产品性价比优势进一步显现、公司举升机产能逐步释放所致，净利润上升主要系当期收入上升以及毛利率提升所致，净利润上升幅度高于收入上升主要系毛利率提升所致；2024 年 1-6 月及 2024 年，公司收入上升主要系国内外汽车产业发展带动汽车维修保养市场需求增长及公司产品性价比优势进一步显现，净利润上升主要系当期收入上升以及毛利率提升所致，净利润上升幅度高于收入上升主要系毛利率提升以及收入规模提升期间费用率下降所致，变动原因具有合理性。

2、发行人报告期内营业收入及净利润变动情况与同行业可比公司变动趋势存在差异具有合理性，公司主要客户所在地需求增长及变动情况与公司收入增长匹配，公司业绩增长真实。

3、“在国内市场具有较高的品牌知名度、积累了丰富的、优质的客户资源”等相关描述准确。

4、公司境外销售增长具有合理性；在外销区域贸易政策、宏观经济、产品市场需求、市场竞争情况、公司竞争优势、主要客户的市场地位和自身发展等各方面不发生不利变化且主要境外客户受到结算限制等不利因素消除的情况下，公司境外销售增长具有可持续性；公司已在招股说明书中进行了必要的风险揭示和重大事项提示。

5、发行人主要产品在境内外均具有一定的市场占有率；未来随着境内外新增汽车产销量的持续增长，我国及全球汽车保有量将保持增长趋势，同时随着车龄增长，带动更多的汽车维修保养需求，从而带动汽车维修保养设备产销量的增长，发行人主要产品的汽车维修保养市场需求及容量充足，未来具有市场空间；发行人在手订单充裕，需求大幅下滑的风险较小。

6、与国内外汽车维保设备生产厂商相比，公司具有竞争优势，公司产品具有竞争力，公司技术水平较高，主要客户在当地市场具有一定的行业地位。在公司竞争优势、产品竞争力及技术水平、主要客户的市场地位和自身发展、主要外销区域贸易政策、国内外宏观经济、产品市场需求、市场竞争情况等各方面不发生不利变化且主要境外客户受到结算限制等不利因素消除的情况下，公司业绩增长具有可持续性。

问题 3. 主要产品的竞争力

申报材料显示，（1）发行人主要产品包括举升机、拆胎机、平衡机和汽车养护设备，公司在举升机安全性、平衡机测量精准度、各类产品的自动化和智能化等方面形成了多项核心技术。（2）公司拥有境内外专利共 194 个（境内和境外专利分别为 184 个和 10 个），其中包括发明专利 15 个（境内和境外发明专利分别为 11 个和 4 个）；公司取得相关软件著作权共计 18 项。

（1）举升机技术先进性的具体体现。申报材料显示，报告期内，公司主营业务收入中举升机收入占比为 40.72%、47.58%、46.97%和 46.72%，发行人自产举升机 26,219 套、23,784 套、31,320 套和 21,173 套，外购成品 14,728 套、13,071 套、14,950 套和 11,757 套。子公司南通巴兰仕参与起草了《中华

人民共和国交通运输行业标准——汽车举升机》（JT/T 155—2021）。请发行人：①补充披露公司举升机产品所适配的具体车型、是否兼容燃油与新能源各类车型，说明涉及举升机的核心专利技术、相应专利对产品性能提升的具体作用；子公司所参与行业标准制定的具体事实依据。②说明举升机产品在国内外同类产品中的市场地位，与高昌机电、常润股份及境外厂商在产品价格、可靠性、使用寿命等方面相比的竞争优势，并结合发行人自产举升机与外购成品在产品性能参数、价格间的具体差异，分析说明发行人相关产品技术是否为行业通用技术，是否具备明显的技术优势。③结合技术竞争优势进一步说明 2023 年、2024 年 1-6 月份公司举升机销量较上年同期均增长超过 1 万套的原因及可持续性。

（2）拆胎机和平衡机的技术先进性。申报材料显示，公司拥有“UNITE”、“BALANCE”、“优耐特”等多个注册商标，其中“UNITE”品牌拆胎机、平衡机于 2014 年 12 月被认定为上海名牌产品。请发行人：①说明涉及拆胎机、平衡机的具体核心专利技术，以及相应技术对举升机安全性、平衡机测量精准度所发挥的具体提升作用；结合“全自动拆胎技术”与同行业拆胎技术在安全性、拆胎效率、自动化方面较可比公司同类产品竞争优势的具体体现，说明是否为行业通用技术。②说明“UNITE”品牌拆胎机、平衡机国内外的市场占有率、市场份额，以及拆胎机和平衡机的技术先进性的具体体现。

请保荐机构及发行人律师核查上述事项并发表明确意见。

【回复】

一、举升机技术先进性的具体体现。申报材料显示，报告期内，公司主营业务收入中举升机收入占比为 **40.72%**、**47.58%**、**46.97%**和 **46.72%**，发行人自产举升机 **26,219** 套、**23,784** 套、**31,320** 套和 **21,173** 套，外购成品 **14,728** 套、**13,071** 套、**14,950** 套和 **11,757** 套。子公司南通巴兰仕参与起草了《中华人民共和国交通运输行业标准——汽车举升机》（**JT/T 155—2021**）。请发行人：①补充披露公司举升机产品所适配的具体车型、是否兼容燃油与新能源各类车型，说明涉及举升机的核心专利技术、相应专利对产品性能提升的具体作用；子公司所参与行业标准制定的具体事实依据。②说明举升机产品在国内外同类产品中的市场地位，与高昌机电、常润股份及境外厂商在产品价格、可靠性、使用

寿命等方面相比的竞争优势，并结合发行人自产举升机与外购成品在产品性能参数、价格间的具体差异，分析说明发行人相关产品技术是否为行业通用技术，是否具备明显的技术优势。③结合技术竞争优势进一步说明 2023 年、2024 年 1-6 月份公司举升机销量较上年同期均增长超过 1 万套的原因及可持续性。

（一）补充披露公司举升机产品所适配的具体车型、是否兼容燃油与新能源各类车型，说明涉及举升机的核心专利技术、相应专利对产品性能提升的具体作用；子公司所参与行业标准制定的具体事实依据

1、补充披露公司举升机产品所适配的具体车型、是否兼容燃油与新能源各类车型

发行人已在招股说明书第五节“业务和技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务情况”之“（二）主要产品或服务”之“3、举升机”补充披露如下：

公司举升机产品所适配的具体车型、兼容燃油与新能源各类车型情况如下：

举升机	适配的具体车型	兼容燃油与新能源各类车型情况
双柱汽车举升机	乘用车全部车型及商用车部分车型	兼容
四柱汽车举升机	乘用车全部车型及商用车部分车型	兼容
大剪汽车举升机	乘用车全部车型及商用车部分车型	兼容
小剪汽车举升机	乘用车全部车型及商用车部分车型	兼容
摩托车专用举升机	摩托车全部车型	兼容
新能源汽车专用电池举升机	新能源乘用车全部车型及商用车部分车型	新能源类车型专用

2、说明涉及举升机的核心专利技术、相应专利对产品性能提升的具体作用

发行人举升机的核心专利技术主要包括液压油缸容积同步设计技术等七项技术，相应专利对产品性能提升的主要提升作用包括提升安全性、稳定性、提升工作效率、延长设备使用寿命、增强通用性等多个方面。具体作用如下表所示：

序号	核心技术名称	相关专利和软件著作权情况	对产品性能提升的具体作用
1	液压油缸容积	ZL202221844071.6 ZL202221907815.4	**提高安全性和稳定性：**依据液压容积同步控制原理，采用主副缸串联的方式，通过合理的管路布置，让不同油缸之间相互配合，保证

	同步设计技术	ZL201821992520.5 ZL201720192408.2 ZL202130550880.0	了多个油缸的运动同步性，解决了因偏载导致的两举升平台升降不同步问题，确保车辆平稳升降，避免因举升平台不同步而可能对车辆造成的倾斜、剐蹭等损害。 通过对下降速度的有效控制，降低了因下降速度过快可能导致的如车辆滑落、设备损坏等事故发生概率，使举升机在整个升降过程中都能保持稳定的运行状态，保障了操作人员和车辆的安全。 **自动调平，提高工作效率：**该系统能够通过两副缸的独立工作，自动调节任一升降平台两端的高度，改变了以往一侧举升单元的前后水平同步需要人工手动调整的方式。自动化的调节方式大大节省了调平时间，提高了工作效率。 **减少冲击和噪音，延长设备使用寿命：**该技术在油缸缸底设置回油口，并利用缓冲阀芯的端面与缸底的回油口相交的特性，在举升机下降时减慢液压油回流至缸底的速度，有效减少了举升机下降至低位时的冲击，降低噪音，减少设备的磨损和故障发生率，延长举升机的使用寿命。 **增强适应性和通用性：**可以根据不同车辆的实际情况和维修需求，方便操作人员精准调整升降平台两端的高度，适应各种复杂的车辆底盘结构和维修角度要求，提高了举升机的适应性和通用性。
2	多种控制系统设计技术	2017SR400072 2017SR402036 2018SR717537 2018SR717498	**自主检测报错功能，减少故障点，提高安全性：**用 PLC 可编程控制器系统和集成电路控制系统控制举升机工作，实现自主检测报错功能，一旦检测到高度同步参数偏离正常范围，系统便会立即触发报错机制，停止举升或下降动作，有效预防故障的发生和进一步恶化，从而大幅减少举升机的故障点。 **提升安全性、提升工作效率：**得益于 PLC 可编程控制器系统和集成电路控制系统的精确调控，举升机进行高低工作位及形态切换时，能以稳定的速度和姿态完成，整个过程更加平稳、顺畅，避免了因切换过程中的卡顿或不稳定而可能对车辆或设备本身造成的损害，操作人员无需手动检查设备状态，提升了工作效率。
3	自动调平、一键排气及下降缓冲技术	ZL202321890879.2	**提升举升同步性和稳定性：**主副油缸缸体结构设计合理，相关腔室容积高度设计使举升下降时二者同步运动，保证平台平稳升降，提高举升精确稳定，防止平台因油缸不同步出现倾斜卡顿，提升举升平台的同步性和稳定性。 **提升工作效率：**该技术采用主副油缸与动力部件间独特油路连接设计，间隙与导油孔构成自动补油通道，进油时补偿容积误差，且有第一、二台阶，油液在各腔室依序流动实现自动排气补油机制，减少手动补油需求，规避了因人为操作不当引发的平台问题，降低人员工作难度与量，提升举升机效率与可靠性。 **提升操作安全性：**该技术采用自动排气补油机制，无需手动拧排气螺丝方式，避免手动排气方式存在的排气螺丝喷飞、人员伤害、油液污染等风险，提升操作安全性，还能有效避免排气过程中油液浪费，更加环保。 **较少冲击，延长使用寿命：**该技术采用节流通道缓冲涉及，缓冲阀芯节流通道在平台下降时，通过与缸底凹槽配合，使液压油小流量回流，减缓降落速度，避免冲击损伤，延长寿命，增强操作安全性与稳定性。
4	举升机结构设计技术	/	**优化结构受力、降低液压系统压力：**该技术结合发行人在结构设计技术方面的积累及静力学分析计算、有限元分析对结构受力进行计算优化，降低液压系统压力，由于结构受力分布更加合理，整机对液压系统的依赖程度相应减少，减轻液压系统的工作负担，从而降低因高压可能引发的故障风险。

			提升安全性和可靠性、延长使用寿命：该技术有效保证了举升机在长期的使用过程中，能够更加稳定、安全地运行，减少因结构或液压问题导致的故障发生频率，同时有效地延长整机的使用寿命。
5	全车型举升机技术	ZL201620368790.3 ZL201621217250.1 ZL202020238418.7	**增加适用车型范围：**该技术通过多部件设计，举升平台前后端加装尺寸可变的可移动 SUV 架和多种型号增高器，该装置可上下、左右、前后三维灵活调节，使得举升机能适用所有轿车、MPV、SUV 及新能源乘用车等不同底盘结构的乘用车型，解决传统举升机适用车型的局限性。 **提升操作便利性、提升工作效率：**该技术采用可移动 SUV 架和增高器采用螺纹连接可精确调节，两边设拉伸架结构，操作灵活，精准对准底盘支撑点，减少举升机升空行程，且能适应多种车型，相比于传统人工移动增高胶垫的操作，该技术减少操作步骤和时间，提高了工作效率。 **提高安全性和可靠性：**该技术采用可移动 SUV 架和增高器能适配各类乘用车的底盘支撑点，可在三个方向上运动，保证在举升过程中能准确放置在车辆的支撑点上，相比于传统人工移动增高胶垫的操作，该技术减少操作过程中的车身晃动，让举升过程更稳定，提高安全性和可靠性。
6	新能源电池举升技术	ZL201821394524.3 ZL201920514613.5 ZL201920514605.0 2023SR0151322	**增加适用场景范围：**针对新能源汽车动力电池的拆卸与安装而设计，能有效减少动力电池的装配时间，提高拆装效率，适应新能源汽车维修领域的发展趋势，满足该特定场景下对举升设备的需求。 **增强设备稳定性：**利用夹持机构、刮除组件、安装环、拉伸平台、偏转螺杆等结构，提高举升机在动力电池拆装、升降、移动过程中的稳定性，增强固定平台的承载能力，使设备运转更平稳。 **提升举升精准性：**通过多方面结构与功能设计提升举升机精准度，一是利用第一举升机构协同工作以及支座组件托盘可调节高度的特性，精确控制举升高度，保障工作效率；二是凭借顶板组件的微调功能减少调整时间，让举升操作更精准；三是借助滑动组件中侧板腰型孔与螺钉配合，精确控制拉伸平台限位位置；四是依靠偏转螺杆各部件配合及调节手柄操作，精准调节平台倾斜角度，以满足多样化场景下对角度的精准要求。 **提升安全性和可靠性：**通过第二举升机构调节倾斜角度确保贴合，顶板组件采用悬浮式结构便于微调，同时在把手、帘布等多方面进行设计，全方位保障人员安全，有效避免安全隐患。同时，在第二滑槽部件处设置限位开关，防止过度升降；配备由齿条、卡爪和电磁铁装置构成机械保险，实现机械锁定或分离，为升降操作提供额外的安全保障。 **增强灵活性；**配备万向脚轮方便移动，且脚轮带有锁定机构，可在需要时随时将举升机锁定，确保作业稳定；液压泵和控制装置提供不同驱动方式可供按需选择，同时侧移平台可左右移动，提高了灵活性。
7	二柱类新能源车举升技术	ZL202320708722.7 ZL202320708720.8	**提升车型适用范围：**通过在二柱托臂扩展四组夹轮托盘，分别对车辆的四个车轮进行支撑举升，替代原托盘支撑汽车底盘的方式，释放了原托盘支撑点对汽车底盘覆盖的动力电池拆装作业，夹轮托盘“V”型支撑口可适应不同规格车轮，提升二柱类举升机的适用范围。 **提高维修便利性、提升工作效率：**无需考虑底盘情况，车辆底部维修空间大，方便维修人员作业，使用四组夹轮托盘举升车辆车轮，夹轮托盘夹持车轮便捷，无需调节高度，克服了传统托盘手动旋转费时费力的问题，提高工作效率。

			提升安全性和可靠性：消除了传统托盘需手动旋转调节带来的安全隐患，保障了举升过程的人员与车辆安全。

3、子公司所参与行业标准制定的具体事实依据

发行人子公司南通巴兰仕作为参编单位，参与了 1 项国家行业标准制定，具体事实依据为交通运输部发布的行业标准文件，子公司具体参与情况如下所示：

标准名称	标准类型	实施时间	发布/备案单位	发挥作用
《汽车举升机》JT/T155-2021	行业标准	2021.08.01	交通运输部/全国汽车维修标准化技术委员会	参编单位

（二）说明举升机产品在国内外同类产品中的市场地位，与高昌机电、常润股份及境外厂商在产品价格、可靠性、使用寿命等方面相比的竞争优势，并结合发行人自产举升机与外购成品在产品性能参数、价格间的具体差异，分析说明发行人相关产品技术是否为行业通用技术，是否具备明显的技术优势

1、举升机产品在国内外同类产品中的市场地位

（1）发行人举升机产品在全球市场占有率大约为 4.07%

根据市场研究机构 Business Research Insights 的数据，2023 年全球汽车举升机市场规模约为 12.9 亿美元，2023 年度发行人举升机产品的主营收入 3.6960 亿元人民币，据此测算，发行人举升机产品在全球的市场占有率大约为 4.07%，因此，在全球具有一定的市场地位。关于市场占有率的分析具体参见“问题 2、三、（一）、1、补充说明发行人主要产品境内外的市场占有率”。

（2）与国内同行业主要厂商相比，发行人举升机产品业务规模较大

发行人是国内汽车维修保养设备行业规模较大的制造商，报告期各期，发行人举升机业务收入为 30,238.65 万元、36,959.94 万元和 50,853.71 万元，举升机是发行人业务规模最大的一类产品。发行人举升机产品的国内同行业主要厂商主要包括高昌机电、元征科技、常润股份等。报告期内，发行人举升机业务收入均高于国内同行业主要厂商的举升机业务收入，具体对比如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
高昌机电的营业收入注 1	未披露	14,689.14	14,003.17

常润股份的专业汽保维修设备业务收入注2	未披露	23,089.15	27,438.72
元征科技的举升机事业部收入注3	未披露	未披露	9,500.14
发行人举升机主营业务收入	**50,853.71**	**36,959.94**	**30,238.65**

注 1：高昌机电的数据来源于定期报告，其未披露 2024 年度财务数据。

注 2：常润股份的数据来源于招股说明书及定期报告，其未披露 2024 年度财务数据。此处披露的常润股份的收入系其专业汽保维修设备的收入；根据常润股份招股说明书及定期报告，其专业汽保维修设备主要面向汽保维修客户的专业设备，如车辆修理需要的专业千斤顶、举升机、压机等。因此，常润股份举升机产品的收入实际低于表格所列各期收入。

注 3：元征科技的数据来源于定期报告，此处披露的元征科技的收入系其举升机分部收入，元征科技 2022 年 8 月出售了子公司上海元征机械设备有限责任公司，其主要业务为举升机的生产和销售，元征科技未披露 2023 年度及 2024 年度举升机分部的经营数据。

由上表可见，报告期各期发行人举升机业务收入规模高于国内同行业主要厂商的举升机业务收入。因此，发行人的举升机业务在国内同行业主要厂商中规模较大。

（3）与国外同行业主要厂商相比，发行人举升机产品具有较高性价比优势

发行人专注于汽车维修保养设备的研发、生产和销售，发行人举升机产品具备自主研发的多项核心技术，在保持自身技术优势和质量优势的同时，具有较高的性价比优势。发行人举升机产品的国外同行业主要厂商主要包括 SNAPON、VSG 等大型集团公司，该等同行业公司的业务范围覆盖较广，均未披露举升机业务或汽保设备类相关业务的收入。

综上所述，2023 年度，发行人举升机产品在全球的市场占有率大约为 4.07%，与国内同行业主要厂商相比，发行人举升机业务规模较大，与国外同行业主要厂商相比，发行人举升机产品具备较高性价比优势，因此，发行人举升机产品在国内外市场均具有一定的市场地位。

2、举升机产品与高昌机电、常润股份及境外厂商在产品价格、可靠性、使用寿命等方面相比的竞争优势

发行人举升机产品与高昌机电、常润股份及境外厂商相比在质量稳定性、可靠性、使用寿命等方面具备竞争优势；在保证质量稳定性的同时，发行人举升机产品与境外厂商相比具有较高的性价比优势。竞争优势的主要情况分析如下：

（1）举升机产品在价格方面的竞争优势

通过访谈采购国内其他品牌举升机产品的发行人客户确认，发行人与高昌机电、常润股份、元征科技等国内举升机厂商在同等定位、相似性能的同类产品方面，产品价格无重大差异。与国内厂商相比，发行人举升机产品的竞争优势主要体现在产品技术先进、质量稳定、规格型号齐全等方面，主要系发行人生产规模较大、具备较强的技术研发优势、生产和质量管理优势。

与境外厂商相比，发行人举升机产品具有较高的性价比优势。发行人举升机产品具备自主研发的多项核心技术，在保持自身技术优势和质量优势的同时，具有较高的性价比优势。有关发行人竞争优势，参见“问题 2、三、（二）、1、发行人与国内外养护类设备生产厂商比较的竞争优势、产品竞争力及技术水平”。

（2）可靠性及使用寿命方面的竞争优势

通过查询高昌机电、常润股份及境外厂商公司网站或其产品手册等公开信息，尚未发现有关举升机可靠性及使用寿命参数的披露信息。

与举升机行业标准（JT/T 155-2021）相比，发行人举升机在操作精度、结构强度与安全性等参数指标方面具有明显的优势，从而提升了举升机的可靠性及使用寿命。公司与行业标准的相关性能参数对比情况如下：

序号	性能参数指标	指标含义与产品性能的关系	巴兰仕	行业标准
1	托臂式举升机各支承面的相对高度差（托臂完全伸展的状态）	指的是当举升机托臂完全伸展时，各支承面之间高度差异的允许范围。属于影响举升机操作精度与稳定性相关的关键技术参数；较小的相对高度差表明举升机的制造精度高，在举升过程中能更好地保证车辆的稳定性与安全性。	≤3-5（mm）（无负荷或额定举升状态下）	≤15（mm）（无负荷或额定举升状态下）
2	当纵梁长度为 L1 时，两纵梁的挠度	纵梁是四柱举升机的主要承重部件，当举升机举起车辆时，纵梁会承受车辆的重量而产生弯曲变形，挠度是衡量举升机纵梁弯曲程度的指标；挠度越低，说明四柱举升机的纵梁在承受负载时的弯曲变形越小，证明举升机纵梁的结构强度越强，越能保证举升稳定性与安全性。	≤0.0025L1（额定举升状态下）	≤0.0035L1（额定举升状态下）

发行人不断追求工艺技术改进和提升自身技术标准，上述相关参数指标明显优于行业标准，从而提升了举升机设备的稳定性、安全性，延长了设备的使

用寿命。

3、发行人自产举升机与外购成品在产品性能参数、价格间的具体差异

发行人自产举升机与外购举升机的产品系列有所差异，外购举升机主要是型号相对普通、技术工艺相对简单的双柱式举升机，而发行人自产举升机还包括剪式举升机等结构相对复杂、技术工艺相对较复杂的系列产品，从整体上看，发行人自产举升机平均销售价格高于外购举升机。

（1）发行人自产与外购举升机的基本情况

报告期内，发行人外购举升机销售 95%以上为双柱举升机，具体情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
双柱举升机	15,060.38	97.69%	9,498.54	96.64%	8,621.38	97.74%
其他举升机	356.53	2.31%	330.36	3.36%	199.14	2.26%
外购举升机合计	**15,416.90**	**100.00%**	**9,828.89**	**100.00%**	**8,820.52**	**100.00%**

报告期内，发行人自产举升机主要包括双柱举升机、小剪举升机、大剪举升机、四柱举升机、摩托车举升机、电池举升机等多个系列，其中，剪式举升机的结构相对复杂、生产技术要求相对较高、产品开发和创新水平相对较高，全部由发行人自产。报告期各期，发行人自产举升机销售的具体情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
双柱举升机	17,119.12	48.31%	12,102.69	44.61%	8,351.36	38.99%
小剪举升机	8,704.57	24.56%	7,421.78	27.36%	6,792.52	31.71%
大剪举升机	4,514.04	12.74%	3,782.07	13.94%	3,002.15	14.02%
四柱举升机	3,125.36	8.82%	2,446.64	9.02%	1,923.48	8.98%
摩托车举升机	699.67	1.97%	436.45	1.61%	408.93	1.91%
电池举升机	485.63	1.37%	312.44	1.15%	389.79	1.82%
其他举升机	788.42	2.22%	628.97	2.32%	549.90	2.57%
自产举升机合计	**35,436.81**	**100.00%**	**27,131.05**	**100.00%**	**21,418.12**	**100.00%**

（2）发行人自产举升机与外购成品产品性能参数差异

报告期内，发行人外购举升机主要为双柱举升机。发行人自产举升机除双柱举升机外，还包括较大比例的剪式举升机。外购双柱举升机与自产双柱举升机、自产剪式举升机的主要参数差异体现在举升重量、托臂配置差异与适配车型等方面。具体如下：

序号	性能参数指标	指标与产品性能的关系	外购双柱举升机	自产双柱举升机	自产剪式举升机
1	维修车间的空间要求	通常柱式举升机需要的安装空间相对宽敞，而剪式举升机可以伸缩，更适合空间相对有限的场所。	空间要求相对宽敞	空间要求相对宽敞	可适用于空间相对有限的车间
2	应用场景	不同举升机的应用场景有所不同，维修作业类型与精度要求不同，剪式举升机的举升精度更高。	日常维修检查及大型设备更换	日常维修检查及大型设备更换	除日常维修检查以外，在四轮定位、底盘调校等精准维修中，体现高精度优势
3	举升重量（吨/T）	举升机能够安全举升的最大重量，越重举升车型越广泛。	主要是 4.0T	以 4.2T、4.0T 为主	以 3.0T、3.5T、4.0T、5.5T 为主
4	托臂配置与适用车型	柱式举升机托臂的长度和伸展范围等参数决定了举升机能够适应的车辆轴距和轮距范围。通常三节托臂比二节托臂能拉伸的长度更长，水平展开的面积更大，因此，伸展调节的范围相对较大，使得其可适配的车型更多。	以外购双柱举升机主要机型为例，通常配置 4 个二节托臂，其中，2 个二节托臂的伸展调节范围为 620mm-880mm，另外 2 个二节托臂的伸展调节范围为 820mm-1,260mm。	以自产双柱举升机主要机型 U-T40 系列、U-T42 系列为例，通常配置有 2 个二节托臂和 2 个三节托臂，其中，2 个二节托臂的调节范围为 800mm-1,220mm，2 个三节托臂的调节范围为 700mm-1,310mm。	适配乘用车全部车型

（3）发行人自产举升机与外购成品价格差异

发行人自产举升机平均售价高于外购举升机，主要原因系外购主要是双柱举升机，自产除了双柱举升机还包括较大比例的剪式举升机，剪式举升机产品因结构相对复杂、技术工艺较复杂，其平均售价相对高于双柱式举升机。报告期内，发行人自产举升机与外购举升机的价格差异情况如下：

单位：元/台

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
自产举升机平均销售价格	8,202.97	8,510.63	9,139.76
外购举升机平均销售价格	6,247.73	6,468.08	6,540.50
价格差异率	**23.84%**	**24.00%**	**28.44%**

其中，发行人自产双柱举升机与外购双柱举升机的价格差异情况如下：

单位：元/台

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
自产双柱举升机平均销售价格	6,811.95	6,925.32	7,595.59
外购双柱举升机平均销售价格	6,205.09	6,414.03	6,556.19
价格差异率	**8.91%**	**7.38%**	**13.68%**

由上表可见，报告期各期，发行人自产举升机平均销售价格均高于外购举升机平均销售价格，自产双柱举升机平均销售价格均高于外购双柱举升机平均销售价格。

4、分析说明发行人相关产品技术是否为行业通用技术，是否具备明显的技术优势

发行人举升机相关核心技术不是行业通用技术，具备明显的技术优势，主要原因有以下几个方面：

第一，发行人深耕汽车维修保养设备行业多年，技术积淀深厚，掌握了包括液压油缸容积同步设计技术在内的七项举升机产品核心技术，在扩大设备应用场景和范围、提升产品性能、可靠性、使用寿命以及提升设备工作效率等多个方面具有独特性和创新性。具体参见本题“一、（一）、2、说明涉及举升机的核心专利技术、相应专利对产品性能提升的具体作用”。

第二，发行人生产工艺具备一定优势，举升机产品的关键参数指标处于行业先进水平。发行人举升机产品在“托臂式举升机各支承面的相对高度差”、“当纵梁长度为 L1 时，两纵梁的挠度”等有关举升机产品操作精度、可靠性与安全性的关键指标上明显高于行业标准。具体参见本题“一、（二）、2、（2）可靠性及使用寿命方面的竞争优势”。

第三，发行人举升机产品不断研发创新。发行人持续紧跟新能源汽车等行业市场发展新趋势，不断投入研发，推出了适应新能源汽车发展趋势的电池举升机等产品，举升机能适用乘用车全车型，应用场景丰富，能有效满足不同客户的需求，从而巩固了发行人的市场地位。

综上，发行人举升机相关核心技术并非行业通用技术，具备明显的技术优势。

（三）结合技术竞争优势进一步说明 2023 年、2024 年 1-6 月份公司举升机销量较上年同期均增长超过 1 万套的原因及可持续性。

2023 年、2024 年 1-6 月份公司举升机销量较上年同期均增长超过 1 万套的主要原因系发行人具有较强的技术优势。

1、2023 年、2024 年 1-6 月公司内销与外销举升机的销量增长情况

公司 2023 年举升机销量较上年同期相比，境内外销量增长大体相当；2024 年 1-6 月举升机销量较上年同期相比，主要来自境外销量增长。具体情况如下：

单位：套

项目	2024 年 1-6 月举升机较上年同期		2023 年举升机较上年同期	
	销量增加数量	占比	销量增加数量	占比
举升机内销	2,707	25.57%	4,953	48.77%
举升机外销	7,881	74.43%	5,202	51.23%
合计	**10,588**	**100.00%**	**10,155**	**100.00%**

2、举升机内销增长的原因

举升机内销增长的主要原因系：一方面，公司举升机具备自主研发的多项核心技术和较强技术竞争优势，能够紧跟新能源汽车等发展变化快速进行技术创新和推出新产品，产品兼容并适用于新能源与燃油乘用车全部车型，公司能够为客户提供定制化产品和服务，使得公司能够通过招投标进入国内知名新能源整车企业如比亚迪汽车、理想汽车等供应体系，体现出市场对公司技术优势的认可；另一方面，公司举升机产品具有技术先进性，在产品质量稳定性、安全性及使用寿命等方面具有技术竞争优势，且公司举升机规格型号较齐全，在国内市场具有竞争优势。

2023 年及 2024 年 1-6 月，举升机内销增长的具体情况如下：

单位：套

序号	客户类型	2024 年 1-6 月举升机销量增长	占比	2023 年举升机销量增长	占比
1	新能源整车厂商（含旗下 4S 店）及其配套经销商客户	1,237	45.70%	886	17.89%
2	其他客户	1,470	54.30%	4,067	82.11%
举升机内销增长合计		**2,707**	**100.00%**	**4,953**	**100.00%**

由上表可见，2023 年及 2024 年 1-6 月举升机内销增长主要包括：新能源整车厂商（含旗下 4S 店）及其配套经销商客户以及其他客户的举升机销量增加。具体分析如下：

2023 年及 2024 年 1-6 月新能源整车厂商（含旗下 4S 店）及其配套经销商客户举升机销量分别增加 886 台、1,237 台，主要系：公司 2023 年中标新能源整车厂商比亚迪（含旗下 4S 店）的汽车维保设备采购项目，公司 2023 年度直接向比亚迪销售举升机 525 台，2024 年 1-6 月比亚迪的采购量增加 993 台；2023 年及 2024 年 1-6 月，理想汽车通过公司经销商北京金源诗琴机电设备有限公司、南京意中意汽车设备有限公司向公司采购举升机分别增加 361 台、244 台。公司对新能源汽车整车厂商（含旗下 4S 店）客户的举升机销量不断增长，主要由于新能源汽车在国内快速发展带动了维保设备市场需求增长，同时，公司紧跟新能源汽车的发展趋势，不断对举升机进行研发创新，使公司的举升机能够适配新能源车型，同时还开发了专用于新能源汽车的电池举升机，针对新能源汽车的举升机，公司产品具有先发优势，产品型号齐全，因此，公司的新能源整车厂商（含旗下 4S 店）客户举升机销量不断增长。

2023 年及 2024 年 1-6 月其他客户举升机销量分别增加 4,067 台、1,470 台，主要系：由于发行人产品技术先进、质量稳定、产品规格齐全，部分经销商从其他汽保设备厂商采购减少，转为增加采购发行人产品；同时 2023 年和 2024 年 1-6 月均新增了举升机客户。

3、举升机外销增长的原因

举升机外销增长的原因主要系发行人具有较强的技术竞争优势，产品具有较高的性价比优势：一方面，发行人举升机产品具备自主研发的多项核心技术，凭借丰富的行业经验和紧跟新能源汽车快速发展趋势，能够结合境外市场需求开发出适用新能源汽车的电池举升机及适用乘用车全部车型的举升机新产品，满足境外市场的各类车型维修需求，发行人举升机的技术水平具有先进性，能够替代一部分国际品牌厂商的产品；另一方面，发行人在保持自身技术优势和质量优势的同时，公司产品具有较高的性价比优势，尤其在境外市场与境外同行业的竞争中得到凸显，使得境外客户需求增长较多。

综上所述，发行人在国内外市场具有技术竞争优势，随着新能源汽车等汽车产业发展变化，国内外市场竞争的变化，公司技术竞争优势逐步显现，因此，2023 年、2024 年 1-6 月份公司举升机销量较上年同期均增长超过 1 万套具有合理性。

4、举升机销量增长的可持续性

在公司竞争优势、产品竞争力及技术水平、主要客户的市场地位和自身发展、主要外销区域贸易政策、国内外宏观经济、产品市场需求、市场竞争情况等各方面不发生不利变化且主要境外客户受到结算限制等不利因素消除的情况下，公司举升机销量增长具有可持续性。

二、拆胎机和平衡机的技术先进性。申报材料显示，公司拥有“UNITE”、“BALANCE”、“优耐特”等多个注册商标，其中“UNITE”品牌拆胎机、平衡机于 2014 年 12 月被认定为上海名牌产品。请发行人：①说明涉及拆胎机、平衡机的具体核心专利技术，以及相应技术对举升机安全性、平衡机测量精准度所发挥的具体提升作用；结合“全自动拆胎技术”与同行业拆胎技术在安全性、拆胎效率、自动化方面较可比公司同类产品竞争优势的具体体现，说明是否为行业通用技术。②说明“UNITE”品牌拆胎机、平衡机国内外的市场占有率、市场份额，以及拆胎机和平衡机的技术先进性的具体体现

（一）说明涉及拆胎机、平衡机的具体核心专利技术，以及相应技术对举升机安全性、平衡机测量精准度所发挥的具体提升作用；结合“全自动拆胎技术”与同行业拆胎技术在安全性、拆胎效率、自动化方面较可比公司同类产品竞争优势的具体体现，说明是否为行业通用技术。

1、说明涉及拆胎机、平衡机的具体核心专利技术，以及相应技术对举升机安全性、平衡机测量精准度所发挥的具体提升作用

（1）拆胎机的具体核心专利技术以及所发挥的具体提升作用

发行人拆胎机的核心专利技术主要包括组合式变速箱技术以及全自动拆胎技术，对拆胎机产品所发挥的提升作用主要包括提升拆装轮胎的效率与节能降噪、提高自动化水平与安全性。该等技术对拆胎机产品所发挥的具体提升作用如下：

序号	核心专利技术名称	相关专利和软件著作权情况	所发挥的具体提升作用
1	组合式变速箱技术	ZL201310362344.2 US9956834	**（1）提升传动效率、降低能耗：** 传统蜗轮蜗杆减速传动技术，电机和变速箱属于分体式布局，工作原理为电机通过皮带驱动变速箱，变速箱通过主轴带动拆胎机工作台，蜗轮蜗杆传动及皮带驱动过程中电机功率消耗较高；巴兰仕自主研发的一体式电机采用组合式变速箱技术，将电机和变速箱组合为一个整体，采用直接传动和三级齿轮减速，摈弃皮带驱动，传动过程中电机功率消耗较低，传动效率显著提升，实现同样的扭力输出，所用电机功率只需传统技术下的一半，显著降低能耗。例如，在 220V 电压测试条件下，拆胎机工作台扭力达到 1,100N.m 时，传统技术需要 0.75kw 的电机驱动，而组合式变速箱技术只需 0.35kw 的电机。 **（2）降低噪音与磨损、提升稳定性：** 传统蜗轮蜗杆减速传动技术使用蜗轮蜗杆传动及皮带驱动，在工作时会产生较大噪音（通常在 70-75 分贝），而巴兰仕的组合式变速箱技术，采用直接传动，可以降低零部件的磨损及减少噪音（通常在 60 分贝以内）。此外，传统技术变速箱使用一段时间后，蜗轮、蜗杆磨损较快，会产生间隙，从而导致扭力下降、动力输出不稳定，而巴兰仕组合式变速箱技术采用高强度齿轮，零部件磨损降低，延长了使用寿命，能长期稳定地输出所需扭力，保证了拆胎机工作的稳定性和可靠性，提高了拆装轮胎的工作质量和效率。 **（3）大扭力输出、适应多种轮胎：** 巴兰仕组合式变速箱技术，在同等条件下相比传统技术能够提供更大的扭力输出，使得拆胎机能够拆卸硬度较高、低扁平比的轮胎及防爆胎，能适用新能源汽车、超级跑车、轻卡汽车的轮胎，产品适用范围更广，从而能够适应汽车产业的发展趋势。
2	全自动拆胎技术	ZL202021390814.8 ZL202321741042.1 ZL202321744866.4 ZL202321744820.2 2022SR0558937	**（1）实现全自动拆胎：** 通过控制系统操控相关部件，无需人工过多干预，能自动完成轮胎的拆卸工作。可将轮胎固定到锁紧中心轴，设备自动采集和计算轮胎相关参数之后，设备会按照程序自动运行完成拆胎工作。 **（2）提升拆胎效率：** 采用液压分离铲设计，方便快速压松轮胎，让轮胎与轮辋快速分离。轮胎安装座翻转系统采用 90°翻转设计，省去人工搬胎的体力消耗。摈弃传统手工拆胎方式，操作简便，节省时间，提升拆胎效率。 **（3）提升安全性：** 采用智能控制系统，实现拆胎动作自动化协调精准执行，相比传统人工操作，提升整体自动化控制效能与精度，确保拆胎流程精准、稳定。由于整个拆胎过程无须人员干预，降低了人工操作导致的安全风险。

（2）平衡机的具体核心专利技术以及对平衡机测量精准度所发挥的具体提升作用

发行人平衡机的具体核心专利技术主要系高精度信号处理解算算法技术。算法是平衡机内部的软件程序，用于处理和分析传感器采集到的振动信号，计算出车轮的不平衡量和位置。

发行人的高精度信号处理解算算法技术能够结合高性能混合信号处理芯片，通过综合处理和分析振动信号的频率、相位以及车轮的尺寸和速度等多种因素，同时有效减少外界干扰对测量信号的影响，更准确地计算出车轮的不平衡量和位置，提高了平衡机的测量精准度，使计算结果更接近车轮的实际不平衡情况。对平衡机测量精准度所发挥的具体提升作用如下：

序号	核心技术名称	相关专利和软件著作权情况	所发挥的具体提升作用
1	高精度信号处理解算算法技术	2021SR0500064 2011SR085262 2011SR085260 2012SR015825 2012SR015826 2012SR015823 2012SR015821	**（1）实现信号的高精度采样与量化，提升平衡机的测量精准度：** 该技术可以优化信号的采样和量化过程，确保采集到的信号能够准确地反映轮胎的实际振动情况。在采样过程中，合理选择采样频率和采样点数，避免出现欠采样或过采样的情况，从而保证信号的完整性和准确性。同时，通过高精度的量化技术，将模拟信号转换为数字信号时能够更精确地表示信号的幅值，减少量化误差对测量结果的影响。 **（2）精确提取信号特征，提升平衡机的测量精准度：** 能够对采集到的振动信号进行时频域分析，精确地提取出与轮胎不平衡量相关的特征信息，如信号的幅值、频率、相位等。对于轮胎动平衡检测来说，不平衡量所引起的振动信号通常具有特定的频率成分，通过精确提取这些特征频率对应的幅值和相位信息，平衡机能够更准确地计算出轮胎的不平衡量大小和位置。 **（3）提高系统的抗干扰能力，提升平衡机的测量精准度：** 在实际的工业环境或汽车维修场所中，平衡机可能会受到各种电磁干扰的影响，如附近设备的电磁场、电源电压的波动等。高精度信号处理解算算法可以采用多种抗干扰措施，如通过数字滤波等抗干扰算法，可以有效地抑制这些干扰信号，确保平衡机能够正常工作并准确测量轮胎的动平衡参数，提高系统在复杂电磁环境下的稳定性和可靠性。 **（4）实现数据的融合与校准，提升平衡机的测量精准度：** 对于平衡机系统，可能会同时采集多个传感器的信号，如水平方向和垂直方向的振动传感器。高精度信号处理解算算法可以将这些来自不同传感器的信号进行融合处理，充分利用各个传感器的信息，提高测量结果的准确性和可靠性。此外，算法还可以对传感器的测量误差、系统的非线性误差等进行校准和补偿，进一步提高平衡机的测量精度。 **（5）优化测量结果的计算与分析，提升平衡机的测量精准度：** 该技术能够采用更精确的数学模型和计算方法，对采集到的信号进行分析和处理，从而得到更准确的轮胎不平衡量和相位信息。例如，通过最小二乘法、卡尔曼滤波等算法，可以对测量数据进行拟合和优化，提高计算结果的精度和稳定性。同时，算法还可以对测量结果进行误差分析和评估，为用户提供更可靠的测量数据和诊断信息。 **（6）自动找到不平衡位置，提高平衡机的自动化水平：** 该技术能够自动检测并定位不平衡位置，且对其进行锁定。在实际操作中，这一功能极大地方便了操作人员，避免了人工寻找不平衡位置的繁琐过程，同时减少了由于人为操作失误而导致的测量误差，提高了工作效率。 **（7）实现激光指示功能，提高平衡机的自动化水平和精准度：**

			该技术实现了激光指示功能，可以直观地提示用户把平衡块加在指定的位置。通过精确的激光指示，操作人员能够更加准确地进行平衡块的添加操作，从而避免操作误差，确保平衡机的测量精准度。

2、结合“全自动拆胎技术”与同行业拆胎技术在安全性、拆胎效率、自动化方面较可比公司同类产品竞争优势的具体体现，说明是否为行业通用技术。

（1）发行人全自动拆胎技术基本情况

发行人全自动拆胎技术运用智能控制系统，配合先进的机械结构设计及高效的动力驱动，可实现全自动拆卸轮胎，其核心在于自动化、智能化及安全无损化操作，显著提升拆胎效率。

发行人的全自动拆胎机产品，只需将轮胎固定到位，设备自动采集和计算轮胎相关参数之后，设备按照程序自动运行完成拆胎工作，整个轮胎拆卸过程无需人工进行手动干预操作，降低人员的劳动强度，提高了拆胎效率和自动化水平，满足市场对高效便捷维保服务的需求。

（2）发行人“全自动拆胎技术”与同行业拆胎技术在安全性、拆胎效率、自动化方面较可比公司同类产品竞争优势的具体体现

①发行人全自动拆胎技术属于行业先进水平

发行人在拆胎机领域的国内同行业主要厂商主要包括：营口大力、营口科维、中意泰达等厂商，国外同行业主要厂商主要包括：Hunter、GIULIANO、VSG 等。前述各家主要厂商的具体情况参见“问题 2、三、（二）结合与国内外养护类设备生产厂商比较的竞争优势、产品竞争力及技术水平、主要客户的行业地位及市场占有率分析说明发行人业绩增长是否具有可持续性”。

截至本回复出具日，根据国家专利局网站、企查查等网络平台的公开信息以及根据同行业主要厂商通过官网或微信公众号等官方渠道发布的产品手册等公开信息，国内类似的自动化拆胎机产品较少。国际厂商中，目前全球汽保设备领导品牌之一的美国亨特（Hunter）拥有全自动拆胎机产品，而发行人的全自动拆胎机产品与美国亨特（Hunter）同类产品性能相近，因此，发行人全自动拆胎技术属于行业先进水平。

②发行人“全自动拆胎技术”与同行业拆胎技术在安全性、拆胎效率、自动化方面较可比公司同类产品竞争优势的具体体现

发行人全自动拆胎机产品与美国亨特（Hunter）的同类产品性能相近。一方面，双方全自动拆胎机产品在安全性、拆胎效率、自动化方面均具有先进性；另一方面，由于双方在技术路线上有所不同，相比美国亨特，发行人的全自动拆胎机具备自身的竞争优势，具体体现如下：

项目		美国亨特全自动拆胎机	发行人全自动拆胎机及竞争优势
安全性	相同点	**（1）硬件设计，保障人员安全：** 均配备紧急停止功能，以便在紧急情况下操作人员能迅速停止设备运行，对操作人员的着装和操作行为有一定要求，从而保障人员安全；均具备自动化拆胎控制程序，设备在自动拆胎过程中无需人员干预，从而减少了操作风险，保障人员操作安全。设备搭配了高保真摄像系统和液晶显示屏，操作过程没有盲点，保证了设备运行中的安全性。 **（2）自动化操作，保护轮辋和轮胎：** 均为免撬棍式设计，避免了在拆卸过程中撬棍可能对轮胎和轮辋造成的刮伤、损坏；均为自动化拆胎，降低人工操作带来损伤轮胎和轮辋的风险。	
	不同点	**（1）保障人员安全：** 设备配备了状态指示灯，清晰地显示设备的运行状态，提醒操作员在必要时进行干预，确保操作过程的安全性。 **（2）保护轮辋和轮胎：** 通过压力传感器监测气缸压力，确保夹紧和分离动作的力度适中，既能有效完成操作，又不会因压力过大对轮胎和轮辋造成损伤；在胎圈分离和轮胎安装时，机器能够根据轮胎和轮辋的尺寸自动调整力度和角度，避免因过度用力或不当操作而对轮胎轮辋造成损伤。	**（1）保障人员安全：** 轮胎安装座翻转设计搭配油缸控制，在轮胎安装固定和拆卸过程中，油缸精确控制安装座翻转角度和位置，确保轮胎放置与拆卸稳定安全，减少因安装座晃动或意外翻转导致人员受伤和设备损坏风险。 **（2）保护轮辋和轮胎：** 配置有光电传感器装置，当拆胎钩碰到轮辋或轮胎的时候即可自动停止，不伤轮辋和轮胎；配置有能够精准识别轮胎的胎压传感器，拆胎过程中能自动避开胎压传感器；设备的液压分离铲设计科学，能高效压松轮胎与轮辋连接，降低避免人工撬胎操作风险。
拆胎效率	相同点	**（1）自动拆胎时间短、效率高：** 均具备自动化拆胎控制程序，操作人员只需进行简单的轮胎安装固定和对好轮胎位置并自动采集轮胎数据后，一键启动即可自动运行拆胎程序，完成轮胎拆卸工作，相比传统拆胎方式，显著提高拆胎效率。 **（2）大扭矩输出、能应对高硬度轮胎：** 扭矩较大，使得设备在拆卸硬度较高的扁平或防爆轮胎时高效、省力。	
	不同点	**（1）自动拆胎时间：** 无人值守自动拆胎时间大约 80 秒，不同轮胎平均拆胎时间一般在 2 分钟以内； **（2）扭矩、功率：** 功率 5,320W（国际版）或 5,520W（北美版）；具有较大扭矩输出，最大扭矩可达 1,186 牛米，能应对硬度较高的扁平或防爆轮胎。 **（3）利用传感器技术提高操作效率：** 利用先进的传感器技术，如压电传感器检测胎圈接触力，实现更精准的操作控制，减少不必要动作，提高效	**（1）自动拆胎时间更短：** 无人值守自动拆胎时间大约在 60 秒（无胎压传感器）或 90 秒（有胎压传感器）左右； **（2）扭矩更大，功率更低：** 设备底座能输出 1,350 牛米的更大扭矩，比亨特扭矩更大；电机功率为 1,500W，相比亨特功率更低，更节能； **（3）多种系统模式可灵活切换：** 设备具有多种拆装系统模式快速切换功能，针对不同轮胎状况或拆装阶段可迅速调整模式，无需复杂工具更换或参数重置，节省操作转换时间，提升整体效率。 **（4）独特结构助力快速拆胎：** 采用全新框架结构和液压分离铲设计，全新框

		率。在拆胎过程中，传感器可以实时监测胎圈接触情况，使设备能够根据实际情况精准调整拆胎力度和角度，避免了因过度操作或操作不当而导致的时间浪费。 **（4）自动诊断与修复功能：** 自动诊断功能可快速检测设备问题，及时修复故障，减少停机时间，提升设备整体使用效率。	架结构强度高、耐用性好，液压分离铲能快速压松轮胎，使轮胎与轮辋快速分离，从而有效缩短拆胎时间。 **（5）轮胎安装座翻转设计，节省人工、提升效率：** 轮胎安装座采用 90°翻转设计，节省人工搬胎的体力消耗，在实际操作中，只需轻松翻转安装座即可进行轮胎安装，加快了操作进程，提高了整体拆胎效率。
自动化	**相同点**	均具备高度自动化的拆胎功能，操作人员只需进行简单的轮胎安装固定和对好轮胎位置并自动采集轮胎数据后，一键启动即可自动运行拆胎程序，拆胎过程中无需人工干预。	
	不同点	**（1）自动诊断、自动调整功能：** 具有自动诊断功能，在设备运行过程中，能自动检测系统故障，一旦发现异常，立即通过屏幕显示诊断信息，方便维修人员快速定位和解决问题，降低设备故障率，提高自动化维护水平。在测量过程中能够对轮胎类型和规格的自动识别，并根据不同轮胎自动调整拆胎动作。 **（2）通过 Go 踏板降低了操作难度：** 一键式操作方式简化了操作流程，通过 Go 踏板实现操作流程的便捷控制，操作员只需踩下踏板即可确认操作步骤，踩住踏板则可使机器进入下一步操作，降低了操作员的操作难度。 **（3）充气自动化控制功能：** 配备智能充气算法，可根据预设压力高效充气，充气过程自动化程度高且安全可靠。	**（1）控制系统自动化、智能化：** 该产品配置了自主研发的智能控制系统、自动数据采集系统、轮胎安装座定位系统，使用时只需将拆胎钩贴着轮胎边，并对着轮胎充气嘴，确认后即启动自动采集轮胎数据，无需手动输入任何参数。设备自动控制轮胎拆卸，拆胎过程中无需人工干预。 **（2）自动化控制程序精度高：** 通过电位器、光电传感器、电脑板等核心组件实现高精度自动化控制，拆胎钩移动误差控制在 3mm 以内，确保轮胎拆装精准无损。电脑板依据传感器反馈数据精准指令各部件动作，保证操作一致性和稳定性，减少人工经验差异对拆胎质量和效率的影响。 **（3）操作模式灵活切换：** 提供全自动和手动拆胎两种操作模式且切换简便。全自动模式下智能处理各类轮胎数据和操作流程，无需人工干预；手动模式也借助按钮和摇杆优化设计，操作简单直观，人员可依实际情况灵活选择模式，满足复杂多变工况需求，增强设备适用性和自动化程度。

（3）“全自动拆胎技术”是发行人自主研发的核心技术，不是行业通用技术

“全自动拆胎技术”是发行人自主研发的核心技术，属于行业先进水平，不是行业通用技术。主要原因体现在以下几个方面：

第一，全自动拆胎技术具有较高的技术壁垒和研发难度，该技术涉及多学科技术的融合与创新，该技术涵盖机械工程、自动化控制、电子信息等多个领域，截至目前，国内类似的自动化拆胎机产品较少，国际厂商中，目前美国亨特（Hunter）拥有全自动拆胎机产品，而发行人的全自动拆胎机产品与美国亨特（Hunter）同类产品性能相近。因此，发行人全自动拆胎技术属于行业先进水平。

第二，全自动拆胎技术拥有先进的自动化水平。该技术采用发行人自主研发的智能控制系统、轮胎安装座定位系统、数据采集系统，配置有光电传感器、电位器等重要组件，可以实现自动精准采集轮胎参数、拆胎钩位移数据，整个拆胎过程无需人工进行干预，处于行业先进水平。

第三，全自动拆胎技术显著提升了拆胎效率。该技术从将轮胎固定到安装座，对好轮胎位置并自动采集轮胎数据后，一键启动即可自动运行拆胎程序，相比于传统人工拆胎方式，该技术自动拆胎过程时间短、拆胎效率高。

第四，全自动拆胎技术保障了拆胎的安全性。该技术采用免撬棍设计，配置有光电传感器装置，搭配高保真摄像系统和液晶显示屏，并有紧急停止按钮等硬件功能设计，全称操作无盲点，在高效率拆胎的同时，还能够有效保障人员安全、保护设备不伤轮胎和轮辋。

综上所述，“全自动拆胎技术”是发行人自主研发的核心技术，不是行业通用技术。

（二）说明“UNITE”品牌拆胎机、平衡机国内外的市场占有率、市场份额，以及拆胎机和平衡机的技术先进性的具体体现。

1、说明“UNITE”品牌拆胎机、平衡机国内外的市场占有率、市场份额

发行人拆胎机、平衡机产品在全球占有一定的市场份额，根据研究机构 Business Research Insights 的研究数据及相关测算，发行人拆胎机、平衡机的全球市场占有率及份额大约分别为 5.90%、1.27%。具体数据及测算参见“问题 2、三、（一）、1、补充说明发行人主要产品境内外的市场占有率”。

2、拆胎机和平衡机的技术先进性的具体体现

（1）拆胎机的技术先进性的具体体现

①发行人通过多年的研发投入，目前拥有自主研发的全自动拆胎技术、组合式变速箱技术两项核心技术，并拥有拆胎机相关 5 项发明专利和多项实用新型及外观专利，因此，发行人拆胎机技术具有先进性。

②在全自动拆胎机领域，目前国内类似的自动化拆胎机产品较少，发行人自动拆胎机与美国亨特同类产品性能相近，且发行人产品在自动化、拆胎效率、

安全性等方面具备自身的竞争优势，因此，发行人全自动拆胎技术处于行业先进水平。

③发行人自主研发的组合式变速箱技术具有先进性。相比较同行业其他厂商的产品，应用了该技术的发行人拆胎机所需电机功率更低、转盘扭矩输出更大、噪音更低，在节能降噪、提升性能方面有明显的优势，因此，该技术具有先进性。发行人拆胎机产品与同行业厂商相比主要性能比较如下：

参数指标	发行人产品	同行业其他厂商产品注
电机、变速箱结构	一体式电机	大多是分体式电机
传动技术	组合式变速箱技术	大多是蜗轮蜗杆传动技术
减速结构	三级齿轮减速	大多是蜗轮蜗杆减速
电机功率（220V 电源）	0.37KW	大多在 0.75KW 以上
转盘扭矩（220V 电源）	1,350N.m	大多在 1,000~1,200N.m
运转噪音	≤60 分贝	≤70 -75 分贝

注：数据来源于同行业其他厂商的官网、微信公众号或产品宣传册所记载信息。

综上，发行人的拆胎机具有技术先进性。

（2）平衡机的技术先进性的具体体现

发行人平衡机的技术先进性主要体现在测量精度方面，平衡机测量精度的主要参数指标包括平衡精度、重复测试参数等。在平衡精度方面，同行业先进水平为±1g，发行人平衡机产品的平衡精度能够达到相同水平；在重复测试参数方面，发行人优于国内部分厂商。发行人与国内同行业其他厂商在乘用车平衡机产品的测量精度主要参数指标情况如下表所示：

参数指标	主要含义以及数值意义	发行人	国内其他厂商
重复测试参数	指的是在相同的条件下，对同一轮胎进行多次动平衡测量和校正，每次得到结果的差异程度；通常以克（g）为单位，在一定程度上，该数值越小，说明平衡机的测量精度越高。	3g	5g 注

注：数据来源于可查询相关数据的主要厂商的官网、微信公众号及产品手册等公开信息。

由上表可见，发行人平衡机在某些指标上优于可查询相关数据的主要厂商。因此，发行人平衡机的技术具有先进性。

三、请保荐机构及发行人律师核查上述事项并发表明确意见

（一）核查程序

针对上述事项，保荐机构及发行人律师履行了以下核查程序：

1、访谈发行人高级管理人员和核心技术人员，了解发行人举升机产品所适配的具体车型，了解发行人参与行业标准的具体事实依据，了解举升机的核心专利技术及相应专利对产品性能提升的具体作用、举升机产品在国内外同类产品中的市场地位和技术先进性；了解拆胎机、平衡机的具体核心专利技术以及相应技术对拆胎机性能、平衡机测量精准度所发挥的具体提升作用、拆胎机和平衡机的技术先进性；

2、查阅发行人举升机、拆胎机和平衡机的有关核心技术、专利等资料，分析对产品性能的提升作用；

3、查阅发行人行业研究分析报告、产品手册、主要生产厂家的公开披露信息，检索与发行人产品有关的新闻报道、行业资讯，了解发行人产品技术先进性的有关情况；

4、检索发行人同行业主要生产厂商的公开披露信息，获取其产品介绍及性能参数信息，比较发行人举升机与高昌机电、常润股份及境外厂商在产品价格、可靠性、使用寿命等方面相比的竞争优势；比较发行人“全自动拆胎技术”与同行业拆胎技术在安全性、拆胎效率、自动化方面较同行业主要厂商同类产品的竞争优势；

5、获取发行人的采购与销售明细表和举升机产品手册，比较发行人自产举升机与外购成品在产品性能参数、价格间的具体差异；

6、访谈发行人高级管理人员，了解 2023 年、2024 年 1-6 月份公司举升机销量较上年同期均增长超过 1 万套的原因。

（二）核查结论

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

1、发行人已在招股说明书中补充披露公司举升机产品所适配的具体车型、是否兼容燃油与新能源各类车型的情况。

2、发行人举升机涉及举升机的核心专利技术、相应专利对产品性能提升的具体作用主要包括提升安全性、稳定性、可靠性，提升工作效率、延长设备使用寿命等多个方面。

3、发行人子公司南通巴兰仕作为参编单位，参与了 1 项国家行业标准制定，具体事实依据为已发布的行业标准文件。

4、2023 年度，发行人举升机产品在全球的市场占有率大约为 4.07%，与国内主要厂商相比，发行人举升机业务规模较大，与国外主要厂商相比，发行人举升机产品具备较高性价比优势，因此，发行人举升机产品在国内外市场均具有一定的市场地位。

5、发行人与高昌机电、常润股份、元征科技等国内举升机厂商的同等定位、相似性能的举升机产品价格无重大差异；与境外厂商相比，在保证质量稳定性的同时，发行人举升机产品与境外厂商相比具有较高的性价比优势；发行人举升机产品与高昌机电、常润股份及境外厂商相比在质量稳定性、可靠性、使用寿命等方面具备竞争优势。

6、发行人自产举升机与外购举升机的产品系列有所差异，外购举升机主要是型号相对普通、技术工艺相对简单的双柱式举升机，而发行人自产举升机还包括大剪举升机、小剪举升机等结构相对复杂、技术工艺相对较复杂的系列产品，从整体上看，发行人自产举升机平均销售价格高于外购举升机。

7、发行人举升机相关产品技术不是行业通用技术，具备明显的技术优势；2023 年、2024 年 1-6 月份公司举升机销量较上年同期均增长超过 1 万套具有合理性，在公司竞争优势、产品竞争力及技术水平、主要客户的市场地位和自身发展、主要外销区域贸易政策、国内外宏观经济、产品市场需求、市场竞争情况等各方面不发生不利变化且主要境外客户受到结算限制等不利因素消除的情况下，举升机销量增长具有可持续性。

8、发行人拆胎机的核心专利技术主要包括组合式变速箱技术以及全自动拆胎技术，对拆胎机产品所发挥的提升作用主要包括提升效率与节能降噪、提高自动化水平与安全性。发行人平衡机的具体核心专利技术主要系高精度信号处理解算算法技术，该技术能够结合高性能混合信号处理芯片，通过综合处理和

分析振动信号的频率、相位以及车轮的尺寸和速度等多种因素，同时有效减少外界干扰对测量信号的影响，更准确地计算出车轮的不平衡量和位置，提高了平衡机的测量精准度。

9、“全自动拆胎技术”是发行人自主研发的核心技术，较主要厂商同类产品具有一定的竞争优势，不是行业通用技术。

10、根据测算，发行人拆胎机、平衡机的全球市场占有率及份额大约分别为 5.90%、1.27%。

11、发行人拆胎机技术、平衡机技术具有先进性。

问题 4. 生产经营合规性

（1）房产抵押及权属瑕疵对生产经营的影响。申报材料显示，子公司南通巴兰仕名下 52,111.01 平方米的工业用地存在最高额抵押情况，被担保的主债务为 2023 年 5 月 15 日至 2025 年 2 月 26 日期间；此外，发行人及子公司与生产经营有关的租赁房产存在未办理房屋权属证书及租赁备案手续的情形。请发行人：①补充披露子公司工业厂房抵押的基本情况，包括被担保债权情况、担保合同规定的抵押权实现情形、抵押权人的偿债能力，是否可能行使抵押权及其对发行人经营的影响。②说明存在权属瑕疵的租赁房屋面积占发行人经营用房面积的比例、作用及重要性，相关权属证书取得是否存在障碍，对发行人生产经营的具体影响及替代措施。

（2）安全生产及环保合规性。申报材料显示，公司生产人员 582 人，产品在生产过程中需要利用机器设备对钢材进行切割、折弯、焊接等加工工序，存在一定的安全生产风险；公司及子公司生产过程中会产生废气、废水、固体废弃物和噪声等污染物。请发行人：①补充说明发行人及子公司是否已取得对专业技术人员、技术装备及生产经营所要求的全部资质、条件，结合发行人相关设备的具体生产流程，说明发行人安全生产制度的建立和执行情况是否符合国家相关法律法规的规定，是否存在安全事故、诉讼纠纷等。②说明发行人及子公司生产经营、募投项目是否符合国家和地方环保要求；委托的危险废物处置企业是否具备相应资质，危险废物是否存在超期存放情形，转移、运输是否符合环保监管要求。

（3）行政处罚的违规整改情况。申报材料显示，2024 年 7 月，发行人子公司广州晶佳因在申报集装箱 VGM 重量与实际重量存在误差，且误差超过 5%、差值超过 1 吨被处以罚款 6,900 元的行政处罚。请发行人：补充说明前述事项的具体整改情况及对公司生产经营的具体影响，报告期内是否存在其他行政处罚。

（4）未缴纳社保及住房公积金的原因及合理性。根据申请文件，发行人报告期末员工 922 人，其中未缴纳社保及住房公积金的人数分别为 52 人和 65 人。请发行人：说明公司未足额缴纳社保及住房公积金的具体原因及合理性，是否存在纠纷和潜在纠纷，是否存在因未足额缴纳社会保险和住房公积金被处罚的风险，补缴对公司经营业绩的影响及相应风险控制措施。

请保荐机构、发行人律师核查上述事项并发表明确意见。

【回复】

一、房产抵押及权属瑕疵对生产经营的影响。申报材料显示，子公司南通巴兰仕名下 **52,111.01** 平方米的工业用地存在最高额抵押情况，被担保的主债务为 **2023** 年 **5** 月 **15** 日至 **2025** 年 **2** 月 **26** 日期间；此外，发行人及子公司与生产经营有关的租赁房产存在未办理房屋权属证书及租赁备案手续的情形。请发行人：①补充披露子公司工业厂房抵押的基本情况，包括被担保债权情况、担保合同规定的抵押权实现情形、抵押权人的偿债能力，是否可能行使抵押权及其对发行人经营的影响。②说明存在权属瑕疵的租赁房屋面积占发行人经营用房面积的比例、作用及重要性，相关权属证书取得是否存在障碍，对发行人生产经营的具体影响及替代措施

（一）补充披露子公司工业厂房抵押的基本情况，包括被担保债权情况、担保合同规定的抵押权实现情形、抵押权人的偿债能力，是否可能行使抵押权及其对发行人经营的影响

发行人已在招股说明书第五节“业务和技术”之“三、发行人主营业务情况”之“（三）主要资产情况”处补充披露如下：

“产权证号码为“苏 2020 启东市不动产权第 0031465 号”的不动产存在被抵押的情况，该抵押因主债权期限届满正在办理解除。该抵押被担保债权的

情况为：发行人于 2023 年 5 月 15 日与兴业银行签署的编号为 CHJSX23-0508 的《额度授信合同》及其项下所有“分合同”在 2023 年 5 月 15 日至 2025 年 2 月 26 日期间所产生的最高额不超过 11,520.00 万元的债务。该抵押相关担保合同规定的抵押权实现情形主要包括：一、债务人未按主合同约定清偿担保债务的（包括因债务人、抵押人违约而由抵押权人宣布提前到期的债务本息）；二、因市场变化等因素致使或可能致使抵押物价值减少的；三、抵押人构成本合同项下违约的；四、债务人经营状况严重恶化、丧失商业信誉或者有丧失或者可能丧失履行能力的其他情形，抵押权人需要提前收回担保债务的；五、抵押权人依照法律法规规定或本合同约定有权处分抵押物的其他情形。

截至目前，发行人在上述《额度授信合同》项下发生的债务余额为 0 元，主债权期限届满，《额度授信合同》已履行完毕，该抵押正在办理解除。发行人子公司报告期内设立的该项抵押不会对发行人的生产经营造成不利影响。”

（二）说明存在权属瑕疵的租赁房屋面积占发行人经营用房面积的比例、作用及重要性，相关权属证书取得是否存在障碍，对发行人生产经营的具体影响及替代措施

1、存在权属瑕疵的租赁房屋面积占发行人经营用房面积的比例、作用及重要性

截至本回复出具之日，发行人及子公司与生产经营有关的租赁房产中存在权属瑕疵的租赁房屋面积占发行人经营用房面积的比例为 3.97%，具体情况如下：

单位：平方米

承租的经营用房						
序号	承租方	出租方	地理位置	面积	权属无瑕疵的面积	权属有瑕疵的面积
1	上海巴兰仕	上海星碓实业有限公司	星光村嘉宝路 1009 号	2,216.00	0.00	2,216.00
2	上海巴兰仕	上海星碓实业有限公司	星光村嘉宝路 1010 号	5,501.00	4,401.00	1,100.00
3	上海巴兰仕	聚融（上海）房地产开发有限公司	上海市唐融汇商业广场，上海浦东新区唐龙路 708 号 4 楼 404/406/409 室	60.00	60.00	0.00

4	广州巴兰仕	广州星慧产业园运营有限公司	广州市花都区花东镇花都大道东570号	6,829.00	6,829.00	0.00
5	广州晶佳	广州市时代商业管理有限公司	广州市白云区棠景街棠景路168、170、172号B栋705、702、701A、701B	783.75	0.00	783.75
6	南通巴兰仕	有租商业控股（西安）有限公司	陕西省西安市高新区锦业路6号绿地领海大厦B座2408室	226.61	226.61	0.00
7	辽宁捷安	鞍山合创房地产营销策划有限公司	鞍山市铁东区南胜利路40号鞍山金融广场12层11-13室	151.47	151.47	0.00
自有的经营用房						
序号	**产权人**	**产权证号**	**坐落**	**面积**	**权属无瑕疵的面积**	**权属有瑕疵的面积**
8	南通巴兰仕	苏（2020）启东市不动产权第0027568号	启东市近海镇滨海工业园区	8,723.89	8,723.89	0.00
9	南通巴兰仕	苏（2020）启东市不动产权第0027572号	启东市近海镇滨海工业区	25,390.95	25,390.95	0.00
10	南通巴兰仕	苏（2020）启东市不动产权第0031465号	启东市滨海高新区明珠路	52,111.01	52,111.01	0.00
11	上海巴兰仕	沪（2024）青字不动产权第014197号	青浦区徐泾镇崧泽大道2229弄59号1701室	400.46	400.46	0.00
12	上海巴兰仕	沪（2024）青字不动产权第014199号	青浦区徐泾镇崧泽大道2229弄59号1704室	461.93	461.93	0.00
13	上海巴兰仕	沪（2024）青字不动产权第014198号	青浦区徐泾镇崧泽大道2229弄59号1706室	402.07	402.07	0.00
经营用房面积合计				**103,258.14**	**99,158.39**	**4,099.75**
面积占比				**100.00%**	**96.03%**	**3.97%**

序号 1、序号 2 中存在权属瑕疵的房屋为发行人的部分办公场所和食堂，不属于发行人的主要生产经营场所。序号 5 为发行人子公司广州晶佳的办公场所，广州晶佳并非承担生产职能的子公司，不属于发行人的主要生产经营场所。

2、相关权属证书取得是否存在障碍

关于序号 1 和序号 2，发行人承租了四栋建筑，包括星光村 1009 号的办公

楼、星光村 1010 号的 2、3 号厂房以及综合性用途建筑（食堂和办公）。星光村村集体于 2004 年建造上述房屋时，仅对星光村 1010 号 2、3 幢厂房（建筑面积为 4,401m^2）履行了规划许可等建造审批手续，同时建造的 1009 号的办公楼及 1010 号的综合性用楼（建筑面积为 3,316m^2）未办理相关手续，后续亦未能补办。因此，该部分建筑无法进行产权登记和办理权属证书。

关于序号 5，发行人承租的建筑物由广州市白云区棠景街远景村第二经济合作社所有，土地性质为集体建设用地，由于历史遗留原因，该房屋未取得规划许可，无法进行产权登记和办理权属证书。

3、对发行人生产经营的具体影响及替代措施

上述序号 1、序号 2 及序号 5 的房屋主要是上海巴兰仕、广州晶佳的部分办公场所和食堂用房，而非发行人的生产性厂房，故该等房屋对于发行人的整体运营不具有重要性。此外，该类型物业本身不具有特殊要求和稀缺性，若出现搬迁需求，发行人能够在短时间内找到替代的租赁房屋，且搬迁所需成本较低。因此，发行人承租上述存在权属瑕疵的房屋不会对发行人的主要生产、经营产生重大不利影响。

关于序号 1 及序号 2 中存在权属瑕疵的房屋，出租方及土地所有权人共同出具了《长期合作意向书》，承诺：①在同等市场租赁条件下，优先将该厂房租赁给巴兰仕用于生产经营，本次租赁期限可延长至 2026 年 1 月 7 日，租赁期满后，可续租；②如若该期间内上述无证房屋需要被强制拆除，星光村村集体将履行提前告知义务，并且配合巴兰仕的搬迁手续，尽量帮助减少搬迁对于巴兰仕部分职能部门办公的影响；③上述无证房屋在质量、安全性等方面符合规范性法律文件及巴兰仕的使用要求，不存在质量安全等问题。关于序号 5 存在权属瑕疵的房屋，出租方与广州晶佳已于 2024 年 3 月办妥了租赁合同备案手续。

此外，发行人实际控制人蔡喜林、孙丽娜夫妇已于发行人新三板挂牌时书面承诺：“若挂牌公司及其控股子公司因为承租的房产存在瑕疵（包括但不限于房屋无证照、房屋租赁未办理备案等情形）导致相关房产不能用于生产经营、被有权机关强制拆迁或产生纠纷等，公司因此遭受罚款、索赔、搬迁等损失的，本人将无条件承担公司因此造成的一切经济损失”。上述承诺长期有效。

综上所述，发行人承租的存在权属瑕疵的房屋占发行人经营用房面积的比例较低；相关房屋的主要用途是办公和食堂，并非生产性用房，故对发行人的整体运营不具有重要性；相关房屋无法进行产权登记和办理权属证书；发行人承租上述存在权属瑕疵的房屋不会对发行人的主要生产、经营产生重大不利影响；该类型物业本身不具有特殊要求和稀缺性，发行人能够在短时间内找到替代的租赁房屋，且搬迁所需成本较低；出租方已通过出具书面承诺或补办租赁合同备案手续等措施尽力保障发行人的权益；发行人的实际控制人已出具书面承诺，愿意承担公司因上述问题遭受的损失。

二、安全生产及环保合规性。申报材料显示，公司生产人员 582 人，产品在生产过程中需要利用机器设备对钢材进行切割、折弯、焊接等加工工序，存在一定的安全生产风险；公司及子公司生产过程中会产生废气、废水、固体废弃物和噪声等污染物。请发行人：①补充说明发行人及子公司是否已取得对专业技术人员、技术装备及生产经营所要求的全部资质、条件，结合发行人相关设备的具体生产流程，说明发行人安全生产制度的建立和执行情况是否符合国家相关法律法规的规定，是否存在安全事故、诉讼纠纷等。②说明发行人及子公司生产经营、募投项目是否符合国家和地方环保要求；委托的危险废物处置企业是否具备相应资质，危险废物是否存在超期存放情形，转移、运输是否符合环保监管要求

（一）补充说明发行人及子公司是否已取得对专业技术人员、技术装备及生产经营所要求的全部资质、条件，结合发行人相关设备的具体生产流程，说明发行人安全生产制度的建立和执行情况是否符合国家相关法律法规的规定，是否存在安全事故、诉讼纠纷等

1、补充说明发行人及子公司是否已取得对专业技术人员、技术装备及生产经营所要求的全部资质、条件

发行人在生产过程中，其切割、焊接流程涉及“焊接与热切割作业”的“熔化焊接与热切割作业”项目。根据《中华人民共和国安全生产法》，生产经营单位的特种作业人员必须按照国家有关规定经专门的安全作业培训，取得相应资格，方可上岗作业。截至本回复出具之日，发行人及其承担生产职能的子公司中从事热切割、焊接作业的员工已取得操作项目为“熔化焊接与热切割

作业”的《特种作业操作证》。此外，发行人及其子公司还根据需要配备了高低压电工，该等人员亦持有“电工作业”项目的《特种作业操作证》。

发行人及其相关子公司系特种设备使用单位，其使用的特种设备主要涉及叉车、起重机械、电梯。根据《中华人民共和国特种设备安全法》，特种设备使用单位应当在特种设备投入使用前或者投入使用后三十日内，向负责特种设备安全监督管理的部门办理使用登记，取得使用登记证书。发行人及相关子公司所使用的叉车、起重机械、电梯已取得特种设备使用证。

根据《特种设备作业人员监督管理办法》，从事特种设备作业的人员应当经考核合格取得《特种设备作业人员证》，方可从事相应的作业或者管理工作。发行人及其承担生产职能的子公司中承担特种设备操作和管理的人员已取得《特种设备安全管理和作业人员证》。

2、结合发行人相关设备的具体生产流程，说明发行人安全生产制度的建立和执行情况是否符合国家相关法律法规的规定，是否存在安全事故、诉讼纠纷等

（1）发行人相关设备的具体生产流程

发行人举升机的生产流程主要涉及“切割、车、铣、钻、刨、折弯、冲压、焊接”等工序；拆胎机和平衡机的生产流程涉及“切割、车、铣、磨、钳、冲压、折弯、焊接”等工序；养护设备的生产流程涉及“锯床、车、铣、钻、冲压、折弯、卷圆、焊接”等工序。

（2）发行人安全生产制度的建立和执行情况

根据《中华人民共和国安全生产法》《中共中央、国务院关于推进安全生产领域改革发展的意见》以及《国务院安委会办公室关于全面加强企业全员安全生产责任制工作的通知》，生产经营单位必须建立健全全员安全生产责任制和安全生产规章制度。

在安全生产责任制方面，发行人及其承担生产职能的子公司已制定并执行了《安全生产责任制》。

在安全生产规章制度方面，发行人及相关子公司已结合其相关设备的具体

生产流程制定并执行了关于切割、锯床、铣床、冲床、压力机、折弯机、电焊等相关岗位或作业的《安全操作规程》。

发行人能切实履行法律、法规规定的安全生产管理义务，严格落实上述安全生产责任制及各项安全操作规程，在生产过程中依法依规开展安全教育培训、安全生产检查。发行人安全生产制度的建立和执行情况符合法律法规的规定。

（3）发行人不存在安全事故、诉讼纠纷

自报告期初起至本回复出具之日止，发行人不存在安全事故以及与安全相关的重大诉讼纠纷。

综上所述，发行人及子公司已取得对专业技术人员、技术装备及生产经营所要求的全部资质、条件；发行人安全生产制度的建立和执行情况符合国家相关法律法规的规定，发行人不存在安全事故、诉讼纠纷等。

（二）说明发行人及子公司生产经营、募投项目是否符合国家和地方环保要求；委托的危险废物处置企业是否具备相应资质，危险废物是否存在超期存放情形，转移、运输是否符合环保监管要求

1、说明发行人及子公司生产经营、募投项目是否符合国家和地方环保要求

发行人及其子公司已依法办理了与生产经营相关的排污登记。发行人及其子公司已建项目和在建项目均履行了环境影响评价手续。发行人本次发行上市募集资金投资项目已依法办理了环境影响评价手续。根据发行人取得的生态环境领域的合规证明，报告期内发行人不存在因违反有关环境保护的法律法规而受到有关部门行政处罚的记录。因此，发行人及子公司生产经营、募投项目符合国家和地方环保要求。

2、委托的危险废物处置企业是否具备相应资质，危险废物是否存在超期存放情形，转移、运输是否符合环保监管要求

（1）发行人委托的危险废物处置企业具备相应资质

发行人及其子公司在生产过程中产生的危险废物主要是废矿物油、废乳化液、含油抹布、废活性炭等。报告期内，发行人及其子公司委托以下具有资质的企业处置危险废物，并与该等企业签署危险废物处置合同：

序号	委托方	危险废物处置企业	危废经营许可证编号
1	上海巴兰仕	上海巨浪环保有限公司	沪环保许防〔2024〕1031 号
2	南通巴兰仕	常州永葆绿能环境有限公司	JSCZ0412OOD079-2
3	广州巴兰仕	东莞市丰业固体废物处理有限公司	441900200811
4		广州安美达生态环境技术有限公司	440113210621

（2）发行人不存在超期存放危险废物的情形

2020 年 4 月 29 日修订的《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》对危险废物存储期限的规定进行了修改，该法第八十一条取消了旧法规定的危险废物产生单位贮存危险废物不得超过一年的内容，仅针对持有许可证的从事危险废物经营活动的单位规定其贮存危废的期限不能超过一年。

广东省颁布的《广东省固体废物污染环境防治条例》第四十五条规定：“危险废物产生单位必须按照国家规定处置危险废物，不得擅自倾倒、堆放。确需临时贮存的，必须采取符合国家环境保护标准的防护措施，且贮存期限不得超过一年……”。除上述法规外，其他法律法规未明确规定与发行人经营地相关的贮存危险废物的期限。

报告期内，广州巴兰仕按照广东省的相关规定及时处理危险废物，其贮存危险废物的期限未超过一年；上海巴兰仕、南通巴兰仕亦能通过其委托的危险废物处置企业及时转运其产生的危险废物。因此，发行人及相关子公司不存在超期存放危险废物的情况。

（3）发行人转移、运输危险废物符合环保监管要求

发行人及相关子公司的危险废物由具有运输危险废物相关资质的运输企业运输，发行人及其子公司关于危险废物的转移、运输符合环保监管要求。

综上所述，发行人及子公司生产经营、募投项目符合国家和地方环保要求；发行人委托的危险废物处置企业具备相应资质，危险废物不存在超期存放情形，转移、运输符合环保监管要求。

三、行政处罚的违规整改情况。申报材料显示，2024 年 7 月，发行人子公司广州晶佳因在申报集装箱 VGM 重量与实际重量存在误差，且误差超过 5%、差值超过 1 吨被处以罚款 6,900 元的行政处罚。请发行人：补充说明前述事项

的具体整改情况及对公司生产经营的具体影响，报告期内是否存在其他行政处罚。

2024 年 7 月 25 日，中华人民共和国浦东海事局，向发行人子公司广州晶佳作出“海事罚字[2024]010700067211”号《海事行政处罚决定书》，因广州晶佳在申报集装箱 VGM 重量与实际重量存在误差，且误差超过 5%、差值超过 1 吨，该行为违反了《中华人民共和国船舶安全监督规则》第 47 条第 1 款的规定，依据《中华人民共和国船舶安全监督规则》第 55 条第（一）项的规定，对广州晶佳处以罚款 6,900 元的行政处罚。

广州晶佳收到处罚决定后，已经对错误申报进行了改正并缴纳了上述罚款，同时加强对相关工作的管理，设置相应的复核、监督流程，避免同类情况的再次发生。根据《海事行政处罚程序实施细则》第 25 条的规定，针对法人或其他组织的罚款，只有在罚款金额“超过十万元”时方属“重大行政处罚决定”；另据《常见海上海事违法行为行政处罚裁量基准》的相关规定，“托运人提供的验证重量与实际重量的误差超过 5%或者 1 吨”，属于一般违法情节。故广州晶佳的上述行政处罚不属于重大行政处罚决定，相关违法行为不属于重大违法行为。

上述行政处罚金额较小，广州晶佳已经进行了相关整改，上述行政处罚不会对公司生产经营产生重大不利影响。

报告期内，除上述已披露的广州晶佳的行政处罚外，发行人及其子公司未受到其他行政处罚，发行人及其子公司不存在重大违法违规行为。

综上所述，广州晶佳在收到《海事行政处罚决定书》后已进行了相应的整改并缴纳了罚款；上述行政处罚不会对公司生产经营的产生不利影响。除上述处罚外，发行人及其子公司报告期内不存在其他行政处罚。

四、未缴纳社保及住房公积金的原因及合理性。根据申请文件，发行人报告期末员工 922 人，其中未缴纳社保及住房公积金的人数分别为 52 人和 65 人。请发行人：说明公司未足额缴纳社保及住房公积金的具体原因及合理性，是否存在纠纷和潜在纠纷，是否存在因未足额缴纳社会保险和住房公积金被处罚的风险，补缴对公司经营业绩的影响及相应风险控制措施

（一）说明公司未足额缴纳社保及住房公积金的具体原因及合理性，是否存在纠纷和潜在纠纷，是否存在因未足额缴纳社会保险和住房公积金被处罚的风险，补缴对公司经营业绩的影响及相应风险控制措施

1、报告期各期未足额缴纳社保及住房公积金的具体原因及合理性

发行人报告期各期末，未缴纳社保、住房公积金的原因及合理性如下：

单位：人

事项	未缴纳原因	2024/12/31	2023/12/31	2022/12/31
未缴纳社保	退休返聘	46	40	33
	在别处缴纳	3	3	4
	期末最后一个月入职	4	9	2
合计		**53**	**52**	**39**
未缴纳住房公积金	退休返聘	46	34	29
	自愿放弃缴纳	17	22	20
	在别处缴纳	1	1	0
	期末最后一个月入职	3	12	1
	外籍员工	0	1	0
合计		**67**	**70**	**50**

在上述未缴纳社会保险的员工中：（1）部分人员属于退休返聘人员，无需缴纳社保；（2）部分人员在别处缴纳（包括参加新农合及在其他公司缴纳两种情况），不由发行人为其缴纳社保；（3）部分人员为新入职员工，未在当月办理社会保险登记，入职次月办理登记缴纳手续，该情况符合《社会保险法》关于用人单位自用工之日起 30 日内为其职工申请办理社会保险登记的规定。因此，前述社保未缴纳的原因均具有合理性。

在上述未缴纳住房公积金的员工中：（1）部分人员属于退休返聘人员，无需缴纳住房公积金；（2）部分人员基于个人意愿，无购房或者租房需求，自愿放弃公司为其缴纳公积金，该部分员工均已签署《自愿放弃缴纳住房公积金声明书》；（3）个别人员选择在别处缴纳，基于个人意愿不由发行人为其缴纳公积金；（4）部分人员为新入职员工，未在当月办理住房公积金缴存登记，入职次月办理登记缴存手续，该情况符合《住房公积金管理条例》关于用人单位应当自录用员工之日起 30 日内办理缴存登记的规定；（5）个别人员为外籍员工，

根据《建设部、财政部、中国人民银行关于住房公积金管理几个具体问题的通知》，外国人不属于《住房公积金管理条例》规定的“在职职工”，无需缴纳住房公积金。因此，前述住房公积金未缴纳的原因均具有合理性。

2、是否存在纠纷和潜在纠纷，是否存在因未足额缴纳社会保险和住房公积金被处罚的风险

发行人及各子公司报告期内未为部分员工缴纳社保的情形包括因退休返聘而无需缴纳、入职当月未办理缴纳登记、在别处缴纳等三类情况。因退休返聘和当月入职未缴纳社保的情况符合《劳动合同法》《社会保险法》的相关规定，不存在纠纷和潜在纠纷，不存在监管处罚风险。因在别处缴纳的员工的数量和占比较小，且不在发行人处缴纳社保皆系基于该等员工本人的自愿，因而发生纠纷、潜在纠纷及监管处罚风险较小。

发行人及各子公司报告期内未为部分员工缴纳住房公积金的情形包括因退休返聘而无需缴纳、自愿放弃缴纳、在别处缴纳、入职当月未办理缴存登记以及外籍员工无需缴纳等五类情况。上述情况中，退休返聘、新入职及外籍员工等情形符合《劳动合同法》《住房公积金管理条例》的相关规定；在别处缴纳的员工的数量和占比较小，且不在发行处缴纳系基于该等员工本人的自愿，因而发生纠纷、潜在纠纷及监管处罚风险较小。前述因员工自愿放弃缴纳而不予缴纳的情形，不符合《住房公积金管理条例》的规定。发行人已就上述情形进行了有效整改，对相关员工宣导住房公积金的有关知识。报告期各期末，放弃缴纳住房公积金的员工人数占员工总数的比例分别为 2.68%、2.66%和 1.85%，比例呈逐年下降趋势。鉴于发行人已取得相关员工自愿放弃缴纳的书面声明，且发行人及其子公司在报告期内未收到住房公积金管理中心责令限期缴存的通知，并取得了当地公积金管理领域的合规证明，发行人因上述情况产生纠纷或受到监管处罚的风险较低。

发行人实际控制人蔡喜林、孙丽娜夫妇已于发行人新三板挂牌时书面承诺：“在巴兰仕于本次挂牌前及挂牌后的任何期间内，若由于公司及其控股子公司、分公司的各项社会保险和住房公积金缴纳事宜存在或可能存在的瑕疵或问题，从而给公司及其控股子公司造成直接和间接损失及/或因此产生相关费用（包括但不限于被有权部门要求补缴、被处罚）的，本人将无条件承担公司因此造成

的一切经济损失”。上述承诺长期有效。

3、补缴对公司经营业绩的影响及相应风险控制措施

对发行人补缴社保、公积金进行测算的原则和方法为：①由于退休返聘、当月入职、外籍员工等情形不存在补缴社保和公积金的问题，因而补缴测算人员范围不包括上述人员；②仅测算补缴社保、住房公积金金额中公司缴纳部分；③以测算补缴人员的各期末最后一个月的月工资或基数上下限为计算基数；④通过测算报告期各期末最后一个月补缴金额乘以当期工作月数的方式测算报告期各期应补缴的金额。

根据上述测算原则和方法，测算的需补缴金额以及对各期净利润的影响如下表所示：

单位：万元

类型	项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
应补缴金额	社会保险	9.21	9.07	15.82
	住房公积金	16.57	18.53	14.71
合计		25.79	27.59	30.52
营业收入		105,712.79	79,425.97	64,263.82
归属于母公司股东的净利润（扣除非经常性损益前后孰低数）		12,753.52	7,918.77	3,003.55
占当期营业收入比例		0.0244%	0.0347%	0.0475%
占当期净利润比例		0.2022%	0.3485%	1.0163%

根据上述测算结果，报告期内发行人可能需要补缴的社会保险和住房公积金总额较小，占当期营业收入以及净利润的比例较低，不会对发行人的经营业绩产生重大不利影响。

综上所述，发行人报告期未为部分员工缴纳社保或住房公积金具有合理性；不存在纠纷和潜在纠纷，报告期内未受到相关处罚，相关处罚风险较低；经测算，报告期内发行人需要补缴的社会保险和住房公积金总额较小，占当期营业收入以及净利润的比例较低，不会对发行人的经营业绩产生重大不利影响；发行人的实际控制人已出具书面承诺，愿意承担公司因上述问题遭受的损失。

五、请保荐机构、发行人律师核查上述事项并发表明确意见

（一）核查程序

针对上述事项，中介机构执行了以下核查程序：

1、取得并查阅南通巴兰仕与兴业银行签署的《最高额抵押合同》、发行人与兴业银行签署的《额度授信合同》，并就上述合同的履行情况对发行人财务负责人进行访谈；查阅发行人及其子公司的《企业信用报告》；查阅发行人的《审计报告》，了解发行人的财务状况和偿债能力。

2、取得并查阅发行人及其子公司与生产经营相关的租赁合同，发行人自有生产经营用房的信息，计算存在权属瑕疵的租赁房屋面积占发行人全部经营用房面积的比例，取得发行人有关相关房屋的作用及重要性的书面说明；取得并查阅出租方出具的《长期合作意向书》、租赁合同备案证明等文件；取得并查阅实际控制人出具的有关承租权属瑕疵房屋的书面承诺。

3、取得并查阅发行人及其子公司的员工花名册，相关员工的《特种作业操作证》《特种设备安全管理和作业人员证》；取得并查阅发行人及其子公司的特种设备使用登记证书；对发行人及其子公司的安全生产管理人员进行访谈；审阅发行人及其子公司的《安全生产责任制》，相关岗位或作业工序的《安全操作规程》；网络检索发行人及其子公司是否存在与安全事故相关的行政处罚或诉讼纠纷。

4、取得并查阅发行人及其子公司的排污登记证，发行人及子公司建设项目的环境影响评价批复或申报登记文件；审阅发行人本次发行上市募集资金投资项目环境影响评价批复；审阅发行人及其子公司与危险废物处置企业签署的危险废物处置合同、危险废物转移联单，现场查看危险废物处置仓库，对危险废物处置企业的资质情况进行网络核查。

5、核查《海事行政处罚决定书》、广州晶佳缴纳罚款的财务凭证；核查广州晶佳出具的有关相关行政处罚的整改情况的书面说明；对发行人及其子公司的行政处罚情况进行网络检索，取得发行人及其子公司所在地相关政府部门出具的无违法违规证明。

6、核查发行人及其子公司的员工花名册、社保及公积金缴纳情况表；核查未缴纳社保、公积金员工中退休返聘人员的身份证、劳务合同；核查未缴纳社保、公积金人员中新入职员工的劳动合同；核查外籍员工的身份资料及就业许

可文件；核查《自愿放弃缴纳住房公积金声明书》；就报告期内补缴社保、公积金的金额进行测算。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、发行人已在招股说明书中对其子公司厂房抵押的基本情况进行了补充披露；该抵押正在办理解除。发行人子公司报告期内设立的该项抵押不会对发行人的生产经营造成不利影响。发行人承租的存在权属瑕疵的房屋占发行人经营用房面积的比例较低；相关房屋并非生产性用房，不具有重要性；相关房屋无法进行产权登记和办理权属证书；发行人承租上述存在权属瑕疵的房屋不会对发行人的主要生产、经营产生重大不利影响；该类型物业本身不具有特殊要求和稀缺性，发行人能够在短时间内找到替代的租赁房屋，且搬迁所需成本较低；出租方已通过出具书面承诺或补办租赁合同备案手续等措施尽力保障发行人的权益；发行人的实际控制人已出具书面承诺，愿意承担公司因上述问题遭受的损失。

2、发行人及其子公司已取得对专业技术人员、技术装备及生产经营所要求的全部资质、条件；发行人安全生产制度的建立和执行情况符合国家相关法律法规的规定；自报告期初起至本回复出具之日止，发行人不存在安全事故以及与安全相关的诉讼纠纷。发行人及子公司生产经营、募投项目符合国家和地方环保要求；发行人委托的危险废物处置企业具备相应资质，危险废物不存在超期存放情形，转移、运输符合环保监管要求。

3、广州晶佳在收到《海事行政处罚决定书》后已进行相应的整改并缴纳了罚款；上述行政处罚不会对公司生产经营的产生不利影响。除上述处罚外，发行人及其子公司报告期内不存在其他行政处罚。

4、发行人报告期未为部分员工缴纳社保或住房公积金具有合理性；不存在纠纷和潜在纠纷，报告期内未受到相关处罚，相关处罚风险较低；经测算，报告期内发行人需要补缴的社会保险和住房公积金总额较小，占当期营业收入以及净利润的比例较低，不会对发行人的经营业绩产生重大不利影响；发行人的实际控制人已出具书面承诺，愿意承担公司因上述问题遭受的损失。

三、财务会计信息与管理层分析

问题 5.关于收入确认准确性

根据申请文件及保荐工作底稿，（1）发行人内销以产品交付给客户、根据对账单或汇总签收确认函确认收入。（2）发行人部分直销客户合同约定验收标准以供方为准、如有异议应在异议期内提出，部分经销客户合同约定应自签收货物起数日内验收并在订货系统内确认收货、逾期视为已收货并验收合格，实际中部分客户自销售出库至验收日期间隔在一个月以上；部分出库日期、验收日期为周末或法定节假日。（3）发行人外销以产品报关并取得提单（FOB、CIF 和 CNF）、将产品交付给客户指定的承运人（EXW）、报关并交付给境外客户指定目的地（DDP 和 DAP）确认收入。其中，FOB 模式下存在收入确认日期早于提单签发日期的情形。

请发行人：（1）结合发行人与不同类型客户合同条款中关于安装调试、签收、验收、回款进度的相关约定内容，说明内销中直销、经销货物流转的具体形式（自提、自运、三方物流）及比例、验收程序，直销、经销下收入确认的具体单据及关键控制节点。（2）结合行业惯例、直销及经销合同条款关于验收流程、异议期等约定和实际执行情况，说明不同销售类型下商品发出至最终确认收入的平均时长，对比可比公司说明平均时长是否合理；在约定有异议期、验收时间的情况下，验收时长超过合同约定的原因及合理性，是否存在人为调节收入确认时点的可能性。（3）说明出库日期、验收日期在周末或法定节假日的原因及合理性，对应客户经营情况，相关解释是否有客观证据支持。（4）说明外销中不同贸易术语实现的销售金额及比例，是否需客户验收后确认收入，对应的收入确认时点及具体依据（装船、报关、取得提单、收款或取得收款凭证）；存在收入确认日期早于提单签发日期的原因、涉及的金额及占比，是否存在未取得相应单据即确认收入、提前确认收入的情形。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见，说明对收入实施的函证、访谈、收入截止性测试、细节测试、期后回款等核查情况，说明具体核查程序、核查过程和核查结论。结合上述情况，说明报告期内发行人收入是否存在虚增、跨期等情形，发行人收入确认相关内控制度是否健全且得到有效执行，收入确认是否符合《企业会计准则》的规定。

【回复】

一、结合公司与不同类型客户合同条款中关于安装调试、签收、验收、回款进度的相关约定内容，说明内销中直销、经销货物流转的具体形式（自提、自运、三方物流）及比例、验收程序，直销、经销下收入确认的具体单据及关键控制节点

（一）内销中公司与不同类型客户合同条款中关于安装调试、签收、验收、回款进度的相关约定内容、货物流转的具体形式和验收程序

公司内销销售中，直销模式包括不需要公司安装调试和需要公司安装调试两种情况，经销模式包括通过订货系统销售和不通过订货系统销售两种情况。直销模式不需要公司安装调试销售的主要客户系常润股份，需要公司安装调试的主要客户包括比亚迪等；经销模式下大部分客户通过订货系统进行采购，部分客户不使用订货系统采购，直接向公司下单。

上述主要情况合同条款中关于安装调试、验收、回款进度的相关约定内容、货物流转的形式和验收程序如下：

销售模式	类型	主要客户合同条款中关于安装调试、验收的相关约定内容	主要客户合同条款中关于回款进度的相关约定内容	货物流转的主要形式	主要验收程序
直销	需要公司安装调试	设备交付客户并由公司调试好后需经客户相关部门和人员确定同意才可以投入使用，试运行使用期间设备性能达到技术协议约定，并连续运转即试运行 3 个月后启动最终验收，抽取连续一周的运转情况进行正式验收	货到验收合格后凭发票采用 6 个月迪链方式支付 100%货款	主要为公司委托第三方物流公司进行运输或客户自提	产品在门店完成安装并试运行通过后，公司向客户发出验收申请，并在取得客户出具的相关订单的对账文件后确认验收
	不需要公司安装调试	按照供方企业标准验收（需方如对某批次产品有特殊要求的，应符合该等特殊要求）如有异议，需方应在到货后 5 日内提出。	验收合格，发票到需方后，发货后 45 天付款	主要为公司委托第三方物流公司进行运输	公司每月定期与客户进行对账，核对当月验收货物数量，完成核对后依据对账记录确认验收
经销	通过订货系统销售	客户在订货系统下单的，应在签收单笔订单货物之日起 10 个自然日内，验收并在订货系统内确认收货，逾期将视为客户已收货并验收合格	主要为款到发货	主要为客户自提	公司依据客户订货系统确认收货记录时间和异议期满时间孰早确认验收

销售模式	类型	主要客户合同条款中关于安装调试、验收的相关约定内容	主要客户合同条款中关于回款进度的相关约定内容	货物流转的主要形式	主要验收程序
	不通过订货系统销售	客户收货后出具验收单视为客户已收货并验收合格	主要为款到发货	主要为客户自提	公司每月定期与客户进行对账，核对当月验收货物数量，完成核对后依据对账记录确认验收

注：直销模式下需要公司安装调试的主要客户合同条款、验收程序以比亚迪为例，直销模式下不需要公司安装调试的主要客户合同条款、验收程序以常润股份为例，经销的主要客户合同条款大多内容一致。

（二）内销中直销、经销货物流转的具体形式及比例

公司经销主要采用客户自提方式运输货物，也有少量通过公司委托第三方物流公司进行运输；直销主要通过公司委托的第三方物流公司进行运输，也有小部分为客户自提。报告期内内销中直销、经销货物流转的具体形式情况如下：

单位：万元

销售模式	货物流转形式	2024 年		2023 年		2022 年	
		金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
直销	客户自提	1,121.72	15.47	968.95	23.43	1,679.70	47.05
	公司委托第三方物流公司	6,129.56	84.53	3,167.25	76.57	1,889.98	52.95
	小计	7,251.28	100.00	4,136.21	100.00	3,569.67	100.00
经销	客户自提	17,732.78	96.87	15,776.75	96.93	11,303.43	96.28
	公司委托第三方物流公司	573.09	3.13	499.28	3.07	436.97	3.72
	小计	18,305.87	100.00	16,276.02	100.00	11,740.40	100.00

2023 年直销模式下通过公司委托的第三方物流公司进行运输的销售金额及占比较 2022 年有所提高，主要系公司 2023 年与比亚迪达成合作，公司与该客户交易的物流方式为通过公司委托的第三方物流公司进行运输所致。

（三）内销中直销、经销下收入确认的具体单据及关键控制节点

公司内销中直销、经销模式下收入确认的具体单据、收入确认时点以及关键控制节点主要情况如下：

销售模式	类型	关键控制节点	收入确认的具体单据
直销	需要公司安装调试	完成对账并验收或取得验收文件	对账文件或验收文件

销售模式	类型	关键控制节点	收入确认的具体单据
	不需要公司安装调试	完成对账并验收	对账文件
经销	通过订货系统销售	客户在订货系统中确认收货或异议期满	订货系统中客户确认收货记录
	不通过订货系统销售	完成对账并验收	对账文件

综上，公司内销中直销包括需要公司安装调试和不需要公司安装调试两种情况，经销包括通过订货系统销售和不通过订货系统销售两种情况；内销中直销主要采用公司委托第三方物流公司进行运输，也有少部分为客户自提；经销主要采用客户自提方式运输货物，也有少部分为公司委托第三方物流公司进行运输；内销中直销模式下不需要公司安装调试以及经销模式下不通过订货系统销售情况下，收入确认的关键控制节点为完成对账并验收；直销模式下需要公司安装调试情况下，收入确认的关键控制节点为完成对账并验收或取得验收文件；经销通过订货系统销售情况下，收入确认的关键控制节点为客户在订货系统中确认收货或异议期满。

二、结合行业惯例、直销及经销合同条款关于验收流程、异议期等约定和实际执行情况，说明不同销售类型下商品发出至最终确认收入的平均时长，对比可比公司说明平均时长是否合理；在约定有异议期、验收时间的情况下，验收时长超过合同约定的原因及合理性，是否存在人为调节收入确认时点的可能性

（一）直销及经销主要客户合同条款关于验收流程、异议期等约定和实际执行情况

公司直销及经销主要客户合同条款关于验收流程、异议期等约定情况如下：

销售模式	类型	主要客户合同条款关于验收流程规定	主要客户合同条款关于异议期的规定
直销	需要公司安装调试	设备交付客户并由公司调试好后需经客户相关部门和人员确定同意才可以投入使用，试运行使用期间设备性能达到技术协议约定，并连续运转即试运行 3 个月后启动最终验收，抽取连续一周的运转情况进行正式验收	未约定
	不需要公司安装调试	按照供方企业标准验收（需方如对某批次产品有特殊要求的，应符合该等特殊要求）如有异议，需方应在到货后 5 日内提出。	未约定

销售模式	类型	主要客户合同条款关于验收流程规定	主要客户合同条款关于异议期的规定
经销	通过订货系统销售	客户在订货系统下单的，应在签收单笔订单货物之日起 10 个自然日内，验收并在订货系统内确认收货，逾期将视为客户已收货并验收合格	
	不通过订货系统销售	客户收货后出具验收单视为客户已收货并验收合格	未约定

注：直销模式下需要公司安装调试的主要客户合同条款以比亚迪为例，直销模式下不需要公司安装调试的主要客户合同条款以常润股份为例，经销的主要客户合同条款大多内容一致

1、直销模式下需要公司安装调试的销售通常约定了试运行及最终验收条款，未约定异议期条款。实际执行中，公司与对方以完成对账或者取得客户验收文件后确认验收。

2、直销模式下不需要公司安装调试的客户主要系常润股份，公司与该客户的合同中约定了验收条款，并约定了“如有异议，需方应在到货后 5 日内提出”的条款。实际该条款并未约定逾期将视为客户已收货并验收合格。该客户验收流程较长，在 5 日内无法完成验收流程；即使到货后超过 5 日，常润股份如发现产品存在质量等问题，仍可以向公司提出免费更换产品。因此，上述条款系公司基于争取客户及时付款的考虑而约定的权利保护性条款，不属于异议期约定。实际执行中，公司与对方以完成对账后确认验收。直销模式下不需要公司安装调试销售的其他客户一般不约定验收期限条款。

3、公司与经销模式下通过订货系统销售的客户约定了验收条款，并约定了“应在签收单笔订单货物之日起 10 个自然日内，验收并在订货系统内确认收货，逾期将视为客户已收货并验收合格”的异议期条款。公司经销商数量众多，销售订单较为分散。公司使用订货系统对经销商订单下达、发货以及验收情况进行管理。为加强验收管理，公司与客户在协议中约定了 10 个自然日的异议期。公司在实际执行中，公司以客户在订货系统中确认收货时间与异议期满时间孰早确认验收。

4、经销模式下不通过订货系统的销售主要客户包括铂锐（上海）汽车科技有限公司、深圳市鑫联鑫汽车检测设备有限公司和北京金源诗琴机电设备有限公司等，公司与该等客户通常约定了验收条款，未约定异议期条款。实际执行中，公司与对方以完成对账后确认验收。

（二）不同销售类型下商品发出至最终确认收入的平均时长，对比可比公司说明平均时长是否合理

1、不同销售类型下商品发出至最终确认收入的平均时长

报告期内，除内销直销中需要公司安装调试的销售类型下商品发出至最终确认收入的平均时长有所延长，以及新增了外销中需要公司安装调试的销售类型外，公司其他销售类型下商品发出至最终确认收入的平均时长较为稳定。公司与比亚迪于 2023 年开始合作，公司为比亚迪境内和境外的产品采购提供安装调试服务，相关销售完成安装调试后，通常还需要试运行 3 个月后方启动最终验收，整体验收流程较长，从而导致内销直销和外销中需要公司安装调试的销售类型下确认收入平均时长变长。

报告期内，公司主要销售类型下商品发出至最终确认收入的平均时长情况如下：

单位：天

销售区域	销售模式	类型	2024 年	2023 年	2022 年
外销	直销	不需要公司安装调试	8.01	6.97	9.13
		需要公司安装调试	130.00	-	-
内销	直销	需要公司安装调试	117.06	73.49	48.77
		剔除比亚迪后需要公司安装调试	42.21	37.58	48.77
		不需要公司安装调试	18.39	22.19	19.76
	经销	通过订货系统销售	9.91	9.89	9.85
		不通过订货系统销售	15.99	15.30	20.58

公司外销不需要公司安装调试的收入以 FOB、CIF 为主，产品发出到最终确认收入通常需要履行货物运送至港口、办理报关出口手续及装船等流程，平均确认收入时长通常在 7-10 天左右，具备合理性。

公司外销需要公司安装调试的收入客户系比亚迪泰国子公司，产品发出到最终确认收入需要发货、装船出运、运送到客户指定地点进行安装调试、试运行、最终验收等流程，验收周期相对较长，具备合理性。

内销中直销模式下需要公司安装调试的产品发出到最终确认收入通常需要运送到客户指定地点进行安装调试、试运行、最终验收等流程，产品平均确认

收入时间较长，通常需要 2-4 个月左右，具备合理性。2023 年起平均验收时长有所延长，主要系公司与比亚迪于 2023 年开始合作，相关销售完成安装调试后，通常还需要试运行 3 个月后方启动最终验收，整体验收流程较长。剔除比亚迪后报告期内产品平均确认收入时间处于合理水平。

内销中直销模式下不需要公司安装调试的销售从产品发货到确认收入，通常需要运送至客户指定地点，由客户对产品进行验收。该模式客户主要为常润股份等，客户验收流程较长，平均时长通常在 20 天左右，具备合理性。

内销中经销模式下通过订货系统销售的情况下，公司与客户在协议中约定了 10 个自然日的异议期，并以客户在订货系统中确认收货时间与异议期满时间孰早确认验收，因此平均验收时长在 10 天左右，具备合理性。

内销中经销模式下不通过订货系统销售的产品终端用户主要为整车厂商（含旗下 4S 店）、油品公司等，客户根据终端用户的需求向公司进行采购，所需验收时长相对经销模式下通过订货系统销售的产品更长，具备合理性。

2、对比可比公司说明平均时长是否合理

报告期内，公司商品发出至最终确认收入的平均时长与可比公司对比情况如下：

单位：天

公司	2024 年	2023 年	2022 年
常润股份	未披露	7.84	4.52
元征科技	无发出商品	无发出商品	无发出商品
高昌机电	未披露	12.43	17.32
巴兰仕	9.60	10.10	9.50

注：同行业可比公司未披露商品发出至最终确认收入的平均时长，为统一比较口径，上表中商品发出至最终确认收入平均时长系发出商品平均周转天数。

常润股份销售以外销为主，其商品发出至最终确认收入的平均时长短于公司平均时长，主要原因系常润股份产品主要为千斤顶及相关产品，通常不涉及安装调试，而公司部分产品涉及安装调试，拉长了平均验收周期；元征科技主要产品为汽车诊断设备，期末无发出商品，与公司不具有可比性；高昌机电商品发出至最终确认收入的平均时长长于公司，主要系高昌机电收入规模相对较低所致。

（三）在约定有异议期、验收时间的情况下，验收时长超过合同约定的原因及合理性，是否存在人为调节收入确认时点的可能性

公司与常润股份约定了“如有异议，需方应在到货后 5 日内提出”的条款，该条款系公司基于争取客户及时付款的考虑而约定的权利保护性条款，不属于异议期约定。实际执行中，公司与对方以完成对账后确认验收，验收时长通常超过 5 日，不存在人为调节收入的情况。

公司与经销模式下通过订货系统销售对应的客户约定了 10 个自然日的异议期，并以客户订货系统中确认收货时间与异议期满时间孰早确认收入。公司与经销模式下不通过订货系统销售的客户通常约定了验收条款，未约定异议期条款。铂锐（上海）汽车科技有限公司、深圳市鑫联鑫汽车检测设备有限公司和北京金源诗琴机电设备有限公司等客户大部分订单不通过订货系统销售，故不适用 10 个自然日异议期的条款，少部分通过订货系统销售，已按照客户订货系统中确认收货时间与异议期满时间孰早确认收入，因此不存在验收时长超过合同异议期情况，亦不存在人为调节收入的情况。

综上，公司与经销模式下通过订货系统销售对应的客户约定了异议期条款，并以客户在订货系统中确认收货时间与异议期满时间孰早确认验收；公司内销中直销模式下需要公司安装调试的产品发出至最终确认收入的平均时长为 2-4 个月左右，内销中经销模式、外销和内销直销模式下不需要公司安装调试的产品的平均确认收入时长为 7-20 天左右，外销模式下需要公司安装调试的产品的平均确认收入时长在 4 个月左右；公司商品发出至最终确认收入的平均时长与可比公司存在差异，具有合理性；公司不存在验收时长超过合同异议期情况，亦不存在人为调节收入的情况。

三、说明出库日期、验收日期在周末或法定节假日的原因及合理性，对应客户经营情况，相关解释是否有客观证据支持

（一）出库日期在周末或法定节假日的原因及合理性

为及时响应客户产品需求，确保产品按时送至客户指定地点，除了在工作日安排发货外，公司也会根据实际需求，在除春节外的法定节假日或周末安排

生产发货，但不存在公司在春节期间发货的情形。公司相关发货单为支持性证据。

（二）验收日期在周末或法定节假日的合理性

报告期内，客户验收日期类型情况如下：

单位：万元

项目	日期类型	2024 年		2023 年		2022 年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
外销	工作日	55,365.73	69.96%	39,737.06	68.19%	32,263.56	66.87%
	除春节外法定节假日或周末	22,528.64	28.47%	17,791.29	30.53%	14,754.19	30.58%
	春节	1,240.36	1.57%	745.29	1.28%	1,231.08	2.55%
	小计	79,134.73	100.00%	58,273.64	100.00%	48,248.83	100.00%
内销	工作日	20,071.07	78.53%	16,057.09	78.66%	11,458.45	74.84%
	除春节外法定节假日或周末	5,435.50	21.27%	4,344.31	21.28%	3,849.95	25.15%
	春节	50.58	0.20%	10.82	0.05%	1.67	0.01%
	小计	25,557.15	100.00%	20,412.23	100.00%	15,310.08	100.00%

公司外销存在在法定节假日或周末确认收入的情况，主要系公司外销销售模式主要为 FOB 和 CIF，在货物越过船舷时确认收入，收入确认取决于装船情况。国际海运通常在包括春节在内的法定节假日或周末正常装船，公司也会提前安排好产品的相关装船工作，确保产品及时装船，因此，公司外销在包含春节在内的各类法定节假日或周末确认收入具备合理性。公司以相关提单或装船信息文件作为支持性证据。

公司内销存在法定节假日或周末确认收入的情况，具体情形如下：（1）公司经销模式下通过订货系统的销售以客户订货系统中确认收货时间和异议期满时间孰早确认收入，合同中约定的异议期为 10 个自然日，因此部分销售异议期满日为包括春节在内的法定节假日或周末；（2）公司内销以经销模式为主，经销商的终端用户为各地汽车 4S 店、汽车维修保养店，面向社会大众的汽车维修保养需求，因此终端用户在除春节外的法定节假日或周末一般都正常营业。为满足终端用户的营业需要，公司经销商在除春节外的法定节假日或周末通常正

常营业，因此在除春节外的法定节假日或周末验收公司产品具备合理性。公司以相关客户确认收货记录、对账文件等作为支持性证据。

综上，为满足客户需要，公司存在除春节外法定节假日或周末发货情况，具备合理性；为服务终端用户以及按照异议期满日或货物越过船舷时确认收入等原因，确认收入日期为包含春节在内的法定节假日或周末，具备合理性，相关支持性证据充分。

四、说明外销中不同贸易术语实现的销售金额及比例，是否需客户验收后确认收入，对应的收入确认时点及具体依据（装船、报关、取得提单、收款或取得收款凭证）；存在收入确认日期早于提单签发日期的原因、涉及的金额及占比，是否存在未取得相应单据即确认收入、提前确认收入的情形

（一）说明外销中不同贸易术语实现的销售金额及比例，是否需客户验收后确认收入，对应的收入确认时点及具体依据

1、公司外销不同贸易术语实现的销售金额及比例情况，是否需客户验收后确认收入

公司外销不同贸易术语实现的销售金额及比例情况如下：

单位：万元

项目	2024 年		2023 年		2022 年	
	主营业务收入	占比	主营业务收入	占比	主营业务收入	占比
不需要客户验收	79,067.48	99.92%	58,273.64	100.00%	48,248.83	100.00%
其中：FOB	75,297.95	95.15%	53,538.07	91.87%	42,325.53	87.72%
CIF	3,381.08	4.27%	4,279.16	7.34%	4,606.92	9.55%
C&F	388.45	0.49%	455.35	0.78%	1,313.53	2.72%
EXW			1.06	0.00%	2.84	0.01%
需要客户验收注	67.26	0.08%	--	-	-	
合计	**79,134.73**	**100.00%**	**58,273.64**	**100.00%**	**48,248.83**	**100.00%**

注：2024 年比亚迪泰国子公司向公司采购洗车机，其产品需要公司完成安装调试并由客户验收

报告期内，公司外销成交方式以 FOB 和 CIF 为主，相关收入合计占比分别为 97.27%、99.21%和 99.42%。除 2024 年对比亚迪泰国子公司销售需客户验收后确认收入，不存在其他需客户验收后确认收入的情况。

2、对应的收入确认时点及具体依据

报告期内，公司外销成交方式包括 FOB、CIF、C&F 和 EXW，不同模式下公司收入确认时点以及具体依据情况如下：

项目	收入确认时点	具体依据
FOB	在装运港当货物越过船舷时确认收入	提单和装船信息
CIF	在装运港当货物越过船舷时确认收入	提单和装船信息
C&F	在装运港当货物越过船舷时确认收入	提单和装船信息
EXW	在客户或其指定承运人上门提货当期确认收入	货物出厂记录
需要客户验收	在产品调试完成通过客户验收后确认收入	客户验收记录

（二）存在收入确认日期早于提单签发日期的原因、涉及的金额及占比，是否存在未取得相应单据即确认收入、提前确认收入的情形

根据企业会计准则相关规定，FOB、CIF 和 C&F 下的外销销售收入确认时间系货物装船时间。公司大部分外销销售的提单是在货物装船当天签发，少部分提单在货物装船若干天内签发，因此存在少量收入确认日期早于提单签发日期的情形。签发提单与货物装船时间为同一天情况下，公司在取得提单时确认收入；签发提单略滞后于货物装船时间情况下，公司通过货代公司、船务公司等渠道获取产品装船信息后，在实际装船时确认收入，并在事后取得提单时对装船信息再作核对确认。报告期内，FOB、CIF 和 C&F 下的外销收入确认时间早于提单签发日期的金额情况如下：

单位：万元

项目	2024 年	2023 年	2022 年
公司 FOB、CIF 和 C&F 下外销收入确认时间早于提单签发日期的金额	3,497.17	6,793.56	6,063.47
公司 FOB、CIF 和 C&F 下外销收入总额	79,067.48	58,272.58	48,245.98
占比	**4.42%**	**11.66%**	**12.57%**

综上，公司外销以 FOB 和 CIF 为主，除 2024 年对比亚迪泰国子公司销售需客户验收后确认收入，不存在其他需客户验收后确认收入的情况；公司 FOB、CIF 和 C&F 下的外销销售以货物越过船舷时确认收入，具体依据为提单和装船信息，EXW 下的外销销售以客户或其指定承运人上门提货日确认收入，具体依据为货物出厂记录；公司大部分外销销售的提单是在货物装船当天签发，少部

分提单在货物装船若干天内签发，因此存在少量收入确认日期早于提单签发日期的情形，公司不存在未取得相应单据即确认收入和提前确认收入的情形。

五、请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见

（一）核查程序

针对上述事项，中介机构执行了以下核查程序：

1、查看与主要客户的销售合同，了解公司与不同类型客户合同条款中关于安装调试、签收、验收、回款进度的相关约定内容；

2、获取公司内销中直销、经销货物流转的具体形式及比例；

3、访谈公司财务负责人，了解公司内销中直销、经销下收入确认的验收程序、具体单据及关键控制节点；

4、获取公司不同销售类型下商品发出至最终确认收入的平均时长信息，结合行业惯例、直销及经销合同条款关于验收流程、异议期等约定和实际执行情况等，分析平均时长合理性；

5、与可比公司对比商品发出至最终确认收入的平均时长是否合理；

6、了解在约定有异议期、验收时间的情况下，验收时长超过合同约定的原因及合理性；

7、了解出库日期、验收日期在周末或法定节假日的原因，分析其合理性；

8、获取外销中不同贸易术语实现的销售金额及比例信息，以及对应的收入确认时点及具体依据；

9、了解公司外销中是否存在需要客户验收的销售；

10、了解存在收入确认日期早于提单签发日期的原因、涉及的金额及占比信息，并分析其合理性。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、公司内销中直销包括需要公司安装调试和不需要公司安装调试两种情况，经销包括通过订货系统销售和不通过订货系统销售两种情况；内销中直销主要

采用公司委托第三方物流公司进行运输，也有少部分为客户自提；经销主要采用客户自提方式运输货物，也有少部分为公司委托第三方物流公司进行运输；内销中直销模式下不需要公司安装调试以及经销模式下不通过订货系统销售情况下，收入确认的关键控制节点为完成对账并验收；直销模式下需要公司安装调试情况下，收入确认的关键控制节点为完成对账并验收或取得验收文件；经销通过订货系统销售情况下，收入确认的关键控制节点为客户在订货系统中确认收货或异议期满；

2、公司与经销模式下通过订货系统销售对应的客户约定了异议期条款，并以客户在订货系统中确认收货时间与异议期满时间孰早确认验收；公司内销中直销模式下需要公司安装调试的产品发出至最终确认收入的平均时长为 2-4 个月左右，内销中经销模式、外销和内销直销模式下不需要公司安装调试的产品的平均确认收入时长为 7-20 天左右，外销模式下需要公司安装调试的产品的平均确认收入时长在 4 个月左右；公司商品发出至最终确认收入的平均时长与可比公司存在差异，具有合理性；公司不存在验收时长超过合同异议期情况，亦不存在人为调节收入的情况；

3、为满足客户需要，公司存在除春节外法定节假日或周末发货情况，具备合理性；为服务终端用户以及按照异议期满日或货物越过船舷时确认收入等原因，确认收入日期为包含春节在内的法定节假日或周末具备合理性，相关支持性证据充分；

4、公司外销以 FOB 和 CIF 为主，除 2024 年对比亚迪泰国子公司销售需客户验收后确认收入，不存在其他需客户验收后确认收入的情况；公司 FOB、CIF 和 C&F 下的外销销售以货物越过船舷时确认收入，具体依据为提单和装船信息，EXW 下的外销销售以客户或其指定承运人上门提货日确认收入，具体依据为货物出厂记录；公司大部分外销销售的提单是在货物装船当天签发，少部分提单在货物装船若干天内签发，因此存在少量收入确认日期早于提单签发日期的情形，公司不存在未取得相应单据即确认收入和提前确认收入的情形。

六、说明对收入实施的函证、访谈、收入截止性测试、细节测试、期后回款等核查情况，说明具体核查程序、核查过程和核查结论。结合上述情况，说明报告期内发行人收入是否存在虚增、跨期等情形，公司收入确认相关内控制

度是否健全且得到有效执行，收入确认是否符合《企业会计准则》的规定

（一）核查程序及过程

1、了解公司销售与收款循环有关的内部控制，并对控制运行有效性进行测试；

2、对主要客户进行函证，核实收入的真实性、完整性

对主要客户的销售收入实施函证程序，核查往来业务真实性。报告期各期，客户函证情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
主营业务收入金额 A	104,691.88	78,685.87	63,558.90
发函金额 B	84,990.35	65,198.33	53,288.16
回函确认金额 C	79,670.32	62,040.81	50,632.50
回函确认金额占发函金额比例 D=C/B	93.74%	95.16%	95.02%
回函确认金额占销售金额比例 E=C/A	76.10%	78.85%	79.66%
通过替代测试确认金额 F	5,320.03	3,157.52	2,655.65
通过函证和替代测试确认金额合计 G=C+F	84,990.35	65,198.33	53,288.16
通过函证和替代测试确认金额占比 H=G/A	81.18%	82.86%	83.84%

对于回函不符情况，保荐机构了解了回函不符原因，并获取了相关支持性证据。

3、对主要客户进行访谈，访谈方式包括实地走访、当面访谈或视频访谈，了解主要客户的基本情况、合作背景、业务往来情况、实地查看具体交易涉及的产品情况、是否存在关联关系或其他利益关系等情况。具体情况如下：

单位：万元

项目	2024 年	2023 年	2022 年
实地走访	69,037.33	52,419.73	42,354.13
当面访谈或视频访谈	8,979.13	6,686.92	4,871.58
合计	78,016.46	59,106.65	47,225.71
占主营业务收入比	74.52%	75.12%	74.30%

4、对资产负债表日前、后一个月的主营业务收入，选取样本，进行截止测试，以评价收入是否被记录于恰当的会计期间。报告期各期截止测试情况如下：

项目	2024 年	2023 年	2022 年
期前 1 个月	83.34%	88.52%	84.55%
期后 1 个月	80.19%	89.63%	80.18%

5、对公司报告期内销售收入按照系统选样和随机选样相结合的方式选择样本，获取销售收入对应的货运提单和装船记录、报关单、订单、客户对账文件和验收文件等，对收入执行细节测试。具体情况如下：

单位：万元

项目	2024 年	2023 年	2022 年
测试金额	86,029.41	61,192.11	51,422.64
主营业务收入金额	104,691.88	78,685.87	63,558.90
占比	82.17%	77.77%	80.91%

6、核查公司报告期各期末应收账款期后回款情况，具体如下：

单位：万元

项目	2024 年末	2023 年末	2022 年末
应收账款余额	11,309.11	5,743.06	5,004.87
期后回款金额	7,917.12	5,666.13	4,882.62
期后回款比例	70.01%	98.66%	97.56%

注：期后回款统计至 2025 年 2 月 28 日。

报告期各期末应收账款期后回款情况良好。

7、对报告期内公司全部客户销售回款进行核查，经核查，公司销售回款真实；

8、按照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 2 号》2-13 境外销售、2-12 第三方回款相关要求对公司境外销售业务及第三方回款情况，参见“问题 6、四、（一）、1、根据《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 2 号》2-13 境外销售的具体要求对公司境外销售业务逐条进行核查”和“2、根据《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 2 号》2-12 第三方回款的具体要求对公司第三方回款情况逐条进行核查”。

9、按照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 2 号》2-15 经销模式相关要求对公司经销模式进行核查，参见

“问题 7、三、（一）、1、结合《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 2 号》2-15 经销模式相关要求核查上述事项”。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：公司收入确认真实、准确、完整，不存在收入虚增、跨期情形，公司收入确认相关内控制度健全且得到有效执行，收入确认符合《企业会计准则》规定。

问题 6.关于境外销售增长稳定性

根据申请文件及保荐工作底稿，（1）公司主营业务收入主要来源于外销，各期占比约 75%，外销收入分别为 54,512.81 万元、48,248.83 万元、58,273.64 万元和 37,941.95 万元。（2）境外销售区域主要分布在欧洲、南美洲、亚洲等地区，地域分布分散，主要客户间收入变动趋势不一致。（3）外销以贴牌销售为主，销售额占比 90%以上，主要客户为汽车维修保养设备的品牌商，部分约定有折扣或返利。（4）主要境外客户期末各类产品库存处于较高水平，库存消化周期较长。（5）公司第三方回款主要为境外客户的第三方回款，各期占营业收入的比例最高为 5.11%，金额持续上升。

（1）补充说明境外销售具体情况。请公司：①说明各期不同国家或地区实现的收入金额及占比、产品类型及客户数量变动，境外业务的背景、业务开拓方式等情况，报告期内境外收入快速增长的趋势是否与可比公司境外业务变动趋势相符。②列示各期境外主要客户情况，包括基本情况如客户名称、类型、所属国家或地区、主营业务及规模，合作模式如合作背景、订单获取方式、定价模式、信用期及结算方式、退换货机制，销售情况如各期销售内容、销售金额、占比及变动情况等，TWIN BUSCH GmbH、LKQ CZ s.r.o.销售金额未回升的具体原因及合理性。③说明对境外客户折扣及返利开展情况，涉及的主要客户及折扣返利政策，预提返利、实际返利金额及变化情况，相关会计处理合规性。④说明主要客户期末库存较高的原因及期后销售情况，主要客户采购频率及单次采购量分布是否合理，一般备货周期、进销存、退换货情况，备货周期是否与进销存情况、库存消化周期匹配，是否存在压货以及大额异常退换货情形。

（2）境外销售稳定性。请公司：①说明各期境外贴牌销售与自有品牌销售的产品类型、客户数量、收入金额及占比，销售合同中关于贴牌的具体约定，客户是否对公司自有品牌销售进行限制。②结合公司境外销售结算方式、付款方式、回款情况，说明与境外客户交易是否受到结算限制等因素的不利影响，如有，说明相应的应对措施及可执行性，分析境外销售是否存在大幅下滑风险。③说明各期境内外第三方回款的金额及占比，涉及的客户及对应的付款方、付款金额及次数，第三方回款与销售收入是否勾稽一致；合同中是否明确约定通过第三方回款，采用第三方回款的必要性、商业合理性、合法合规性，是否符合行业特点。

请保荐机构、申报会计师：（1）对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 2 号》2-13 境外销售、2-12 第三方回款全面核查公司境外销售业务及第三方回款情况，说明采取的核查方式、核查过程、核查比例、核查证据、核查结论。对于函证程序请说明发函回函数量、金额及比例，未回函的替代核查程序及占比；对于走访程序，区分实地走访、视频访谈，说明访谈的具体内容、获取的证据、以及是否获取盖章和签字文件；对于细节测试，请说明核查的具体方法及覆盖的比例等内容。（2）结合报告期内主要结算货币对人民币的汇率变动趋势，说明外销收入和汇兑损益之间是否匹配。（3）结合合同、物流运输记录、资金划款凭证、发货验收单据、出口单证与海关数据、出口信用保险数据、外汇管理局数据、出口退税金额、最终销售或使用情况等核查情况，量化分析以上数据与境外销售收入是否匹配。（4）说明针对境外非终端客户最终销售真实性、是否存在境外客户压货、是否存在境外客户向公司利益输送所采取的核查方法、核查程序、核查范围、核查比例及核查结论，终端核查比例是否足以保证核查的充分性。（5）结合上述核查情况，对公司境外销售收入的真实性、准确性、完整性，境外销售业务发展趋势是否对公司持续经营能力构成重大不利影响等发表明确意见。

【回复】

一、补充说明境外销售具体情况。请公司：①说明各期不同国家或地区实现的收入金额及占比、产品类型及客户数量变动，境外业务的背景、业务开拓方式等情况，报告期内境外收入快速增长的趋势是否与可比公司境外业务变动

趋势相符。②列示各期境外主要客户情况，包括基本情况如客户名称、类型、所属国家或地区、主营业务及规模，合作模式如合作背景、订单获取方式、定价模式、信用期及结算方式、退换货机制，销售情况如各期销售内容、销售金额、占比及变动情况等，TWIN BUSCH GmbH、LKQ CZ s.r.o.销售金额未回升的具体原因及合理性。③说明对境外客户折扣及返利开展情况，涉及的主要客户及折扣返利政策，预提返利、实际返利金额及变化情况，相关会计处理合规性。④说明主要客户期末库存较高的原因及期后销售情况，主要客户采购频率及单次采购量分布是否合理，一般备货周期、进销存、退换货情况，备货周期是否与进销存情况、库存消化周期匹配，是否存在压货以及大额异常退换货情形

（一）说明各期不同国家或地区实现的收入金额及占比、产品类型及客户数量变动，境外业务的背景、业务开拓方式等情况，报告期内境外收入快速增长的趋势是否与可比公司境外业务变动趋势相符

1、说明各期不同国家或地区实现的收入金额及占比、产品类型及客户数量变动

各期不同国家或地区实现的境外收入金额及占境外收入比、产品类型及客户数量变动情况如下：

单位：万元

地区	主要国家或地区	产品类型	2024 年		2023 年		2022 年	
			境外收入金额	占境外收入比例	境外收入金额	占境外收入比例	境外收入金额	占境外收入比例
欧洲	波兰、俄罗斯、德国、西班牙、英国等	拆胎机、平衡机、举升机和汽车养护设备	51,415.46	64.97%	37,220.67	63.87%	28,433.50	58.93%
亚洲	哈萨克斯坦、印度、伊朗、阿联酋、沙特阿拉伯等	拆胎机、平衡机、举升机和汽车养护设备	12,948.95	16.36%	10,555.38	18.11%	8,830.74	18.30%

地区	主要国家或地区	产品类型	2024 年		2023 年		2022 年	
			境外收入金额	占境外收入比例	境外收入金额	占境外收入比例	境外收入金额	占境外收入比例
南美洲	巴西、智利、秘鲁、阿根廷、哥伦比亚等	拆胎机、平衡机、举升机和汽车养护设备	9,148.80	11.56%	6,451.45	11.07%	7,048.62	14.61%
其他	墨西哥、澳大利亚、埃及、危地马拉、南非等	拆胎机、平衡机、举升机和汽车养护设备	5,621.52	7.10%	4,046.13	6.94%	3,935.97	8.16%
总计			79,134.73	100.00%	58,273.64	100.00%	48,248.83	100.00%

（续上表）

国家/地区	主要国家或地区	客户数量（单位：个）		
		2024 年	2023 年	2022 年
欧洲	波兰、俄罗斯、德国、西班牙、英国等	144	117	117
亚洲	哈萨克斯坦、印度、伊朗、阿联酋、沙特阿拉伯等	251	190	159
南美洲	巴西、智利、秘鲁、阿根廷、哥伦比亚等	75	54	61
其他	墨西哥、澳大利亚、埃及、危地马拉、南非等	133	104	78
总计		603	465	415

注：受同一实际控制人控制的客户合并统计客户数量。

报告期内，公司产品主要出口至欧洲、南美及亚洲等国家和地区。境外收入变动和境外客户数量变动情况分析如下：

（1）境外收入变动

2023 年和 2024 年，境外收入持续增长。

公司境外销售收入 2023 年较 2022 年增长 20.78%，主要原因系：①下游市场需求恢复，公司生产、出口正常；②国外汽车产业发展带动汽车维修保养市场需求增长，同时公司产品在欧洲等国外市场的性价比优势进一步显现，欧洲以及中东地区、巴西等汽车新兴市场订单增长较快，2023 年，欧洲、中东地区、

巴西的销售收入分别较 2022 年增加 8,787.17 万元、1,043.60 万元和 1,374.25 万元；③公司 2022 年举升机产能逐步提升，使 2023 年供应能力进一步增强，2023 年公司举升机产量较 2022 年增长 7,536 套，增幅 31.69%。

公司境外销售收入 2024 年较上年增长 35.80%，主要原因系国外汽车产业发展带动汽车维修保养市场需求增长，同时公司产品在欧洲等国外市场的性价比优势进一步显现，带来公司订单增长，2024 年度，欧洲、中东地区、哈萨克斯坦、巴西的销售收入分别较上年同期增加 14,194.79 万元、849.90 万元、866.54 万元和 1,246.84 万元。

（2）境外客户数量变动

报告期各期末，境外客户数量分别为 415 个、465 个和 603 个，呈逐期增长的趋势。

2、说明境外业务的背景、业务开拓方式等情况

（1）境外业务的背景

公司境外业务的背景包括：①从全球市场来看，全球汽车产销量持续增长，汽车保有量不断增加，带动了汽车维修保养的需求逐渐增长；特别是南美洲、亚洲等一些近几年汽车产业发展比较快的国家和地区，汽车维修保养需求随之快速增长。②全球存量汽车已渐渐进入老龄化，汽车的车龄越大，则每年需要维修保养的频率也越高，维修的费用也会越大，维修保养设备的使用频率与更换频率也会大大增加，从而带动汽车维修保养需求增长。③2022 年欧洲地区通货膨胀等经济环境下，欧洲市场更加青睐于性价比较高的中国产品。

因此，公司在上述背景下，大力开拓境外市场。公司经过 20 年的发展，形成了一定的品牌知名度，并在产品质量、研发创新、专业团队和服务质量等方面具有竞争优势，尤其在欧洲市场的产品性价比优势进一步显现。同时，公司在欧洲、南美洲、北美洲和亚洲其他国家等 100 多个国家和地区凭借较高的产品品质和性价比，积累了稳定优质的客户资源，与境外客户建立了良好的合作关系。

（2）业务开拓方式

公司海外市场拓展主要通过参加各类展会及线上开拓等方式。一方面，公司每年会定期参加部分展会，如中国进出口商品交易会（即广交会）、上海法兰克福汽配展、北京汽保展等，宣传公司品牌，推广公司产品，了解市场动态，接洽潜在客户；另一方面，公司通过线上方式开拓客户，公司已在阿里巴巴国际站、中国制造网（made-in-china.com）等第三方网站平台注册会员，发布产品信息，此外，公司通过搜索引擎、新媒体渠道投放获客。

3、报告期内境外收入快速增长的趋势是否与可比公司境外业务变动趋势相符，具体情况如下：

单位：万元

公司名称	2024 年		2023 年		2022 年
	境外收入	境外收入增长率	境外收入	境外收入增长率	境外收入
公司	79,134.73	35.80%	58,273.64	20.78%	48,248.83
元征科技	未披露	不适用	71,857.00	45.17%	49,500.00
常润股份	未披露	不适用	202,947.13	-7.64%	219,735.01
高昌机电	未披露	不适用	未披露	不适用	未披露

报告期内，公司境外收入整体变动趋势与元征科技一致。2023 年元征科技境外收入增长率高于公司，主要系公司与元征科技产品细分领域、市场分布及具体客户类型存在差异所致，具体而言：产品细分领域方面，公司与元征科技产品细分领域有所不同，公司主要产品为汽车维修、检测和保养设备，元征科技主要产品为汽车诊断、检测、养护产品以及软件服务，其中核心产品为汽车诊断设备，在 2023 年其配套软件的销售额贡献程度也大幅上升；市场分布方面，公司境外市场主要分别在欧洲、亚洲和南美洲等，元征科技境外市场主要分别在北美洲和欧洲等。

2023 年度公司境外收入增加而常润股份下降。2023 年，公司与常润股份境外收入变动趋势不一致，主要原因系境外销售区域不同，常润股份美国地区收入较上年增长 6.85%，其他国家及地区收入较上年下降 21.19%，其境外整体收入下降主要受其他国家及地区收入下降影响。2023 年公司美国地区收入较上年增长 67.22%，可比区域销售收入变动趋势与常润股份一致。

（二）列示各期境外主要客户情况，包括基本情况如客户名称、类型、所

属国家或地区、主营业务及规模，合作模式如合作背景、订单获取方式、定价模式、信用期及结算方式、退换货机制，销售情况如各期销售内容、销售金额、占比及变动情况等，TWIN BUSCH GmbH、LKQ CZ s.r.o.销售金额未回升的具体原因及合理性

1、报告期内境外前五名客户的销售内容、销售金额、占比及变动情况，TWIN BUSCH GmbH、LKQ CZ s.r.o.销售金额未回升的具体原因及合理性

报告期内境外前五名客户的销售内容、销售金额、占比及变动情况，具体如下：

单位：万元

项目	客户名称	地区	主要销售内容	2024 年		2023 年		2022 年	
				境外收入金额	占境外收入比例	境外收入金额	占境外收入比例	境外收入金额	占境外收入比例
1	REDATS SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA	欧洲	举升机、拆胎机、平衡机和汽车养护设备	9,262.64	11.70%	6,610.41	11.34%	4,357.97	9.03%
2	Master plus Ltd	欧洲	举升机、拆胎机、平衡机和汽车养护设备	8,491.57	10.73%	6,460.58	11.09%	4,705.11	9.75%
3	TWIN BUSCH GmbH	欧洲	举升机、拆胎机、平衡机和汽车养护设备	5,826.53	7.36%	4,734.25	8.12%	4,002.09	8.29%
4	SUMINISTROS DAMA-RL SPAIN SOCIEDAD LIMITADA	欧洲	举升机、拆胎机、平衡机和汽车养护设备	3,080.36	3.89%	1,905.12	3.27%	1,811.94	3.76%
5	LKQ CZ s.r.o.	欧洲	举升机、拆胎机、平衡机和汽车养护设备	2,554.49	3.23%	1,219.75	2.09%	1,984.67	4.11%
6	MAHOVI INDUSTRIA E COMERCIO DE EQUIPAMENTOS LTDA	南美洲	举升机、拆胎机、平衡机和汽车养护设备	1,563.27	1.98%	1,273.15	2.18%	565.78	1.17%
合　计				**30,778.86**	**38.89%**	**22,203.27**	**38.10%**	**17,427.57**	**36.12%**
公司境外收入				**79,134.73**	**100.00%**	**58,273.64**	**100.00%**	**48,248.83**	**100.00%**

（续上表）

项目	客户名称	地区	2024 年境外收入较 2023 年变动比例	2023 年境外收入较 2022 年变动比例
1	REDATS SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA	欧洲	40.12%	51.69%
2	Master plus Ltd	欧洲	31.44%	37.31%
3	TWIN BUSCH GmbH	欧洲	23.07%	18.29%
4	SUMINISTROS DAMA-RL SPAIN SOCIEDAD LIMITADA	欧洲	61.69%	5.14%
5	LKQ CZ s.r.o.	欧洲	109.43%	-38.54%
6	MAHOVI INDUSTRIA E COMERCIO DE EQUIPAMENTOS LTDA	南美洲	22.79%	125.03%
合　计			**38.62%**	**27.40%**
公司境外收入			**35.80%**	**20.78%**

报告期内各期，公司前五大境外客户销售金额分别为 17,427.57 万元、22,203.27 万元和 30,778.86 万元，占境外收入比例分别为 36.12%、38.10%和 38.89%。报告期内，公司主要境外客户较为稳定，变动情况较少，公司与上述主要客户合作时间较长，合作情况较为稳定。

TWIN BUSCH GmbH 2021-2024 年销售金额分别为 6,566.24 万元、4,002.09 万元、4,734.25 万元、5,826.53 万元，2023 年-2024 年逐年上升，但 2024 年未回升至 2021 年水平。LKQ CZ s.r.o. 2021-2024 年销售金额分别为 1,558.47 万元、1,984.67 万元、1,219.75 万元和 2,554.49 万元，2023 年销售金额有所下降，但在 2024 年大幅增长，已超过 2022 年水平。具体分析如下：

（1）TWIN BUSCH GmbH 2024 年销售金额未能实现回升至 2021 年水平的具体原因及其合理性分析如下：2021 年度，该客户受 2020 年公司供货紧张、国际航运运力紧张、船运周期加长等因素影响，为了满足增长的市场需求，保证供应链的稳定，该客户提高了 2021 年度的日常库存量。2022 年度，欧洲地区市场需求下滑，基于期初有一定库存和对市场需求的谨慎预期，该客户调整了库存管理策略，降低了日常库存量。随后 2023 年和 2024 年，欧洲经济逐渐有所好转，市场需求逐步恢复，客户采购额开始缓慢上升，因此在 2024 年，该客户销售额已回升至 5,826.53 万元。报告期内，该客户销售额的变化趋势具有合理性。

（2）LKQ CZ s.r.o.2023 年销售金额有所下降，但在 2024 年大幅增长，已超过 2022 年水平，具体原因及其合理性分析如下：2023 年度，由于该客户期初有一定库存，客户计划进行仓库搬迁，为了避免产生高额的转仓费用，客户采取了更为保守的订单策略，降低库存量，因此客户 2023 年度的订单量有所放缓。在 2024 年，客户的运营状况保持稳定且仓储已恢复正常，客户计划增加库存，因此客户 2024 年销售额已回升至 2,554.49 万元，已超过 2022 年销售水平。因此报告期内，该客户销售额的变化趋势具有合理性。

2、各期境外主要客户基本情况如客户名称、类型、所属国家或地区、主营业务及规模

报告期内境外前五名客户基本情况如下：

序号	客户名称	类型	地区	主营业务	业务规模	行业地位
1	REDATS SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA	贴牌客户	波兰	销售汽车维修保养和轮胎服务的产品	2,900-3,415 万美元	所在国家第一
2	Master plus Ltd	贴牌客户	俄罗斯	汽车维保设备的零售、批发贸易	26.4-55.92 亿卢布	所在国家第一
3	TWIN BUSCH GmbH	贴牌客户	德国	汽车维保设备的批发贸易	5,843.62 万欧元左右	欧洲第一（拆胎机和平衡机领域）
4	SUMINISTROS DAMA-RL SPAIN SOCIEDAD LIMITADA	贴牌客户	西班牙	各类汽车设备的销售	1,709.79-2,430 万欧元	所在国家前二
5	LKQ CZ s.r.o.	贴牌客户	捷克	汽车零部件及配件、车库设备、手动工具和涂料设备	5 亿欧元左右	所在国家第一
6	MAHOVI INDUSTRIA E COMERCIO DE EQUIPAMENTOS LTDA	贴牌客户	巴西	汽车工业用设备的生产和贸易	1,630.58-3,689.41 万雷亚尔	所在国家前二

注：主要境外客户业务规模及行业地位数据来源主要为中信保资信报告及客户访谈等资料。

3、各期境外主要客户合作模式如合作背景、订单获取方式、定价模式、信用期及结算方式、退换货机制

报告期内境外前五名客户合作模式如下：

序号	客户名称	合作背景	订单获取方式	定价模式	信用期及结算方式	退换货机制

序号	客户名称	合作背景	订单获取方式	定价模式	信用期及结算方式	退换货机制
1	REDATS SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA	REDATS SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA 成立于 2006 年，主营业务为销售汽车维修保养和轮胎服务的产品。该客户自 2012 年起拓展汽车维保产品线，并开始与巴兰仕进行合作，通过小批量采购对巴兰仕产品品质及技术验证后与公司建立了良好的合作关系	展会拓展	参考市场价格与客户协商定价	信用期：装柜后 90 天内付款。 结算方式：电汇	境外销售无退换货情况，产品保修期内提供免费配件维修
2	Master plus Ltd	Master plus Ltd 成立于 2003 年，从事汽车维保设备的零售、批发贸易。Master plus Ltd 的主要客户覆盖俄罗斯、哈萨克斯坦和阿联酋等国家。2014 年开始，该客户采购公司产品，对公司产品的品质及技术验证后与公司建立了良好的稳定的合作关系	展会拓展	参考市场价格与客户协商定价	信用期：预付 20%定金，装柜后 60 天内付剩余 80%；装柜后 90 天内付款。 结算方式：电汇	境外销售无退换货情况，产品保修期内提供免费配件维修
3	TWIN BUSCH GmbH	TWIN BUSCH GmbH，1997 年成立于德国，在法国、西班牙、美国等地区设有分子公司。2008 年，公司通过展会与该客户建立合作	展会拓展	参考市场价格与客户协商定价	信用期：到港后 7 天内付款；交提单后 30 天内付款。 结算方式：电汇	境外销售无退换货情况，产品保修期内提供免费配件维修
4	SUMINISTROS DAMA-RL SPAIN SOCIEDAD LIMITADA	SUMINISTROS DAMA-RL SPAIN SOCIEDAD LIMITADA 成立于 2011 年，2017 年开始与巴兰仕进行合作	展会拓展	参考市场价格与客户协商定价	信用期：装柜后 60 天内付款；预付 30%定金，装柜后 60 天内付剩余 70%。 结算方式：电汇	境外销售无退换货情况，产品保修期内提供免费配件维修
5	LKQ CZ s.r.o.	LKQ CZ s.r.o.前身是 Auto Kelly a.s.，成立于 1994 年，与公司通过展会结识并合作。该客户随着自身发展，被美国 LKQ 集团收购	展会拓展	参考市场价格与客户协商定价	信用期：见提单复印件后 30 天内付款；预付 30%定金，装柜前付剩余 70%。 结算方式：电汇	境外销售无退换货情况，产品保修期内提供免费配件维修
6	MAHOVI INDUSTRIA E COMERCIO DE EQUIPAMENTOS LTDA	MAHOVI INDUSTRIA E COMERCIO DE EQUIPAMENTOS LTDA 于 2019 年通关展会接触并参观巴兰仕工厂后建立合作关系	展会拓展	参考市场价格与客户协商定价	信用期：预付 30%定金，见提单复印件后 30 天内付剩余 70%；预付 100%货款。 结算方式：电汇	境外销售无退换货情况，产品保修期内提供免费配件维修

（三）说明对境外客户折扣及返利开展情况，涉及的主要客户及折扣返利政策，预提返利、实际返利金额及变化情况，相关会计处理合规性

1、对境外客户折扣及返利开展情况，涉及的主要客户及折扣返利政策

报告期内，公司根据营销策略及市场规划与市场发展情况选择相应的境外销售促销策略，其中折扣政策系公司所有境外客户满足活动条件时均可参与，返利政策系公司与部分境外客户单独协商。

报告期内，公司主要境外销售促销和返利活动的具体开展情况及政策如下：

序号	促销政策	分类	具体内容	会计处理方法
1	赠品	折扣政策	购买指定产品时附赠其他产品或配件	按产品公允价值的比例来分摊确认销售收入
2	折扣	折扣政策	对指定产品价格给予一定折扣	按照扣除折扣后的金额确认收入
3	返利	返利政策	公司与客户协商确定计算返利的具体产品范围以及各型号产品的返利比例	于每个资产负债表日计提返利，冲减当期收入并相应确认负债

报告期内，公司累计计提返利金额前五大客户及返利金额如下：

已申请豁免披露。

2、境外销售中预提返利、实际返利金额及变化情况

报告期各期，公司累计计提返利金额分别为 71.91 万元、252.93 万元和 766.07 万元，截至 2025 年 2 月 28 日，实际兑付返利金额为 62.31 万元、225.28 万元和 264.07 万元。2024 年实际兑付返利金额较少，主要由于根据 2024 年收入金额计提的返利，截至 2025 年 2 月 28 日尚未支付。

3、境外销售中返利政策会计处理合规性

公司于每个资产负债表日根据销售情况、考核方案等对返利金额作出最佳估计数，冲减当期收入并相应确认负债。公司境外客户销售返利并非为了自客户取得可明确区分的商品或服务，系基于客户采购情况给予的返利，因而该返利属于可变对价，而非提供给客户的重大权利。公司境外返利政策符合《企业会计准则第 14 号——收入》《监管规则适用指引——会计类第 2 号》的相关规定。

综上，公司境外返利政策相关会计处理具有合规性。

（四）说明主要客户期末库存较高的原因及期后销售情况，主要客户采购频率及单次采购量分布是否合理，一般备货周期、进销存、退换货情况，备货周期是否与进销存情况、库存消化周期匹配，是否存在压货以及大额异常退换货情形

1、主要客户采购频率及单次采购量分布是否合理

（1）报告期内各期，公司主要境外客户采购频率及单次采购量如下：

单位：次、套

序号	客户名称	2024 年		2023 年		2022 年	
		采购频率	单次采购量	采购频率	单次采购量	采购频率	单次采购量
1	REDATS SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA	399	49.17	259	50.90	177	42.82
2	Master plus Ltd	290	89.42	199	98.51	132	87.64
3	TWIN BUSCH GmbH	205	59.99	191	58.73	155	59.17
4	SUMINISTROS DAMA-RL SPAIN SOCIEDAD LIMITADA	173	39.84	105	48.27	93	37.76
5	LKQ CZ s.r.o.	82	52.49	50	47.96	69	44.00
6	MAHOVI INDUSTRIA E COMERCIO DE EQUIPAMENTOS LTDA	42	63.76	47	46.21	20	46.90
主要境外客户平均数		199	59.08	142	58.43	108	53.05

注：采购频率=当期采购订单数量，单次采购量=当期采购总数量/当期采购订单数量。

对于采购频率，客户通常考虑集装箱的装载能力、海运周期等因素，通过不同批次的采购策略，确保货物的及时交付，因此不同客户的采购频率有所不同，具有合理性。报告期内，公司主要境外客户的平均采购频率分别为 108 次、142 次、199 次，与公司收入波动趋势基本一致。

主要境外客户之间的单次采购量差异主要源于以下关键因素：主要境外客户的地区海运状况、采购习惯以及所采购的产品类型。（1）不同地区的海运条件，如航线的繁忙程度、运输成本及时间等，会直接影响客户的采购策略，从而导致单次采购量的不同；（2）客户的采购习惯也是一个重要因素，不同客户可能基于其自身的运营模式和库存管理策略、过往的历史采购经验以及内部决策流程和审批机制的差异，影响客户的单次采购量决策；（3）采购的产品类型对单次采购量也有影响，鉴于境外产品运输普遍采用集装箱运输方式，不同类型的设备在体积上存在差异。具体而言，养护类设备相较于举升机、拆胎机、平衡机设备，其体积相对较小，因此当客户采购养护类设备较多时，由于每箱可装载的设备数量相对较多，单次采购量自然也会相应增加。比如，Master plus Ltd 的单次采购量偏高，系上述客户采购产品结构中养护类设备占比较高所致。

主要境外客户各期的单次采购量的变化，主要与境外客户各期采购产品类型的变化有关。比如，由于 2023 年度 SUMINISTROS DAMA-RL SPAIN SOCIEDAD LIMITADA 以及 2024 年度 MAHOVI INDUSTRIA E COMERCIO DE EQUIPAMENTOS LTDA 采购产品类型中养护类设备采购量占比上升，使上述客户单次采购量有所上升。主要境外客户各期的单次采购量的变化，基本与当年的采购总金额波动保持一致。报告期内，公司主要境外客户的平均单次采购量分别为 53.05 套、58.43 套和 59.08 套，与公司收入波动趋势基本一致。

综上所述，报告期内，公司主要境外客户的采购频率及单次采购量分布合理。

2、境外主要客户备货周期与进销存情况、库存消化周期是否匹配，主要客户期末库存较高的原因及期后销售情况，是否存在压货以及大额异常退换货情形

（1）境外主要客户备货周期与进销存情况、库存消化周期是否匹配，主要客户期末库存较高的原因及期后销售情况

境外主要客户备货周期与进销存情况、测算的期末库存可用周期和期后销售情况如下：

单位：套、月

2024 年							
序号	客户名称	备货政策	当期采购量	当期销售量	期末库存	测算的期末库存可用周期	截至 2025 年 2 月 28 日，期末库存期后结转率
1	REDATS SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA	2 个月	*	*	*	3.25	56.44%
2	Master plus Ltd	2-5 个月	*	*	*	1.98	69.08%
3	TWIN BUSCH GmbH	1 个月	*	*	*	1.02	89.24%
4	SUMINISTROS DAMA-RL SPAIN SOCIEDAD LIMITADA	3 个月	商业机密	商业机密	商业机密	商业机密	商业机密
5	LKQ CZ s.r.o.	7 个月	*	*	*	5.58	10.33%
6	MAHOVI INDUSTRIA E COMERCIO DE EQUIPAMENTOS LTDA	2 个月	*	*	*	1.19	68.55%

2023 年							
序号	客户名称	备货政策	当期采购量	当期销售量	期末库存	测算的期末库存可用周期	截至 2025 年 2 月 28 日，期末库存期后结转率
1	REDATS SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA	2 个月	*	*	*	2.27	100.00%
2	Master plus Ltd	2-5 个月	*	*	*	2.07	100.00%
3	TWIN BUSCH GmbH	1 个月	*	*	*	1.00	100.00%
4	SUMINISTROS DAMA-RL SPAIN SOCIEDAD LIMITADA	3 个月	商业机密	商业机密	商业机密	商业机密	商业机密
5	LKQ CZ s.r.o.	7 个月	*	*	*	4.48	100.00%
6	MAHOVI INDUSTRIA E COMERCIO DE EQUIPAMENTOS LTDA	2 个月	*	*	*	0.39	100.00%
2022 年							
序号	客户名称	备货政策	当期采购量	当期销售量	期末库存	测算的期末库存可用周期	截至 2025 年 2 月 28 日，期末库存期后结转率
1	REDATS SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA	2 个月	*	*	*	3.47	100.00%
2	Master plus Ltd	2-5 个月	*	*	*	8.51	100.00%
3	TWIN BUSCH GmbH	1 个月	*	*	*	0.84	100.00%
4	SUMINISTROS DAMA-RL SPAIN SOCIEDAD LIMITADA	3 个月	商业机密	商业机密	商业机密	商业机密	商业机密
5	LKQ CZ s.r.o.	7 个月	*	*	*	8.95	100.00%
6	MAHOVI INDUSTRIA E COMERCIO DE EQUIPAMENTOS LTDA	2 个月	*	*	*	0.82	100.00%

注 1：上述客户的主要进销存数据来源于客户提供的进销存表以及客户访谈等
注 2：测算的期末库存可用周期=期末库存/当期销售量*当期月份

由上表可见，境外主要客户备货周期大多为 1-2 个月，与进销存情况、库存消化周期基本匹配，具体分析如下：

Master plus Ltd（俄罗斯）、REDATS SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA（波兰）和 LKQ CZ s.r.o.（捷克）总体上呈现出较高的期末库存可用周期及期末库存水平，主要原因系：上述大多数客户所处国家

冬天由于积雪，法规强制或根据习惯需更换冬季轮胎，是汽保设备的需求旺季，同时，由于国内春节假期影响，公司部分时间不能及时发货，因此，该类客户根据下游市场需求，在年末时需要保持一定的库存量。

REDATS SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA（波兰）和 Master plus Ltd（俄罗斯）在 2023 年期末库存可用周期及期末库存均有所下降，主要原因系 2023 年四季度受航运线路更改影响，航运周期有所延长，从而导致客户收货延迟，在冬季旺盛的市场需求下，客户期末库存下降。

LKQ CZ s.r.o.期末库存可用周期 2023 年为 4.48 个月，较 2022 年有所下降，主要原因系该客户被美国纳斯达克上市公司 LKQ Corporation 收购后，其内部决策流程和审批机制经历了调整，自 2023 年度起，遵循母公司 LKQ Corporation 的战略指导，该客户降低了备货周期。

截至 2025 年 2 月 28 日，公司上述客户 2022 年末及 2023 年末库存期后结转率均为 100%，期末存货均已完成销售；公司上述客户 2024 年末库存期后结转率为 57.51%，期末库存期后销售情况良好。

（2）境外主要客户退换货情况

境外销售无退换货情况，产品保修期内提供免费配件维修。

综上，报告期内，公司主要境外客户一般备货周期与境外客户进销存情况相匹配，不存在压货以及大额异常退换货等情形，各期主要境外客户库存情况与其经营能力相匹配。

二、境外销售稳定性。请公司：①说明各期境外贴牌销售与自有品牌销售的产品类型、客户数量、收入金额及占比，销售合同中关于贴牌的具体约定，客户是否对公司自有品牌销售进行限制。②结合公司境外销售结算方式、付款方式、回款情况，说明与境外客户交易是否受到结算限制等因素的不利影响，如有，说明相应的应对措施及可执行性，分析境外销售是否存在大幅下滑风险。③说明各期境内外第三方回款的金额及占比，涉及的客户及对应的付款方、付款金额及次数，第三方回款与销售收入是否勾稽一致；合同中是否明确约定通过第三方回款，采用第三方回款的必要性、商业合理性、合法合规性，是否符合行业特点

（一）说明各期境外贴牌销售与自有品牌销售的产品类型、客户数量、收入金额及占比，销售合同中关于贴牌的具体约定，客户是否对公司自有品牌销售进行限制

1、说明各期境外贴牌销售与自有品牌销售的产品类型、客户数量、收入金额及占比

（1）报告期内公司境外贴牌销售与自有品牌销售的产品类型、收入金额及占比具体情况如下：

项目	产品类型	销售收入（万元）			占比（%）		
		2024 年	2023 年	2022 年	2024 年	2023 年	2022 年
贴牌	举升机	35,131.50	24,232.78	20,377.89	44.39	41.58	42.24
	拆胎机	17,850.34	13,691.71	11,030.72	22.56	23.50	22.86
	平衡机	8,491.82	6,143.18	4,893.50	10.73	10.54	10.14
	养护类设备	5,571.32	4,316.96	3,400.29	7.04	7.41	7.05
	其他	5,676.13	3,561.11	2,826.96	7.17	6.11	5.86
	小计	72,721.10	51,945.73	42,529.36	91.90	89.16	88.15
自有品牌	举升机	2,358.64	2,090.80	2,452.68	2.98	3.59	5.08
	拆胎机	1,723.29	2,150.24	1,727.16	2.18	3.69	3.58
	平衡机	685.84	880.29	490.02	0.87	1.51	1.02
	养护类设备	666.78	449.51	439.39	0.84	0.77	0.91
	其他	979.08	757.07	610.22	1.24	1.30	1.26
	小计	6,413.63	6,327.90	5,719.47	8.10	10.84	11.85
合计		**79,134.73**	**58,273.64**	**48,248.83**	**100.00**	**100.00**	**100.00**

报告期内，公司境外销售以贴牌模式为主，占比在 90%左右。报告期各期产品比重未出现重大变化，较为稳定。

（2）报告期内，公司境外贴牌销售为主和自有品牌销售为主的客户数量具体情况如下：

项目	客户数量（个）		
	2024 年	2023 年	2022 年
贴牌	373	303	282
自有品牌	230	162	133
合计	**603**	**465**	**415**

2023 年度和 2024 年度，境外贴牌销售为主和自有品牌销售为主的客户数量均有所增加。此外，报告期内，自有品牌销售为主的客户数量占比大于其销售额占比，主要系自有品牌销售为主的客户规模较小所致。

2、销售合同中关于贴牌的具体约定，客户是否对公司自有品牌销售进行限制

贴牌销售过程中，公司与客户通常在销售订单或邮件沟通中约定品牌标识的形式、标识的使用等贴牌相关事项，公司根据上述约定，在产品表面、产品说明书、产品外包装等方面印制或张贴客户品牌。销售合同中，品牌商客户未限制公司自有品牌销售。

（二）结合公司境外销售结算方式、付款方式、回款情况，说明与境外客户交易是否受到结算限制等因素的不利影响，如有，说明相应的应对措施及可执行性，分析境外销售是否存在大幅下滑风险

1、公司境外销售结算方式、付款方式、回款情况，说明与境外客户交易是否受到结算限制等因素的不利影响

（1）境外销售结算方式及限制和付款方式

公司境外销售主要以美元、欧元和人民币通过电汇方式进行结算。公司境外销售付款方式大多为客户预付部分货款，在货物到港交付提单前，客户付余款。部分境外客户由于合作时间长，信用情况良好，公司给予该部分客户 30-120 天不等的账期。

公司与境外客户交易受到结算限制的情况包括：①由于俄罗斯受到西方国家制裁，部分俄罗斯银行被排除在环球银行金融电信协会（SWIFT）支付系统之外，公司与俄罗斯客户以美元结算受到限制，报告期内逐步转变为双方用美元计价并折算成人民币和卢布进行结算；或者以人民币计价且以人民币结算；②乌兹别克斯坦、伊朗、利比亚、黎巴嫩等国家的境外客户，受到外汇管制影响，无法直接与公司结算，通过第三方与公司结算。部分境外客户与公司结算受到一定限制，但已采取适当措施，报告期各期末应收账款均已正常回款，未对公司造成不利影响。

（2）境外销售回款情况

截至 2025 年 2 月 28 日，公司境外销售业务回款情况良好，具体数据如下：

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
境外销售应收账款 A	9,305.43	4,738.51	4,657.38
境外销售应收账款的期后回款 B	6,823.05	4,738.51	4,657.38
境外销售期后回款比例 C=B/A	73.32%	100.00%	100.00%

2、说明相应的应对措施及可执行性，分析境外销售是否存在大幅下滑风险

（1）针对境外客户交易是否受到结算限制等因素的不利影响说明相应的应对措施及可执行性

① 报告期内，俄罗斯受到西方国家制裁，部分俄罗斯银行被排除在环球银行金融电信协会（SWIFT）支付系统之外。为避免上述外汇管制导致的结算问题，公司已与大部分俄罗斯客户建立了人民币结算渠道，客户美元结算受限时可通过人民币结算。同时，自 2024 年 4 月起，公司与俄罗斯客户增加了以俄罗斯卢布进行结算的方式来降低俄罗斯受金融制裁的不利影响。此外，报告期内，2024 年 11 月和 12 月，为了缩短收款周期，公司与国内第三方公司签署委托收款协议，委托其对俄罗斯地区的部分业务款项进行收款操作。报告期内，公司通过上述公司渠道收款 474.93 万元人民币。报告期内，公司与俄罗斯客户交易与回款正常。

② 报告期内，乌兹别克斯坦、伊朗、利比亚、黎巴嫩等国家的境外客户（不包含俄罗斯），受到外汇管制影响，无法直接与公司结算，通过具有外汇额度的第三方与公司结算。报告期内，公司与上述客户交易与回款正常。

（2）境外销售是否存在大幅下滑风险

报告期内，公司与俄罗斯客户的结算方式发生变化且俄罗斯受到外汇管制的情况仍然持续，公司境外销售存在下滑的风险。

公司已在招股说明书“重大事项提示”之“五、特别风险提示”之“（七）公司业绩和境外销售下滑的风险”以及“第三节风险因素”之“一、经营风险”之“（四）公司业绩和境外销售下滑的风险”中补充披露如下：

“报告期内，公司外销收入、主营业务收入及净利润整体呈增长趋势。报告期各期，公司主营业务收入分别为 63,558.90 万元、78,685.87 万元和 104,691.88 万元，其中外销收入分别为 48,248.83 万元、58,273.64 万元和 79,134.73 万元，公司净利润分别为 3,003.55 万元、8,055.36 万元和 12,940.49 万元。报告期各期，公司外销收入占主营业务收入比例约为 75%左右，公司对俄罗斯客户的销售收入分别为 6,591.16 万元、8,999.00 万元和 11,296.03 万元，占主营业务收入比例分别为 10.37%、11.44%和 10.79%。报告期内，公司俄罗斯客户因受到外汇管制影响结算方式发生变化，截至本招股说明书签署日，上述影响仍然持续。公司业绩和境外销售增长可持续性受宏观经济、市场竞争情况、产品市场需求、外销区域贸易政策、公司竞争优劣势、主要客户的市场地位和自身发展等各方面因素影响，如果上述各方面因素发生不利变化或者主要境外客户受到结算限制等不利因素持续存在，公司业绩和境外销售存在下滑的风险。”

（三）说明各期境内外第三方回款的金额及占比，涉及的客户及对应的付款方、付款金额及次数，第三方回款与销售收入是否勾稽一致；合同中是否明确约定通过第三方回款，采用第三方回款的必要性、商业合理性、合法合规性，是否符合行业特点

1、说明各期境内外第三方回款的金额及占比，涉及的客户及对应的付款方、付款金额及次数，第三方回款与销售收入是否勾稽一致

（1）报告期各期境内外第三方回款的金额及占比

报告期内，公司第三方回款的类型、金额和占营业收入比例情况如下：

单位：万元

类型	2024 年		2023 年		2022 年	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
外汇管制	2,818.13	2.67%	1,850.60	2.33%	2,036.70	3.17%
同一实际控制人控制的第三方付款	2,173.50	2.06%	1,360.41	1.71%	568.33	0.88%
境外客户指定付款	994.01	0.94%	515.00	0.65%	543.89	0.85%
其他	946.98	0.90%	63.76	0.08%	38.02	0.06%

类型	2024 年		2023 年		2022 年	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
合计	6,932.62	6.56%	3,789.76	4.77%	3,186.94	4.96%

报告期各期，第三方回款分别为 3,186.94 万元、3,789.76 万元和 6,932.62 万元，第三方回款占营业收入比例分别为 4.96%、4.77%和 6.56%。2024 年，第三方回款中其他项目金额上升至 946.98 万元，主要系 2024 年公司新增京东平台作为销售平台收款 890.08 万元，而京东平台系统限制导致无法直接显示付款方的具体名称，公司无法准确获取上述付款方信息，出于谨慎性原则，公司将客户回款中涉及的第三方支付渠道收款确认为第三方回款。

（2）涉及的客户及对应的付款方、付款金额及次数

报告期内，第三方回款涉及的客户及对应的付款方、付款金额及次数情况如下：

单位：万元

期间	客户名称	付款方	类型	付款金额	付款金额占比	付款次数
2024 年	MARELLI AFTERMARKET POLAND Sp. z o.o	MARELLI EUROPE SPA	同一实际控制人控制的第三方付款	1,641.08	23.67%	48
	客户 1	*	外汇管制	512.44	7.39%	15
	客户 2	*	外汇管制	468.18	6.75%	19
	客户 3	*	外汇管制	449.06	6.48%	19
	深圳市鑫联鑫汽车检测设备有限公司	通过第三方支付平台支付	其他	446.65	6.44%	29
	其 他			**3,415.20**	**49.26%**	**460**
	合 计			**6,932.62**	**100.00%**	**590**
2023 年	MARELLI AFTERMARKET POLAND Sp. z o.o	MARELLI EUROPE SPA	同一实际控制人控制的第三方付款	967.82	25.54%	28
	客户 2	*	外汇管制	382.00	10.08%	22
	客户 3	*	外汇管制	161.98	4.27%	6
	客户 4	*	境外客户指定付款	153.00	4.04%	5
	客户 5	*	外汇管制	150.53	3.97%	9
	其 他			**1,974.44**	**52.10%**	**277**
	合 计			**3,789.76**	**100.00%**	**347**
2022 年	客户 2	*	外汇管制	328.38	10.30%	20

	客户 6	*	外汇管制	303.49	9.52%	11
	客户 3	*	外汇管制	230.24	7.22%	10
	HOFMANN MEGAPLAN UK LTD	ISN EUROPE LIMITE	同一实际控制人控制的第三方付款	227.16	7.13%	11
	客户 5	*	外汇管制	219.96	6.90%	24
	其 他			**1,877.71**	**58.92%**	**264**
	合 计			**3,186.94**	**100.00%**	**340**

（3）第三方回款与销售收入是否勾稽一致

报告期内，公司第三方回款对应交易均系基于真实的业务合同而开展，公司根据业务合同的约定向客户交付产品，并据此收取相应的货款，公司与客户之间的交易真实有效、结算依据充分、核算情况准确。公司收到第三方汇款后，业务部门根据与客户的沟通记录、客户付款单匹配到相应的客户，及时通知财务部来款客户和来款金额等信息，财务部对业务部门提供的信息进行审核并据此记录回款、并且依据银行流水对应的合同编号与财务系统进行匹配后核销客户相关往来款项。第三方回款能够通过合同金额与销售收入进行勾稽。报告期内，公司第三方回款情形与相关销售收入勾稽一致，具有可验证性。

2、合同中是否明确约定通过第三方回款

公司与境外客户的销售合同或订单中主要约定交易内容、金额等信息，部分销售订单未明确约定第三方付款情况，但会及时签订三方付款协议或以邮件等方式通知公司，公司在确认第三方付款信息准确后方能接受该种收款方式。报告期内，公司与境外客户及对应第三方付款方未发生纠纷。

同时公司已建立了第三方回款相关内控制度，报告期内有效执行，具体情况如下：

（1）第三方回款即时确认

公司销售人员在客户回款前主动提前与其联系，销售人员主动提醒客户使用自有账户回款。销售人员积极关注客户自身的回款能力及回款方式，对于可能以第三方账户回款的客户，积极加强沟通，尽量避免或降低通过第三方回款的金额。如确定客户回款账户为第三方的账户，销售人员及时通知财务部相关信息。财务部依据银行流水与系统进行匹配后核销。

（2）第三方回款定期对账确认

公司销售人员及财务人员定期与客户进行对账，确认回款账号。对于对账过程中发现的不一致情形，尽快落实差异原因。

（3）第三方回款情况的定期统计与汇报

公司财务部落实专人完成客户第三方回款情况的全面汇总统计表，包括第三方回款占总销售收入比例等，并报财务负责人、销售负责人。根据统计结果，对于新增第三方付款客户、回款金额及占比较大的客户，公司予以重点沟通，对其未来独立付款的能力加以评估，协助客户寻求降低第三方回款的方法及措施，对于未能有效降低回款规模的客户，公司将审慎决定未来进一步与其合作的可行性。

3、采用第三方回款的必要性、商业合理性、合法合规性，是否符合行业特点

（1）境外销售三方回款情况

报告期内，公司第三方回款主要为境外客户的第三方回款，主要包括境外客户所在地区受外汇管制、同一实际控制人控制的第三方付款、境外客户指定付款等情况，具体情形如下：

①境外客户所在地区受外汇管制

境外客户由于所在地区的外汇管制，客户通过具有外汇额度的主体代为支付货款。

②同一实际控制人控制的第三方付款

同一实际控制人控制的第三方付款系客户基于统一管理、结算便捷性或自身资金周转的需要。

③境外客户指定付款

境外客户指定付款以及其他情况主要由于客户的支付习惯、结算便利性或资金周转需要等因素，由客户指定支付货款。

（2）公司第三方回款的合法合规性

经获取公司及子公司的《经营主体专用信用报告》、《无违法违规证明公共信用信息报告》，并核查了国家外汇管理局网站，报告期内，公司不存在因境外客户第三方回款产生的违法违规事项。

（3）公司第三方回款是否符合行业特点

同行业公司常润股份在上市申报的报告期内也存在第三方回款的情况，与公司第三方回款对应的客户类型相似。因此，公司报告期内的第三方回款情况符合行业惯例，符合业务开展特点，具有必要性、合理性。

项目	对第三方回款的披露情况
常润股份	根据常润股份招股说明书的披露：“公司存在少量的第三方回款情形，主要原因系部分客户存在自身美元、欧元等货币储备有限，当地购汇程序较为繁琐、或所在国家受到美国制裁等情况，会委托第三方公司向公司支付货款。”

注：高昌机电和元征科技未披露第三方回款相关信息

（4）第三方回款的付款方不是公司的关联方

针对第三方回款的付款方是否为公司关联方，保荐机构查阅了公司实际控制人、董事、监事和高级管理人员的关联方调查表，核查了第三方回款的支付方签署的付款协议，对主要客户进行访谈和函证，了解第三方回款的相关情况和与公司的关联关系，通过国家信用信息网和客户的中信保资信报告核查主要客户的基本信息，核查主要关联方报告期内的银行流水。

经核查，报告期内，公司及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员或其他关联方与第三方回款的支付方不存在关联关系或其他利益安排。

三、核查程序及核查结论

（一）核查程序

针对上述事项，中介机构执行了以下核查程序：

1、获取报告期各期公司销售明细表，分析报告期内不同国家或地区实现的收入金额及占比、产品类型及客户数量变动情况；访谈公司财务负责人、销售部门人员，了解境外业务的背景、业务开拓方式情况；查阅可比公司公开披露的资料，对比分析公司境外收入快速增长的趋势是否与可比公司境外业务变动趋势相符；

2、获取报告期各期公司销售明细表，分析报告期内境外前五名客户的销售内容、销售金额、占比及变动情况；查阅主要境外客户所在地的宏观经济及汽车市场产销量数据，访谈公司主要境外客户，分析 TWIN BUSCH GmbH、LKQ CZ s.r.o.销售金额波动的具体原因及合理性；通过查阅主要境外客户的销售合同

和订单，审阅主要境外客户中信保资信报告，查询主要境外客户公开信息和访谈主要境外客户等核查手段，了解主要境外客户的客户名称、类型、所属国家或地区、主营业务及规模的基本情况，了解公司与主要境外客户的合作背景、订单获取方式、定价模式、信用期及结算方式、退换货机制的合作模式；

3、获取公司与境外客户的销售返利合同或协议，查阅公司折扣返利政策，获取报告期内公司销售返利明细，了解境外客户折扣和返利开展情况，核查境外客户预提返利、实际返利金额及变化情况，分析境外销售中的返利政策会计处理是否合规；

4、访谈主要境外客户，获取报告期各期主要境外客户的销售订单清单及境外客户销售明细表，分析主要境外客户采购频率及单次采购量分布是否合理；访谈主要境外客户，获取主要境外客户报告期各期及期后的进销存数据，查阅公司销售记录、报关单、提单等文件，分析境外主要客户备货周期与进销存情况、库存消化周期是否匹配，分析主要客户期末库存较高的原因及期后销售情况，是否存在压货以及大额异常退换货情形；

5、获取报告期各期公司收入成本明细表，分析报告期各期境外贴牌销售与自有品牌销售的产品类型、客户数量、收入金额及占比情况；查阅销售合同中关于贴牌销售的具体约定，了解销售合同中是否有关于客户对公司自有品牌销售进行限制的条款；

6、查阅公司与境外客户签订的销售合同及订单，获取期后销售回款清单，核查境外区客户结算方式、付款方式、回款情况，了解公司与境外客户交易是否受到结算限制等因素的不利影响和相应的应对措施及可行性，分析境外销售是否存在大幅下滑风险；

7、查阅报告期内第三方回款明细表、三方回款协议和资金流水凭证等，分析报告期各期境内外第三方回款的金额及占比，涉及的客户及对应的付款方、付款金额及次数情况；了解第三方回款相关的内部控制制度执行情况，查阅第三方回款业务对应的三方回款协议、销售合同及订单、报关单、海运提单和资金流水凭证等原始凭证，查验第三方回款对应的销售业务的真实性，分析第三方回款与销售收入是否勾稽一致，了解合同中是否明确约定通过第三方回款；

查阅三方回款协议，了解公司客户第三方回款的原因、回款方与客户的关系，核查第三方回款的必要性、商业合理性；访谈销售人员，了解境外销售涉及第三方回款的原因、第三方回款的支付方与客户的关系，核查其第三方回款的商业合理性；获取和查阅公司企业信用报告、上海巴兰仕和巴兰仕销售的《经营主体专用信用报告》及广州晶佳的《无违法违规证明公共信用信息报告》，并核查国家外汇管理局网站，分析境外第三方回款的合法合规性；查阅同行业可比公司资料，了解同行业可比公司是否存在第三方回款的情况，分析公司采用第三方回款是否符合行业特点。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、公司已就报告期各期不同国家或地区实现的收入金额及占比、产品类型及客户数量变动，境外业务的背景、业务开拓方式等情况进行了说明。2023 年公司境外收入快速增长的趋势与可比公司元征科技境外业务变动趋势一致；2023 年度公司境外收入变动趋势与常润股份不一致，主要系公司与常润股份市场分布存在差异。

2、公司已就报告期各期境外主要客户的基本情况及销售情况进行了说明；报告期内，TWIN BUSCH GmbH2022 年-2024 年销售金额逐年上升，但 2024 年未回升至 2021 年水平的具体原因及合理性：受 2020 年公司供货紧张、国际航运运力紧张、船运周期加长等因素影响，为了满足增长的市场需求，TWIN BUSCH GmbH 提高了 2021 年日常库存量。2022 年 TWIN BUSCH GmbH 基于期初有一定库存和对市场需求的谨慎预期，调整库存管理策略，降低了 2022 年日常库存量。2023 年和 2024 年，市场需求逐步恢复，客户采购额开始上升，因此在 2024 年，该客户销售额已回升至 5,826.53 万元，具有合理性。LKQ CZ s.r.o.2023 年销售金额有所下降，但在 2024 年销售金额大幅增长，已超过 2022 年水平：LKQ CZ s.r.o.2023 年因仓库搬迁采取保守订单策略，降低库存量。2024 年运营稳定且仓储恢复正常，因此客户 2024 年销售额回升至 2,554.49 万元，已超过 2022 年销售水平，具有合理性。

3、公司已就境外客户折扣及返利开展情况，涉及的主要客户及折扣返利政

策，预提返利、实际返利金额及变化情况进行了说明；公司境外返利政策相关会计处理具有合规性。

4、部分主要境外客户考虑海运周期、采购习惯、采购的产品类型等因素，期末库存较高，具有合理性。截至 2025 年 2 月 28 日，报告期各期末库存期后销售情况良好。主要境外客户采购频率及单次采购量分布具有合理性；主要境外客户备货周期与进销存情况、库存消化周期基本匹配，不存在压货以及大额异常退换货等情形。

5、公司已就报告期各期境外贴牌销售与自有品牌销售的产品类型、客户数量、收入金额及占比进行了说明；销售合同中，客户对公司自有品牌销售未进行限制。

6、公司与境外客户交易存在俄罗斯受到西方国家制裁和外汇管制受限导致的结算限制的不利影响，公司应对措施有：公司已与大部分俄罗斯客户建立了人民币、卢布结算渠道。报告期内，公司与俄罗斯客户的结算方式发生变化且俄罗斯受到外汇管制的情况仍然持续，公司境外销售存在下滑的风险。

7、公司已就报告期各期境内外第三方回款的金额及占比，涉及的客户及对应的付款方、付款金额及次数进行了说明；公司第三方回款与销售收入勾稽一致；公司与境外客户的部分销售订单未明确约定第三方付款情况，但会及时签订三方付款协议或以邮件等方式通知公司，公司在确认第三方付款信息准确后方能接受该种收款方式；公司采用第三方回款具有必要性、商业合理性、合法合规性，符合行业特点。

四、请保荐机构、申报会计师：（1）对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 2 号》2-13 境外销售、2-12 第三方回款全面核查公司境外销售业务及第三方回款情况，说明采取的核查方式、核查过程、核查比例、核查证据、核查结论。对于函证程序请说明发函回函数量、金额及比例，未回函的替代核查程序及占比；对于走访程序，区分实地走访、视频访谈，说明访谈的具体内容、获取的证据、以及是否获取盖章和签字文件；对于细节测试，请说明核查的具体方法及覆盖的比例等内容。（2）结合报告期内主要结算货币对人民币的汇率变动趋势，说明外销收入和汇兑损

益之间是否匹配。（3）结合合同、物流运输记录、资金划款凭证、发货验收单据、出口单证与海关数据、出口信用保险数据、外汇管理局数据、出口退税金额、最终销售或使用情况等核查情况，量化分析以上数据与境外销售收入是否匹配。（4）说明针对境外非终端客户最终销售真实性、是否存在境外客户压货、是否存在境外客户向公司利益输送所采取的核查方法、核查程序、核查范围、核查比例及核查结论，终端核查比例是否足以保证核查的充分性。（5）结合上述核查情况，对公司境外销售收入的真实性、准确性、完整性，境外销售业务发展趋势是否对公司持续经营能力构成重大不利影响等发表明确意见。

（一）对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 2 号》2-13 境外销售、2-12 第三方回款全面核查公司境外销售业务及第三方回款情况，说明采取的核查方式、核查过程、核查比例、核查证据、核查结论。对于函证程序请说明发函回函数量、金额及比例，未回函的替代核查程序及占比；对于走访程序，区分实地走访、视频访谈，说明访谈的具体内容、获取的证据、以及是否获取盖章和签字文件；对于细节测试，请说明核查的具体方法及覆盖的比例等内容

1、根据《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 2 号》2-13 境外销售的具体要求对公司境外销售业务逐条进行核查，具体如下：

（1）境外业务发展背景。包括但不限于：境外业务的发展历程及商业背景、变动趋势及后续规划，相关产品是否主要应用于境外市场，是否与境外客户建立稳定合作关系等。

① 境外业务的发展历程及商业背景、变动趋势及后续规划，

公司境外业务的背景包括：①从全球市场来看，全球汽车产销量持续增长，汽车保有量不断增加，带动了汽车维修保养的需求逐渐增长；特别是南美洲、亚洲等一些近几年汽车产业发展比较快的国家和地区，汽车维修保养需求随之快速增长。②全球存量汽车已渐渐进入老龄化，汽车的车龄越大，则每年需要维修保养的频率也越高，维修的费用也会越大，维修保养设备的使用频率与更换频率也会大大增加，从而带动汽车维修保养需求增长。③2022 年以来，欧洲

地区通货膨胀等经济环境下，欧洲市场更加青睐于性价比较高的中国产品。

因此，公司在上述背景下，大力开拓境外市场。公司经过 20 年的发展，形成了一定的品牌知名度，并在产品质量、研发创新、专业团队和服务质量等方面具有竞争优势，尤其在欧洲市场的产品性价比优势进一步显现。同时，公司加快海外市场开拓步伐，公司在欧洲、南美洲、北美洲和亚洲其他国家等 100 多个国家和地区凭借较高的产品品质和性价比，积累了稳定优质的客户资源，与境外客户建立了良好的合作关系。报告期各期，公司的境外收入及占主营业务收入的比例均呈逐年上升趋势，公司境外销售情况如下：

单位：万元

项　目	2024 年	2023 年	2022 年
境外销售收入	79,134.73	58,273.64	48,248.83
主营业务收入	104,691.88	78,685.87	63,558.90
境外销售收入占主营业务收入比例	75.59%	74.06%	75.91%

公司后续规划继续提升产品质量、生产效率和服务水平，从而更好地满足境外市场的需求。同时公司积极开拓新的市场区域和客户资源。通过加强与国际品牌商的合作，公司将进一步提升其在全球汽车维修设备市场的知名度和影响力。

②相关产品是否主要应用于境外市场

报告期内，公司产品主要应用于境外市场，公司境外销售收入占比分别为 75.91%、74.06%和 75.59%，占比较为稳定。

③ 是否与境外客户建立稳定合作关系

公司凭借较高的产品品质和性价比，积累了稳定优质的客户资源。公司经过多年扎实的发展，公司与主要境外客户保持着长期且稳定的业务往来。同时，公司通过参加各类展会及线上开拓等方式不断开发境外新客户。综上，公司与境外客户建立了良好的稳定合作关系。

（2）开展模式及合规性

①公司在销售所涉国家和地区是否依法取得从事相关业务所必须的法律法规规定的资质、许可，报告期内是否存在被境外销售所涉及国家和地区处罚或

者立案调查的情形。

通过网络公开渠道查询，公司向上述主要国家和地区销售产品根据所涉国家和地区的法律法规不需要取得资质、许可。报告期内，公司出口销售的产品均正常清关，不存在因未取得相关资质、许可而被境外海关禁止入关的情形，公司亦不存在被境外销售所涉及国家和地区处罚或者立案调查的情形。

②境外业务采取的具体经营模式及商业合理性，不同模式下获取订单方式、定价原则、信用政策、利润空间及变化趋势等

报告期内，公司境外业务主要为贴牌模式销售，报告期内占比在 90%左右；此外还包括少量自有品牌产品销售。贴牌模式系公司根据客户要求的产品型号、规格、品牌等生产产品，客户以买断方式采购产品后通过其自身的销售网络对外出售。自有品牌产品销售系在客户无特定品牌要求的情况下，公司在产品上使用公司自身品牌，客户以买断方式采购产品后通过其自身的销售网络对外出售。

报告期内，公司境外销售中，贴牌模式和自有品牌模式在获取订单方式、定价原则和信用政策方面不存在明显差异。获取订单方式均为通过展会等方式认识客户，向客户介绍公司技术和产品，通过交流、谈判，与客户签署业务合同。定价原则均为市场化定价，即综合考虑境外当地市场的接受程度，在产品所需的成本上基于一定利润空间向客户报价。信用政策均通常为客户预付部分货款，货物到港交付提单前，客户付余款；部分外贸客户由于合作时间长，信用情况良好，公司给予 30-120 天不等的账期。

贴牌模式和自有品牌模式的产品主要定价原则不存在差异，主要区别在于品牌标识的不同，两种模式的定价方式不存在较大差异。因此两种模式在利润空间不存在较大差异。

③相关业务模式下的结算方式、跨境资金流动情况、结换汇情况，是否符合国家外汇及税务等相关法律法规的规定

A、结算方式

报告期内，公司境外销售结算方式主要以美元、欧元和人民币通过电汇方

式进行结算。

B、跨境资金流动情况

公司及子公司跨境资金流入主要为境外销售回款，流出主要包括支付境外资质认证费、佣金和返利等。报告期各期，公司及子公司主要外币收付汇情况如下：

单位：万元

项目	币种	2024 年	2023 年	2022 年
收汇	美元	8,768.07	6,826.35	6,259.46
	欧元	194.80	115.21	192.00
	人民币	7,346.37	9,319.25	4,853.35
	卢布	50,801.34	-	-
付汇	美元	133.99	45.10	32.80
	欧元	1.47	1.83	0.90

C、结换汇情况

报告期各期，公司及子公司主要外币结换汇情况如下：

单位：万元

项目	币种	2024 年		2023 年		2022 年	
		换出	换入	换出	换入	换出	换入
结汇	美元兑人民币	8,196.73	58,287.83	7,670.99	54,268.89	4,933.76	32,753.26
	欧元兑人民币	163.53	1,266.39	104.55	811.26	61.73	436.60
	卢布兑人民币	50,801.34	4,171.50	-	-	-	-
换汇	人民币兑美元	-	-	-	-	-	-
	美元兑欧元	-	-	-	-	-	-
	人民币兑欧元	-	-	-	-	-	-

报告期内，公司及子公司根据日常经营需要并结合汇率变动情况进行结换汇，结换汇具有真实的交易背景。

D、符合国家外汇及税务等相关法律法规的规定

根据公司提供的资料，报告期内，公司已在花旗银行、渣打银行等具有经营外汇资质的银行开立了收取外汇的外币账户，以出口报关单等出口单证办理

了出口收汇手续，并通过指定银行进行收汇及结算，公司涉外销售的结算方式、跨境资金流动及结换汇行为均符合国家的外汇和税务的相关法律规定。

上海巴兰仕于 2024 年 7 月 26 日和 2025 年 1 月 21 日获中华人民共和国嘉定海关出具的《企业信用状况证明》、广州晶佳汽车设备有限公司（以下简称广州晶佳）于 2024 年 7 月 22 日和 2025 年 2 月 14 日获中华人民共和国广州海关出具的《企业信用状况证明》以及南通巴兰仕机电有限公司（以下简称南通巴兰仕）于 2024 年 7 月 26 日和 2025 年 1 月 17 日分别获中华人民共和国启东海关和中华人民共和国南京海关出具的《企业信用状况证明》，显示在 2022 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日期间，“我关未发现该企业有涉及海关进出口监管领域的违法犯罪记录”。辽宁捷安汽车科技有限公司（以下简称辽宁捷安）于 2023 年 6 月 9 日在中华人民共和国鞍山海关注册登记，并于 2024 年 8 月 1 日和 2025 年 2 月 6 日获中华人民共和国鞍山海关出具的《企业信用状况证明》，显示在 2023 年 6 月 9 日至 2024 年 12 月 31 日期间，“我关未发现该企业有涉及海关进出口监管领域的违法犯罪记录”。

根据国家税务总局上海市嘉定区税务局分别于 2025 年 1 月 5 日、2025 年 1 月 1 日出具的《无欠税证明》，国家税务总局广州市白云区税务局于 2025 年 1 月 2 日出具的《无欠税证明》，国家税务总局广州市花都区税务局于 2025 年 1 月 12 日出具的《无欠税证明》，国家税务总局鞍山市铁东区税务局于 2025 年 1 月 2 日出具的《无欠税证明》，国家税务总局启东市税务局于 2025 年 1 月 4 日出具的《无欠税证明》，国家税务总局启东市税务局于 2025 年 1 月 9 日出具的《涉税信息查询结果告知书》，国家税务总局苏州市吴中区税务局第一税务分局于 2024 年 7 月 17 日出具的《清税证明》，公司及其下属子公司在报告期内未发现有欠税情形。

根据查询国家外汇管理局行政处罚信息公示窗口的外汇行政处罚信息栏，公司报告期内无外汇违规行政处罚记录。

综上所述，报告期内公司境外销售的结算方式、跨境资金流动及结换汇行为均符合国家外汇及税务等相关法律法规的规定。

（3）业绩变动趋势

①报告期内境外销售收入与成本结构情况及其变化原因，在区域集中度、销售及结算周期、主要客户及销售金额等方面的变动情况，境外销售规模变动趋势是否与境外相关产品的市场需求、境内相关产品出口情况等行业变动趋势一致

A、境外销售收入与成本结构变化情况及其原因

报告期内，公司各主要产品类型的境外销售主营业务收入与成本情况如下表所示：

单位：万元

项目	2024 年		2023 年		2022 年	
	主营业务收入	主营业务成本	主营业务收入	主营业务成本	主营业务收入	主营业务成本
举升机	37,490.14	28,296.15	26,323.57	20,377.12	22,830.57	18,950.92
拆胎机	19,573.63	12,910.16	15,841.95	10,951.55	12,757.88	9,464.15
平衡机	9,177.66	4,741.51	7,023.47	3,782.00	5,383.52	3,054.33
养护类设备	6,238.09	3,955.20	4,766.47	3,064.78	3,839.68	2,609.68
其他	6,655.22	4,299.38	4,318.18	2,721.03	3,437.18	2,169.28
合计	**79,134.73**	**54,202.41**	**58,273.64**	**40,896.49**	**48,248.83**	**36,248.36**

由上表可见，报告期各期，公司境外主营业务收入分别为 48,248.83 万元、58,273.64 万元和 79,134.73 万元，境外收入持续增长，原因分析参见“问题 6、一、（一）说明各期不同国家或地区实现的收入金额及占比、产品类型及客户数量变动，境外业务的背景、业务开拓方式等情况，报告期内境外收入快速增长的趋势是否与可比公司境外业务变动趋势相符”。

报告期内，外销收入主营业务毛利率整体较高，各期毛利率存在一定程度的波动，主要受市场竞争格局、原材料价格波动、汇率波动、产品结构不同等因素的影响，原因分析参见“问题 8、一、毛利率持续上升的原因”。

B、区域集中度

报告期内，公司产品主要出口至欧洲、南美洲及亚洲等国家和地区，参见“问题 6、一、（一）说明各期不同国家或地区实现的收入金额及占比、产品

类型及客户数量变动，境外业务的背景、业务开拓方式等情况，报告期内境外收入快速增长的趋势是否与可比公司境外业务变动趋势相符”。

C、销售及结算周期

报告期内，公司境外销售及结算周期参见“问题 11、三、（二）说明最近一期应收账款大幅增加的主要客户及其变动原因，与主要客户的结算模式、信用政策、收款周期，报告期内是否存在变化，各类客户的信用政策是否得到严格执行，是否存在放宽信用政策以促进销售的情形”。

D、境外主要客户及销售金额

报告期内境外前五名客户的销售内容、销售金额、占比及变动情况，具体如下：

单位：万元

项目	客户名称	地区	主要销售内容	2024 年		2023 年		2022 年	
				境外收入金额	占境外收入比例	境外收入金额	占境外收入比例	境外收入金额	占境外收入比例
1	REDATS SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA	欧洲	举升机、拆胎机、平衡机和汽车养护设备	9,262.64	11.70%	6,610.41	11.34%	4,357.97	9.03%
2	Master plus Ltd	欧洲	举升机、拆胎机、平衡机和汽车养护设备	8,491.57	10.73%	6,460.58	11.09%	4,705.11	9.75%
3	TWIN BUSCH GmbH	欧洲	举升机、拆胎机、平衡机和汽车养护设备	5,826.53	7.36%	4,734.25	8.12%	4,002.09	8.29%
4	SUMINISTROS DAMA-RL SPAIN SOCIEDAD LIMITADA	欧洲	举升机、拆胎机、平衡机和汽车养护设备	3,080.36	3.89%	1,905.12	3.27%	1,811.94	3.76%
5	LKQ CZ s.r.o.	欧洲	举升机、	2,554.49	3.23%	1,219.75	2.09%	1,984.67	4.11%

			拆胎机、平衡机和汽车养护设备						
6	MAHOVI INDUSTRIA E COMERCIO DE EQUIPAMENTOS LTDA	南美洲	举升机、拆胎机、平衡机和汽车养护设备	1,563.27	1.98%	1,273.15	2.18%	565.78	1.17%
合　计				**30,778.86**	**38.89%**	**22,203.27**	**38.10%**	**17,427.57**	**36.12%**
公司境外收入				**79,134.73**	**100.00%**	**58,273.64**	**100.00%**	**48,248.83**	**100.00%**

（续上表）

项目	客户名称	地区	2024 年境外收入较 2023 年变动比例	2023 年境外收入较 2022 年变动比例
1	REDATS SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA	欧洲	40.12%	51.69%
2	Master plus Ltd	欧洲	31.44%	37.31%
3	TWIN BUSCH GmbH	欧洲	23.07%	18.29%
4	SUMINISTROS DAMA-RL SPAIN SOCIEDAD LIMITADA	欧洲	61.69%	5.14%
5	LKQ CZ s.r.o.	欧洲	109.43%	-38.54%
6	MAHOVI INDUSTRIA E COMERCIO DE EQUIPAMENTOS LTDA	南美洲	22.79%	125.03%
合　计			**38.62%**	**27.40%**
公司境外收入			**35.80%**	**20.78%**

报告期内各期，公司前五大境外客户销售金额分别为 17,427.57 万元、22,203.27 万元和 30,778.86 万元，占境外收入比例分别为 36.12%、38.10%和 38.89%。

E、境外销售规模变动趋势是否与境外相关产品的市场需求、境内相关产品出口情况等行业变动趋势一致

公司境外销售规模变动趋势与境外相关产品的市场需求趋势一致，参见“问题 2、一、（二）说明发行人报告期内营业收入及净利润变动情况与同行

业可比公司变动趋势存在差异的原因及合理性，结合客户所在地需求增长及变动情况说明业绩增长是否真实”。公司境外销售规模变动趋势与境内相关产品出口情况变动趋势基本一致，参见 “问题 6、一、（一）说明各期不同国家或地区实现的收入金额及占比、产品类型及客户数量变动，境外业务的背景、业务开拓方式等情况，报告期内境外收入快速增长的趋势是否与可比公司境外业务变动趋势相符”。

②报告期内同类产品的境外与境内销售价格、毛利率是否存在明显差异及合理性

报告期内，公司同类产品的境内与境外销售价格、毛利率存在一定差异，具有合理原因。参见“问题 8、一、（四）说明主要产品境内外不同区域、不同销售模式下毛利率情况，结合境内外销售产品结构差异、销售模式差异、定价及议价能力、单位成本差异等情况，说明内销与外销毛利率存在差异的原因以及变动的合理性，内外销毛利率水平及其变动趋势是否与行业趋势一致”。

③外销客户的基本情况，如向报告期各期前五名外销客户销售内容、销售金额与占比及变化原因，上述客户的成立时间、行业地位，与公司及其关联方是否存在关联关系及资金往来，与公司是否签订合同、框架协议及相关合同与协议的主要条款内容，公司从上述客户获取订单的具体方式。

A、报告期各期前五名外销客户销售内容、销售金额与占比及变化原因

报告期内各期公司前五大境外客户销售金额分别为 17,427.57 万元、22,203.27 万元和 30,778.86 万元，占营业收入比例分别为 27.12%、27.95%和29.12%。参见本题“一、（二）列示各期境外主要客户情况，包括基本情况如客户名称、类型、所属国家或地区、主营业务及规模，合作模式如合作背景、订单获取方式、定价模式、信用期及结算方式、退换货机制，销售情况如各期销售内容、销售金额、占比及变动情况等，TWIN BUSCH GmbH、LKQ CZ s.r.o.销售金额未回升的具体原因及合理性”。

B、上述客户的成立时间、行业地位，与公司及其关联方是否存在关联关系及资金往来，与公司是否签订合同、框架协议及相关合同与协议的主要条款

内容，公司从上述客户获取订单的具体方式

报告期内，上述客户中，LKQ CZ s.r.o.和 Master plus Ltd 已与公司签订合同及框架协议。同时，其他客户尽管未签订合同和框架协议，亦与公司保持着长期稳定的合作关系，根据各自的产品需求，通过下订单的方式向公司进行产品采购。上述客户的成立时间、行业地位，与公司签订合同的主要条款内容，以及公司从上述客户获取订单的具体方式等情况如下：

序号	客户名称	成立日期	主营业务	行业地位	客户获取方式	订单主要条款
1	REDATS SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA	2006 年	销售汽车维修保养和轮胎服务的产品	所在国家第一	展会拓展	产品及交易方式、交货条款、支付条款、贸易模式等
2	Master plus Ltd	2003 年	汽车维保设备的零售、批发贸易	所在国家第一	展会拓展	产品及交易方式、交货条款、支付条款、贸易模式等
3	TWIN BUSCH GmbH	1997 年	汽车维保设备的批发贸易	欧洲第一（拆胎机和平衡机领域）	展会拓展	产品及交易方式、交货条款、支付条款、贸易模式等
4	SUMINISTROS DAMA-RL SPAIN SOCIEDAD LIMITADA	2011 年	各类汽车设备的销售	所在国家前二	展会拓展	产品及交易方式、交货条款、支付条款、贸易模式等
5	LKQ CZ s.r.o.	2010 年	汽车零部件及配件、车库设备、手动工具和涂料设备	所在国家第一	展会拓展	产品及交易方式、交货条款、支付条款、贸易模式等
6	MAHOVI INDUSTRIA E COMERCIO DE EQUIPAMENTOS LTDA	2019 年	汽车工业用设备的生产和贸易	所在国家前二	展会拓展	产品及交易方式、交货条款、支付条款、贸易模式等

注：数据来源于客户访谈记录等资料。

公司上述主要外销客户与公司及其关联方不存在关联关系，也不存在除正常业务以外的资金往来。

（4）主要经营风险

①发行人境外销售的主要国家和地区相关贸易政策是否发生重大不利变化，对发行人未来业绩是否会造成重大不利影响

经核查，公司主要的外销区域包括欧洲、亚洲、南美洲等地区，对外销售中受到进出口政策影响的国家或地区主要是美国和土耳其，报告期内，上述国家对公司销售的部分产品加征关税，上述国家收入占公司收入比例较低。报告期内，公司对美国、土耳其地区的合计销售收入占营业收入比例分别为 1.36%、2.16%和 1.37%。公司主要境外销售客户所涉国家和地区不存在对公司销售产品的反倾销、反补贴、加征关税等限制性贸易措施，相关国家和地区的进口政策未发生重大不利变化。公司在销售所涉国家和地区无需取得从事业务相关资质或许可。另经核查，公司产品已通过 EAC、UKCA、CE、TÜV、RoHS、CCPC 等境外市场的认证，相关认证不属于公司在该地区销售所必须的资质或许可，仅属于行业认证标准，相关认证均处于有效期内，不存在已到期无法续期的风险。综述，公司境外销售的主要国家和地区相关贸易政策未发生重大不利变化，对公司未来业绩不会造成重大不利影响。

②报告期内发行人出口主要结算货币的汇率是否稳定，汇兑损益对发行人业绩是否存在较大影响，发行人应对汇率波动风险的具体措施

报告期内，公司境外销售结算方式主要以美元、欧元和人民币通过电汇、信用证方式进行结算，其中以美元结算为主，报告期内美元结算收入占外销收入比例分别为 96.85%、93.14%和 88.87%。公司外销收入规模及汇兑损益情况具体如下：

单位：万元

项目	2024 年	2023 年	2022 年
汇兑损益	-521.61	-123.45	-165.35
外销收入	79,134.73	58,273.64	48,248.83
汇兑损益/外销收入	-0.66%	-0.21%	-0.34%
美元对人民币期初汇率	7.0827	6.9646	6.3794
美元对人民币期末汇率	7.1884	7.0827	6.9646

注：汇兑损益科目负数为汇兑收益，正数为汇兑损失。

报告期各期公司汇兑损益分别为-165.35 万元、-123.45 万元和-521.61 万元，

公司汇兑损益占外销收入比例分别为-0.34%、-0.21%和-0.66%，汇兑损益对公司业绩不存在较大影响。报告期内公司境外销售以美元结算为主，美元兑人民币汇率总体呈现上升趋势，2022 年度至 2024 年度，美元兑人民币汇率上升并且波动较大，因此出现较大额汇兑收益。公司汇兑损益受到境外外销收入金额、发生时点、结汇时点、汇率变动、各时点外币性货币资产或负债金额等多种因素的影响，汇兑损益与境外销售收入之间不存在严格的匹配关系。

针对外币兑人民币的汇率波动，公司主要采取了以下措施来应对风险：

A、加强外汇政策研究。公司密切关注结算汇率的实时变动，与银行等金融机构保持紧密联系，获取汇率波动相关的实时咨询和相关资料，同时强化财务人员关于汇率相关知识和技能的培训以及风险意识；

B、在汇率变动幅度较大或预计汇率发生变动时，由财务负责人召集管理层沟通会议以有效应对汇率变动对公司日常经营管理的影响；

C、在确保安全性和流动性的前提下，结合公司境外销售收入占比较高的特点，充分考虑公司外币结算的业务规模以及应收账款等情况，适时使用远期结售汇等金融工具，通过对外汇汇率的走势研判，合理对冲汇率波动风险。

③境外客户为知名企业且销售占比较高的，发行人在其同类供应商中的地位及可替代性，销售产品是否涉及相关客户核心生产环节，对相关客户是否存在重大依赖

报告期各期，公司当期第一大境外客户销售收入占当期营业收入的比例分别为 7.32%、8.32%和 8.76%，公司境外客户不存在销售占比较高的情况。报告期内，公司主要境外客户为当地汽车维修保养设备品牌商，公司与上述主要客户合作时间较长，合作情况较为稳定，对相关客户不存在重大依赖的情况。

④是否存在境外客户指定上游供应商情况，收入确认方法是否符合企业会计准则的规定

报告期内，公司不存在境外客户指定上游供应商的情况，对境外销售均按总额法确认收入，收入确认方法符合企业会计准则的规定。

（5）境外销售真实性

①报告期各期发行人海关报关数据、出口退税及信用保险公司数据、结汇及汇兑损益波动数据、物流运输记录、发货验收单据、境外销售费用等与境外销售收入的匹配性

A、合同、物流运输记录、发货验收单据及境外销售收入匹配

报告期内，外销产品收入确认需满足以下条件：FOB、CIF 和 C&F 下，公司已根据合同约定将产品报关，相关产品已在装运港越过船舷，且产品销售收入金额已确定，已经收取货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量；EXW 下，公司将产品交付给客户指定的承运人，并已收取价款或取得收款权利且相关经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量。报告期内，公司外销成交方式以 FOB、CIF 和 C&F 为主，相关收入合计占比分别为 99.99%、99.99%和 99.92%。

对境外收入执行细节测试，报告期内公司境外销售收入按照系统选样和随机选样相结合的方式选择样本，检查报告期内境外业务客户的销售订单、报关单和提单和装船信息，逐笔核对外销业务收入确认金额与上述单据的匹配性、境外收入确认期间与上述单据的相关日期是否匹配，核查公司境外客户收入确认的真实性和准确性。报告期各期，境外销售收入细节测试比例如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
境外销售收入	79,134.73	58,273.64	48,248.83
细节测试确认销售收入	67,329.98	47,280.77	42,022.05
细节测试比例	85.08%	81.14%	87.09%

报告期内，主要产品发货验收单据、物流运输记录与境外销售数量的匹配情况如下：

单位：万套

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
发货数量	17.77	12.69	10.64
上期发货本期确认销售数量	0.21	0.44	0.39

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
本期发货下期确认销售数量	0.39	0.20	0.45
境外销售数量	17.59	12.94	10.57

注：境外销售数量为当期确认收入数量，发货数量为公司出库单上出库数量

报告期内，公司发货数量与销售数量存在差异，主要是由于货物在从仓库发出后，于装运港口尚未完成越过船舷的装船流程，尚未获得提单或明确的装船信息，未满足收入条件，属于正常的时间性差异。

综上所述，公司合同、物流运输记录、发货验收单据与境外销售收入具有匹配性。

B、资金划款凭证与境外销售收入的匹配

报告期内，外销收款金额与境外销售收入金额的差异主要系存在应收账款、预收货款及汇率等因素变动的影响。经调整后外销收款金额与境外销售收入金额无差异，具有匹配性，具体分析如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
当期境外销售的收款金额（A）	75,341.24	58,426.05	48,102.67
加：当期境外销售应收账款增加额（B1）	4,566.92	81.14	212.76
减：当期境外销售预收账款增加额（B2）	-103.84	192.60	-66.24
加：汇率及其他差异（C）	-877.27	-40.94	-132.84
经调整后境外销售的收款金额（E=A+B1-B2+C）	79,134.73	58,273.64	48,248.83
境外销售收入金额（F）	79,134.73	58,273.64	48,248.83
差异（G=F-E）	-	-	-

C、出口单证及海关数据与境外销售收入的匹配性

报告期各期，公司海关报关数据与公司境外销售收入具体情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
海关报关数据 A	80,090.05	58,357.70	48,701.12
境外销售收入 B	79,134.73	58,273.64	48,248.83
差异率 C=（B-A）/B	-1.21%	-0.14%	-0.94%

报告期内，海关报关数据与公司境外销售收入存在差异较小，主要原因是：一方面，根据公司 FOB、CIF 和 C&F 贸易条款下外销收入确认政策，公司将货物在装运港口越过船舷时确认收入，这与海关录入报关出口的时间存在一定的时间性差异；另一方面，公司存在外销返利，该部分返利公司冲减了当期销售收入。报告期内，海关报关数据与公司外销数据总体差异率较小。综上，出口单证及海关数据与境外销售收入具有匹配性。

D、出口信用保险数据与境外销售收入的匹配性

出口信用保险是承保出口商在经营出口业务的过程中防止因进口商的商业风险或进口国的政治风险而遭受损失的一种信用保险，该保险并非外销业务中的强制险种，公司在外销业务中，会根据客户经营实力，信用状况等因素针对部分给予信用期的客户进行投保。保荐机构获取了公司报告期内公司的中信保投保明细，并与公司各期实现的境外销售收入金额进行了比对，具体情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
已投保客户的销售收入	63,243.52	46,700.10	36,802.13
境外销售收入	79,134.73	58,273.64	48,248.83
已投保客户的销售收入占境外销售收入的比例	79.92%	80.14%	76.28%

报告期各期，公司已投保客户的销售收入占境外销售收入的比例维持在相对平稳的范围内，公司出口信用保险数据与境外销售收入具有匹配性。

E、结汇及汇兑损益波动数据与境外销售收入的匹配性

结汇及汇兑损益波动数据与境外销售收入之间不存在严格的匹配关系，参见本题“四、（一）、1、根据《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 2 号》2-13 境外销售的具体要求对公司境外销售业务逐条进行核查”。

F、外汇管理局数据与境外销售收入的匹配性

因外管局数据获取的时效性，仅取得上海巴兰仕 2022 年 10 月至 2024 年 12 月的外管局收汇数据、广州晶佳 2022 年 1 月至 2024 年 12 月的外管局收汇

数据、南通巴兰仕 2023 年 4 月至 2024 年 12 月的外管局收汇数据。对各公司获取的外管局收汇数据与对应期间公司账面的外汇收款金额进行比较，汇总比对结果如下：

单位：万美元、万欧元、万卢布和万元

期间	币种	外汇管理局收汇金额	境外销售回款金额	差异金额
2024 年度	美元	8,752.54	8,768.07	-15.52
	欧元	210.73	194.80	15.92
	人民币	6,875.64	7,346.37	-470.73
	卢布	50,801.54	50,801.34	0.20
2023 年度	美元	6,773.03	6,826.35	-53.32
	欧元	155.65	102.11	53.54
	人民币	9,283.89	9,319.25	-35.35
2022 年度	美元	5,504.94	5,487.91	17.03
	欧元	23.40	21.39	2.01
	人民币	4,778.07	4,806.91	-28.84

注：外汇管理局数据通过查询国家外汇管理局数字外管平台（ASOne）获取

由上表可见，2022 年和 2023 年，公司境外销售回款金额与外汇管理局收汇金额存在小额差异，主要系受申报币种和入账币种差异、申报时间和入账时间差异等因素影响。2024 年，公司境外销售回款金额与外汇管理局收汇金额差异，主要系 2024 年 11 月和 12 月，公司与国内第三方公司签署委托收款协议，委托其对俄罗斯地区的部分业务款项进行收款操作。报告期内，公司通过上述公司渠道收款 474.93 万元人民币。针对报告期内未取得外管局收汇数据期间，已取得了公司银行收汇资料、银行回单等单据进行检查，确认销售回款真实性。综上分析，外汇管理局数据与公司境外销售回款金额核对匹配。

G、出口退税金额与境外销售收入的匹配性

报告期内免抵退外销收入与境外销售收入差异主要源于运保费、外销返利、汇率折算的影响。报告期各期，公司出口退税金额与境外销售收入的匹配性分析如下：

单位：万元

项目	序号	2024 年度	2023 年度	2022 年度

项目	序号	2024 年度	2023 年度	2022 年度
本期免抵退税额	A	7,424.07	6,684.67	5,118.14
免抵退出口货物销售额	B=A/i 注	73,808.27	57,916.94	45,492.47
减：收入和申报时间不同造成的差异②	C	5,649.56	36.73	1,807.48
免抵退外销收入	D=B+C	79,457.84	57,953.67	47,299.95
运保费造成的差异	E	388.93	570.22	997.36
外销返利造成的差异	F	-766.07	-252.93	-71.91
汇率折算及其他影响造成的差异	G	54.04	2.68	23.43
境外销售收入	H=D+E+F+G	79,134.73	58,273.64	48,248.83
账面境外销售收入	I	79,134.73	58,273.64	48,248.83
差额	J=I-H	-	-	-

注：i 为适用出口货物退税率。报告期内，公司主要出口产品享受“免抵退”的增值税税收优惠政策（子公司广州晶佳按外贸企业执行“免退”政策），主要出口退税产品适用退税率为 9%、10%和 13%。

2024 年运保费造成的差异较小的主要原因系 2024 年 CIF 模式销售收入下降所致。报告期内，CIF 模式销售收入分别为 4,606.92 万元、4,279.16 万元和 3,381.08 万元。报告期各期公司出口退税金额与境外销售收入匹配。

H、最终销售或使用情况

截至 2025 年 2 月 28 日，期末存货销售情况良好。境外客户最终使用情况参见本题“一、（四）说明主要客户期末库存较高的原因及期后销售情况，主要客户采购频率及单次采购量分布是否合理，一般备货周期、进销存、退换货情况，备货周期是否与进销存情况、库存消化周期匹配，是否存在压货以及大额异常退换货情形”。

I、报告期各期公司境外销售费用与境外销售收入的匹配性

报告期各期公司境外销售费用与境外销售收入，具体情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
境外销售费用	2,374.97	1,963.46	1,444.85
境外销售收入	79,134.73	58,273.64	48,248.83
境外销售费用占境外销售收入的比例	3.00%	3.37%	2.99%

报告期内，境外销售费用占境外销售收入的比例分别是 2.99%、3.37%和3.00%，其中 2022 年和 2024 年相近，2023 年相对较高，主要系职工薪酬、差旅费和展会费用增长所致。具体而言，为扩大境外销售，公司新招聘了较多销售人员，并且随着 2023 年业绩增长，销售人员薪酬水平有所提升；此外，2022 年因出行限制，展会活动较少，2023 年随着相关出行限制消除，公司积极参加各类展会活动，导致差旅费和展会费用增长。

②对于影响较大的境外子公司、客户及供应商，中介机构应当通过实地走访方式核查

报告期内，公司未在境外设立子公司开展经营活动，并且不存在境外供应商。对主要境外客户进行访谈，访谈方式包括实地走访、当面访谈及视频访谈，了解主要客户的基本情况、合作背景、业务往来情况、实地查看具体交易涉及的设备情况、关联关系或其他利益关系等情况。报告期各期，境外客户访谈情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
境外销售金额 A	79,134.73	58,273.64	48,248.83
访谈占比 B=C/A	78.88%	78.85%	75.48%
访谈金额合计 C=D+E+F	62,419.91	45,950.11	36,417.81
其中：实地走访 D	53,440.79	39,263.20	31,546.23
当面访谈 E 注	7,550.12	5,632.16	4,333.36
视频访谈 F	1,429.00	1,054.76	538.21

注：当面访谈系客户来中国参加展会或拜访公司时对客户进行访谈。

保荐机构对客户访谈执行了以下核查程序：

A、访谈时对受访人员身份真实性进行验证，主要包括：在访谈过程中与访谈对象确认其姓名、所任职公司基本情况及所担任的公司职务等基本信息，获取访谈对象的名片、工作牌或身份证明文件，查看其办公场地单位名称标志是否与受访目标单位一致，并与被访谈人现场合影。

B、了解客户与公司的交易情况，包括合作历史、合同执行情况、交易内容、产品定价机制以及各年度的销售情况；以及结算方式、结算周期、信用政

策、诚信经营情况等信息；

C、查看客户主要生产经营场所以及公司产品在生产经营场所的状态，确认公司对其的销售是否真实存在；

D、了解客户与公司主要股东、董监高及其关联方之间是否存在关联关系或关联交易等；

E、对主要客户进行访谈，以核查第三方回款行为的真实性，第三方回款金额的准确性及付款方和委托方之间的关系；

F、对主要的境外非终端客户进行访谈，了解其主要终端客户及市场区域、巴兰仕产品的终端客户数量和终端客户类型及占比，确认境外客户最终将巴兰仕产品销售给终端客户；

G、获取境外非终端客户的进销存表，了解其采购、销售、期初及期末库存的总体情况；

H、实地盘点境外非终端客户在走访日的库存情况；

I、获取主要的境外非终端客户的期后销售数据，了解其期后销售情况；

J、对于主要的境外非终端客户的终端客户进行走访，了解其终端客户销售情况。确认事项包括：终端客户的主营业务、终端客户向公司境外非终端客户采购并使用的产品类别、数量等；实地察看终端客户使用公司产品的情况；

③中介机构各类核查方式的覆盖范围是否足以支持核查结论

保荐机构采取的各类核查方式的覆盖范围能够支持核查结论，核查程序、方式等具体情况如下：

A、了解公司与境外销售相关的内部控制，选取样本进行控制测试，评价公司报告期内境外销售相关内控是否有效运行；

B、查阅主要客户合同订单及其对应的报关单、提单等单据，结合不同贸易模式分析各贸易模式下收入确认是否符合《企业会计准则》的规定及各主要客户的合同约定；

C、获取公司与境外客户的销售明细清单，从产品、客户、地区等不同角度，分析报告期内收入、毛利率变动是否合理，是否符合同行业特点；

D、对境外收入执行细节测试，报告期内公司境外销售收入按照系统选样和随机选样相结合的方式选择样本，检查报告期内境外业务客户的销售订单、报关单和提单和装船信息，逐笔核对外销业务收入确认金额与上述单据的匹配性、境外收入确认期间与上述单据的相关日期是否匹配，核查公司境外客户收入确认的真实性和准确性。

报告期各期，境外销售收入细节测试比例如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
境外销售收入	79,134.73	58,273.64	48,248.83
细节测试覆盖销售收入	67,329.98	47,280.77	42,022.05
细节测试覆盖率	85.08%	81.14%	87.09%

E、对主要境外客户进行函证，核实收入的真实性、准确性和完整性。

报告期各期，境外销售收入函证情况如下：

单位：万元、个

项目	2024 年	2023 年	2022 年
境外收入 A	79,134.73	58,273.64	48,248.83
境外销售发函金额 B	66,298.78	50,623.72	41,635.33
境外销售回函确认金额 C	63,869.38	48,595.18	39,822.28
境外销售回函确认金额占境外销售发函金额比例 D=C/B	96.34%	95.99%	95.65%
境外销售回函确认金额占境外收入比例 E=C/A	80.71%	83.39%	82.54%
通过替代测试确认金额 F	2,429.40	2,028.54	1,813.05
通过函证和替代测试确认金额合计 G=C+F	66,298.78	50,623.72	41,635.33
通过函证和替代测试确认金额占比 H=G/A	83.78%	86.87%	86.29%

针对未回函的客户，保荐机构检查了订单、报关单、货运提单以及银行回单作为替代程序，确认相关销售真实、准确。

F、对主要境外客户进行访谈，访谈方式主要为实地走访，另外包括少量当

面访谈及视频访谈，了解主要客户的基本情况、合作背景、业务往来情况、实地查看具体交易涉及的设备情况、关联关系或其他利益关系等情况，获取境外客户的进销存数据，走访境外客户的终端用户，查看对巴兰仕产品的使用情况；

G、核查报告期各期公司海关报关数据、出口退税及信用保险公司数据、结汇及汇兑损益波动数据、物流运输记录、发货验收单据、境外销售费用等与境外销售收入的匹配性；

H、获取中国出口信用保险公司的客户资信报告，对境外主要客户注册地址、注册资本、股权结构、设立时间、主营业务介绍、关键人员、公司规模等信息进行核查；

I、对临近资产负债表日前、后记录的收入，选取样本，进行截止测试，以评价收入是否被记录于恰当的会计期间；

J、获取并查阅公司报告期内各期银行流水，对全部外币往来进行核查，了解其对手方及交易原因，验证公司报告期内销售的真实性、判断公司与客户是否存在除正常交易外异常的资金往来。

通过以上核查，保荐机构认为采取的各类核查方式的覆盖范围能够支持核查结论。

（6）在境外设立子公司开展经营业务。包括但不限于：1.设立境外子公司的原因及经营管理情况，境外投资的合法合规性，是否需履行相应批复程序，是否已取得相应资质；2.关注境外子公司资金流水，分析是否存在异常情况；3.核查境外库存情况，如库存具体地点、周转情况、较长库龄存货构成及处理情况等。报告期内，公司不存在设立境外子公司的情况。

（7）保荐机构及申报会计师应就境外销售收入的真实性、准确性、完整性，收入确认是否符合企业会计准则的规定，境外销售业务发展趋势是否对公司持续经营能力构成重大不利影响等发表明确意见

① 核查程序

针对境外销售收入的真实性、准确性、完整性，收入确认是否符合企业会

计准则的规定，境外销售业务发展趋势是否对公司持续经营能力构成重大不利影响所执行的核查程序，参见本题“四、（一）、1、根据《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 2 号》2-13 境外销售的具体要求对公司境外销售业务逐条进行核查。

① 核查结论

经核查，报告期内，公司的境外销售收入具备真实性、准确性、完整性，收入确认符合企业会计准则规定，境外销售业务发展趋势对公司持续经营能力不构成重大不利影响。

（8）公司应在招股说明书中对境外销售业务可能存在的风险进行充分披露

公司已在招股说明书“重大事项提示”之“四、特别风险提示”及“第三节风险因素”中对境外销售业务可能存在的风险进行了充分披露。

2、根据《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 2 号》2-12 第三方回款的具体要求对公司第三方回款情况逐条进行核查，具体如下：

（1）发行人在正常经营活动中存在的第三方回款，通常情况下应考虑是否符合以下条件：1.与自身经营模式相关，符合行业经营特点，具有必要性和合理性，例如：（1）客户为个体工商户或自然人，其通过家庭约定由直系亲属代为支付货款，经中介机构核查无异常的；（2）客户为自然人控制的企业，该企业的法定代表人、实际控制人代为支付货款，经中介机构核查无异常的；（3）客户所属集团通过集团财务公司或指定相关公司代客户统一对外付款，经中介机构核查无异常的；（4）政府采购项目指定财政部门或专门部门统一付款，经中介机构核查无异常的；（5）通过应收账款保理、供应链物流等合规方式或渠道完成付款，经中介机构核查无异常的；（6）境外客户指定付款，经中介机构核查无异常的。2.第三方回款的付款方不是发行人的关联方。3.第三方回款与相关销售收入勾稽一致，具有可验证性，不影响销售循环内部控制有效性的认定，申报会计师已对第三方回款及销售确认相关内部控制有效性发表明确核查意见。4.能够合理区分不同类别的第三方回款，相关金额及比例处于合理可控范围。

①公司在正常经营活动中存在的第三方回款，与自身经营模式相关，符合行业经营特点，具有必要性和合理性；

②第三方回款的付款方不是公司的关联方；

③第三方回款与相关销售收入勾稽一致，具有可验证性，不影响销售循环内部控制有效性的认定，申报会计师已对第三方回款及销售确认相关内部控制有效性发表明确核查意见；

④能够合理区分不同类别的第三方回款，相关金额及比例处于合理可控范围。

上述结论的分析过程参见本题“二、（三）说明各期境内外第三方回款的金额及占比，涉及的客户及对应的付款方、付款金额及次数，第三方回款与销售收入是否勾稽一致；合同中是否明确约定通过第三方回款，采用第三方回款的必要性、商业合理性、合法合规性，是否符合行业特点”。

（2）根据《适用指引》2-12“第三方回款”相关要求核查并发表明确意见

针对公司第三方回款的真实性，保荐机构实施了如下核查程序：

① 第三方回款的真实性，是否存在虚构交易或调节账龄的情形

A、查阅第三方回款业务对应的销售订单、报关单、海运提单和资金流水凭证等原始凭证，查验第三方回款的真实性；

B、查阅报告期内第三方回款明细表、三方回款协议，核实客户与第三方回款的支付方的关系以及第三方回款的原因，核实第三方回款的支付方是否与公司及其实际控制人、董监高或其他关联方等具有关联关系；

C、对公司销售及财务相关人员、主要客户进行了访谈，了解与其交易的真实性和通过第三方回款的原因及合理性；

D、获取公司报告期内银行流水，查阅大额银行流水支出情况，关注公司是否存在期后将款项退还给客户的情形，核查公司是否存在虚构交易或调节账龄的情形。

②第三方回款形成收入占营业收入的比例

查阅报告期内第三方回款明细表，分析计算第三方回款形成收入占营业收入的比例。

③第三方回款的原因、必要性及商业合理性

查阅三方回款协议，了解公司客户第三方回款的原因、回款方与客户的关系，核查第三方回款的必要性、合理性。

④发行人及其实际控制人、董事、监事（如有）、高级管理人员或其他关联方与第三方回款的支付方是否存在关联关系或其他利益安排

A、查阅公司及其实际控制人、董监高或其他关联方等的银行流水，核实是否与客户或第三方回款的支付方存在异常资金往来；

B、通过公开网络查询渠道，核查客户、第三方回款的支付方是否与公司及其实际控制人、董监高或其他关联方存在关联关系。

⑤境外销售涉及境外第三方的，其代付行为的商业合理性或合法合规性

A、查阅第三方回款业务对应的销售订单、发票、报关单、海运提单和资金流水凭证等原始凭证，查验第三方回款的真实性；

B、访谈销售人员，了解境外销售涉及第三方回款的原因、第三方回款的支付方与客户的关系，核查第三方回款的合理性；

C、获取和查阅公司企业信用报告、上海巴兰仕和巴兰仕销售的《经营主体专用信用报告》及广州晶佳的《无违法违规证明公共信用信息报告》，并核查了国家外汇管理局网站，报告期内，公司不存在因境外客户第三方回款产生的违法违规事项，分析境外第三方回款的合法合规性。

⑥报告期内是否存在因第三方回款导致的货款归属纠纷

A、查阅报告期内公司诉讼的相关资料，核查是否存在因第三方回款导致的货款归属纠纷；

B、通过国家企业信用信息公示系统、裁判文书网等公开网络查询渠道核

查报告期内是否存在公司与第三方回款相关的诉讼；

⑦如签订合同时已明确约定由第三方付款，该交易安排是否具有合理原因

查阅第三方回款相关的销售合同并询问销售人员，了解是否存在签订合同时已明确约定由其他第三方代购买方付款的情况，该交易安排是否具有合理原因。

⑧资金流、实物流与合同约定及商业实质是否一致

A. 获取报告期内公司与第三方回款相关的销售明细和银行流水，检查相关销售订单、发票、报关单、海运提单和资金流水凭证等原始凭证，核查第三方回款涉及的资金流、实物流与合同约定及商业实质是否一致；

B、获取报告期内第三方回款的三方回款协议，检查第三方回款的支付方与银行回单的付款方是否一致，核查客户与第三方回款的支付方的关联关系，以及第三方回款的原因。

经核查，核查结论如下：

①报告期内，公司第三方回款真实发生，不存在虚构交易或调节账龄情形，公司第三方回款占营业收入的比例分别为 4.96%、4.77%和 6.56%，比重较小，处于合理范围；

②报告期内，公司第三方回款的主要原因为：a.境外客户由于所在地区的外汇管制，客户通过具有外汇额度的主体代为支付货款；b.同一实际控制人控制的第三方付款系客户基于统一管理、结算便捷性或自身资金周转的需要。c.境外客户指定付款以及其他情况主要由于客户的支付习惯、结算便利性或资金周转需要等因素，由客户指定支付货款。公司第三方回款具有必要性和商业合理性；

③公司及其实际控制人、董监高或其他关联方与客户、第三方回款的支付方不存在关联关系或其他利益安排；

② 报告期内，公司不存在因第三方回款导致的货款归属纠纷；

⑤报告期内，部分客户签订合同时已明确约定由同一集团内其他公司付款，

该交易安排的原因在于客户集团内部分工不同以及资金的统筹管理需要，该交易安排具有合理原因；

⑥报告期内，公司第三方回款所涉及的资金流、实物流与合同约定及商业实质具备一致性。

综上所述，报告期内，公司第三方回款具备真实性。

（二）结合报告期内主要结算货币对人民币的汇率变动趋势，说明外销收入和汇兑损益之间是否匹配

外销收入和汇兑损益之间不存在严格的匹配关系，参见本题“四、（一）、1、根据《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 2 号》2-13 境外销售的具体要求对公司境外销售业务逐条进行核查”。

（三）结合合同、物流运输记录、资金划款凭证、发货验收单据、出口单证与海关数据、出口信用保险数据、外汇管理局数据、出口退税金额、最终销售或使用情况等核查情况，量化分析以上数据与境外销售收入是否匹配

报告期各期公司物流运输记录、资金划款凭证、发货验收单据、出口单证与海关数据、出口信用保险数据、外汇管理局数据、出口退税金额、最终销售或使用情况与境外销售收入的匹配性，参见本题“四、（一）、1、根据《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 2 号》2-13 境外销售的具体要求对公司境外销售业务逐条进行核查”。

（四）说明针对境外非终端客户最终销售真实性、是否存在境外客户压货、是否存在境外客户向公司利益输送所采取的核查方法、核查程序、核查范围、核查比例及核查结论，终端核查比例是否足以保证核查的充分性。

1、核查方法、核查程序、核查范围、核查比例

针对上述事项，中介机构执行了以下核查程序：

（1）对主要的境外非终端客户进行访谈，了解其主要终端客户及市场区域、巴兰仕产品的终端客户数量和终端客户类型及占比，确认境外非终端客户最终将巴兰仕产品销售给终端客户；

（2）获取境外非终端客户的进销存表，了解其采购、销售、期初及期末库存的总体情况；

（3）实地盘点境外非终端客户在走访日的库存情况；

（4）获取主要的境外非终端客户的期后销售数据，了解其期后销售情况；

（5）对于主要的境外非终端客户的终端客户进行走访，了解其终端客户销售情况。确认事项包括：终端客户的主营业务、终端客户向公司境外非终端客户采购并使用的产品类别、数量等；实地察看终端客户使用公司产品的情况；

报告期各期，对境外非终端客户进行终端客户走访的比例分别为 48.25%、50.00%和 49.24%。部分境外非终端客户未进行终端客户走访，主要原因系境外非终端客户具有完全独立的市场渠道、客户和存货管理体系，公司无法对其进行管理和考核，终端客户信息为境外非终端客户的核心商业机密，其拒绝向公司提供具有商业合理性。对境外非终端客户进行终端客户走访情况，具体如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
境外销售金额 A	79,134.73	58,273.64	48,248.83
完成终端客户访谈的境外非终端客户收入金额 B	38,962.03	29,139.39	23,277.96
访谈占比 C=B/A	49.24%	50.00%	48.25%

（6）取得公司报告期内的全部银行账户资金流水，核查其与主要境外客户是否存在除正常业务、交易外的其他业务、资金往来或其他利益安排或存在利益输送的情形；

2、核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：境外非终端客户最终销售具有真实性，不存在境外客户压货，不存在境外客户向公司利益输送的情况，终端核查比例足以保证核查的充分性。

（五）结合上述核查情况，对公司境外销售收入的真实性、准确性、完整性，境外销售业务发展趋势是否对公司持续经营能力构成重大不利影响等发表明确意见。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：报告期内，公司境外销售收入具备真实性、准确性、完整性，境外销售业务发展趋势对公司持续经营能力不构成重大不利影响。

问题 7. 经销收入真实性

根据申请文件及公开信息，（1）发行人内销包括直销和经销，经销终端客户主要为汽车 4S 店、汽车维修保养店、汽车整车厂等。（2）发行人各期经销收入分别为 15,134.30 万元、11,740.40 万元、16,276.02 万元和 8,887.72 万元，占比分别为 20.66%、18.47%、20.68%和 17.57%，主要集中在华东地区。（3）主要经销商中，存在实缴资本较小、参保人数较少的经销商，其中部分经销商期末库存较高，库存数量持续上升。（4）公司对经销商的销售属于买断式销售，与经销商签订年度经销协议，在合同中就经销区域、销售任务及返利等条款进行约定，2023 年发行人提高了各级年度及月度返利的比例。（5）2021 年发行人新增经销商 102 家，2022 年减少经销商 90 家以上，经销商增减变动较大。

（1）向经销商销售具体情况。请发行人：①说明采取经销模式的必要性、合理性，是否符合行业特点，各期主要经销商销售情况，包括不限于基本情况、合作背景、销售规模、分布区域，销售的主要产品及对应收入、销售单价、毛利率，各期进销存情况，销售区域和终端客户地区分布是否匹配。②说明与规模较小、参保人数较少的经销商合作背景及原因，经销商向发行人采购与其经营规模是否匹配，是否存在资金体外循环的情形。③结合经销商备货政策、进销存数量、退换货情况、终端销售情况、期末库存以及期后实现销售等情况，说明经销商期末库存较高、库存数量上升的原因及合理性，备货量与备货周期是否与经营规模相匹配，是否存在向经销商压货、期末突击发货的情形。④按照交易金额或销售数量说明经销商客户各分层的数量、销售金额占比及报告期内的变化情况，各期新增和减少的经销商数量、销售金额及期末应收账款金额，经销商客户数量大幅波动的原因，新增客户的同类产品售价、结算政策和信用期限是否存在较大差异，是否存在新设即成为发行人主要经销商的情况及合理性。⑤结合各期年度及月度销售返利政策及变化情况，预提的销售返利、实际

返利金额及变化情况，说明返利金额与销售收入的匹配性、会计处理合规性，2023 年提高各级年度及月度返利比例的原因，是否存在通过返利折扣政策刺激销售、调节业绩情形。

（2）关联经销商销售公允性。根据申请文件，①发行人关联方铂锐（上海）汽车科技有限公司、发行人自然人股东控制的南京意中意汽车设备有限公司为发行人主要经销商。②发行人各期经销毛利率分别为 18.57%、19.45%、18.92%和 19.99%，铂锐（上海）汽车科技有限公司的销售毛利率自 2021 年的 15.40%上升至 2023 年的 25.04%。③南京意中意汽车设备有限公司 2023 年销售收入集中在年底，11-12 月收入占比达 49.15%，12 月 29 日当天确认的收入占比达 30.51%。请发行人：①说明报告期内向关联方销售规模大幅下降的原因，向铂锐（上海）汽车科技有限公司销售收入下降而毛利率持续上升、且毛利率增幅快于其他经销商平均毛利率增幅的原因及合理性。②说明关联经销商与非关联经销商各类产品销售价格、毛利率是否存在显著差异，结合各期发行人向经销客户与直销客户销售的同类产品销售金额、单价、毛利率等情况，说明经销产品定价是否公允，经销毛利率与同行业可比公司是否存在较大差异。③结合经销商采购的季度分布情况，说明南京意中意汽车设备有限公司 2023 年集中在年底验收并确认收入的原因及合理性，是否存在突击销售的情形，相关交易是否真实。

请保荐机构、申报会计师：（1）结合《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 2 号》2-15 经销模式相关要求，核查上述事项并发表明确意见，说明采取的核查方式、核查过程、核查比例、核查证据、核查结论，发行人经销模式相关内控制度是否建立健全并有效执行。（2）说明报告期内经销商核查的样本选取标准、选取方法及选取过程，是否覆盖收入增长较快的经销商、向发行人采购金额较大及金额变动较大的经销商；是否存在非法人经销商、已注销经销商、仅销售发行人产品经销商、（前）员工成立的经销商及其核查情况。（3）获取经销商进销存数据、经销商向终端客户实现销售的具体核查情况，获取运单、终端客户签收单、终端客户回款单等相关资料的具体方式和结论、外部证据有效性，详细说明具体核查对象、核查方式、对应的金额与比例、核查结论。（4）说明资金流水核查情况，包括

核查范围及核查完整性、重要性水平、是否存在受限情况及替代措施，核查中发现的异常情形，发行人是否存在体外资金循环或第三方为发行人承担成本费用等情形，发行人及其实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员及其他关联方与经销商之间是否存在异常资金往来。

【回复】

一、向经销商销售具体情况。请发行人：①说明采取经销模式的必要性、合理性，是否符合行业特点，各期主要经销商销售情况，包括不限于基本情况、合作背景、销售规模、分布区域，销售的主要产品及对应收入、销售单价、毛利率，各期进销存情况，销售区域和终端客户地区分布是否匹配。②说明与规模较小、参保人数较少的经销商合作背景及原因，经销商向发行人采购与其经营规模是否匹配，是否存在资金体外循环的情形。③结合经销商备货政策、进销存数量、退换货情况、终端销售情况、期末库存以及期后实现销售等情况，说明经销商期末库存较高、库存数量上升的原因及合理性，备货量与备货周期是否与经营规模相匹配，是否存在向经销商压货、期末突击发货的情形。④按照交易金额或销售数量说明经销商客户各分层的数量、销售金额占比及报告期内的变化情况，各期新增和减少的经销商数量、销售金额及期末应收账款金额，经销商客户数量大幅波动的原因，新增客户的同类产品售价、结算政策和信用期限是否存在较大差异，是否存在新设即成为发行人主要经销商的情况及合理性。⑤结合各期年度及月度销售返利政策及变化情况，预提的销售返利、实际返利金额及变化情况，说明返利金额与销售收入的匹配性、会计处理合规性，2023 年提高各级年度及月度返利比例的原因，是否存在通过返利折扣政策刺激销售、调节业绩情形。

（一）说明采取经销模式的必要性、合理性，是否符合行业特点，各期主要经销商销售情况，包括不限于基本情况、合作背景、销售规模、分布区域，销售的主要产品及对应收入、销售单价、毛利率，各期进销存情况，销售区域和终端客户地区分布是否匹配

1、采取经销模式的必要性、合理性，是否符合行业特点

报告期内，公司内销主要为经销模式。

（1）汽车维修保养行业终端用户分散，经销模式有助于快速建设销售渠道

汽车维修保养行业终端用户为全国各地的汽车 4S 店、汽车维修保养店，具有分散、数量多、地域分布广的特点，通过经销模式，公司可以通过各地区的经销商获得当地的终端用户的需求信息并有效的将公司产品销售给终端用户，有助于公司快速建设销售渠道。

（2）公司作为制造商经营的维保设备工具品类有限，终端用户需要汽车维修相关的全品类设备和工具，通常向经营全品类汽保设备工具的经销商采购

在汽保设备产业链中，公司作为汽保设备制造商，经营的产品类型、服务能力有限。公司下游的经销商为遍布全国各地的汽保设备销售服务商，经营全品类的汽保设备，从各类设备工具厂家采购产品，最终销售给汽车 4S 店、修理店等终端用户。终端用户的需求包括汽车维修所需的全品类设备和工具。在上述背景下，终端用户通常向汽保设备销售服务商采购，因此，公司通过遍布在全国各地的经销商向终端用户销售产品。

（3）公司可以通过经销商的专业服务能力和接近终端用户的优势，及时响应终端用户的需求

公司部分产品需要进行安装，此外，终端客户具有售后服务需求。公司的经销商分布在全国各地，接近当地市场的终端用户，且具有全品类汽保设备的安装和售后服务能力。因此，公司通过经销商能够及时响应终端用户的需求，同时降低服务成本。

（4）公司自设立以来内销始终以经销模式为主，积累了优质的客户资源

公司自设立以来内销始终以经销模式为主，通过经销模式，发行人的境内销售网络逐步覆盖全国大多数省、自治区和直辖市。公司通过长时间积累，已经形成了成熟的经销商管理体系，同时也积累了优质的经销商客户资源。对公司而言，在现有经销业务基础上，持续加强经销渠道的渗透，有助于稳固公司在国内市场中的竞争力，提升国内市场份额和品牌知名度。

（5）公司采取经销模式符合行业惯例

根据同行业可比公司 2023 年度报告，元征科技和高昌机电采用直销及经销相结合的销售模式，与公司销售模式一致。根据行业内主要企业的官网、产品手册等公开信息，世达工具、营口科维、营口大力、中意泰达等行业主要生产厂商亦采取经销模式，因此，公司采取经销模式符合行业惯例。

综上，汽车维修保养行业终端用户分散，经销模式有助于快速建设销售渠道；汽车维保设备及工具品类较多，经销模式有助于满足终端用户的多样化需求；公司可以通过经销商的专业服务能力，提升终端用户需求响应能力，减少服务成本；公司自设立以来内销始终以经销模式为主，积累了优质的客户资源；同行业可比公司及其他的行业内公司均有采取经销模式开展销售的情况，公司采取经销模式符合行业惯例。因此，报告期内公司采取经销模式具有必要性及合理性，符合行业特点。

2、主要经销商的基本情况、合作背景、销售规模、分布区域

报告期各期，公司主要经销商（前五大经销商，下同）的基本情况、合作背景、销售规模、分布区域如下：

序号	经销商名称	注册资本（万元）	注册地址	成立时间	经营范围	股东	核心管理人员	员工人数	首次合作时间	合作背景	经销商年度销售规模	对外销售分布区域
1	深圳市鑫联鑫汽车检测设备有限公司	50.00	深圳市宝安区航城街道钟屋社区钟屋工业区 41 栋 1 楼 102	2009-12-24	一般经营项目是：汽车维修检测设备及工具用品、汽车零配件的销售；国内贸易；货物及技术进出口。（法律、行政法规、国务院决定规定需前置审批和禁止的项目除外）	薛锋 40%；赵成义 40%；陈松 20%	执行董事兼总经理薛锋；监事赵成义	20 人左右	2010 年	巴兰仕主动推介并达成合作	3,200-3,500 万元	主要为广东
2	铂锐（上海）汽车科技有限公司	4,000.00	上海市嘉定区顺达路 938 号 2 幢 11 层 1116 室	2016-01-12	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；电子测量仪器销售；汽车零配件零售；汽车零配件批发；汽车装饰用品销售；五金产品零售；五金产品批发；电子元器件零售；电子元器件批发；通讯设备销售；家用电器销售；计算机软硬件及辅助设备批发；计算机软硬件及辅助设备零售；金属结构销售；智能仓储装备销售；特种设备销售；物料搬运装备销售；环境保护专用设备销售；办公设备销售；包装材料及制品销售；日用百货销售；劳动保护用品销售；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；家具销售；建筑材料销售；润滑油销售；普通机械设备安装服务；通用设备修理；广告制作；广告设计、代理；广告发布；专业设计服务；会议及展览服务；货物进出口；技术进出口；机械设备销售；风动和电动工具销售；金属工具销售；汽车销售；新能源汽车整车销售。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）许可项目：第三类医疗器械经营；危险化学品经营。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）	冯定兵 53.4%；王丹 25%；上海琛默企业管理中心（有限合伙）15%；韩志可 6%；张呈文 0.6%	董事长冯定兵；董事张呈文、韩志可；监事王国英；财务负责人陆红亚	55 人	2016 年	经销商系巴兰仕股东经营的公司	1.42-1.68 亿元	全国
	沈阳恒兴昌泰汽车科技有限公司	500.00	辽宁省沈阳经济技术开发区七号街 5 甲 3-10 号（全部）	2016-08-29	汽车科技研发；汽车保修设备、检测仪器、轮胎、蓄电池、汽车装饰品、五金工具、汽车、机械电子设备、电子通讯设备、家用电器、计算机软硬件及耗材销售、现场维修、技术咨询；机油、液压油、润滑油销售；会展服务；货物进出口、技术进出口（国家禁	王丹 48.3%；刘立峰 21%；大连海纳百川咨询合伙企业（有限合伙）	董事长戚序岩；董事冯定波、冯定胜；监事	20 人	2017 年	经销商系巴兰仕股东经营的公司	4,077-8,644 万元	全国

序号	经销商名称	注册资本（万元）	注册地址	成立时间	经营范围	股东	核心管理人员	员工人数	首次合作时间	合作背景	经销商年度销售规模	对外销售分布区域
					止或涉及行政审批的货物及技术进出口除外）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）	10%；冯定波 6.9%；冯定胜 6.9%；戚序岩 6.9%	王丹；其他人员刘立峰					
3	南京意中意汽车设备有限公司	1,000.00	南京市秦淮区光华路 160 号 B 幢 801 室	2003-10-17	汽车、汽车配件、轮胎、汽车维修设备、汽车机械设备、润滑油、仪器仪表、五金工具、建筑材料、劳保用品、教学设备、日用百货、智能机器人、多媒体设备、轨道交通设备销售；汽车应用软件技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务；仓储服务；道路货物运输（须取得许可或批准后方可经营）；新能源汽车的技术开发、技术转让；工业自动化设备、计算机软硬件的技术开发、销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	陈天 32.05%；施武军 31.13%；陈磊 19.27%；唐军华 9.82%；张寅 7.73%	执行董事兼总经理陈天；监事张寅	69 人	2005 年	经销商系巴兰仕股东经营的公司	6,042-7,841 万元	全国
4	北京金源诗琴机电设备有限公司	2,000.00	北京市北京经济技术开发区康定街 11 号 1 号楼 1B2 层、3 层	2006-10-25	销售机械电子设备、建筑材料、日用百货、电子产品、安全技术防范产品、文化用品、家具；批发汽车、汽车配件；维修机械设备；技术推广服务；组织文化艺术交流活动（不含演出）；会议服务；市场调查；企业策划、教育咨询；设计、制作、代理、发布广告；软件开发；专业承包；货物进出口、代理进出口、技术进出口。（市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	张玉红 50%；曹雨 50%	执行董事兼总经理张玉红；监事曹雨	56 人	2006 年	经销商有业务需求，经巴兰仕前股东推荐，双方达成合作	4,000-5,000 万元	全国
5	湖北真信诚工贸有限公司	200.00	武汉市蔡甸区沌口小区海天汽配大世界东区 27 栋 158 号、168 号	2010-04-06	包装材料、五金交电、办公用品、体育、文化用品、劳保用品、注塑用品、化工产品（不含危险化学品）、仪器仪表、高低压电器及配件、电线电缆、金属材料、润滑油、汽车零部件销售；机械加工、维修及工程安装；模具加工、机械设备安装。（依法须经审批的项目，经相关部门审批后方可开展经营活动）	黄春梅 25%；张忠东 25%；黄德梅 25%；杨洪人 25%	执行董事兼总经理张忠东；监事黄春梅；财务负责人张海波	7 人	2011 年	巴兰仕主动推介并达成合作	约 500 多万元	主要为湖北
	武汉枫叶通达	100.00	湖北省武汉市蔡甸区豹	2016-12-01	一般项目：电气设备销售，通用设备制造（不含特种设备制造），机械设备销售，塑料制品制造，塑料制	林松茂 100%	执行董事兼经理林	10 人	2016 年	巴兰仕主动推介并	约 1,400 多万元	主要为湖北

序号	经销商名称	注册资本（万元）	注册地址	成立时间	经营范围	股东	核心管理人员	员工人数	首次合作时间	合作背景	经销商年度销售规模	对外销售分布区域
	汽保设备工具有限公司		山街星光华辰工业园 8 号厂房 B 区		品销售，橡胶制品制造，橡胶制品销售，汽车装饰用品制造，汽车装饰用品销售，五金产品制造，五金产品批发，五金产品零售，纸制品制造，纸制品销售，汽车零部件及配件制造，汽车零配件批发，汽车零配件零售，机械零件、零部件加工，机械零件、零部件销售，日用化学产品制造，日用化学产品销售，风动和电动工具销售，金属工具销售，建筑材料销售，日用百货销售。（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）		松茂；监事卢爱惜；财务负责人张海波			达成合作		
6	昆明松骋汽修设备有限公司	550.00	中国（云南）自由贸易试验区昆明片区官渡区关雨路东聚小车汽配城 B 区 11 幢 1 楼	1999-11-29	汽修设备、普通机械的安装、维修及销售；机械式停车设备、升降机的安装、维修及销售；润滑油、润滑脂、仪器仪表、五金工具、汽车及零配件、五金交电、橡胶橡塑制品、通用机械、工程机械及配件、矿山设备、环保设备、电子产品、科教器材、计算机软硬件、办公用品及设备的销售；书刊零售；汽车实训教学设备的研究开发与销售；计算机软件开发与维护；经济信息咨询；货物及技术进出口业务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	李松 87.87%；李冲 9.69%；李玉 2.44%	执行董事兼总经理孙瑜璟；监事李旭	90 人	2005 年	经销商系巴兰仕股东经营的公司	2,533-6,264 万元	主要为云南

注：①上述经销商的主要经营数据来源于经销商提供的财务报表以及经销商访谈、网络公开信息查询等；②受同一实际控制人控制的客户合并计算收入排名，具体包括：铂锐（上海）汽车科技有限公司与沈阳恒兴昌泰汽车科技有限公司合并计算，湖北真信诚工贸有限公司与武汉枫叶通达汽保设备工具有限公司合并计算。以下同。

报告期内，公司主要经销商的设立时间大多超 10 年，部分经销商成立时间达 20 年，具有资深行业背景，与公司的合作历史较长；主要经销商的年度销售规模与其向公司采购相匹配；经销商的对外销售区域主要覆盖注册地所在省份，部分经销商因供应整车厂商（含旗下 4S 店）、油品商的集中采购业务，对外销售区域遍布全国。

3、公司对主要经销商销售的主要产品及对应收入、销售单价、毛利率

报告期内，公司面向经销商制定统一的产品标准价格、返利政策、市场促销活动政策，向经销商销售同型号产品销售价格不存在较大差异，公司对经销商销售各类产品毛利率存在差异主要受客户采购规模不同对应的返利不同、参与公司的促销活动不同以及采购的产品结构差异等因素影响。

报告期内，公司大多数经销商主要向当地或周边的 4S 店、汽修店销售产品，以零散销售为主，终端客户的个性化需求较少。部分经销商除了上述零散销售以外，还通过招投标等方式获取整车厂商（含旗下 4S 店）、油品商等大型客户的集中采购项目，中标后，经销商向该类大型客户全国的 4S 店、汽修店供货，根据客户要求的型号、数量和其他需求等向发行人采购产品。

供应整车厂商等大型客户集中采购项目的产品毛利率相对较高，主要原因系：经销商主要根据整车厂商等客户集中采购项目要求的型号、数量和其他需求等向发行人采购产品，公司统一的市场促销活动无法满足该类客户集中采购项目的需求，该类采购也就无法享受市场促销活动相关折扣。供应整车厂商等大型客户集中采购项目的经销商主要包括铂锐（上海）汽车科技有限公司、南京意中意汽车设备有限公司、北京金源诗琴机电设备有限公司等。

报告期各期，公司对前五大经销商销售的主要产品收入、平均销售单价、毛利率、剔除促销活动和返利影响后毛利率情况如下：

（1）2024 年度

单位：万元、元/套

序号	主要经销商	主要产品类别	销售收入	平均销售单价	毛利率	剔除促销活动和返利影响后毛利率
1	铂锐（上	举升机	1,132.37	*	*	*

序号	主要经销商	主要产品类别	销售收入	平均销售单价	毛利率	剔除促销活动和返利影响后毛利率
	海）汽车科技有限公司	拆胎机	191.89	*	*	*
		平衡机	61.54	*	*	*
		养护类设备	177.78	*	*	*
		其他	53.87	-	*	*
		小计	**1,617.45**	**-**	*	*
2	深圳市鑫联鑫汽车检测设备有限公司	举升机	839.16	*	*	*
		拆胎机	358.52	*	*	*
		平衡机	103.65	*	*	*
		养护类设备	48.77	*	*	*
		其他	102.78	-	*	*
		小计	**1,452.89**	**-**	*	*
3	南京意中意汽车设备有限公司	举升机	575.08	*	*	*
		拆胎机	147.31	*	*	*
		平衡机	66.80	*	*	*
		养护类设备	113.11	*	*	*
		其他	193.96	-	*	*
		小计	**1,096.25**	**-**	*	*
4	湖北真信诚工贸有限公司	举升机	335.88	*	*	*
		拆胎机	217.35	*	*	*
		平衡机	51.87	*	*	*
		养护类设备	20.37	*	*	*
		其他	9.18	-	*	*
		小计	**634.65**	**-**	*	*
5	北京金源诗琴机电设备有限公司	举升机	383.59	*	*	*
		拆胎机	31.66	*	*	*
		平衡机	14.06	*	*	*
		养护类设备	58.13	*	*	*
		其他	127.42	-	*	*
		小计	**614.87**	**-**	*	*

注：因受同一实际控制人控制的客户合并计算相关指标，具体包括：铂锐（上海）汽车科技有限公司的相关指标包含了沈阳恒兴昌泰汽车科技有限公司的相应数据，湖北真信诚工贸有限公司的相关指标包含了武汉枫叶通达汽保设备工具有限公司的相应数据。以下同。

剔除促销活动和返利影响后，部分经销商主要产品毛利率较高或较低主要系产品结构差异影响，具体如下：

①公司向铂锐（上海）汽车科技有限公司销售的举升机、拆胎机毛利率较高。举升机毛利率较高主要系该客户采购毛利率较高的大剪举升机和四柱举升机占比较大，占其举升机采购的 40.69%；拆胎机毛利率较高主要系该客户当期采购毛利率较高的车载拆胎机以及针对大尺寸轮胎的 PRO 系列拆胎机占比较大，上述产品占其拆胎机采购的 49.15%。

②公司向北京金源诗琴机电设备有限公司销售的拆胎机、平衡机毛利率较高。拆胎机毛利率较高主要系该客户采购毛利率较高的针对大尺寸轮胎的 PRO 系列拆胎机占比较大，占其拆胎机采购的 96.35%；平衡机毛利率较高主要系该客户采购毛利率较高的箱体加大加厚的平衡机占比较大，占其平衡机采购的 95.22%。

（2）2023 年度

单位：万元、元/套

序号	主要经销商	主要产品类别	销售收入	平均销售单价	毛利率	剔除促销活动和返利影响后毛利率
1	铂锐（上海）汽车科技有限公司	举升机	987.61	*	*	*
		拆胎机	157.79	*	*	*
		平衡机	56.84	*	*	*
		养护类设备	156.76	*	*	*
		其他	88.82	-	*	*
		小计	**1,447.82**	-	*	*
2	深圳市鑫联鑫汽车检测设备有限公司	举升机	633.19	*	*	*
		拆胎机	210.91	*	*	*
		平衡机	64.52	*	*	*
		养护类设备	54.66	*	*	*
		其他	12.17	-	*	*
		小计	**975.45**	-	*	*
3	南京意中意汽车设备有限公司	举升机	645.20	*	*	*
		拆胎机	86.27	*	*	*
		平衡机	28.77	*	*	*
		养护类设备	78.83	*	*	*
		其他	67.30	-	*	*
		小计	**906.38**	-	*	*
4	北京金源诗琴机电设备有限	举升机	566.79	*	*	*
		拆胎机	27.07	*	*	*

序号	主要经销商	主要产品类别	销售收入	平均销售单价	毛利率	剔除促销活动和返利影响后毛利率
	公司	平衡机	13.30	*	*	*
		养护类设备	40.58	*	*	*
		其他	108.32	-	*	*
		小计	**756.07**	-	*	*
5	湖北真信诚工贸有限公司	举升机	386.56	*	*	*
		拆胎机	218.04	*	*	*
		平衡机	47.66	*	*	*
		养护类设备	19.39	*	*	*
		其他	14.12	-	*	*
		小计	**685.77**	-	*	*

剔除促销活动和返利影响后，部分经销商主要产品毛利率较高或较低主要系产品结构差异影响，具体如下：

①公司向铂锐（上海）汽车科技有限公司销售的拆胎机毛利率较高，主要系该客户采购毛利率较高的车载拆胎机占比较大，上述产品占其拆胎机采购的13.71%，其他经销商采购该产品较少。

②公司向北京金源诗琴机电设备有限公司销售的拆胎机、平衡机、养护类设备毛利率较高。拆胎机毛利率较高主要系该客户采购毛利率较高的针对大尺寸轮胎的 PRO 系列拆胎机占比较大，占其拆胎机采购的 81.18%；平衡机毛利率较高主要系该客户采购的均为箱体加大加厚的平衡机，毛利率相对较高；养护类设备毛利率较高主要系该客户采购毛利率较高的双回路冷煤回收加注机占比较大，占其养护类设备采购的 32.35%。

（3）2022 年度

单位：万元、元/套

序号	主要经销商	主要产品类别	销售收入	平均销售单价	毛利率	剔除促销活动和返利影响后毛利率
1	铂锐（上海）汽车科技有限公司	举升机	972.20	*	*	*
		拆胎机	107.95	*	*	*
		平衡机	53.90	*	*	*
		养护类设备	200.92	*	*	*
		其他	70.95	-	*	*

序号	主要经销商	主要产品类别	销售收入	平均销售单价	毛利率	剔除促销活动和返利影响后毛利率
		小计	**1,405.92**	-	*	*
2	南京意中意汽车设备有限公司	举升机	604.01	*	*	*
		拆胎机	86.15	*	*	*
		平衡机	33.16	*	*	*
		养护类设备	159.24	*	*	*
		其他	44.22	-	*	*
		小计	**926.78**	-	*	*
3	深圳市鑫联鑫汽车检测设备有限公司	举升机	468.37	*	*	*
		拆胎机	153.08	*	*	*
		平衡机	41.46	*	*	*
		养护类设备	27.77	*	*	*
		其他	31.80	-	*	*
		小计	**722.48**	-	*	*
4	北京金源诗琴机电设备有限公司	举升机	386.77	*	*	*
		拆胎机	12.15	*	*	*
		平衡机	8.20	*	*	*
		养护类设备	48.83	*	*	*
		其他	96.94	-	*	*
		小计	**552.89**	-	*	*
5	昆明松骋汽修设备有限公司	举升机	302.78	*	*	*
		拆胎机	110.04	*	*	*
		平衡机	35.92	*	*	*
		养护类设备	17.93	*	*	*
		其他	17.27	-	*	*
		小计	**483.93**	-	*	*

剔除促销活动和返利影响后，部分经销商主要产品毛利率较高或较低主要系产品结构差异影响，具体如下：

①公司向南京意中意汽车设备有限公司销售的养护类设备毛利率较高，主要系该客户采购毛利率较高的润滑油加注机占比较大，占其养护类设备采购的39.94%。

②公司向北京金源诗琴机电设备有限公司销售的平衡机毛利率较高，主要系该客户采购的均为箱体加大加厚的平衡机，毛利率相对较高。

4、主要经销商各期进销存情况

报告期各期，公司主要经销商自公司采购的主要产品的进销存情况如下：

单位：套

经销商名称	主要产品类别	2024 年			2023 年			2022 年		
		进	销	存	进	销	存	进	销	存
深圳市鑫联鑫汽车检测设备有限公司	举升机	1164	1177	10	833	833	23	544	578	23
	拆胎机	770	766	23	429	430	19	301	300	20
	平衡机	531	534	13	343	343	16	182	193	16
	养护类设备	826	806	20	836	836	0	403	422	0
	合计	**3291**	**3283**	**66**	**2441**	**2442**	**58**	**1430**	**1493**	**59**
铂锐（上海）汽车科技有限公司	举升机	1240	1210	38	1154	1150	8	1093	1116	4
	拆胎机	278	291	10	260	263	23	173	186	26
	平衡机	280	288	2	223	221	10	173	178	8
	养护类设备	1421	1448	72	1722	1829	99	1668	2108	206
	合计	**3219**	**3237**	**122**	**3359**	**3463**	**140**	**3107**	**3588**	**244**
南京意中意汽车设备有限公司	举升机	705	704	13	840	848	12	688	718	20
	拆胎机	303	300	13	157	167	10	148	158	20
	平衡机	265	266	4	115	133	5	128	127	23
	养护类设备	1667	1631	74	872	949	38	1295	1236	115
	合计	**2940**	**2901**	**104**	**1984**	**2097**	**65**	**2259**	**2239**	**178**
北京金源诗琴机电设备有限公司	举升机	428	428	0	618	618	0	401	401	0
	拆胎机	42	42	0	38	38	0	23	23	0
	平衡机	39	39	0	36	36	0	22	22	0
	养护类设备	265	265	0	245	245	0	311	311	0
	合计	**774**	**774**	**0**	**937**	**937**	**0**	**757**	**757**	**0**
湖北真信诚工贸有限公司	举升机	493	578	30	534	440	115	180	187	21
	拆胎机	504	497	53	476	450	46	262	265	20
	平衡机	298	318	26	267	237	46	165	179	16
	养护类设备	302	247	120	249	227	65	198	208	43
	合计	**1597**	**1640**	**229**	**1526**	**1354**	**272**	**805**	**839**	**100**
昆明松骋汽修设备有限公司	举升机	311	314	32	347	362	35	386	371	50
	拆胎机	215	193	42	195	214	20	258	237	39
	平衡机	147	155	24	158	162	32	184	171	36
	养护类设备	158	162	16	135	164	20	186	202	49
	合计	**831**	**824**	**114**	**835**	**902**	**107**	**1014**	**981**	**174**

注：①上述经销商的主要进销存数据来源于经销商提供的进销存表以及经销商访谈等；②受同一实际控制人控制的客户合并列示。

报告期各期末，北京金源诗琴机电设备有限公司没有库存，主要原因系该

客户订单主要由发行人根据客户要求直接发货至终端用户。

公司主要经销商中，湖北真信诚工贸有限公司 2023 年末和 2024 年末的库存较 2022 年末的库存有所提高，湖北真信诚工贸有限公司和昆明松骋汽修设备有限公司期末库存相对较高。具体分析参见本题“一、（三）结合经销商备货政策、进销存数量、退换货情况、终端销售情况、期末库存以及期后实现销售等情况，说明经销商期末库存较高、库存数量上升的原因及合理性，备货量与备货周期是否与经营规模相匹配，是否存在向经销商压货、期末突击发货的情形”。

5、主要经销商的销售区域与终端客户地区分布相匹配

报告期内，公司主要经销商的销售区域与终端客户地区分布相匹配，具体情况如下：

序号	经销商名称	销售区域/终端客户地区分布
1	深圳市鑫联鑫汽车检测设备有限 公司	主要为广东
2	铂锐（上海）汽车科技有限公司	全国
	沈阳恒兴昌泰汽车科技有限公司	全国
3	南京意中意汽车设备有限公司	全国
4	北京金源诗琴机电设备有限公司	全国
5	湖北真信诚工贸有限公司	主要为湖北
	武汉枫叶通达汽保设备工具有限公司	主要为湖北
6	昆明松骋汽修设备有限公司	主要为云南

注：上述经销商的销售分布区域信息来源于经销商访谈，终端客户所在地区信息来源于公司直接将产品发往经销商终端客户的发货记录、对经销商的访谈及其终端客户穿透核查资料等。

部分经销商的销售区域及终端客户遍布全国，主要系该类经销商主要供应整车厂商（含旗下 4S 店）、油品商等大型客户的全国集采项目，具有合理性。

综上，报告期内，公司主要经销商的销售区域与终端客户地区分布相匹配。

（二）说明与规模较小、参保人数较少的经销商合作背景及原因，经销商向发行人采购与其经营规模是否匹配，是否存在资金体外循环的情形

1、发行人与规模较小、参保人数较少的经销商合作背景及原因，经销商

向发行人采购与其经营规模相匹配

根据网络查询工商年报，报告期内，公司主要经销商中存在注册资本较小、参保人数较少的情况，但根据访谈，主要经销商向发行人采购规模均与其实际经营规模及实际员工人数相匹配。

报告期内，工商年报显示的注册资本小于 200.00 万元或参保人数少于 5 人的主要经销商及合作背景、向发行人采购规模、对外经营规模情况如下：

序号	经销商名称	成立时间	注册资本（万元）	实际员工人数（根据访谈问卷）	参保人数（根据工商年报）	是否存在关联关系	合作年限	合作背景
1	深圳市鑫联鑫汽车检测设备有限公司	2009/12/24	50.00	20 人左右	21 人	否	2010 年	巴兰仕主动推介并达成合作
2	湖北真信诚工贸有限公司	2010/4/6	200.00	7 人	4 人	否	2011 年	巴兰仕主动推介并达成合作
	武汉枫叶通达汽保设备工具有限公司	2016/12/1	100.00	10 人	2 人	否	2016 年	巴兰仕主动推介并达成合作

（续上表）

序号	经销商名称	公司对经销商的经销收入（万元）			经销商年度对外销售规模
		2024 年度	2023 年度	2022 年度	
1	深圳市鑫联鑫汽车检测设备有限公司	1,452.89	975.45	722.48	3,200-3,500 万元
2	湖北真信诚工贸有限公司	207.02	320.04	116.17	约 500 多万元
	武汉枫叶通达汽保设备工具有限公司	427.63	365.73	223.20	约 1,400 多万元

注：上述经销商的实际员工人数信息来源于经销商访谈问卷，参保人数查询信息来源于国家企业信用信息公示系统等网络平台披露的工商年报；经销商的主要经营数据来源于经销商访谈问卷等。

由上表所示，工商年报显示的相关经销商的注册资本或参保人数较少，但根据访谈，该等经销商的实际员工人数多于参保人数，实际对外销售规模高于注册资本，与其向公司采购规模相匹配。

上述经销商的设立时间大多超 10 年，有稳定的销售渠道和客户资源，是当地资深的汽车维保设备销售商之一；公司是国内较早从事汽车维保设备制造的主要企业之一，经过二十年的发展，积累了丰富的汽车维修保养设备开发经验，产品型号较齐全、品质较高、服务水平较好，是目前国内规模较大、品牌知名度较高的汽车维保设备制造商。双方通过参加展会、行业介绍或公司主动上门推介等达成合作，具有较长的合作历史和稳定的合作关系。

根据工商年报，深圳市鑫联鑫汽车检测设备有限公司、湖北真信诚工贸有限公司、武汉枫叶通达汽保设备工具有限公司的注册资本较小，但根据访谈，该等经销商的实际经营规模较大，主要系经销商股东根据实际经营需要持续投入资金，经营规模均大于注册资本。

根据工商年报，湖北真信诚工贸有限公司、武汉枫叶通达汽保设备工具有限公司的参保人数较少，但根据访谈，该等经销商的实际员工人数与其经营规模相匹配。

综上，报告期内，根据工商年报，公司主要经销商中存在注册资本较小、参保人数较少的情况，但根据访谈，主要经销商向发行人采购规模均与其实际经营规模及实际员工人数相匹配。

2、发行人不存在资金体外循环的情形

针对公司是否存在资金体外循环，中介机构实施了以下核查程序：

（1）获取公司经销商名单及销售明细表，查询主要经销商经营范围等相关信息，了解公司与重要经销商的合作历史情况，分析主要产品的销售价格、毛利率差异；

（2）访谈公司报告期内的主要经销商，核查客户基本情况，了解业务真实性、客户业务规模与其向发行人采购规模的匹配性等；

（3）取得了公司及其子公司的银行往来明细账、银行流水，核实公司大额资金往来是否存在重大异常、是否与公司经营活动、资产购置、对外投资等相匹配，核查公司与经销商是否存在非经营性资金往来；

（4）取得了公司的实际控制人及其直系亲属、5%以上股东、董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员以及其他关键岗位人员开立或控制的银行账户（包括报告期内的存续账户及已注销账户）在报告期内的银行流水，核查是否存在与经销商的资金往来。

经核查，公司不存在资金体外循环的情形。

综上，报告期内，公司与规模较小、参保人数较少的经销商合作具有合理性，经销商向发行人采购与其经营规模相匹配，不存在资金体外循环的情形。

（三）结合经销商备货政策、进销存数量、退换货情况、终端销售情况、期末库存以及期后实现销售等情况，说明经销商期末库存较高、库存数量上升的原因及合理性，备货量与备货周期是否与经营规模相匹配，是否存在向经销商压货、期末突击发货的情形

如前所述，公司主要经销商中，湖北真信诚工贸有限公司 2023 年末和 2024 年末的库存较 2022 年末的库存有所提高，湖北真信诚工贸有限公司和昆明松骋汽修设备有限公司期末库存相对较高。

1、经销商备货政策

报告期内，公司经销商根据自身销售渠道、经营规模、资金安排、运输距离、招投标中标情况以及终端客户需求等诸多因素确定备货政策，相关经销商的具体备货政策如下：

经销商名称	备货周期
湖北真信诚工贸有限公司	1-3 个月
昆明松骋汽修设备有限公司	1-2 个月

注：上述经销商的备货周期信息来源于经销商访谈；受同一实际控制人控制的客户合并计算相关指标，具体包括：湖北真信诚工贸有限公司的相关指标包含了武汉枫叶通达汽保设备工具有限公司的相应数据，以下同。

由上表可见，湖北真信诚工贸有限公司备货周期相对较长，主要由于该经销商 2022 年以前零售业务为主，随着自身业务发展，批发业务逐步增长，逐步转变为以批发业务为主的经销商，经销商的批发业务下游客户主要为汽保设备零售店，下游客户单次采购量相对较高，因此，该客户备货周期相对较长。昆明松骋汽修设备有限公司备货周期相对较长，主要由于该经销商地理位置相对偏远，物流时间较长且运费价格较高，为节省运输成本，该客户备货周期相对较长。

2、经销商进销存数量

报告期内，公司相关经销商的主要产品进销存数量参见本题“一、（一）、4、主要经销商各期进销存情况”。

3、经销商退换货情况

报告期内，公司相关经销商的退换货金额、退货率较小，主要系物流损坏、质量问题所致，不存在大额异常退换货情况。具体情况如下：

单位：万元

经销商名称	退换货原因	2024 年度	2023 年度	2022 年度
湖北真信诚工贸有限公司	物流损坏	-	0.68	-
	小计	-	**0.68**	-
	退货率	-	**0.10%**	-
昆明松骋汽修设备有限公司	质量问题	-	-	0.66
	小计	-	-	**0.66**
	退货率	-	-	**0.14%**

4、经销商终端销售情况

（1）相关经销商终端销售基本情况

报告期内，公司经销商直接向汽车 4S 店、修理店等终端用户销售产品，形成零售业务；同时，规模较大的经销商还向其他汽保设备零售商销售产品，形成批发业务。相关经销商具体情况如下：

①湖北真信诚工贸有限公司：2022 年以前主要为零售业务，随着自身业务发展，2022 年起批发业务逐步增长，逐步转变为以批发业务为主的经销商。该经销商主要客户为湖北省内的汽车 4S 店、汽修店等终端用户和汽保设备零售商。

②昆明松骋汽修设备有限公司：报告期内均为零售业务，在云南省内多个城市拥有多家汽保设备零售店，主要客户为云南省内的汽车 4S 店、修理店、汽修学校等。

（2）相关经销商终端销售实现情况

针对经销商终端销售实现情况，中介机构实施的核查程序具体参见本题“三、（一）、2、（3）经销商终端客户访谈及进销存核查”。

经核查，公司相关经销商已实现终端销售。

5、经销商期末库存以及期后实现销售情况

截至 2025 年 2 月 28 日，湖北真信诚工贸有限公司 2024 年末主要产品的期后结转率为 56.33%，昆明松骋汽修设备有限公司 2024 年末主要产品的期后结转率为 70.18%，1 至 2 月春节假期因素对期后销售结转比例产生一定影响，整体销售正常。

6、备货量及备货周期与经营规模相匹配

报告期内各期，公司相关经销商的备货量及备货周期与经营规模对比如下：

单位：套

经销商名称	备货周期	2024 年			2023 年			2022 年		
		期末库存	当期销量	测算的期末库存可用周期	期末库存	当期销量	测算的期末库存可用周期	期末库存	当期销量	测算的期末库存可用周期
湖北真信诚工贸有限公司	1-3 个月	229	1640	1.68	272	1354	2.41	100	839	1.43
昆明松骋汽修设备有限公司	1-2 个月	114	824	1.66	107	902	1.42	174	981	2.13

注：测算的期末库存可用周期=期末库存/当期销售量*当期月份；期末库及当期销量取主要产品举升机、拆胎机、平衡机和养护类设备的合计数。

由上表可见，报告期各期末，湖北真信诚工贸有限公司的库存量分别为 100 套、272 套、229 套；报告期各期，该经销商销售发行人主要产品的数量分别为 839 套、1354 套、1640 套，各期主要产品销量与各期末库存量总体匹配；经测算，该经销商期末库存可用周期分别为 1.43、2.41、1.68，与其备货周期 1-3 个月相匹配。

报告期各期末，昆明松骋汽修设备有限公司的库存量分别为 174 套、107 套、114 套；报告期各期，该经销商销售发行人主要产品的数量分别为 981 套、902 套、824 套，各期主要产品销量与各期末库存量总体匹配；经测算，该经销商期末库存可用周期分别为 2.13、1.42、1.66，与其备货周期 1-2 个月相匹配。

因此，经销商各期主要产品的备货量及备货周期与其经营规模相匹配。

7、经销商期末库存较高、库存数量上升的原因及合理性，公司不存在向经销商压货、期末突击发货的情形

公司主要经销商中，湖北真信诚工贸有限公司 2023 年末和 2024 年末的库存较 2022 年末的库存有所提高，湖北真信诚工贸有限公司和昆明松骋汽修设备有限公司期末库存相对较高。

（1）湖北真信诚工贸有限公司

报告期各期末，湖北真信诚工贸有限公司的主要产品期末库存量分别为 100 套、272 套、229 套，2023 年末和 2024 年末的库存较 2022 年末的库存有所提高，主要由于：①报告期各期，公司对该经销商的经销收入分别为 339.37 万元、685.77 万元、634.65 万元，各期末库存量与该经销商当期采购额变动趋势总体一致。2022 年，受市场需求下滑的影响，该客户减少采购量，期末库存量相对较低；2023 年开始，市场需求恢复，同时该客户自身业务进一步发展，采购量上升，因此，2023 年末和 2024 年末的库存较 2022 年末的库存有所提高。②2022 年以前该经销商以零售业务为主，随着自身业务发展，2022 年起批发业务逐步增长，逐步转变为以批发业务为主的经销商，经销商日常备货也相应增加。因此，该经销商期末库存相对较高，具有合理性。

报告期内各期，湖北真信诚工贸有限公司的退换货金额分别为 0 万元、0.68 万元、0 万元，退换货金额较小且主要系物流损坏所致，不存在大额异常退换货情况；截至 2025 年 2 月 28 日，该经销商主要产品的期后结转率为 56.33%，1 至 2 月春节假期因素对期后销售结转比例产生一定影响，整体销售正常；经测算，该经销商各期末库存可用周期分别为 1.43 个月、2.41 个月、1.68 个月，与其备货周期 1-3 个月相匹配。

综上，报告期内，湖北真信诚工贸有限公司期末库存相对较高、2023 年末和 2024 年末的库存较 2022 年末的库存有所提高，具有合理性，公司不存在向经销商压货、期末突击发货的情形。

（2）昆明松骋汽修设备有限公司

报告期各期末，昆明松骋汽修设备有限公司主要产品期末库存量分别为 174 套、107 套、114 套，期末库存相对较高，主要由于该经销商地理位置相对偏远，物流时间较长且运费价格较高，为节省运输成本，备货周期相对较长，

因此，该客户备货相对较多。

报告期各期，该经销商的退换货金额分别为 0.66 万元、0 万元、0 万元，金额较小且主要系质量问题所致，不存在大额异常退换货情况；截至 2025 年 2 月 28 日，该经销商主要产品的期后结转率为 70.18%，1 至 2 月春节假期因素对期后销售结转比例产生一定影响，整体销售正常；经测算，该经销商各期末库存可用周期分别为 2.13 个月、1.42 个月、1.66 个月，与其备货周期 1-2 个月相匹配。

综上，报告期内，昆明松骋汽修设备有限公司期末库存水平相对较高具有合理性，公司不存在向经销商压货、期末突击发货的情形。

综上所述，报告期内公司个别主要经销商的期末库存相对较高、库存数量有所上升具有合理性，相关经销商的备货量与备货周期与其经营规模相匹配，公司不存在向经销商压货、期末突击发货的情形。

（四）按照交易金额或销售数量说明经销商客户各分层的数量、销售金额占比及报告期内的变化情况，各期新增和减少的经销商数量、销售金额及期末应收账款金额，经销商客户数量大幅波动的原因，新增客户的同类产品售价、结算政策和信用期限是否存在较大差异，是否存在新设即成为发行人主要经销商的情况及合理性

1、经销商客户各分层的数量、销售金额占比及报告期内的变化情况

报告期各期，公司各层经销商的数量总体变动不大，经销收入小于 50 万元的经销商 2022 年及 2023 年数量相对较多，2024 年减少较多，主要由于：部分小规模的经销商受自身经营状况不佳等因素影响，实际采购额不及预期，无法达到经销商返利的最低任务条件，无法享受到返利等经销商政策，从而退出了公司经销商。

报告期各期，公司对各层经销商的经销收入变动不大。报告期内，经销收入 50 万元及以上的经销商产生的经销收入占比在 80%左右，较为稳定。

经销商分层具体情况如下：

项目	分层标准	家数	家数占比	经销收入（万元）	经销收入占比
2024 年度	经销收入≥50 万	75	35.38%	15,756.96	86.08%
	经销收入＜50 万	137	64.62%	2,548.91	13.92%
	合计	**212**	**100.00%**	**18,305.87**	**100.00%**
2023 年度	经销收入≥50 万	66	28.70%	13,428.82	82.51%
	经销收入＜50 万	164	71.30%	2,847.20	17.49%
	合计	**230**	**100.00%**	**16,276.02**	**100.00%**
2022 年度	经销收入≥50 万	49	22.17%	9,187.92	78.26%
	经销收入＜50 万	172	77.83%	2,552.48	21.74%
	合计	**221**	**100.00%**	**11,740.40**	**100.00%**

注：经销商家数按合并口径统计。

2、各期新增和减少的经销商数量、销售金额及期末应收账款金额，经销商客户数量大幅波动的原因

报告期各期，公司经销商客户数量波动较大，主要是经销收入小于 50 万元的小规模经销商增减变动导致，经销收入 50 万元及以上的经销商变动较小。经销收入小于 50 万元的经销商增减变动较大主要由于：一方面，公司面对市场竞争，要进一步完善境内的经销商网络，因此持续开发新经销商；另一方面，小规模的经销商容易受市场和自身因素影响而导致年度经销业绩未达预期，无法达到经销商返利的最低任务条件，无法享受到返利等经销商政策，从而退出了公司经销商。

报告期各期，公司新增和退出经销商的具体情况如下：

项目	分层标准	2024 年度较 2023 年度						
		家数	新增/减少经销收入（万元）	新增/减少收入占比	新增/减少应收账款余额（万元）	新增/减少应收账款占比	新增/减少经销毛利（万元）	新增/减少毛利占比
新增经销商	经销收入≥50 万	9	745.51	0.71%	-	-	125.35	0.42%
	经销收入＜50 万	41	751.74	0.71%	-	-	147.37	0.49%
	合计	**50**	**1,497.25**	**1.42%**	**-**	**-**	**272.72**	**0.90%**
退出经销商	经销收入≥50 万	3	309.80	0.39%	-	-	72.82	0.34%
	经销收入＜50 万	65	605.39	0.76%	-	-	139.62	0.65%
	合计	**68**	**915.19**	**1.15%**	**-**	**-**	**212.44**	**0.99%**
项目	**分层**	**2023 年度较 2022 年度**						
		家数	**新增/减少**	**新增/减**	**新增/减少**	**新增/**	**新增/减少**	**新增/减**

			经销收入（万元）	少收入占比	应收账款余额（万元）	减少应收账款占比	经销毛利（万元）	少毛利占比
新增经销商	经销收入≥50 万	8	1,184.06	1.49%	-	-	144.54	0.67%
	经销收入＜50 万	56	661.27	0.83%	-	-	155.16	0.72%
	合计	**64**	**1,845.33**	**2.32%**	**-**	**-**	**299.70**	**1.40%**
退出经销商	经销收入≥50 万	1	92.51	0.14%	-	-	7.00	0.05%
	经销收入＜50 万	54	357.93	0.56%	7.15	0.14%	101.04	0.67%
	合计	**55**	**450.44**	**0.70%**	**7.15**	**0.14%**	**108.04**	**0.71%**
项目	**分层**	**2022 年度较 2021 年度**						
		家数	**新增/减少经销收入（万元）**	**新增/减少收入占比**	**新增/减少应收账款余额（万元）**	**新增/减少应收账款占比**	**新增/减少经销毛利（万元）**	**新增/减少毛利占比**
新增经销商	经销收入≥50 万	4	256.26	0.40%	-	-	44.39	0.29%
	经销收入＜50 万	36	528.67	0.82%	7.15	0.14%	121.39	0.80%
	合计	**40**	**784.93**	**1.22%**	**7.15**	**0.14%**	**165.78**	**1.09%**
退出经销商	经销收入≥50 万	4	403.65	0.54%	-	-	76.34	0.46%
	经销收入＜50 万	79	559.19	0.75%	-	-	135.75	0.82%
	合计	**83**	**962.85**	**1.29%**	**-**	**-**	**212.09**	**1.28%**

注：①新增经销商是指上期无经销收入且当期有经销收入的经销商，新增经销收入、应收账款余额分别为新增经销商的当期经销收入、当期末应收账款余额，新增收入占比为新增经销商当期经销收入/公司当期收入总额，新增应收账款占比为新增经销商当期末应收账款余额/公司当期末应收账款余额，新增毛利占比为新增经销商当期经销毛利/公司当期毛利总额；②退出经销商是指上期有经销收入且当期无经销收入的经销商，减少经销收入、应收账款余额分别为退出经销商的上期经销收入、上期末应收账款余额，减少收入占比为退出经销商上期经销收入/公司上期收入总额，减少应收账款占比为退出经销商上期末应收账款余额/公司上期末应收账款余额，减少毛利占比为退出经销商上期经销毛利/公司上期毛利总额；③经销商按合并口径统计，即，受同一实际控制人控制的不同经销商承接业务不作为新增或退出经销商。

2022 年，公司退出经销商 83 家，其中经销收入小于 50 万元的经销商 79 家，经销商数量减少较多，主要系受 2022 年市场需求下滑和小规模的经销商自身经营状况不佳等因素影响，部分小规模的经销商当年采购较少。

2024 年，公司退出经销商 68 家，其中经销收入小于 50 万元的经销商 65 家，经销商数量减少较多，主要系受小规模的经销商自身经营状况不佳等因素影响，部分小规模的经销商当年采购较少。

综上，报告期各期，公司经销商客户数量波动较大，主要是经销收入小于50 万元的小规模经销商增减变动较大，主要由于：一方面公司持续开发新经销商，进一步完善经销商网络；另一方面小规模的经销商经销业绩未达预期，无法享受公司的经销商政策，从而退出经销商；公司经销收入 50 万元以上的经销商变动较小。

3、新增经销商的同类产品售价与原有经销商的对比情况

报告期内，公司对新老经销商执行统一标准的产品标准价格、返利政策、市场促销活动政策，经销商根据自身需求自行选择是否参加。由于公司产品型号众多，不同规格产品的价格差异较大，按类别比较无法准确反映新老经销商的价格差异情况，因此，选取报告期内新增经销商累计采购前五大产品型号的单价进行比较，具体如下：

单位：元/套

产品型号	类别	2024 年度	2023 年度	2022 年度
型号 A	新增经销商	5,538.41	5,756.49	6,728.73
	原有经销商	5,565.83	5,840.88	6,539.58
	差异率	**-0.49%**	**-1.44%**	**2.89%**
型号 B	新增经销商	4,719.15	4,814.99	5,186.99
	原有经销商	4,657.65	5,019.36	5,160.20
	差异率	**1.32%**	**-4.07%**	**0.52%**
型号 C	新增经销商	7,125.40	7,589.84	8,365.91
	原有经销商	7,241.77	7,517.48	8,024.25
	差异率	**-1.61%**	**0.96%**	**4.26%**
型号 D	新增经销商	17,690.36	18,844.57	19,566.59
	原有经销商	17,457.88	18,613.67	19,791.17
	差异率	**1.33%**	**1.24%**	**-1.13%**
型号 E	新增经销商	5,594.20	5,784.90	6,406.64
	原有经销商	5,690.59	5,955.61	6,594.72
	差异率	**-1.69%**	**-2.87%**	**-2.85%**

由上表，对于公司报告期内新增经销商累计采购前五大产品型号的单价，新老经销商的差异率较小。

综上，报告期内，公司对新老经销商执行统一的产品标准价格、返利政策、市场促销活动政策，新增经销商的同类产品售价与原有经销商不存在重大差异。

4、新增经销商的结算政策和信用期限与原有经销商不存在较大差异

报告期内，公司对经销商客户的信用政策通常为先款后货。对于部分交易规模较大、长期合作且信用较好的经销商，公司给予一定的信用额度；对于新增经销商，由于合作时间较短，公司通常不授予信用额度。公司对新增经销商的结算政策和信用期限与原有经销商不存在较大差异。

5、新设即成为发行人主要经销商的情况及合理性

报告期内，公司主要经销商的设立时间大多超 10 年，部分经销商成立时间达 20 年，具有资深行业背景，与公司的合作历史较长。报告期内，公司不存在新设即成为主要经销商的情况。

（五）结合各期年度及月度销售返利政策及变化情况，预提的销售返利、实际返利金额及变化情况，说明返利金额与销售收入的匹配性、会计处理合规性，2023 年提高各级年度及月度返利比例的原因，是否存在通过返利折扣政策刺激销售、调节业绩情形

1、各期年度及月度销售返利政策及变化情况

（1）年度返利和月度返利计算方法

公司每年与经销商签订经销商协议，在协议中约定返利具体计算方法和各级经销商的销售或回款任务额，不同的任务额对应不同的年度和月度返利比例。

公司在每年度结束后，根据各经销商销售任务完成情况，按照经销商协议中的签约等级和类别，确定经销商实际年度返利比例，年度返利金额由应计返利的交易额乘实际年度返利比例得出，其中，部分参与市场促销活动产生的交易额不计返利。

公司在每月度结束后，统计各经销商的销售和回款情况，若计入月返任务的回款金额超过经销商协议中约定的金额，则经销商可以获得月度返利，月度返利金额由当月应计返利的回款金额乘月度返利比例得出，其中，部分参与市

场促销活动产生的交易额不计返利。此外，针对部分信用额度较大的经销商，公司根据其向公司采购的情况给与月度返利，月度返利金额由其应计返利的交易额乘月度返利比例得出。

（2）报告期各期具体返利政策

根据公司经销商管理制度，公司每年根据国内市场情况、各类产品推广策略等因素，制定年度返利政策，具体采取年度返利、月度返利等形式。公司每年与经销商签订经销商协议，在协议中约定各经销商的年度销售任务额及对应的年度和月度返利比例。

在报告期内，公司返利政策未发生重大变化，各年度返利政策在各档次标准和返利比例以及其他方面存在部分细节差异，主要是基于国内市场需求的变化和市场竞争，并考虑公司产品价格的适时调整、促进经销商回款等有利于公司发展的有利因素，公司对报告期各期的返利政策进行适当调整，确保返利政策的有效性与适应性。因此，不存在通过返利折扣政策刺激销售、调节业绩情形。

报告期各期，公司经销商主要返利政策（以内销主要品牌“UNITE”为例）如下：

①2022 年度，公司对经销商主要返利政策如下：

单位：万元

级别	年度返利						月度返利	
	任务额				返利比例			
	拆平/定的单线签约任务额（30%）注	举升机的单线签约任务额（60%）	养护类的单线签约任务额（10%）	全线签约总任务额	全线签约年度返利比例	单线签约年度返利比例	月付款金额	月度返利比例
AA 级	≥270	≥540	≥90	≥900	4%	3%	≥50	4%
A 级	≥150	≥300	≥50	≥500	3%	2%	≥30	4%
B 级	≥90	≥180	≥30	≥300	2.50%	1.50%	≥20	3.50%
C 级	≥60	≥120	≥20	≥200	2%	1.50%	≥10	3%
D 级	≥24	≥48	≥8	≥80	1.50%	1%	≥5	2.50%

级别	年度返利						月度返利	
	任务额				返利比例		月付款金额	月度返利比例
	拆平/定的单线签约任务额（30%）注	举升机的单线签约任务额（60%）	养护类的单线签约任务额（10%）	全线签约总任务额	全线签约年度返利比例	单线签约年度返利比例		
E 级	≥9	≥18	≥3	≥30	1%	1%	≥2	1.50%

注：拆平/定指的是拆胎机、平衡机、四轮定位仪，下同。

全线签约的客户若完成合同总任务额，在完成拆胎机、平衡机、四轮定位仪和养护类任务额之和的情况下，享受全线年度返利；除此之外，各产品线享受实际完成金额对应档位的单线年度返利。

若客户未完成合同总任务额，在完成拆胎机、平衡机、四轮定位仪和养护类任务额之和占总任务额的比例≥40%的情况下，享受拆胎机、平衡机、四轮定位仪和养护类实际完成任务金额之和对应档位全线年度返利；除此之外，按实际完成金额对应档位再降一档标准享受全线（单线）年度返利。

②2023 年度，公司对经销商主要返利政策如下：

单位：万元

级别	年度返利						月度返利	
	任务额				返利比例		月付款金额	月度返利比例
	拆平/定的单线签约任务额（30%）	举升机的单线签约任务额（60%）	养护类的单线签约任务额（10%）	全线签约总任务额	全线签约年度返利比例	单线签约年度返利比例		
AA 级	≥300	≥600	≥100	≥1000	4%	1.50%	≥90	5%-13%
A 级	≥150	≥300	≥50	≥500	3.50%	1.50%	≥45	4%-12%
B 级	≥90	≥180	≥30	≥300	3%	1.50%	≥27	4%-11%
C 级	≥60	≥120	≥20	≥200	2.50%	1%	≥18	4%-10%
D 级	≥24	≥48	≥8	≥80	2%	1%	≥7	3.5%-9%
E 级	≥9	≥18	≥3	≥30	2%	1%	≥3	2%-8%

全线签约的客户若完成合同总任务额，在完成拆胎机、平衡机、四轮定位仪及养护类设备的任务额之和占总任务额的比例≥38%的情况下，享受全线年

度返利；除此之外，各产品线享受实际完成金额对应档位的单线年度返利。单线签约的客户若完成合同任务额，享受单线年度返利。

月度返利具体比例由公司定期根据市场情况等具体确定。

③2024 年度，公司对经销商主要返利政策如下：

单位：万元

级别	年度返利						月度返利	
	任务额				返利比例		月付款金额	月度返利比例
	拆平/定的单线签约任务额（30%）	举升机的单线签约任务额（60%）	养护类的单线签约任务额（10%）	全线签约总任务额	全线签约年度返利比例	单线签约年度返利比例		
AA 级	≥300	≥600	≥100	≥1000	4%	1.50%	≥90	5%-13%
A 级	≥150	≥300	≥50	≥500	3.50%	1.50%	≥45	4%-12%
B 级	≥90	≥180	≥30	≥300	3%	1.50%	≥27	4%-11%
C 级	≥60	≥120	≥20	≥200	2.50%	1%	≥18	4%-10%
D 级	≥24	≥48	≥8	≥80	2%	1%	≥7	3.5%-9%
E 级	≥9	≥18	≥3	≥30	2%	1%	≥3	2%-8%

全线或单线签约的客户若完成合同任务额，享受全线或单线年度返利。

月度返利具体比例由公司定期根据市场情况等具体确定。

经销商年度销售额较上年度增长 30%以上的，超额部分在正常返利比例基础上额外奖励 1%。

2、预提的销售返利、实际返利金额及变化情况，返利金额与销售收入的匹配性

公司预提的销售返利、实际返利金额及变化情况，与销售收入的匹配情况如下：

单位：万元

项目	序号	2024 年	2023 年	2022 年
返利预提金额	A	682.20	454.11	189.60
支付返利金额注	B	117.69	450.47	181.72

项目	序号	2024 年	2023 年	2022 年
差异	C=A-B	564.51	3.63	7.88
境内经销收入	D	18,305.87	16,276.02	11,740.40
返利预提金额占境内经销收入比	E=A/D	3.73%	2.79%	1.61%

注：返利支付金额为根据当期收入及返利政策计算并在当期或下期支付的返利，返利支付金额统计至 2025 年 2 月 28 日。

报告期各期，公司返利计提金额分别为 189.60 万元、454.11 万元和 682.20 万元，占境内经销收入比分别为 1.61%、2.79%和 3.73%，报告期内的返利计提金额与经销收入相匹配。返利预提金额占境内经销收入比逐年上升的主要原因系受市场需求上升的影响，各经销商销售任务完成率逐年上升。

3、会计处理合规性

（1）公司销售返利会计核算方式

公司在资产负债表日根据销售返利政策计提返利，冲减当期收入，同时计入合同负债；在经销商使用返利时，相应冲减合同负债和应收账款。

（2）公司返利会计处理符合《企业会计准则》和《监管规则适用指引——会计类第 2 号》的相关规定

《企业会计准则第 14 号——收入》第三十五条规定：“对于附有客户额外购买选择权的销售，企业应当评估该选择权是否向客户提供了一项重大权利，企业提供重大权利的，应当作为单项履约义务，按照本准则第二十条至第二十四条规定将交易价格分摊至该履约义务，在客户未来行使购买选择权取得相关商品控制权时，或者该选择权失效时，确认相应的收入，客户额外购买选择权的单独售价无法直接观察的，企业应当综合考虑客户行使和不行使该选择权所能获得的折扣的差异、客户行使该选择权的可能性等全部相关信息后，予以合理估计。”

根据《监管规则适用指引——会计类第 2 号》规定：“对基于客户采购情况等给予的现金返利，企业应当按照可变对价原则进行会计处理；对基于客户一定采购数量的实物返利或仅适用于未来采购的价格折扣，企业应当按照附有

额外购买选择权的销售进行会计处理，评估该返利是否构成一项重大权利，以确定是否将其作为单项履约义务并分摊交易对价。”

根据公司与客户签订的关于返利合同条款，对于给予客户的返利，均在达到协议所约定的内容后，客户才取得额外购买权，以价格折让的形式用于后续和客户的购销业务中，公司认为该选择权向客户提供了一项重大权利，针对该项重大权利，公司作为单项履约义务，按照交易价格分摊的相关原则，将交易价格分摊至该履约义务。

综上所述，公司对销售返利的会计处理符合《企业会计准则》和《监管规则适用指引——会计类第 2 号》有关销售返利会计处理的相关规定，会计处理正确，具有合规性。

4、2023 年提高各级年度及月度返利比例的原因，是否存在通过返利折扣政策刺激销售、调节业绩情形

（1）2023 年提高各级年度及月度返利比例的原因

2023 年，为有效应对国内市场需求的变化，增强公司在国内市场的竞争力与市场地位，并考虑公司产品价格的适时调整、促进经销商回款等有利于公司发展的有利因素，公司对返利政策进行适当调整。具体而言，公司提高了“全线签约年度返利”比例，同时降低了“单线签约年度返利”比例，这一举措旨在引导经销商更加注重全线产品的均衡发展，鼓励经销商全面推广公司的各类产品，促进各类产品的同步发展。

（2）是否存在通过返利折扣政策刺激销售、调节业绩情形

公司不存在通过返利折扣政策刺激销售、调节业绩情形，原因如下：

①报告期内，公司对经销商主要采取款到发货的信用政策，仅给予少量信用额度，并未放宽信用政策。经销商订购货物需立即支付货款，承担资金占用成本和库存成本，因此经销商为了返利政策大量囤积货物的可能性较低。

②报告期内，公司返利政策未发生重大变化，各年度返利政策在各档次标准和返利比例以及其他方面存在部分细节差异，主要是基于国内市场需求的变

化和市场竞争，并考虑公司产品价格的适时调整、促进经销商回款等有利于公司发展的有利因素，公司对报告期各期的返利政策进行适当调整，确保返利政策的有效性与适应性。2023 年返利政策较 2022 年变化，主要系公司提高了“全线签约年度返利”比例，同时降低了“单线签约年度返利”比例，这一举措旨在引导经销商更加注重全线产品的均衡发展，鼓励经销商全面推广公司的各类产品，促进各类产品的同步发展。2024 年度计提返利金额较 2023 年度增加 228.09 万元，2023 年度计提返利金额较 2022 年度增加 264.51 万元，返利变动金额较小，2023 年度和 2024 年度收入增长主要受市场需求增长带动。因此，报告期内返利政策变化具有合理性。

综上所述，公司不存在通过返利政策刺激销售、调节业绩的情形。

二、关联经销商销售公允性。根据申请文件，①发行人关联方铂锐（上海）汽车科技有限公司、发行人自然人股东控制的南京意中意汽车设备有限公司为发行人主要经销商。②发行人各期经销毛利率分别为 18.57%、19.45%、18.92%和 19.99%，铂锐（上海）汽车科技有限公司的销售毛利率自 2021 年的 15.40%上升至 2023 年的 25.04%。③南京意中意汽车设备有限公司 2023 年销售收入集中在年底，11-12 月收入占比达 49.15%，12 月 29 日当天确认的收入占比达 30.51%。请发行人：①说明报告期内向关联方销售规模大幅下降的原因，向铂锐（上海）汽车科技有限公司销售收入下降而毛利率持续上升、且毛利率增幅快于其他经销商平均毛利率增幅的原因及合理性。②说明关联经销商与非关联经销商各类产品销售价格、毛利率是否存在显著差异，结合各期发行人向经销客户与直销客户销售的同类产品销售金额、单价、毛利率等情况，说明经销产品定价是否公允，经销毛利率与同行业可比公司是否存在较大差异。③结合经销商采购的季度分布情况，说明南京意中意汽车设备有限公司 2023 年集中在年底验收并确认收入的原因及合理性，是否存在突击销售的情形，相关交易是否真实。

（一）说明报告期内向关联方销售规模大幅下降的原因，向铂锐（上海）汽车科技有限公司销售收入下降而毛利率持续上升、且毛利率增幅快于其他经销商平均毛利率增幅的原因及合理性

1、报告期内向关联方销售规模大幅下降的原因

2021 年度至 2024 年度，发行人向关联方销售具体情况如下：

单位：万元

关联方名称	交易内容	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2021 年度
铂锐（上海）汽车科技有限公司注 1	销售汽车维修设备	1,617.45	1,447.82	1,406.39	2,102.58
昆明松骋汽修设备有限公司	销售汽车维修设备	447.53	425.19	483.93	573.88
黑龙江润源汽车设备有限公司	销售汽车维修设备	216.17	107.02	67.60	89.88
北京恒泰英杰科贸有限责任公司注 2	销售汽车维修设备	-	-	-	16.92
合计		**2,281.16**	**1,980.04**	**1,957.92**	**2,783.27**

注 1：受同一实际控制人控制的客户合并列示其销售额，向铂锐（上海）汽车科技有限公司的销售收入包含了对铂锐（上海）汽车科技有限公司、沈阳恒兴昌泰汽车科技有限公司、鞍山恒兴昌泰汽车保修设备有限公司和大连恒兴昌泰汽车科技有限公司的销售收入。

注 2：北京恒泰英杰科贸有限责任公司为发行人 5%以上股东陈健鹏曾持股 80%的公司，已于 2020 年 12 月 9 日对外转让所持股权，因此 2021 年该公司与发行人的交易视为关联交易进行披露，2022 年及以后与发行人的交易不再视为关联交易。

2021 年度、2022 年度、2023 年度和 2024 年度，公司关联销售金额分别为 2,783.27 万元、1,957.92 万元、1,980.04 万元和 2,281.16 万元，2022 年关联销售规模较 2021 年下降较多的原因主要系发行人向关联方铂锐（上海）汽车科技有限公司（以下简称“铂锐汽车”，含其同一控制下的沈阳恒兴昌泰汽车科技有限公司、鞍山恒兴昌泰汽车保修设备有限公司和大连恒兴昌泰汽车科技有限公司，下同）销售收入下降所致。2021 年度、2022 年度、2023 年度和 2024 年度，发行人向铂锐汽车销售金额分别为 2,102.58 万元、1,406.39 万元、1,447.82 万元和 1,617.45 万元，2022 年较 2021 年公司向铂锐汽车销售收入下降较多主要系一方面，受国内市场需求影响，其下游客户订单减少；另一方面，与其合作的集中采购的油品类主要客户变动，导致相应的订单减少。2023 年度，公司向铂锐汽车销售收入与上年相比变动较小。2024 年度，公司向铂锐汽车的销售收入与上年相比增加，主要系其合作的整车厂商（含旗下 4S 店）客户需求增加。

综上所述，报告期内发行人关联交易规模降低具有合理性。

2、向铂锐（上海）汽车科技有限公司销售收入下降而毛利率持续上升、且毛利率增幅快于其他经销商平均毛利率增幅的原因及合理性

铂锐汽车的下游客户与其他大多数经销商的下游存在差异。铂锐汽车的客户大多为全国范围内的整车厂商（含旗下 4S 店）、油品企业等大型客户，其业务较多为整车厂商等客户的汽保设备集中采购项目，铂锐汽车主要根据客户集中采购项目要求的型号、数量和其他需求等向发行人采购产品，公司统一的市场促销活动无法满足整车厂商等客户的集中采购项目的个性化需求，该类采购也就无法享受公司市场促销活动相关折扣。巴兰仕其他经销商的客户大多为经销商周边零散的汽修店，个性化需求较少，对价格敏感性较高，从而参与发行人市场促销活动相对较多。

铂锐汽车参与发行人市场促销活动的程度与其他大多数经销商不同。发行人每年不定时对经销客户统一进行市场促销活动，活动形式大多为多个特定型号的产品打包销售并给与不同程度的价格折扣。受国内市场竞争环境的影响，发行人报告期内市场促销活动越来越多。铂锐汽车由于其大部分供应全国整车厂商（含旗下 4S 店）集中采购项目，需要按照整车厂商集中采购项目要求的型号配置、数量等具体需求向发行人采购，因此发行人面向经销商的统一市场促销活动不能满足铂锐汽车该类项目的需求，参加发行人市场促销活动较少。发行人其他大多数经销商个性化需求较少，由于其业务特点，参加发行人市场促销活动较多。

（1）收入下降原因

2022 年度，公司向铂锐汽车销售收入下降较多主要系一方面，受国内市场需求影响，其下游客户订单减少；另一方面，与其合作的集中采购的油品类主要客户变动，导致相应的订单减少。

（2）毛利率上升原因

报告期内，公司向铂锐汽车销售毛利率分别为 20.69%、25.04%和 30.83%，逐年上升主要原因系：①原材料成本：受主要原材料钢材价格下降的影响，主要产品成本下降，导致产品毛利率上升；②人工和制造费用成本：2023 年度和 2024 年度，公司主要产品产量提升较大，产品单位人工和制造费用成本下降，导致毛利率上升。钢材价格变动和产量变动对毛利率的影响具体分析详见“问

题 8、一、（二）、1、（2）钢材采购价格变化对主要产品毛利率的影响和（3）产量变动对主要产品毛利率的影响”。

（3）毛利率增幅快于其他经销商平均毛利率增幅原因

报告期内，公司对铂锐汽车销售毛利率分别为 20.69%、25.04%和 30.83%，对其他经销商的销售毛利率分别为 19.29%、18.33%和 19.29%，铂锐汽车与其他内销经销商毛利率变动趋势不一致，主要原因系返利比例、参加市场促销活动的程度不同和采购产品结构存在差异，对铂锐汽车和其他经销商毛利率关于返利、市场促销活动和产品结构三个因素影响的量化情况如下：

期间	项目	毛利率	返利对毛利率的影响注1	市场促销活动对毛利率的影响注2	产品结构对毛利率的影响注3	剔除返利、市场促销活动和产品结构影响后毛利率
2024 年度	铂锐汽车	30.83%	*	*	-	*
	其他经销商	19.29%	*	*	*	*
	差异	11.54%				*
2023 年度	铂锐汽车	25.04%	*	*	-	*
	其他经销商	18.33%	*	*	*	*
	差异	6.71%				*
2022 年度	铂锐汽车	20.69%	*	*	-	*
	其他经销商	19.29%	*	*	*	*
	差异	1.40%				*

注 1：返利对毛利率的影响=（销售收入+计提返利-销售成本）/（销售收入+计提返利）-原毛利率；

注 2：市场促销活动对毛利率的影响=（销售收入+计提返利+市场促销活动优惠金额-销售成本）/（销售收入+计提返利+市场促销活动优惠金额）-剔除返利影响后的毛利率；

注 3、其他经销商产品结构对毛利率的影响计算方法为：在收入和毛利率剔除返利和市场促销活动影响的基础上，假设其他经销商每个型号产品的销售占比与铂锐汽车完全一致，根据其他经销商每个型号产品的毛利率以及铂锐汽车对应型号产品的销售占比，模拟测算其他经销商的毛利率。其他经销商产品结构对毛利率的影响=按前述方法模拟测算的毛利率-剔除返利和市场促销活动影响后的毛利率。

由上表可见，报告期内，剔除返利、市场促销活动和产品结构影响后，铂

锐汽车和其他经销商毛利率差异较小。

报告期内，铂锐汽车毛利率高于内销经销商整体毛利率，主要由于铂锐汽车参加发行人的市场促销活动相对较少，其他经销商参加发行人市场促销活动相对较多，双方参加市场促销活动的程度不同，对毛利率的影响程度不同。报告期内，铂锐汽车参加市场促销活动使各期毛利率下降分别为*、*和*，其他经销商参加市场促销活动使各期毛利率下降分别为*、*和*。受国内市场竞争环境等影响，公司从 2022 年开始增加了市场促销活动，市场促销活动大多为买满一定数量或金额的特定产品型号组合后赠送某产品或享受一定折扣，因此，参加市场促销活动较多的经销商毛利率较低。报告期内，铂锐汽车参加市场活动较少，铂锐汽车参加市场促销活动的收入占比分别为 11.82%、27.31%和 16.31%，主要原因系：铂锐汽车下游客户中整车厂商（含旗下 4S 店）、油品企业等集中采购项目相对较多，铂锐汽车大多根据下游客户要求的型号、数量和其他需求等向发行人采购产品，公司统一的市场促销活动无法满足该类集中采购项目需求。报告期内，其他经销商参加市场促销活动较多，其他经销商参加市场促销活动的收入占比分别为 72.42%、90.91%和 92.50%，主要由于其他经销商的客户主要为周边零散的汽修店，个性化需求较少。

2023 年度和 2024 年度，产品结构对铂锐汽车和其他经销商毛利率差异的影响分别为*、*，主要由于下游客户需要的产品品类、具体产品型号存在差异。

综上，报告期内公司对铂锐汽车收入下降毛利率却提升，以及毛利率增幅快于其他经销商平均毛利率增幅具有合理性。

（二）说明关联经销商与非关联经销商各类产品销售价格、毛利率是否存在显著差异，结合各期发行人向经销客户与直销客户销售的同类产品销售金额、单价、毛利率等情况，说明经销产品定价是否公允，经销毛利率与同行业可比公司是否存在较大差异

1、关联经销商与非关联经销商各类产品销售价格、毛利率是否存在显著差异

（1）向关联经销商与非关联经销商销售各类产品价格不存在重大差异

报告期内，发行人面向经销商制定统一的产品标准价格，向关联经销商与非关联经销商销售同型号产品销售价格不存在重大差异。

（2）向关联经销商与非关联经销商销售各类产品毛利率差异分析

报告期内，发行人面向经销商制定统一的产品标准价格、返利政策、市场促销活动政策，关联经销商与非关联经销商各类产品的毛利率受返利比例、参加市场促销活动的程度不同和采购产品结构差异等因素影响而存在差异，剔除上述因素后，毛利率不存在重大差异。

公司统一的返利政策系根据客户年度采购额、月度采购额以及回款情况的不同，给予不同的年度返利、月度返利等比例，根据经销商实现的采购和回款情况计算最终返利金额。关联经销商返利占收入的比例高于非关联经销商，主要系铂锐汽车和昆明松骋汽修设备有限公司年度采购金额较大，按公司统一的返利政策享受的返利比例较高，关联方实际享受的返利比例符合公司统一的返利政策。

公司统一的市场促销活动系公司每年不定期根据市场情况等因素开展临时市场促销活动，例如买满一定数量或金额的特定产品型号组合后赠送某产品或享受一定折扣，经销商根据其下游客户需求特点、自身资金状况等自主选择是否参与。关联经销商参与市场促销活动较少，主要由于公司部分关联经销商采购的产品较多根据承接的整车厂商（含旗下 4S 店）、油品企业等集中采购项目要求的型号、数量和其他需求等向发行人采购产品，非关联经销商参加市场促销活动较多，主要由于大多数非关联经销商下游客户主要为周边零散的汽修店，个性化需求较少。

此外，少数情况下，在经销商遇到整车厂商（含旗下 4S 店）、大型油品企业、大型品牌连锁维修店等集中采购项目招投标或开发其他对公司具有重要作用的大客户时，经销商可能会申请价格优惠，公司从战略发展的角度进行评估和审批后给予一定的价格优惠。

① 2022 年度

2022 年度，公司关联经销商毛利率与非关联经销商毛利率差异主要由于双方参加市场促销活动的程度不同，关联经销商的毛利率整体高于非关联经销商，主要由于关联经销商参加市场促销活动相对较少。返利比例和市场促销活动对

毛利率的影响测算如下：

产品类别	项目	毛利率	返利对毛利率的影响	市场促销活动对毛利率的影响	剔除返利和市场促销活动后毛利率
举升机	关联方	16.72%	3.42%	2.99%	23.13%
	非关联方	15.78%	1.13%	6.11%	23.02%
	差异	0.95%			0.11%
拆胎机	关联方	20.87%	2.14%	4.68%	27.69%
	非关联方	18.21%	0.78%	8.69%	27.68%
	差异	2.66%			0.01%
平衡机	关联方	41.16%	1.74%	3.15%	46.05%
	非关联方	37.03%	0.61%	6.90%	44.54%
	差异	4.13%			1.51%
养护类设备	关联方	23.82%	2.06%	4.50%	30.39%
	非关联方	22.78%	1.21%	6.57%	30.57%
	差异	1.05%			-0.18%

由上表可见，2022 年度，公司向关联经销商与非关联经销商销售各类主要产品剔除返利和市场促销活动后的毛利率差异较小。

② 2023 年度

2023 年度，公司关联经销商毛利率与非关联经销商毛利率差异主要由于双方参加市场促销活动的程度、采购产品结构不同，关联经销商的毛利率整体高于非关联经销商，主要由于关联经销商参加市场促销活动相对较少，同时采购的具体产品型号与非关联方存在差异。返利比例、市场促销活动和产品结构对毛利率的影响测算如下：

产品类别	项目	毛利率	返利对毛利率的影响	市场促销活动对毛利率的影响	产品结构对毛利率的影响	剔除返利、市场促销活动和产品结构影响后毛利率注
举升机	关联方	22.19%	6.43%	3.61%	-	32.23%
	非关联方	17.15%	1.78%	10.15%	2.17%	31.25%
	差异	5.04%				0.98%
拆胎机	关联方	26.60%	2.48%	5.21%	-	34.29%

	非关联方	13.95%	1.86%	11.02%	6.55%	33.38%
	差异	12.65%				0.90%
平衡机	关联方	44.94%	1.82%	4.39%	-	51.15%
	非关联方	35.86%	1.40%	9.26%	4.23%	50.74%
	差异	9.09%				0.41%
养护类设备	关联方	15.79%	2.53%	9.54%	-	27.86%
	非关联方	21.97%	1.63%	6.84%	-1.91%	28.54%
	差异	-6.18%				-0.68%

注：非关联经销商产品结构对毛利率的影响计算方法为：在收入和毛利率剔除返利和市场促销活动影响的基础上，假设非关联经销商每个型号产品的销售占比与关联经销商完全一致，根据非关联经销商每个型号产品的毛利率以及关联经销商对应型号产品的销售占比，模拟测算非关联经销商的毛利率。非关联经销商产品结构对毛利率的影响=按前述方法模拟测算的毛利率-剔除返利和市场促销活动影响后的毛利率。下同。

由上表可见，2023 年度，公司向关联经销商与非关联经销商销售各类主要产品剔除返利、市场促销活动和产品结构影响后的毛利率差异较小。

③ 2024 年度

2024 年度，公司关联经销商毛利率与非关联经销商毛利率差异主要由于双方参加市场促销活动的程度、采购产品结构不同，关联经销商的毛利率整体高于非关联经销商，主要由于关联经销商参加市场促销活动相对较少，同时采购的具体产品型号与非关联方存在差异。返利比例、市场促销活动和产品结构对毛利率的影响测算如下：

产品类别	项目	毛利率	返利对毛利率的影响	市场促销活动对毛利率的影响	产品结构对毛利率的影响	剔除返利、市场促销活动和产品结构影响后毛利率
举升机	关联方	27.10%	8.05%	2.97%	-	38.12%
	非关联方	18.88%	2.12%	11.91%	5.27%	38.18%
	差异	-8.22%				0.06%
拆胎机	关联方	28.29%	3.76%	5.75%	-	37.79%
	非关联方	15.26%	2.22%	12.76%	7.33%	37.58%
	差异	-13.02%				-0.22%
平衡机	关联方	38.84%	2.89%	10.66%	-	52.38%
	非关联方	34.61%	1.73%	12.20%	3.99%	52.53%

	差异	-4.22%				0.15%
养护类设备	关联方	23.75%	5.07%	4.44%	-	33.27%
	非关联方	14.34%	2.21%	14.82%	1.76%	33.14%
	差异	-9.40%				-0.13%

由上表可见，2024 年度，公司向关联经销商与非关联经销商销售各类主要产品剔除返利、市场促销活动和产品结构影响后的毛利率差异较小。

综上所述，报告期内，公司对关联经销商和非关联经销商的销售价格不存在重大差异，公司对关联经销商和非关联经销商的销售毛利率受返利比例、参加市场促销活动的程度不同和采购产品结构差异等因素影响而存在差异，剔除上述因素后，毛利率不存在重大差异。

2、结合各期发行人向经销客户与直销客户销售的同类产品销售金额、单价、毛利率等情况，说明经销产品定价是否公允

报告期内，公司内销以经销为主，公司内销各期经销、直销下销售主要产品类型、金额、单价及毛利率的差异情况如下：

单位：万元、元/套

期间	产品类型	经销			直销		
		金额	单价	毛利率	金额	单价	毛利率
2024 年度	举升机	10,417.99	7,849.01	20.07%	2,945.59	7,006.63	12.54%
	拆胎机	4,117.66	5,182.71	16.43%	1,517.55	3,550.66	23.46%
	平衡机	1,381.27	2,027.41	35.00%	582.19	2,664.48	50.59%
	养护类设备	1,024.24	842.37	16.14%	684.68	2,992.49	31.85%
2023 年度	举升机	9,686.21	8,057.07	17.82%	950.16	6,996.74	13.13%
	拆胎机	3,518.72	5,285.74	14.93%	1,010.24	3,763.94	20.39%
	平衡机	1,130.28	2,124.20	36.63%	387.69	2,842.29	48.11%
	养护类设备	991.72	927.27	20.71%	494.85	2,222.03	34.07%
2022 年度	举升机	6,726.66	8,877.73	15.96%	681.42	8,016.71	18.41%
	拆胎机	2,475.25	5,282.22	18.46%	1,319.87	3,665.27	18.08%
	平衡机	810.38	2,323.32	37.53%	432.05	2,683.53	47.57%
	养护类设备	1,057.05	1,038.26	23.00%	420.19	1,261.08	38.86%

报告期内，公司经销毛利率大多低于直销毛利率，平衡机和养护类设备的经销价格低于直销价格，主要原因系：（1）直销模式下的中间流通环节相对更少，从而导致各类产品直销模式下的毛利率普遍较高，产品型号结构差异及其他因素影响不大的情况下，直销价格较高；（2）经销模式下，产品到达最终用户的流通环节多，经销商需承担扩展市场、推广产品以及相应的售前、售后技术服务等责任，公司还会根据经销协议给予一定的返利，因此，对于直销模式，经销模式下产品销售毛利率相对较低，产品型号结构差异及其他因素影响不大的情况下，经销价格较低。

报告期各期，部分产品个别年度的经销毛利率高于直销毛利率，举升机、拆胎机的直销价格和经销价格均有所差异，主要原因系：各类产品的规格型号众多，不同规格型号产品的单价和毛利率不同，直销、经销模式下客户需求不同导致销售的具体产品不同，从而导致同一类产品的平均单价及综合毛利率存在差异。对于部分产品个别年度的经销毛利率高于直销毛利率，举升机、拆胎机的直销价格经销价格均有所差异，进一步分析如下：

（1）向经销客户与直销客户销售的同类产品销售单价差异分析

①举升机

报告期内，公司内销经销举升机平均单价分别为 8,877.73 元/套、8,057.07 元/套和 7,849.01 元/套，公司内销直销举升机平均单价分别为 8,016.71 元/套、6,996.74 元/套和 7,006.63 元/套，公司内销经销举升机平均单价相比直销较高，上述差异主要由于双方采购的细分产品型号存在差异。双方采购产品差异中影响较大的双柱举升机及其平均单价、双方的采购占比情况如下：

单位：元/套

期间	主要差异型号的平均单价	该品类的整体内销平均单价	经销客户采购该品类中主要差异型号的占比	直销客户采购采购该品类中主要差异型号的占比
2024 年度	5,961.70	7,646.38	48.72%	79.92%
2023 年度	5,939.76	7,949.45	47.95%	68.52%
2022 年度	6,607.94	8,790.88	44.14%	51.14%

由上表可见，报告期内，双柱举升机平均单价低于举升机的内销平均单价，经销客户采购较少，直销客户采购较多，导致公司向经销客户销售的举升机平

均单价高于直销客户。

②拆胎机

报告期内，公司内销经销拆胎机平均单价分别为 5,282.22 元/套、5,285.74 元/套和 5,182.71 元/套，公司内销直销拆胎机平均单价分别为 3,665.27 元/套、3,763.94 元/套和 3,550.66 元/套，公司内销经销拆胎机平均单价相比直销较高，上述差异主要由于双方采购的细分产品型号存在差异。双方采购产品差异中影响较大的型号 F 及其平均单价、双方的采购占比情况如下：

单位：元/套

期间	主要差异型号的平均单价	该品类的整体内销平均单价	经销客户采购该品类中主要差异型号的占比	直销客户采购采购该品类中主要差异型号的占比
2024 年度	2,678.92	4,611.84	0%	33.33%
2023 年度	2,729.06	4,848.47	0%	27.01%
2022 年度	2,868.90	4,579.60	0%	36.21%

由上表可见，报告期内，型号 F 系列平均单价低于拆胎机的内销平均单价，经销客户未采购，直销客户采购较多，导致公司向经销客户销售的举升机平均单价高于直销客户。

（2）向经销客户与直销客户销售的同类产品毛利率差异分析

①举升机

2023 年度和 2024 年度，公司内销客户举升机经销毛利率分别为 17.82%和 20.07%，直销毛利率分别为 13.13%和 12.54%，公司举升机直销毛利率低于经销毛利率，主要系公司中标项目 A，直销业务中双柱举升机占比进一步增加，并且出于公司业务长远发展的考虑，降低了中标型号举升机的销售价格。2023 年度和 2024 年度，项目 A 举升机占直销举升机收入的比例分别为 40.96%和 48.24%，项目 A 举升机毛利率分别为*和*。

②拆胎机

2022 年度，公司拆胎机直销毛利率 18.08%低于经销毛利率 18.46%，主要系主要直销客户 A 拆胎机采购量与上年相比增加，公司综合考虑客户 A 的采购

规模、市场地位以及未来合作空间，销售给客户 A 的拆胎机主要型号产品价格相对较优惠。

综上所述，发行人向内销经销客户与直销客户销售的同类产品销售单价、毛利率差异主要由于销售的产品结构不同导致，直销和经销客户要求不同、市场需求特点不同，公司经销、直销模式下的毛利率差异具有合理性，经销产品定价公允。

3、经销毛利率与同行业可比公司是否存在较大差异

公司可比公司常润股份、高昌机电均未披露经销毛利率，遂选取专用设备制造行业与发行人产品均属于钢制设备和业务模式相似的且披露了经销毛利率的公司进行比较，具体情况如下：

公司名称	主要产品	2024 年度	2023 年度	2022 年度
志高机械	钻机、螺杆机及相关配件	未披露	22.30%	19.36%
发行人	汽车维修保养设备	20.31%	18.92%	19.45%

由上表可见，发行人与志高机械相比经销毛利率差异不大。公司经销毛利率与专用设备制造行业公司经销毛利率差异不大。

（三）结合经销商采购的季度分布情况，说明南京意中意汽车设备有限公司 2023 年集中在年底验收并确认收入的原因及合理性，是否存在突击销售的情形，相关交易是否真实

报告期内，经销商采购的季度分布情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	3,557.66	19.43%	3,301.33	20.28%	2,028.51	17.28%
第二季度	5,330.06	29.12%	4,171.76	25.63%	3,231.55	27.53%
第三季度	4,530.10	24.75%	4,054.22	24.91%	3,456.61	29.44%
第四季度	4,888.05	26.70%	4,748.72	29.18%	3,023.74	25.75%
合计	**18,305.87**	**100.00%**	**16,276.02**	**100.00%**	**11,740.40**	**100.00%**

由上表可见，发行人经销商采购第一季度受春节休假影响与其他季度相比

较低，第二、第三和第四季度分布较为均衡。

报告期内，南京意中意汽车设备有限公司向发行人采购金额分别为 926.78 万元、906.38 万元和 1,096.75 万元。2023 年南京意中意汽车设备有限公司第四季度采购额 466.99 万元，占全年采购额的比例为 51.52%，主要系其中标理想汽车 4S 店集中采购项目，于 2023 年 9 月 22 日签订采购框架合同，合同约定交货时间为订单生效之日起 4 周，南京意中意汽车设备有限公司 10 月起陆续收到各地理想 4S 店的订单，根据其具体需求在 11 月开始陆续交付设备。南京意中意汽车设备有限公司向发行人的采购中，11 月和 12 月属于供应理想项目的采购金额合计为 343.67 万元，占南京意中意汽车设备有限公司第四季度向发行人采购总额的 73.59%。

综上，发行人经销商采购的季度分布情况为：第一季度受春节休假影响与其他季度相比较低，第二、第三和第四季度分布较为均衡；发行人向南京意中意汽车设备有限公司的销售 2023 年集中在年底验收并确认收入主要系理想汽车 4S 店集中采购项目交付于年底开始，具有合理性，不存在突击销售的情形，相关交易真实。

三、请保荐机构、申报会计师：（1）结合《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 2 号》2-15 经销模式相关要求，核查上述事项并发表明确意见，说明采取的核查方式、核查过程、核查比例、核查证据、核查结论，发行人经销模式相关内控制度是否建立健全并有效执行。（2）说明报告期内经销商核查的样本选取标准、选取方法及选取过程，是否覆盖收入增长较快的经销商、向发行人采购金额较大及金额变动较大的经销商；是否存在非法人经销商、已注销经销商、仅销售发行人产品经销商、（前）员工成立的经销商及其核查情况。（3）获取经销商进销存数据、经销商向终端客户实现销售的具体核查情况，获取运单、终端客户签收单、终端客户回款单等相关资料的具体方式和结论、外部证据有效性，详细说明具体核查对象、核查方式、对应的金额与比例、核查结论。（4）说明资金流水核查情况，包括核查范围及核查完整性、重要性水平、是否存在受限情况及替代措施，核查中发现的异常情形，发行人是否存在体外资金循环或第三方为发行人承担

成本费用等情形，发行人及其实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员及其他关联方与经销商之间是否存在异常资金往来。

（一）结合《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 2 号》2-15 经销模式相关要求，核查上述事项并发表明确意见，说明采取的核查方式、核查过程、核查比例、核查证据、核查结论，发行人经销模式相关内控制度是否建立健全并有效执行

1、结合《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 2 号》2-15 经销模式相关要求核查上述事项

（1）关于经销商模式商业合理性。结合发行人行业特点、产品特性、发展历程、下游客户分布、同行业可比公司情况，分析发行人经销商模式的分类和定义，不同类别、不同层级经销商划分标准，以及采用经销商模式的必要性和商业合理性。

报告期内，公司内销客户中，与公司签订年度经销协议的客户为当年度的经销商。双方在年度经销协议中就经销区域、销售任务及返利政策等条款进行约定，公司不对经销商的经营品牌作排他性限制。

报告期内，公司对经销商进行统一管理，未对经销商划分不同类别或不同层级。

报告期内，公司采用经销商模式具有必要性和商业合理性。结合发行人行业特点、产品特性、发展历程、下游客户分布、同行业可比公司情况对采用经销商模式的必要性和商业合理性具体参见本题“一、（一）、1、采取经销模式的必要性、合理性，是否符合行业特点”。

（2）关于经销商模式内控制度合理性及运行有效性。经销商模式内控制度包括但不限于：经销商选取标准和批准程序，对不同类别经销商、多层级经销商管理制度，终端销售管理、新增及退出管理方法，定价考核机制（包括营销、运输费用承担和补贴、折扣和返利等），退换货机制，物流管理模式（是否直接发货给终端客户），信用及收款管理，结算机制，库存管理机制，对账制度，信息管理系统设计与执行情况，说明相关内控制度设计的合理性及运行的有效

性。

报告期内，公司经销商模式内控制度具有合理性及运行有效性。

①经销商选取标准和批准程序

公司通过对潜在经销商的基本信息、风险合规信息、资金实力、商业信用、销售经验、目前经营的主要竞品品牌以及经销公司产品的意愿等方面的综合考察，选取优质经销商。

公司销售人员对潜在经销商进行调研、接洽并达成合作意向后，将经销商信息和资料在公司进行备案，发起签署年度经销商协议的申请，经销商协议经公司审批通过并经双方签署后，该客户成为公司的经销商。

②对不同类别经销商、多层级经销商管理制度

报告期内，发行人对经销商进行统一管理，未对经销商划分不同类别或不同层级进行管理。

③终端销售管理

报告期内，发行人与经销商的合作模式均为买断式销售，不进行终端销售管理。

④新增及退出管理方法

A.经销商新增

公司销售人员对潜在经销商进行调研、接洽并达成合作意向后，将经销商信息和资料在公司进行备案，发起签署年度经销商协议的申请，经销商协议经公司审批通过并经双方签署后，该客户成为公司的经销商。

B.经销商退出

公司内销客户与公司签订年度经销协议并成为当年度的经销商后，如果经销商未完成当年度经销任务，无法享受返利等经销商政策，且预计未来增长潜力不足，可能会不再与公司签订下一年度的经销协议，从而下一年度不再作为公司的经销商。

⑤定价考核机制（包括营销、运输费用承担和补贴、折扣和返利等）

A.定价机制

公司综合考虑产品成本、市场竞争情况等因素，面向经销商制定统一的产品标准价格、返利政策、市场促销活动政策，并根据市场竞争、原材料价格等变动进行价格调整。在经销商遇到整车厂商（含旗下 4S 店）项目投标或开发其他对公司具有重要作用的大客户时，经销商可能会申请特殊价格，公司从战略发展的角度进行评估和审批后，会给予经销商低于标准价格的优惠价格。

B.营销、运输费用承担和补贴

经销商日常的营销费用主要由经销商承担，报告期内，公司给予经销商少量的装修补贴和仓储补贴。经销商通常承担产品从公司运送至经销商指定地点的运输费用，报告期内，针对新疆、东北、广东等较远地区的经销商，公司给予经销商一定的运费补贴。

C.折扣和返利政策

报告期内，市场促销活动系公司每年不定期根据市场情况等因素开展临时市场促销活动，例如，买满一定数量或金额的产品型号组合后赠送某产品或享受一定折扣，经销商根据其下游客户需求特点、自身资金状况等自主选择是否参与。

报告期内，公司返利政策系根据经销商年度采购额、月度采购额以及回款情况的不同，给与不同的年度返利、月度返利等比例，公司根据经销商实现的采购额和回款情况计算最终返利金额。

公司折扣和返利政策情况具体参见本题“一、（五）、1、各期年度及月度销售返利政策及变化情况”。

⑥退换货机制

报告期内，公司相关经销商的退换货金额、退货率较小，主要系物流损坏、质量问题所致，不存在大额异常退换货情况。报告期内经销商退换货情况具体参见本题“一、（三）、3、经销商退换货情况”。

⑦物流管理模式

报告期内，公司经销模式主要采用客户自提方式运输货物。

⑧信用及收款管理、结算机制、库存管理机制、对账制度

A.信用及收款管理

报告期内，公司对经销商的收款政策通常为先款后货，对于部分交易规模较大、长期合作且信用较好的经销商给予一定信用额度。

B.结算机制

公司与经销商的结算方式主要为银行转账。

C.库存管理机制

公司与经销商的交易均为买断式销售，经销商库存备货及采购等由各经销商自主决定，经销商自行承担其存货管理风险，公司未对经销商库存进行管理或控制。

D.对账制度

公司定期与经销商进行对账，确认商品交易的金额、数量、规格型号、验收时间等具体信息。

⑨与经销商相关的信息管理系统设计与执行情况

报告期内，公司通过经销商订货系统管理经销商下达订单、订单发货、订单收货和确认节点。

⑩相关内控制度设计的合理性及运行的有效性

针对内控制度设计的合理性及运行有效性，保荐机构实施的核查程序具体参见本题“三、（一）、2、核查方式、核查过程、核查比例、核查证据”。

经核查，报告期内，公司经销相关内控制度设计合理、运行有效。

（3）关于经销收入确认、计量原则。经销收入确认、计量原则，对销售补贴或返利、费用承担、经销商保证金的会计处理，对附有退货条件、给予购销

信用、前期铺货借货、经销商作为居间人参与销售等特别方式下经销收入确认、计量原则，是否符合企业会计准则的规定，是否与同行业可比公司存在显著差异。

报告期内，公司关于经销收入的确认、计量原则符合企业会计准则的规定，与同行业可比公司不存在显著差异。

①经销收入确认、计量原则

公司经销模式为买断式销售，属于在某一时点履行的履约义务。公司经销收入的具体确认方法为：A.通过订货系统销售的，客户在订货系统中确认收货或异议期满后，公司依据客户确认收货记录确认收入；B.不通过订货系统销售的，公司每月定期与客户进行对账，核对当月验收货物数量，完成核对后依据对账记录确认验收。

根据《企业会计准则第 14 号——收入》的相关规定，企业应当在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品控制权时确认收入。取得相关商品控制权，是指能够主导该商品的使用并从中获得几乎全部的经济利益。根据公司与经销商合作的具体执行情况，经销商确认收货后，已经实物占有该商品，并取得了对该商品的控制权（即拥有主导商品使用并获取几乎全部的经济利益的权利），公司已经就交付的相关商品享有现时收款的权利，公司经销收入确认、计量符合企业会计准则的相关规定。

②对销售补贴或返利、费用承担、经销商保证金的会计处理

A.销售返利

报告期内，公司销售返利的会计处理为：公司在资产负债表日根据销售返利政策计提返利，冲减当期收入，同时计入合同负债；在经销商使用返利时，相应冲减合同负债和应收账款。相关会计处理符合企业会计准则的规定，具体参见本题“一、（五）、3、会计处理合规性”。

B.费用承担

经销商日常的营销费用主要由经销商承担，报告期内，公司给予经销商少

量的装修补贴和仓储补贴，经销商可在订单结算时抵减货款。经销商通常承担产品从公司运送至经销商指定地点的运输费用，报告期内，针对新疆、东北、广东等较远地区的经销商，公司给予经销商一定的运费补贴，经销商可在订单结算时抵减货款。公司按照扣除前述补贴后的金额确认销售收入。

C.经销商保证金

报告期内，公司不存在向经销商收取保证金的情形。

③对附有退货条件、给予购销信用、前期铺货借货、经销商作为居间人参与销售等特别方式下经销收入确认、计量原则

A.附有退货条件的经销收入

报告期内，公司与经销商的交易为买断式销售，除产品质量问题外一般不予退换货，公司与经销商签订的销售合同或订单中不存在无条件退换货条款。

B.给予购销信用的经销收入

报告期内，公司对经销商的收款政策通常为先款后货，对部分交易规模较大、长期合作且信用较好的经销商给予一定信用额度。公司对给予信用政策的经销商的收入确认、计量原则，与对其他经销商的收入确认、计量原则不存在差异，符合企业会计准则规定。

C.前期铺货借货、经销商作为居间人参与销售等其他特别方式下的经销收入

报告期内，公司不存在前期铺货借货、经销商作为居间人参与销售等特别方式下的经销收入。

④同行业可比公司的相关会计处理

可比公司中，高昌机电采用直销及经销相结合的销售模式，其经销收入的相关会计处理如下：

对于经销收入会计处理原则：“公司与经销商合作均为买断销售交易方式。公司经销收入确认的时点与原则为：公司按订单约定送货，并由仓库开具出库

单，买方或其指定的第三方收到货验收合格后，在出库单、提货单、运输单上签字确认，风险和报酬转移给买方，公司按买方或其指定的第三方签字的出库单上载明的品种、数量和金额确认销售收入实现。对公司外销的经销商，公司会同时结合其 FOB、CIF、EXW 等具体结算方式，依据收入会计准则确认收入。”

综上，报告期内，公司经销收入确认、计量原则符合企业会计准则的规定，与同行业可比公司不存在显著差异。

（4）关于经销商构成及稳定性

①不同类别、不同层级经销商数量、销售收入及毛利占比变动原因及合理性

报告期内，发行人对经销商进行统一管理，未对经销商划分不同类别或不同层级进行管理。

②新增、退出经销商数量，销售收入及毛利占比，新增、退出经销商销售收入及毛利占比合理性，新设即成为发行人主要经销商的原因及合理性

报告期内，公司新增、退出经销商销售收入及毛利占比具有合理性，具体参见本题“一、（四）、2、各期新增和减少的经销商数量、销售金额及期末应收账款金额，经销商客户数量大幅波动的原因”。

报告期内，公司不存在新设即成为公司主要经销商的情况，具体参见本题“一、（四）、5、新设即成为发行人主要经销商的情况及合理性”。

③主要经销商销售收入及毛利占比，变动原因及合理性，经销商向发行人采购规模是否与其自身业务规模不匹配

2022 年度、2023 年度、2024 年度，公司对主要经销商的经销收入占当期经销收入总额的比例分别为 37.74%、31.93%、32.03%，对主要经销商的经销毛利占当期经销毛利总额的比例分别为 36.43%、31.55%、33.74%，主要经销商经销收入及毛利占比总体较稳定，不存在较大变化；主要经销商向公司的采购规模与其自身业务规模相匹配。具体情况如下：

经销商名称	2024 年度					2023 年度					2022 年度				
	经销收入（万元）	经销收入占比	经销毛利（万元）	经销毛利占比	经销商收入规模	经销收入（万元）	经销收入占比	经销毛利（万元）	经销毛利占比	经销商收入规模	经销收入（万元）	经销收入占比	经销毛利（万元）	经销毛利占比	经销商收入规模
铂锐（上海）汽车科技有限公司	1,617.45	8.84%	*	*	其中，铂锐（上海）汽车科技有限公司约 16,774 万元；沈阳恒兴昌泰汽车科技有限公司约 4,077 万元	1,447.82	8.90%	*	*	其中，铂锐（上海）汽车科技有限公司约 14,203 万元；沈阳恒兴昌泰汽车科技有限公司约 7,892 万元	1,405.92	11.98%	*	*	其中，铂锐（上海）汽车科技有限公司约 15,567 万元；沈阳恒兴昌泰汽车科技有限公司约 8,644 万元
深圳市鑫联鑫汽车检测设备有限公司	1,452.89	7.94%	*	*	约 3,500 万元	975.45	5.99%	*	*	约 3,200 万元	722.48	6.15%	*	*	约 3,200 万元
南京意中意汽车设备有限公司	1,096.25	5.99%	*	*	约 7,209 万元	906.38	5.57%	*	*	约 6,042 万元	926.78	7.89%	*	*	约 7,841 万元
湖北真信诚工贸有限公司	634.65	3.47%	*	*	其中，湖北真信诚工贸有限公司约 500 多万元；武汉枫叶通达汽保设备工具有限公司约 1,400 多万元	685.77	4.21%	*	*	其中，湖北真信诚工贸有限公司约 500 多万元；武汉枫叶通达汽保设备工具有限公司约 1,400 多万元	339.37	2.89%	*	*	其中，湖北真信诚工贸有限公司约 500 多万元；武汉枫叶通达汽保设备工具有限公司约 1,400 多万元
北京金源诗琴机电设备有限公司	614.87	3.36%	*	*	约 4,000 万元	756.07	4.65%	*	*	约 4,000 万元	552.89	4.71%	*	*	约 5,000 万元
昆明松骋汽修设备有限公司	447.53	2.44%	*	*	约 2,533 万元	425.19	2.61%	*	*	约 3,788 万元	483.93	4.12%	*	*	约 6,264 万元
合计	**5,863.64**	**32.03%**	**1,254.53**	**33.74%**	——	**5,196.67**	**31.93%**	**971.65**	**31.55%**	——	**4,431.38**	**37.74%**	**831.98**	**36.43%**	——

注：报告期各期仅列示当期前五大经销商的销售规模。

由上表可见，报告期内，主要经销商经销收入及毛利占比整体较稳定，不存在较大变化，主要经销商向公司采购规模与其自身业务规模相匹配。

④经销商是否存在个人等非法人实体，该类经销商数量、销售收入及毛利占比，与同行业可比公司是否存在显著差异

报告期内，公司经销商不存在个人等非法人实体。

综上，报告期内，公司未设置多类别或多层级的经销模式；公司新增、退出经销商销售收入及毛利占比具有合理性，公司不存在新设即成为公司主要经销商的情况；主要经销商经销收入及毛利占比整体较稳定，不存在较大变化，主要经销商向公司采购规模与其自身业务规模相匹配；公司经销商不存在个人等非法人实体。

（5）关于经销商与发行人关联关系及其他业务合作

①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、与发行人合作历史等

报告期内，公司主要经销商基本情况具体参见本题“一、（一）、2、主要经销商的基本情况、合作背景、销售规模、分布区域”。

②发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事（如有）、高级管理人员、关键岗位人员及其他关联方与经销商、经销商的终端客户是否存在关联关系或其他利益安排，是否存在其他特殊关系或业务合作（如是否存在前员工、近亲属设立的经销商，是否存在经销商使用发行人名称或商标），是否存在非经营性资金往来，包括对经销商或客户提供的借款、担保等资金支持等

报告期内，公司存在主要股东或关键岗位人员的关联方是公司经销商的情况，具体如下：

单位：万元

序号	经销商名称	关联关系描述	公司销售收入		
			2024 年度	2023 年度	2022 年度
1	铂锐（上海）汽车科技有限公司	主要股东冯定兵和其担任执行事务合伙人的企业及配偶王丹合计持股 93.40%且冯定兵担任董事长的公司	1,347.33	1,141.57	1,007.12

序号	经销商名称	关联关系描述	公司销售收入		
			2024 年度	2023 年度	2022 年度
	沈阳恒兴昌泰汽车科技有限公司	主要股东冯定兵的配偶王丹持股 48.30%且冯定兵的兄弟冯定波和冯定胜担任董事的公司	270.12	306.25	398.80
2	昆明松骋汽修设备有限公司	主要股东李松持股 87.87%的公司	447.53	425.19	483.93
3	黑龙江润源汽车设备有限公司	主要股东徐彦启持股 96.50%的公司	216.17	107.02	67.60
4	杭州蓝霸汽车维修设备有限公司	关键岗位人员施武军持股 90%的公司	30.10	28.04	48.48
5	南京意中意汽车设备有限公司	关键岗位人员施武军持股 31.13%的公司	1,096.75	906.38	926.78
6	上海英齐汽车设备有限公司	关键岗位人员施武军间接持股 6%的公司	15.62	100.02	132.30

由于上述经销商系公司主要股东或关键岗位人员投资和经营的企业，因此上述经销商与相关主要股东或关键岗位人员之间存在分红、报销等经销商自身经营相关的正常的资金往来。

报告期内，存在公司前员工设立的企业是公司经销商的情况，相关前员工的离职时间已超 10 年，具体如下：

序号	经销商名称	经销商成立日期	离职员工姓名	离职时职位	离职时间	离职员工持股情况	公司销售收入（万元）		
							2024 年度	2023 年度	2022 年度
1	济宁汇成汽车维修设备有限公司	2012/11/28	梅秀生	售后服务专员	2007/8	90%	161.80	167.24	91.57
2	南京意中意汽车设备有限公司	2003/10/17	陈天	副总经理	2009/3	32.05%	1,096.75	906.38	926.78
3	上海英齐汽车设备有限公司	2014/9/9				间接持有 7.20%的股份	15.62	100.02	132.30

前员工设立的经销商中，南京意中意汽车设备有限公司、上海英齐汽车设备有限公司同时为公司关键岗位人员施武军参与设立的经销商。除上述情况外，报告期内，发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员及其他关联方与前员工设立的经销商不存在关联关系或其他利益安排，不存在其他特殊关系或业务合作，不存在非经营性资金往来，包括对经销商或客户提供的借款、担保等资金支持等。

除上述情形外，报告期内，公司及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员及其他关联方与经销商、经销商的终端客户不存

在关联关系或其他利益安排，不存在其他特殊关系或业务合作（如是否存在前员工、近亲属设立的经销商，是否存在经销商使用发行人名称或商标）；公司与经销商不存在非经营性资金往来，包括对经销商或客户提供的借款、担保等资金支持等。

③经销商持股的原因，入股价格是否公允，资金来源，发行人及其关联方是否提供资助

报告期内，公司不存在经销商持股的情形。

④经销商是否专门销售发行人产品

报告期内，公司经销商不存在专门销售公司产品的情形。报告期内，公司经销商的下游终端客户包括国内各地汽车 4S 店、汽车维修保养店等，该类终端客户需要各种各样的汽车维修保养设备和工具，经销商根据终端客户需求采购各类汽车维修保养设备和工具，而公司的主要产品为举升机、拆胎机、平衡机和养护类产品等，是终端客户需求中的部分设备，公司经销商不存在专门销售公司产品的情形。

⑤关联经销商销售收入、毛利及占比，销售价格和毛利率与非关联经销商是否存在显著差异

报告期内，公司关联经销商销售收入、毛利及占比较低。具体情况如下：

项目	2024 年度			
	经销收入（万元）	经销收入占比	经销毛利（万元）	经销毛利占比
关联经销商	2,281.16	12.46%	620.57	16.69%
非关联经销商	16,024.71	87.54%	3,098.09	83.31%
经销商合计	**18,305.87**	**100.00%**	**3,718.66**	**100.00%**
项目	**2023 年度**			
	经销收入（万元）	经销收入占比	经销毛利（万元）	经销毛利占比
关联经销商	1,980.04	12.17%	458.85	14.90%
非关联经销商	14,295.99	87.83%	2,621.36	85.10%
经销商合计	**16,276.02**	**100.00%**	**3,080.21**	**100.00%**
项目	**2022 年度**			
	经销收入（万元）	经销收入占比	经销毛利（万元）	经销毛利占比

关联经销商	1,957.45	16.67%	388.80	17.02%
非关联经销商	9,782.95	83.33%	1,895.23	82.98%
经销商合计	**11,740.40**	**100.00%**	**2,284.02**	**100.00%**

报告期内，公司对关联经销商和非关联经销商的销售价格不存在重大差异，公司对关联经销商和非关联经销商的销售毛利率受返利比例、参加市场促销活动的程度不同和采购产品结构差异等因素影响而存在差异，剔除上述因素后，毛利率不存在重大差异。具体参见本题“二、（二）、1、关联经销商与非关联经销商各类产品销售价格、毛利率是否存在显著差异”。

综上，报告期内，公司主要股东或关键岗位人员与其投资或经营的经销商之间存在分红、报销等经销商自身经营相关的正常的资金往来，存在公司前员工设立的企业是公司经销商的情况，除上述情况外，公司及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员及其他关联方与经销商、经销商的终端客户不存在关联关系或其他利益安排，不存在其他特殊关系或业务合作（如是否存在前员工、近亲属设立的经销商，是否存在经销商使用发行人名称或商标）；报告期内，公司与经销商不存在非经营性资金往来，包括对经销商或客户提供的借款、担保等资金支持等；报告期内，公司不存在经销商持股的情形，不存在专门销售公司产品的情形；公司对关联经销商和非关联经销商的销售价格不存在重大差异，公司对关联经销商和非关联经销商的销售毛利率受返利比例、参加市场促销活动的程度不同和采购产品结构差异等因素影响而存在差异，剔除上述因素后，毛利率不存在重大差异。

（6）关于经销商模式经营情况分析

①经销商模式销售收入及占比、毛利率，与同行业可比公司是否存在显著差异

报告期各期，公司经销商模式下的销售收入及占比、毛利率情况如下：

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
经销收入（万元）	18,305.87	16,276.02	11,740.40
经销收入占主营业务收入比重	17.49%	20.68%	18.47%
毛利率	20.31%	18.92%	19.45%

报告期内，公司经销商模式下的销售毛利率与同行业可比公司不存在显著

差异。具体参见本题“二、（二）、3、经销毛利率与同行业可比公司是否存在较大差异”。

②不同销售模式（直销、经销等）、不同区域（境内、境外等）和不同类别经销商销售的产品数量、销售价格、销售收入及占比、毛利及占比、毛利率情况；不同模式、不同区域、不同类别经销商销售价格、毛利率存在显著差异的原因及合理性

报告期内，公司不存在境外经销商，公司未设置多类别或多层级的经销模式。

报告期内，公司内销以经销为主，公司内销在经销、直销模式下销售的主要产品的数量、销售价格、销售收入及占比、毛利及占比、毛利率情况如下：

模式	产品类别	2024 年度						
		销售数量（套）	销售价格（元/套）	销售收入（万元）	销售收入占比	毛利（万元）	毛利占比	毛利率
经销	举升机	13,273	7,849.01	10,417.99	40.76%	2,090.72	39.95%	20.07%
	拆胎机	7,945	5,182.71	4,117.66	16.11%	676.39	12.92%	16.43%
	平衡机	6,813	2,027.41	1,381.27	5.40%	483.48	9.24%	35.00%
	养护类设备	12,159	842.37	1,024.24	4.01%	165.29	3.16%	16.14%
	小计	**40,190**	**-**	**16,941.16**	**66.29%**	**3,415.88**	**65.26%**	**20.16%**
直销	举升机	4,204	7,006.63	2,945.59	11.53%	369.26	7.06%	12.54%
	拆胎机	4,274	3,550.66	1,517.55	5.94%	356.09	6.80%	23.46%
	平衡机	2,185	2,664.48	582.19	2.28%	294.53	5.63%	50.59%
	养护类设备	2,288	2,992.49	684.68	2.68%	218.07	4.17%	31.85%
	小计	**12,951**	**-**	**5,730.01**	**22.42%**	**1,237.95**	**23.65%**	**21.60%**
模式	**产品类别**	**2023 年度**						
		销售数量（套）	**销售价格（元/套）**	**销售收入（万元）**	**销售收入占比**	**毛利（万元）**	**毛利占比**	**毛利率**
经销	举升机	12,022	8,057.07	9,686.21	47.45%	1,726.46	42.15%	17.82%
	拆胎机	6,657	5,285.74	3,518.72	17.24%	525.17	12.82%	14.93%
	平衡机	5,321	2,124.20	1,130.28	5.54%	413.97	10.11%	36.63%
	养护类设备	10,695	927.27	991.72	4.86%	205.43	5.02%	20.71%
	小计	**34,695**	**-**	**15,326.93**	**75.09%**	**2,871.03**	**70.09%**	**18.73%**
直销	举升机	1,358	6,996.74	950.16	4.65%	124.73	3.05%	13.13%
	拆胎机	2,684	3,763.94	1,010.24	4.95%	206.01	5.03%	20.39%
	平衡机	1,364	2,842.29	387.69	1.90%	186.52	4.55%	48.11%
	养护类设备	2,227	2,222.03	494.85	2.42%	168.59	4.12%	34.07%

	小计	**7,633**	**-**	**2,842.93**	**13.93%**	**685.84**	**16.74%**	**24.12%**
模式	**产品类别**	**2022 年度**						
		销售数量（套）	**销售价格（元/套）**	**销售收入（万元）**	**销售收入占比**	**毛利（万元）**	**毛利占比**	**毛利率**
经销	举升机	7,577	8,877.73	6,726.66	43.94%	1,073.57	33.84%	15.96%
	拆胎机	4,686	5,282.22	2,475.25	16.17%	456.89	14.40%	18.46%
	平衡机	3,488	2,323.32	810.38	5.29%	304.12	9.59%	37.53%
	养护类设备	10,181	1,038.26	1,057.05	6.90%	243.13	7.66%	23.00%
	小计	**25,932**	**-**	**11,069.33**	**72.30%**	**2,077.72**	**65.49%**	**18.77%**
直销	举升机	850	8,016.71	681.42	4.45%	125.45	3.95%	18.41%
	拆胎机	3,601	3,665.27	1,319.87	8.62%	238.68	7.52%	18.08%
	平衡机	1,610	2,683.53	432.05	2.82%	205.51	6.48%	47.57%
	养护类设备	3,332	1,261.08	420.19	2.74%	163.27	5.15%	38.86%
	小计	**9,393**	**-**	**2,853.53**	**18.64%**	**732.91**	**23.10%**	**25.68%**

报告期内，公司内销在经销、直销模式下的主要产品销售价格、毛利率差异具有合理性。具体分析参见本题“二、（二）、2、结合各期发行人向经销客户与直销客户销售的同类产品销售金额、单价、毛利率等情况，说明经销产品定价是否公允”。

综上，报告期内，公司不存在境外经销商，未设置多类别或多层级的经销模式；公司内销在经销、直销模式下的产品销售单价、毛利率差异具有合理性。

③经销商返利政策及其变化情况，返利占经销收入比例，返利计提是否充分，是否通过调整返利政策调节经营业绩

经销商返利政策及其变化情况、返利占经销收入比例具体分析参见本题“一、（五）结合各期年度及月度销售返利政策及变化情况，预提的销售返利、实际返利金额及变化情况，说明返利金额与销售收入的匹配性、会计处理合规性，2023 年提高各级年度及月度返利比例的原因，是否存在通过返利折扣政策刺激销售、调节业绩情形”。

经核查，公司返利计提充分，不存在通过调整返利政策调节经营业绩。

④经销商采购频率及单次采购量分布是否合理，与期后销售周期是否匹配

A.主要经销商采购频率及单次采购量分布合理

报告期内，公司主要经销商采购频率和单次采购量如下：

单位：次、套/次

客户	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	采购频率	单次采购量	采购频率	单次采购量	采购频率	单次采购量
深圳市鑫联鑫汽车检测设备有限公司	286	11.51	316	7.72	221	6.47
铂锐（上海）汽车科技有限公司	708	5.12	609	5.49	663	4.80
南京意中意汽车设备有限公司	544	4.88	490	4.01	606	3.95
北京金源诗琴机电设备有限公司	173	4.47	161	5.82	154	4.92
湖北真信诚工贸有限公司	328	4.87	354	4.31	106	7.59
昆明松骋汽修设备有限公司	110	8.21	115	7.33	98	9.78
平均值	**358.17**	**6.51**	**340.83**	**5.78**	**308.00**	**6.25**

注 1：上述经销商数据均为同一控制下合并口径；

注 2：采购频率=当期采购次数，单次采购量=当期采购举升机、拆胎机、平衡机、养护类设备总数量/当期采购次数。

报告期内，公司主要经销商平均采购频率分别为 308.00 次、340.83 次和 358.17 次，平均单次采购量分别为 6.25 套、5.78 套和 6.51 套，呈现采购频率较高、单次采购量较小的特点，主要原因系：①公司经销商下游终端用户主要为众多汽修店、4S 店等，单家汽修店或 4S 店的采购需求量较小，经销商存在根据终端用户的需求向发行人下达订单并选择由发行人将产品直接发往终端用户的情况；②公司产品为各类汽车维修保养设备，产品种类及型号众多，且公司对经销商主要采用“款到发货”的结算模式，使得经销商采购“少量多次”的意愿较强。

深圳市鑫联鑫汽车检测设备有限公司 2024 年度单次采购量较以前年度提升，主要原因系该客户与公司的交易金额增加较多，2023 年度、2024 年度，公司对深圳市鑫联鑫汽车检测设备有限公司的销售收入分别为 975.45 万元、1,452.89 万元。

湖北真信诚工贸有限公司 2023 年度及 2024 年度单次采购量较 2022 年度下降较多，主要原因系 2022 年以前该客户零售业务为主，销售区域主要集中在武汉地区，公司产品主要发往其当地的仓库，因此，单次采购量相对较大，2022 年以来开始随着公司批发业务增长，其开发了多家汽保零售商下游客户，销售区域扩展到周边地区，其下单由发行人直接发货到下游零售商或终端用户的订

单增加，导致下单频率增加，单次采购量下降。

综上，报告期内，公司主要经销商的采购频率及单次采购量分布合理。

B.经销商采购频率与期后销售周期匹配

根据主要经销商提供的采购发行人产品进销存情况，经销商备货周期一般在 1 个月以内，部分经销商备货周期在 1-3 个月，主要经销商期后销售周期较短，经销商采购频率及单次采购量分布合理，经销商采购频率及单次采购量与期后销售周期相匹配。

⑤经销商一般备货周期，经销商进销存、退换货情况，备货周期是否与经销商进销存情况匹配，是否存在经销商压货，退换货率是否合理

经销商一般备货周期、经销商进销存、退换货情况、备货周期以及与经销商进销存情况的匹配性具体分析参见本题“一、（三）结合经销商备货政策、进销存数量、退换货情况、终端销售情况、期末库存以及期后实现销售等情况，说明经销商期末库存较高、库存数量上升的原因及合理性，备货量与备货周期是否与经营规模相匹配，是否存在向经销商压货、期末突击发货的情形”。

经核查，公司备货周期与经销商进销存情况匹配，不存在经销商压货，退换货率合理。

⑥经销商信用政策及变化，给予经销商的信用政策是否显著宽松于其他销售模式或对部分经销商信用政策显著宽松于其他经销商，是否通过放宽信用政策调节收入

报告期内，公司对经销商客户的信用政策通常为先款后货，对于部分交易规模较大、长期合作且信用较好的经销商，公司给予一定的信用额度。报告期内，公司对经销商客户的信用政策未发生重大变化。报告期各期末，公司对经销商的应收账款余额分别为 7.48 万元、2.74 万元、27.36 万元，规模较小，不存在给予经销商的信用政策显著宽松于其他销售模式或对部分经销商的信用政策显著宽松于其他经销商的情形，不存在通过放宽信用政策调节收入的情形。

综上，报告期内，公司对经销商客户的信用政策未发生重大变化；公司不存在给予经销商的信用政策显著宽松于其他销售模式或对部分经销商信用政策

显著宽松于其他经销商的情形，不存在通过放宽信用政策调节收入的情形。

⑦经销商回款方式、应收账款规模合理性，是否存在大量现金回款或第三方回款情况

报告期内，公司经销商回款主要方式为银行转账，具有合理性。

报告期内，公司应收账款规模具有合理性。报告期内，公司对经销商客户的信用政策通常为先款后货，对于部分交易规模较大、长期合作且信用较好的经销商，公司给予一定的信用额度。报告期各期末，公司对经销商的应收账款余额分别为 7.48 万元、2.74 万元、27.36 万元，规模较小，具有合理性。

报告期内，公司经销商回款不存在大量现金回款的情况，存在第三方回款的情况，主要系公司 2024 年新增京东平台作为销售平台收款，因京东平台系统限制导致无法直接展示付款方的具体名称，公司无法准确获取上述付款方信息，出于谨慎性原则，公司将客户回款中涉及的第三方支付渠道收款确认为第三方回款，相关回款金额较小。

综上，报告期内，公司经销商回款方式、应收账款规模具有合理性；公司经销商回款不存在大量现金回款；公司 2024 年经销商回款存在第三方回款，主要系公司当期新增京东平台作为销售平台收款，因京东平台系统因素导致无法直接展示付款方的具体名称，公司出于谨慎性原则，将该情况下的经销商回款确认为第三方回款，相关回款金额较小。

⑧终端客户构成情况，各层级经销商定价政策，期末库存及期后销售情况，各层级经销商是否压货以及大额异常退换货，各层级经销商回款情况；直销客户与经销商终端客户重合的，同时对终端客户采用两种销售模式的原因及合理性

A.终端客户构成情况，各层级经销商定价政策，期末库存及期后销售情况，各层级经销商是否压货以及大额异常退换货，各层级经销商回款情况

报告期内，公司经销商的下游终端客户包括国内各地汽车 4S 店、汽车维修保养店、汽车整车厂商（含旗下 4S 店）等。报告期内，发行人未设置多类别或多层级的经销模式，经销商自主决定其实际对外销售价格、销售渠道、销售对象、销售发货及收款、库存备货等。

经销商不存在压货以及大额异常退换货的情况，主要经销商的期末库存及期后销售情况以及具体分析参见本题“一、（三）结合经销商备货政策、进销存数量、退换货情况、终端销售情况、期末库存以及期后实现销售等情况，说明经销商期末库存较高、库存数量上升的原因及合理性，备货量与备货周期是否与经营规模相匹配，是否存在向经销商压货、期末突击发货的情形”。

经销商回款情况具体参见本题“三、（一）、1、（6）、⑦经销商回款方式、应收账款规模合理性，是否存在大量现金回款或第三方回款情况”。

B.直销客户与经销商终端客户重合的，同时对终端客户采用两种销售模式的原因及合理性

报告期内，存在公司直销客户与经销商终端客户重合的情况。公司的经销商较多且遍布全国各个地区，是经营全品类汽车维保设备工具的销售服务公司，并不是专营公司产品的经销商，公司作为制造商目前的产品类型有限。公司的直销客户可能会在以下情况下从经销商采购产品：a.直销客户有公司不经营的其他品类需求时，可能会向汽保设备销售服务商进行采购；b.直销客户在需要各类设备安装和售后等服务时，考虑到对各类设备的服务能力、服务便利性，可能从原先的向公司这样的制造厂商采购转为向汽保设备销售服务商采购；c.直销客户在有产品需求时，公司可能相关产品存货不足，直销客户可能会向经销商进行采购；d.其他公司未能完全满足直销客户需求的情况下。

因此，公司直销客户同时作为经销商终端客户的情况具有合理性。

2、核查方式、核查过程、核查比例、核查证据

（1）内部控制测试

①了解内部控制制度及执行情况，并测试控制运行有效性；

②访谈公司财务总监及销售负责人，了解经销业务的基本情况；

③查阅公司销售相关制度，了解、评估并测试与销售、收入确认相关的内部控制，对识别出的关键控制点进行控制测试；

④获取报告期各期销售明细清单，查阅销售合同、销售订单、出库单、客户验收文件、收入记账凭证、销售发票、收款凭证等，对经销收入实施穿行测

试。

（2）经销商访谈

选取样本执行经销商访谈，了解经销商基本情况及其主营业务、是否具有相关经营资质、与公司的合作、公司产品终端用户分布、期末存货、质量问题与纠纷、资金往来、合同签订及主要条款、与公司是否存在关联关系、公司是否存在年末向经销商压货等情况，核查销售收入的真实性。访谈核查比例具体如下：

项目	计算	2024 年度	2023 年度	2022 年度
经销收入总额（万元）	A	18,305.87	16,276.02	11,740.40
实地走访数量（家）	-	59	63	54
实地走访确认金额（万元）	B	13,113.58	11,851.45	8,848.48
经销商访谈核查比例	C=B/A	71.64%	72.82%	75.37%

（3）经销商终端客户访谈及进销存核查

①经销商进销存核查。获取主要经销商的进销存表，了解其销售、期末库存的总体情况；获取部分经销商的销售明细清单，抽查其销售发票、发货单、运输凭证等；对部分经销商库存进行盘点，查验经销商库存的真实性及准确性，了解是否存在经销商压货情况。

②经销商终端客户实地走访。对经销商的下游终端用户进行实体访谈，具体包括：终端客户的主营业务、采购公司产品的用途、供货经销商；终端客户采购公司产品的类别、数量；终端客户采购公司产品的真实性、是否存在纠纷；终端客户与公司是否存在关联关系或相关利益安排等。

③实地查看终端客户经营场所、公司产品存放及使用情况。

截至目前，已获取进销存数据的经销商共计 93 家，已执行终端客户穿透走访的经销商共计 62 家，访谈终端客户共计 329 家。相关核查比例具体如下：

项目		2024 年度	2023 年度	2022 年度
已实地走访终端客户的经销商	经销商数量（家）	56	58	52
	公司对经销商的经销收入（万元）	12,779.98	11,529.64	8,730.06
	公司对经销商的经销收入/当期经销收入总额	69.81%	70.84%	74.36%

项目		2024 年度	2023 年度	2022 年度
已获取进销存数据的经销商	经销商数量（家）	49	79	65
	公司对经销商的经销收入（万元）	12,710.88	12,763.22	9,195.81
	公司对经销商的经销收入/当期经销收入总额	69.44%	78.42%	78.33%
已抽查经销商销售发票、发货单、出库单、运单等的经销商	经销商数量（家）	27	51	43
	公司对经销商的经销收入（万元）	10,065.02	10,103.14	7,737.18
	公司对经销商的经销收入/当期经销收入总额	54.98%	62.07%	65.90%

（4）经销商函证

选取样本，对样本经销商的销售收入发生额和应收账款、预收账款余额等实施函证程序。针对部分未回函经销商，保荐机构执行了替代测试，并结合走访了解的情况，确定销售收入的真实性。经销商函证及替代测试核查比例具体如下：

项目	计算	2024 年度	2023 年度	2022 年度
经销收入总额（万元）	A	18,305.87	16,276.02	11,740.40
发函金额（万元）	B	13,577.62	13,061.76	9,446.84
发函比例	C=B/A	74.17%	80.25%	80.46%
回函金额（万元）	D	12,762.65	11,982.80	8,768.44
回函比例	E=D/A	69.72%	73.62%	74.69%
未回函替代测试核查金额（万元）	F	814.97	1,078.97	678.40
未回函替代测试核查比例	G=F/A	4.45%	6.63%	5.78%
回函及未回函替代测试核查比例合计	H=E+G	74.17%	80.25%	80.46%

（5）抽查监盘

对经销商的期末库存进行抽查监盘，核实经销商期末库存真实性。核查比例如下：

项目	计算	2024 年度	2023 年度	2022 年度
经销收入总额（万元）	A	18,305.87	16,276.02	11,740.40
抽查监盘经销商数量（家）	-	59	63	54
对已实施抽查监盘程序经销商的经销收入（万元）	B	13,113.58	11,851.45	8,848.48

经销商监盘核查比例	C=B/A	71.64%	72.82%	75.37%

（6）资金流水核查

获取并查阅公司报告期内各期的资金流水，对单笔金额超过 100 万元（含 100 万元）的银行交易和单笔金额超过 1 万元（含 1 万元）的现金交易进行核查，了解其对手方及交易原因，验证公司报告期内销售的真实性、判断公司与客户是否存在除正常交易外异常的资金往来。

（7）经销合同查验

①获取报告期内主要经销商的销售合同，查验合同主要条款；

②根据有关客户收货以及与产品控制权转移的关键条款，评价公司收入确认政策是否符合企业会计准则规定。

（8）关联关系核查

①通过企查查等公开渠道查阅公司经销商的工商信息；

②将公开查询的经销商股东以及董事、监事和高级管理人员等，与公司的实际控制人、股东、董事、监事和高级管理人员及其亲属、员工等进行核对，以确认经销商与公司是否存在关联关系；

③结合对公司实际控制人及其直系亲属、主要股东、董事、监事、高级管理人员及关键岗位人员的资金流水核查，确认经销商与公司是否存在关联关系。

（9）经销收入细节测试

获取报告期各期销售明细清单，查阅客户验收文件、经销商订货系统收货记录、收入记账凭证、销售发票等，对经销收入实施细节测试，查验收入的真实性。经销收入细节测试核查比例具体如下：

项目	计算	2024 年度	2023 年度	2022 年度
经销收入总额（万元）	A	18,305.87	16,276.02	11,740.40
细节测试金额（万元）	B	15,429.85	12,992.28	8,059.33
细节测试核查比例	C=B/A	84.29%	79.82%	68.65%

（10）分析性程序

①获取主要经销商的期末库存数据及期后销售数据，分析主要经销商库存

的变化情况，分析备货量与备货周期是否与经营规模相匹配，分析是否存在向经销商压货、期末突击发货的情形；

②获取公司对主要经销商的销售明细，分析主要经销商采购的季度分布情况，是否存在突击销售的情形；

③获取公司对主要经销商的收入成本明细，分析主要经销商的销售收入、收入占比、销售单价、销售毛利、毛利占比、毛利率变动是否合理；

④获取报告期内经销商变动情况表，分析每年新增和退出的经销商数量与金额是否合理；

⑤获取公司对主要经销商的销售订单明细，分析经销商采购频次及单次采购量变动是否合理；

⑥分析关联经销商与非关联经销商产品销售价格、毛利率是否存在显著差异，分析关联经销商的销售定价的公允性；

⑦分析公司与同行业可比公司的经销毛利率水平是否不存在较大差异；

⑧获取对铂锐汽车和其他经销商的收入成本明细，分析铂锐汽车毛利率增幅快于其他经销商平均毛利率增幅原因；

⑨获取公司新增经销商与原有经销商的同类产品售价信息，并进行对比；

⑩获取公司经销客户与直销客户收入成本明细，对比经销客户与直销客户销售的同类产品单价及毛利率。

（11）返利情况核查

①获取公司经销商返利计提政策有关文件资料，了解公司报告期内经销商返利政策及其变化情况；

②取得公司经销客户明细表及返利计提明细表，汇总不同经销商客户报告期内销售收入及返利计提情况，分析返利计提金额与销售收入的匹配性；

③重新计算经销商返利，复核公司返利计提金额是否准确；

④检查公司报告期内关于返利的具体会计处理，判断公司返利相关会计处理是否符合企业会计准则的规定。

（12）访谈公司销售人员，了解公司采取经销模式的必要性、合理性，是否符合行业特点。

（13）通过企查查或国家企业信用信息公示系统等网站查询主要经销商基本工商信息、参保人数等信息，分析经销商与发行人的交易规模是否合理，检查是否存在新设即成为发行人主要经销商的情况。

（14）访谈公司销售人员，了解报告期内公司新增和退出经销商的情况，了解经销商的产品定价、结算政策和信用期限。

3、核查结论

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

（1）报告期内，发行人采取经销模式具有必要性及合理性，符合行业特点；主要经销商的期末库存处于合理水平；各期主要经销商的销售分布区域与其终端客户地区分布相匹配。

（2）报告期内，公司与规模较小、参保人数较少的经销商合作具有合理性，经销商向发行人采购与其经营规模相匹配，不存在资金体外循环的情形。

（3）发行人报告期内主要经销商中，湖北真信诚工贸有限公司 2023 年末和 2024 年末的的期末库存较 2022 年末的库存有所提高，湖北真信诚工贸有限公司和昆明松骋汽修设备有限公司期末库存相对较高，具有合理性；相关经销商的备货量与备货周期与经营规模相匹配，不存在发行人向经销商压货、期末突击发货的情形。

（4）发行人已按交易金额分层列示经销商客户数量、销售金额占比及报告期内的变化情况，分层列示各期新增和减少的经销商数量、销售金额及期末应收账款金额，经销商客户数量波动具有合理性；新增客户的同类产品售价与原有经销商不存在重大差异，新增客户的结算政策和信用期限不存在较大差异；不存在新设即成为发行人主要经销商的情况。

（5）发行人经销商的返利金额与其销售收入相匹配、相关会计处理合规，2023 年提高各级年度及月度返利比例具有合理性，不存在通过返利折扣政策刺激销售、调节业绩情形。

（6）报告期内发行人关联交易规模降低主要受市场需求变动影响，具有合理性。报告期内公司对铂锐汽车收入下降毛利率却提升，以及毛利率增幅快于其他经销商平均毛利率增幅具有合理性。

（7）报告期内，公司对关联经销商和非关联经销商的销售价格不存在重大差异，公司对关联经销商和非关联经销商的销售毛利率受返利比例、参加市场促销活动的程度不同和采购产品结构差异等因素影响而存在差异，剔除上述因素后，毛利率不存在重大差异；发行人向内销经销客户与直销客户销售的同类产品销售单价、毛利率差异主要由于销售的产品结构不同导致，直销和经销客户要求不同、市场需求特点不同，公司经销、直销模式下的毛利率差异具有合理性，经销产品定价公允；发行人经销毛利率与同行业可比公司不存在较大差异。

（8）发行人经销商采购的季度分布情况为：第一季度受春节休假影响与其他季度相比较低，第二、第三和第四季度分布较为均衡；发行人向南京意中意汽车设备有限公司的销售 2023 年集中在年底验收并确认收入主要系理想汽车 4S 店集中采购项目交付于年底开始，具有合理性，不存在突击销售的情形，相关交易真实。

（9）发行人经销模式相关内控制度已建立健全并有效执行。

（二）说明报告期内经销商核查的样本选取标准、选取方法及选取过程，是否覆盖收入增长较快的经销商、向发行人采购金额较大及金额变动较大的经销商；是否存在非法人经销商、已注销经销商、仅销售发行人产品经销商、（前）员工成立的经销商及其核查情况

1、说明报告期内经销商核查的样本选取标准、选取方法及选取过程，是否覆盖收入增长较快的经销商、向发行人采购金额较大及金额变动较大的经销商

（1）经销商函证样本选取标准

保荐机构按照经销收入金额、占比等维度，采取重要性水平与系统抽样相结合的选样方法，对公司报告期各期的样本经销商实施函证程序，具体选样标准及选样过程如下：

①根据确定的实际执行的重要性水平选择函证对象，对销售额超过重要性

水平以上的客户全部函证。

②对未包括在上述函证样本中的客户，则采用系统抽样方法（分层、等距抽样）确定函证样本。

③确保报告期各期发函经销商收入占经销收入比例不低于 70%。

（2）经销商走访和库存抽查监盘样本选取标准

保荐机构按照经销收入金额、占比等维度，按重要性和随机抽样原则，对公司报告期各期的样本经销商实施走访程序并实施库存抽查监盘，具体选样标准及选样过程如下：

①报告期各期前二十大经销商；

②根据经销区域进行抽样，确保覆盖主要区域的经销商；

③报告期内重要的新增经销商；

④对经销金额较小（50 万元以下）的经销商进行随机抽样；

⑤经销收入增长较快的经销商以及向公司采购金额变动较大的主要经销商；

⑥关联方经销商；

⑦确保报告期各期走访经销商的经销收入占比超过 70%。

（3）经销商下游终端用户走访样本的选取标准

保荐机构对选取走访的经销商的终端客户实施走访程序。报告期内，公司经销商直接向汽车 4S 店、修理店等终端用户销售产品，形成零售业务；同时，规模较大的经销商还向其他汽保设备零售商销售产品，形成批发业务。对于经销商不同类型的业务，终端客户走访样本的具体选样标准及选样过程如下：①对于零售业务，抽取经销商的终端用户进行走访；②对于批发业务，抽取经销商下游的汽保设备零售客户进行走访，并对抽取的汽保设备零售客户进一步抽取其终端用户进行走访；③确保报告期内走访终端客户数量合计不少于 200 家。

综上，报告期内经销商核查的样本能够覆盖收入增长较快的经销商、向公司采购金额较大及金额变动较大的经销商。

2、是否存在非法人经销商、已注销经销商、仅销售发行人产品经销商、

（前）员工成立的经销商及其核查情况

（1）非法人经销商

报告期内，公司不存在非法人经销商。

（2）已注销经销商

截至本回复出具之日，公司报告期内的经销商共注销 3 家，具体情况如下：

序号	经销商名称	成立日期	注销日期	注销原因	公司的经销收入（万元）		
					2024 年度	2023 年度	2022 年度
1	福州富鑫顺商贸有限公司	2017-04-12	2023-12-22	不再开展业务，正常注销	-	-	24.94
2	宁波北浙机电设备有限公司	2020-08-12	2024-09-19	不再开展业务，正常注销	-	-	10.78
3	上海润茵机电设备有限公司	2015-02-16	2024-08-29	不再开展业务，正常注销	-	-	31.15

注 1：上述经销商信息来源于网络公开信息查询；

注 2：受同一实际控制人控制的经销商按合并前列示。

上述 3 家经销商，成立时间均在 4 年以上，且与公司的交易金额较小，因经销商自身业务情况注销。针对上述注销的经销商，保荐机构执行的核查程序如下：

①关联关系核查。查询经销商的股权结构以及董事、监事和高级管理人员信息，并与公司的实际控制人、股东、董事、监事和高级管理人员及其亲属、员工等进行核对，确认相关经销商与公司是否存在关联关系；

②访谈。对公司销售负责人进行访谈，了解报告期内经销商注销的原因；

③收入细节测试。对经销商的收入执行细节测试，抽查经销商协议、订单、销售出库单、销售发票、银行回单、客户验收文件等原始资料，并进行交叉核验；

④资金流水核查。获取公司的银行流水，核查已注销经销商的销售回款时间、金额、对方账户等，并与账面记录进行比对，验证相关记录是否一致。获取报告期内实际控制人及其直系亲属、5%以上股东、公司董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员及关键岗位人员的银行流水，核查个人银行流水中与已注销经销商之间的资金往来情况，并访谈前述关联方关于资金往来的背景和用途，核查已注销经销商是否存在为发行人提供体外资金循环或为发行人承

担成本费用等情形。

经核查，已注销经销商与公司不存在关联关系；已注销经销商报告期内注销的原因主要系其不再开展业务或者业务调整变更，具有合理性；发行人对于已注销经销商的收入具有真实性；已注销经销商不存在为发行人提供体外资金循环或为发行人承担成本费用等情形。

（3）仅销售发行人产品的经销商

报告期内，公司不存在仅销售公司产品的经销商。报告期内，公司经销商的下游终端客户包括国内各地汽车 4S 店、汽车维修保养店、汽车整车厂商（含旗下 4S 店）等，该类终端客户需要全品类的汽车维修保养设备和工具，经销商根据终端客户需求采购全品类的汽车维修保养设备和工具，而公司作为汽保设备制造商，主要产品为举升机、拆胎机、平衡机和养护类产品等，仅是终端客户需求中的部分设备。

关于上述事项，保荐机构执行的核查程序如下：

①实地走访主要经销商，了解其经营的产品；

②访谈发行人销售负责人，了解是否存在经销商仅销售发行人产品的情况；

经核查，公司不存在仅销售公司产品的经销商。

（4）（前）员工成立的经销商

公司报告期内的经销商中，由公司现员工设立的共计 3 家，具体情况如下：

序号	经销商名称	经销商成立日期	员工姓名	职位	员工持股情况	公司销售收入（万元）		
						2024 年度	2023 年度	2022 年度
1	杭州蓝霸汽车维修设备有限公司	2014/4/18	施武军	采购总监	90.00%	30.10	28.04	48.48
2	南京意中意汽车设备有限公司	2003/10/17			31.13%	1,096.75	906.38	926.78
3	上海英齐汽车设备有限公司	2014/9/9			间接持有6.00%的股份	15.62	100.02	132.30

公司报告期内的经销商中，由公司前员工设立的共计 3 家，相关前员工的离职时间已超 10 年，具体情况如下：

序	经销商名称	经销商成立	离职员	离职时职	离职	离职员工	公司销售收入（万元）

号		日期	工姓名	位	时间	持股情况	2024 年度	2023 年度	2022 年度
1	济宁汇成汽车维修设备有限公司	2012/11/28	梅秀生	售后服务专员	2007/8	90%	161.80	167.24	91.57
2	南京意中意汽车设备有限公司	2003/10/17	陈天	副总经理	2009/3	32.05%	1,096.75	906.38	926.78
3	上海英齐汽车设备有限公司	2014/9/9				间接持有7.20%的股份	15.62	100.02	132.30

公司与上述经销商的交易均系双方业务发展的需要，不存在除经销协议外的其他约定或安排，不存在对公司或经销商的利益输送，对公司经营业绩的影响较小。

针对（前）员工成立的经销商，保荐机构执行的核查程序如下：

①获取公司报告期内的员工花名册及离职员工花名册，并与经销商清单及经销商的工商信息等进行比对，判断经销商是否系公司员工或前员工设立；

②查阅公司与上述经销商签订的经销合同，确认是否存在与其他经销商的差异化条款或非正常的费用支持；对公司销售负责人进行访谈，了解公司经销商的价格体系，并获取客户信用额度明细，从产品售价、信用政策等方面对上述经销商与其他经销商进行对比分析；

③关联关系核查。查询上述经销商的股权结构以及董事、监事和高级管理人员信息，并与公司的实际控制人、股东、董事、监事和高级管理人员及其亲属、员工等进行核对，确认相关经销商与公司是否存在关联关系；

④收入细节测试。对上述经销商的收入执行细节测试，核查经销商协议、订单、销售出库单、销售发票、银行回单等原始资料，并进行交叉核验；

⑤资金流水核查。获取公司的银行流水，核查上述经销商的销售回款时间、金额、对方账户等，并与账面记录进行比对，验证相关记录是否一致；获取报告期内实际控制人及其直系亲属、5%以上股东、公司董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员及关键岗位人员的银行流水，核查个人银行流水中与上述经销商之间的资金往来情况，并访谈前述关联方关于资金往来的背景和用途，核查上述经销商是否存在为发行人提供体外资金循环或为发行人承担成本费用等情形；

⑥走访及盘点。对上述经销商及相关离职人员进行走访，了解上述经销商

的成立背景、销售情况、经营门店情况，获取与公司产品相关的进销存数据，并对其采购公司产品的库存情况进行实地盘点；

⑦终端销售核查。获取上述经销商就公司产品的对外销售明细，并对相关交易的销售发票、发货单、运输凭证等进行抽查；对上述经销商的终端客户进行实地走访，以核查公司产品的最终销售情况。

经核查，（前）员工成立的经销商与公司不存在关联关系；公司对（前）员工成立的经销商的收入具有真实性；（前）员工成立的经销商不存在为发行人提供体外资金循环或为发行人承担成本费用等情形。

综上所述，报告期内公司不存在非法人经销商、仅销售发行人产品经销商；存在已注销经销商、（前）员工成立的经销商，上述经销商与公司不存在关联关系，发行人对于上述经销商的收入具有真实性；上述经销商不存在为发行人提供体外资金循环或为发行人承担成本费用等情形。

（三）获取经销商进销存数据、经销商向终端客户实现销售的具体核查情况，获取运单、终端客户签收单、终端客户回款单等相关资料的具体方式和结论、外部证据有效性，详细说明具体核查对象、核查方式、对应的金额与比例、核查结论

1、获取经销商进销存数据、经销商向终端客户实现销售的具体核查情况

（1）经销商进销存核查

通过函证和实地走访方式，获取函证范围和实地走访范围内的主要经销商的进销存数据。通过实地走访方式，对走访范围内的经销商在走访日的公司产品库存情况进行实地盘点。

（2）经销商向终端客户实现销售的其他核查

①对主要经销商进行实地走访，通过访谈了解其公司产品的下游去向、终端客户情况；

②抽查主要经销商对外销售公司产品的相关发票、出库单、运单等相关单据。

③对主要经销商的终端客户进行实地走访，通过访谈了解终端客户的主营业务、采购公司产品的用途、供货经销商、采购公司产品的类别和数量、采购公司产品的真实性、是否存在纠纷、终端客户与公司是否存在关联关系或相关利益安排等；实地查看终端客户经营场所、公司产品存放及使用情况。

2、获取运单、终端客户签收单、终端客户回款单等相关资料的具体方式和结论、外部证据有效性

保荐机构在对样本经销商进行走访的过程中，抽取了部分经销商的对外销售发票、出库单、运单等相关资料进行核查。针对终端客户签收单、终端客户回款单，由于涉及经销商的商业机密，经销商未能提供。

相关外部资料均系保荐机构在走访经销商过程中独立获取，且内外部资料能相互验证，因此，获取的外部证据具有有效性。

3、详细说明具体核查对象、核查方式、对应的金额与比例、核查结论

（1）核查对象、核查方式

具体核查对象、核查方式详见本回复之“问题 7”之“三、（一）及（二）”。

（2）核查对应的金额与比例

具体核查对应的金额与比例详见本回复之“问题 7”之“三、（一）”。

（3）核查结论

经核查，保荐机构和申报会计师认为：报告期内，公司经销商的进销存数据、经销商向终端客户实现销售的相关资料等外部证据具有真实性和有效性；公司经销商的终端销售具有真实性，公司的经销收入具有真实性。

（四）说明资金流水核查情况，包括核查范围及核查完整性、重要性水平、是否存在受限情况及替代措施，核查中发现的异常情形，发行人是否存在体外资金循环或第三方为发行人承担成本费用等情形，发行人及其实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员及其他关联方与经销商之间是否存在异常资金往来

1、说明资金流水核查情况，包括核查范围及核查完整性、重要性水平、是

否存在受限情况及替代措施，核查中发现的异常情形

（1）核查范围

保荐机构对公司及其子公司、公司的实际控制人及其直系亲属、5%以上股东、董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员以及关键采购、销售和财务人员开立或控制的银行账户（包括报告期内的存续账户及已注销账户）在报告期内的银行流水进行了核查。

（2）核查完整性

①公司银行流水

通过获取并查阅发行人及其子公司的已开立银行结算账户清单、企业信用报告、财务账套等方式，确认其银行账户的完整性；对发行人及其子公司在报告期各期末的银行账户余额进行函证，检查其银行账户的完整性；通过对相关主体在不同账户间的资金互转情况进行交叉复核，检查其银行账户的完整性。

②相关自然人银行流水

陪同相关自然人前往主要大型国有银行、大型股份制银行及本地主要银行，并获取云闪付报告，前往云闪付报告上显示的其他银行；在银行柜台获取其名下全部银行账户清单及流水；对相关主体在不同账户间的资金互转情况进行交叉复核，以确认所获取银行账户的完整性。

（3）重要性水平

①针对发行人及其子公司的资金流水，对单笔金额超过 100 万元（含 100 万元）的银行交易和单笔金额超过 1 万元（含 1 万元）的现金交易进行核查；

②针对相关自然人的资金流水，对单笔金额超过 5 万元（含 5 万元）的银行交易进行核查。

（4）是否存在受限情况及替代措施

保荐机构在资金流水核查过程中，不存在核查程序受限情况。

（5）核查中发现的异常情形

根据《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 2 号》2-18 的相关要求，发行人和保荐机构认为：

①发行人资金管理相关内部控制制度不存在较大缺陷；

②不存在银行账户不受发行人控制或未在发行人财务核算中全面反映的情况，不存在发行人银行开户数量等与业务需要不符的情况；

③发行人大额资金往来不存在重大异常，与公司经营活动、资产购置、对外投资等相匹配；

④发行人与实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员等不存在异常大额资金往来；

⑤发行人不存在大额或频繁取现的情形；发行人同一账户或不同账户之间，不存在金额、日期相近的异常大额资金进出的情形；

⑥发行人不存在大额购买无实物形态资产或服务（如商标、专利技术、咨询服务等）的情形；

⑦发行人实际控制人个人账户不存在大额资金往来较多且无合理解释，或者频繁出现大额存现、取现情形；

⑧实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员从发行人获得大额现金分红款、薪酬或资产转让款，转让发行人股权获得大额股权转让款，主要资金流向或用途不存在重大异常；

⑨实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员与发行人关联方、客户、供应商不存在异常大额资金往来；

⑩不存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形。

2、发行人是否存在体外资金循环或第三方为发行人承担成本费用等情形，发行人及其实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员及其他关联方与经销商之间是否存在异常资金往来

发行人不存在体外资金循环或第三方为发行人承担成本费用等情形。发行人主要股东或关键岗位人员与经销商之间存在资金往来，主要原因系：股东或关键岗位人员所投资和经营的企业是发行人的经销商，股东或关键岗位人员与

其所投资或经营的企业之间由于分红、报销等与该经销商自身经营相关的正常的资金往来，具有合理性。发行人及其实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员及其他关联方与经销商之间不存在异常资金往来。

针对上述事项，保荐机构执行的核查程序如下：

（1）取得报告期内实际控制人及其直系亲属、主要股东、董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员、关键岗位人员的银行流水，核查银行流水中与公司客户、供应商之间的资金往来情况，了解资金往来的背景和用途并收集相关证据；

（2）获取关联经销商报告期内的银行流水，核查公司前述关联自然人与关联经销商之间资金往来情况，核查关联经销商与公司客户、供应商之间的资金往来情况，了解资金往来的背景和用途并收集相关证据；

经核查，发行人不存在体外资金循环或第三方为发行人承担成本费用等情形，发行人及其实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员及其他关联方与经销商之间不存在异常资金往来。

问题 8. 毛利率持续上升的合理性

（1）毛利率持续上升的原因。根据申请文件，①报告期主要产品毛利率呈持续上升的趋势，主要系受汇率变动、钢材价格下降、单位人工和制造费用成本下降等影响；其他产品主要为自动洗车机、配件，毛利率变动较小。②平衡机毛利率在 40%以上，高于其他主要产品。③发行人各期内销毛利率分别为 20.27%、20.72%、20.07%和 20.46%，外销毛利率分别为 23.44%、24.87%、29.82%和 31.56%，外销毛利率持续上涨且高于内销毛利率。④报告期内主要客户之间毛利率差异较大，部分主要客户毛利率变动与其所属区域毛利率变动不一致。请发行人：①说明报告期内拆胎机平均单价持续上升、其他主要产品平均单价先升后降的原因，产品价格及波动情况与公开市场同类产品或客户采购同类产品相比是否存在较大差异。②结合汇率变动、钢材采购价格变化及原材料备货周期、产量提升前后人工成本、制造费用变动情况，量化分析报告期各主要产品毛利率持续上升、其他产品毛利率未有明显增长的原因及合理性。③结合主要产品在生产工艺、技术水平、原材料构成、下游客户及需求差异，说

明平衡机毛利率高于其他产品的原因。④说明主要产品境内外不同区域、不同销售模式下毛利率情况，结合境内外销售产品结构差异、销售模式差异、定价及议价能力、单位成本差异等情况，说明内销与外销毛利率存在差异的原因以及变动的合理性，内外销毛利率水平及其变动趋势是否与行业趋势一致。⑤结合不同区域客户需求变化、交付方式差异、客户规模等，说明发行人对境外不同区域主要客户销售毛利率存在较大差异的原因及合理性，相同区域不同客户毛利率变动趋势不一致的原因。

（2）与同行业可比公司存在差异的合理性。根据申请文件，可比公司高昌机电主要产品为各式液压举升机，发行人举升机毛利率低于高昌机电；可比公司常润股份主要产品为商用千斤顶及汽车零部件，与发行人产品差异较大。请发行人：①结合在销售区域、销售模式、下游客户类型、具体应用领域的差异、产品技术、功能定位、成本结构差异等，对比分析发行人举升机毛利率大幅低于可比公司高昌机电的合理性。②进一步扩大选取范围，选取从事相似业务或生产相似产品的公司作为可比公司样本，说明各期发行人主要产品毛利率与可比公司相同或类似产品的比较情况。③结合下游需求变化、原材料价格趋势、公司市场地位和议价能力、期后在手订单情况等，说明主要产品毛利率是否存在大幅下降的风险，如有，请充分揭示风险并完善重大事项提示。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见，说明核查方法、范围、依据及结论。

【回复】

一、毛利率持续上升的原因。请发行人：①说明报告期内拆胎机平均单价持续上升、其他主要产品平均单价先升后降的原因，产品价格及波动情况与公开市场同类产品或客户采购同类产品相比是否存在较大差异。②结合汇率变动、钢材采购价格变化及原材料备货周期、产量提升前后人工成本、制造费用变动情况，量化分析报告期各主要产品毛利率持续上升、其他产品毛利率未有明显增长的原因及合理性。③结合主要产品在生产工艺、技术水平、原材料构成、下游客户及需求差异，说明平衡机毛利率高于其他产品的原因。④说明主要产品境内外不同区域、不同销售模式下毛利率情况，结合境内外销售产品结构差异、销售模式差异、定价及议价能力、单位成本差异等情况，说明内销与外销

毛利率存在差异的原因以及变动的合理性，内外销毛利率水平及其变动趋势是否与行业趋势一致。⑤结合不同区域客户需求变化、交付方式差异、客户规模等，说明发行人对境外不同区域主要客户销售毛利率存在较大差异的原因及合理性，相同区域不同客户毛利率变动趋势不一致的原因。

（一）说明报告期内拆胎机平均单价持续上升、其他主要产品平均单价先升后降的原因，产品价格及波动情况与公开市场同类产品或客户采购同类产品相比是否存在较大差异

1、说明报告期内拆胎机平均单价持续上升、其他主要产品平均单价先升后降的原因

2021 年至 2024 年，公司主要产品平均单价变动情况如下：

单位：元/套

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2021 年度
拆胎机	4,913.91	5,117.80	4,890.25	4,720.52
举升机	7,492.15	7,851.29	8,190.32	7,579.26
平衡机	2,999.36	3,012.96	3,160.93	2,979.97
养护类设备	1,067.37	1,054.62	1,077.91	1,007.38

由上表可见，2021 年至 2023 年，拆胎机平均单价持续上升，其他主要产品平均单价先升后降。

2022 年度，各类主要产品平均单价均有所上升，主要原因系：①2021 年度，随着钢材价格上升，公司对主要产品销售价格进行了多次上调；②公司外销主要以美元进行结算，2022 年度，随着美元汇率上升，折算为人民币的价格随之上升。

2023 年度，除拆胎机外的其他主要产品平均单价下降，主要原因系：①2022 年度，随着钢材价格下降以及美元汇率上升，公司下调了对外销客户的产品价格；②2023 年，公司增加了促销活动的次数和力度，产品价格相应下降。2023 年度，拆胎机平均单价上升，主要原因系拆胎机除受上述价格下调的影响外，2023 年拆胎机产品结构变化导致平均单价上升，一方面，价格较高的商用车拆胎机销售占比从 2022 年的 11.00%上升至 2023 年的 13.11%，2023 年商用车拆胎机销售平均单价为 17,775.11 元/套，高于拆胎机产品的平均价格；另一

方面，公司 2023 年推出了较多拆胎机新产品，包括 PRO 系列拆胎机等，占当期拆胎机收入的 9.10%，拆胎机新产品的平均单价为 5,659.46 元/套，拉高了整体的销售单价。

2024 年度，平衡机、养护类设备平均单价变动较小。拆胎机平均单价较上年下降，主要原因系拆胎机产品结构变化导致，价格较高的商用车拆胎机销售占比从 2023 年的 13.11%下降至 2024 年的 10.72%，2024 年商用车拆胎机销售平均单价为 17,381.21 元/套；举升机平均单价较上年下降较多，主要原因系随着国内外客户对双柱举升机的需求增加，导致双柱举升机的销售占比从 2023 年的 58.44%上升至 2024 年 63.28%，双柱举升机平均销售价格较低，2024 年平均售价为 6,513.80 元/套，拉低了举升机的平均单价。

综上，2021 年至 2023 年，拆胎机平均单价持续上升、其他主要产品平均单价先升后降，变动原因具有合理性。

2、产品价格及波动情况与公开市场同类产品或客户采购同类产品相比是否存在较大差异

公司主要产品为汽车维修养护设备，产品规格、型号较多，各产品主要生产厂家未有公开市场数据，因此行业尚无公开可比的市场价格。

经访谈公司境内外的主要客户，客户向发行人采购的产品与其向其他供应商采购的同类产品价格不存在较大差异。

（二）结合汇率变动、钢材采购价格变化及原材料备货周期、产量提升前后人工成本、制造费用变动情况，量化分析报告期各主要产品毛利率持续上升、其他产品毛利率未有明显增长的原因及合理性

报告期内，公司各类产品毛利率情况如下：

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	毛利率	变动幅度	毛利率	变动幅度	毛利率
举升机	22.92%	1.82%	21.10%	4.30%	16.80%
拆胎机	30.53%	2.93%	27.60%	3.50%	24.10%
平衡机	46.80%	1.82%	44.98%	2.14%	42.84%
养护类设备	33.55%	0.35%	33.20%	2.42%	30.78%

其他	30.77%	-1.79%	32.56%	-1.22%	33.78%
合计	**28.81%**	**1.52%**	**27.29%**	**3.43%**	**23.87%**

注：毛利率变动幅度为绝对值变动。

报告期内，主要产品毛利率持续上升，主要原因系：①公司外销收入主要以美元进行结算，报告期内，美元汇率持续上升，带动外销毛利率上升；②公司主要产品耗用钢材较大，报告期内，钢材平均价格逐年下降，材料成本下降；③2023 年度和 2024 年度，公司主要产品产量提升较大，产品单位人工和制造费用成本下降，从而使产品毛利率上升。

报告期内，其他产品毛利率逐年下降，主要原因系：①其他产品中主要为配件和其他配套成品，其中其他配套成品中公司外购的产品占比较高，产品成本受产品产量变动等因素的影响较小；②2023 年度，其他产品中毛利率较低的洗车机销售占比从上年的 14.53%上升至 22.48%，拉低了其他产品的整体毛利率。

1、量化分析主要产品毛利率持续上升原因

报告期内，公司主要产品毛利率变动主要受汇率、钢材采购价格、产量变动等因素影响。

（1）汇率变动对主要产品毛利率的影响

公司外销收入主要以美元进行结算，公司确认收入记账的美元汇率为国家外汇管理局每月第一个工作日公布的汇率，报告期内，主要产品的美元结算平均汇率情况如下：

产品	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	平均汇率	变动幅度	平均汇率	变动幅度	平均汇率
举升机	7.1085	0.65%	7.0624	4.93%	6.7307
拆胎机	7.1107	0.55%	7.0715	5.69%	6.6907
平衡机	7.1098	0.62%	7.0658	5.28%	6.7112
养护类设备	7.1038	0.46%	7.0714	5.47%	6.7044

测算汇率变动对毛利率的影响如下：

①2023 年度

项目	序号	举升机	拆胎机	平衡机	养护类设备

销售收入（万元）	a	36,959.94	20,370.91	8,541.44	6,253.03
销售成本（万元）	b	29,162.28	14,749.33	4,699.49	4,177.33
毛利率	c	21.10%	27.60%	44.98%	33.20%
美元结算收入（万美元）	d	3,432.02	2,066.86	939.50	656.37
汇率变动值	e	0.3317	0.3808	0.3546	0.3670
汇率变动影响人民币收入（万元）	f=d×e	1,138.40	787.06	333.15	240.89
剔除汇率变动后毛利率	g=（a-b-f）/（a-f）	18.59%	24.69%	42.75%	30.52%
汇率变动对毛利率影响	**h=c-g**	**2.51%**	**2.91%**	**2.23%**	**2.68%**

②2024 年度

项目	序号	举升机	拆胎机	平衡机	养护类设备
销售收入（万元）	a	50,853.71	25,208.84	11,141.12	7,947.01
销售成本（万元）	b	39,199.75	17,512.89	5,926.97	5,280.76
毛利率	c	22.92%	30.53%	46.80%	33.55%
美元结算收入（万美元）	d	4,627.90	2,457.23	1,173.51	792.03
汇率变动值	e	0.0461	0.0392	0.0440	0.0324
汇率变动影响人民币收入（万元）	f=d×e	213.35	96.32	51.63	25.66
剔除汇率变动后毛利率	g=（a-b-f）/（a-f）	22.59%	30.26%	46.55%	33.34%
汇率变动对毛利率影响	**h=c-g**	**0.32%**	**0.27%**	**0.25%**	**0.22%**

（2）钢材采购价格变化对主要产品毛利率的影响

公司材料采购主要包括钢材、部件以及外购产品，其中，部件及外购产品成本亦受钢材价格波动而波动，故钢材价格波动对公司产品成本影响较大。公司钢材的结转成本单价变动滞后于公司采购均价，主要系公司原材料存在备货周期，材料的核算方法为移动加权平均法，材料当期结转成本单价受上期末库存成本的影响，故采用钢材领用平均单价进行测算分析。

报告期内，钢材采购和领用平均单价情况如下：

单位：元/吨

产品	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	平均单价	变动幅度	平均单价	变动幅度	平均单价
钢材采购	3,710.43	-7.37%	4,005.81	-10.48%	4,474.57
钢材领用	3,732.73	-7.67%	4,042.65	-11.46%	4,565.71

测算钢材价格变动对毛利率的影响如下：

①2023 年度

项目	序号	举升机	拆胎机	平衡机	养护类设备
销售收入（万元）	a	36,959.94	20,370.91	8,541.44	6,253.03
销售成本（万元）	b	29,162.28	14,749.33	4,699.49	4,177.33
毛利率	c	21.10%	27.60%	44.98%	33.20%
自制产品成本（万元）	d	19,690.78	14,326.06	4,521.92	3,858.49
材料成本占产品成本比例	e	79.98%	76.88%	74.06%	68.45%
钢材耗用占材料领用比例	f	52.19%	28.28%	19.67%	9.82%
钢材领用平均单价变动幅度	g	-11.46%	-11.46%	-11.46%	-11.46%
钢材价格变动影响成本金额（万元）	h=d×e×f×g	-941.65	-356.79	-75.47	-29.71
剔除钢材价格变动后毛利率	i=（a-b+h）/a	18.55%	25.84%	44.10%	32.72%
钢材价格变动对毛利率影响	**j=c-i**	**2.55%**	**1.75%**	**0.88%**	**0.48%**

②2024 年度

项目	序号	举升机	拆胎机	平衡机	养护类设备
销售收入（万元）	a	50,853.71	25,208.84	11,141.12	7,947.01
销售成本（万元）	b	39,199.75	17,512.89	5,926.97	5,280.76
毛利率	c	22.92%	30.53%	46.80%	33.55%
自制产品成本（万元）	d	24,673.05	16,726.29	5,717.97	4,951.01
材料成本占产品成本比例	e	81.15%	79.08%	75.52%	71.25%
钢材耗用占材料领用比例	f	53.16%	27.18%	17.24%	8.76%
钢材领用平均单价变动幅度	g	-7.67%	-7.67%	-7.67%	-7.67%
钢材价格变动影响成本金额（万元）	h=d×e×f×g	-815.99	-275.61	-57.09	-23.70
剔除钢材价格变动后毛利率	i=（a-b+h）/a	21.31%	29.44%	46.29%	33.25%
钢材价格变动对毛利率影响	**j=c-i**	**1.60%**	**1.09%**	**0.51%**	**0.30%**

（3）产量变动对主要产品毛利率的影响

产量变动直接影响公司单位产品的人工成本和制造费用，从而影响产品毛利率。

报告期内，公司主要产品的产量变动情况如下：

单位：套

产品	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	产量	变动幅度	产量	变动幅度	产量
举升机	43,495	38.87%	31,320	31.69%	23,784
拆胎机	50,968	27.49%	39,978	20.56%	33,161
平衡机	37,490	35.67%	27,633	28.57%	21,492
养护类设备	72,851	36.39%	53,413	9.70%	48,689

测算产量变动对毛利率的影响如下：

①2023 年度

项目	序号	举升机	拆胎机	平衡机	养护类设备
销售收入（万元）	a	36,959.94	20,370.91	8,541.44	6,253.03
销售成本（万元）	b	29,162.28	14,749.33	4,699.49	4,177.33
毛利率	c	21.10%	27.60%	44.98%	33.20%
2023 年自制产品平均单位人工成本和制造费用（元/套）	d	1,236.33	832.18	413.82	217.94
2022 年自制产品平均单位人工成本和制造费用（元/套）	e	1,470.98	845.31	498.29	235.25
平均单位产品人工成本和制造费用变动额（元/套）	f=d-e	-234.64	-13.13	-84.47	-17.31
2023 年自制产品销量（套）	g	31,879	39,804	28,345	55,859
单位产品人工成本和制造费用影响成本金额（万元）	h=f×g	-748.02	-52.25	-239.43	-96.72
剔除产量变动影响后毛利率	i=（a-b+h）/a	19.07%	27.34%	42.18%	31.65%
产量变动对毛利率影响	**j=c-i**	**2.02%**	**0.26%**	**2.80%**	**1.55%**

注：产量变动对拆胎机毛利率测算影响较小，主要系当期拆胎机单位产品人工成本和制造费用受产品结构变动影响较大，2023 年商用拆胎机以及拆胎机新产品占比提升，上述产品的单位成本较高。

②2024 年度

项目	序号	举升机	拆胎机	平衡机	养护类设备
销售收入（万元）	a	50,853.71	25,208.84	11,141.12	7,947.01
销售成本（万元）	b	39,199.75	17,512.89	5,926.97	5,280.76
毛利率	c	22.92%	30.53%	46.80%	33.55%
2024 年自制产品平均单位人工成本和制造费用（元/套）	d	1,076.79	695.15	377.67	200.34
2023 年自制产品平均单位	e	1,236.33	832.18	413.82	217.94

人工成本和制造费用（元/套）					
平均单位产品人工成本和制造费用变动额（元/套）	f=d-e	-159.55	-137.03	-36.15	-17.60
2024 年自制产品销量（套）	g	43,200	50,336	37,058	71,040
单位产品人工成本和制造费用影响成本金额（万元）	h=f×g	-689.24	-689.76	-133.98	-125.01
剔除产量变动影响后毛利率	i=（a-b+h）/a	21.56%	27.79%	45.60%	31.98%
产量变动对毛利率影响	**j=c-i**	**1.36%**	**2.74%**	**1.20%**	**1.57%**

注：产量变动对拆胎机毛利率测算影响较大，主要系当期拆胎机单位产品人工成本和制造费用受产品结构变动影响较大，2024 年商用拆胎机占比下降，上述产品的单位成本较高。

2、其他产品毛利率未有明显增长的原因

公司其他产品主要包括配件、其他配套产品、洗车机，报告期内，其他产品收入结构及毛利率情况如下：

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
配件	30.34%	52.18%	32.45%	56.49%	43.15%	51.98%
其他配套产品	47.55%	20.58%	45.08%	21.53%	42.31%	19.81%
洗车机	22.11%	23.33%	22.48%	20.14%	14.53%	20.42%
合计	**100.00%**	**30.77%**	**100.00%**	**32.56%**	**100.00%**	**33.78%**

报告期内，其他产品毛利率主要受美元汇率及产品结构变动影响，其他产品中的其他配套产品外购的占比较高，毛利率受产品产量变动等因素的影响较小。

报告期内，汇率变动对其他产品毛利率的影响如下：

项目	序号	2024 年度	2023 年度
销售收入（万元）	a	9,541.19	6,560.54
销售成本（万元）	b	6,605.23	4,424.24
毛利率	c	30.77%	32.56%
美元结算收入（万美元）	d	843.75	587.08
汇率变动值	e	0.0361	0.3257
汇率变动影响人民币收入（万元）	f=d*e	30.42	191.19
剔除汇率变动后毛利率	g=（a-b-f）/（a-f）	30.55%	30.54%
汇率变动对毛利率影响	**h=c-g**	**0.22%**	**2.02%**

报告期内，其他产品毛利率未有明显增长的原因主要系：

2023 年度，其他产品毛利率较上年下降 1.22%，而主要产品毛利率有所上升，主要原因系其他产品中毛利率较低的洗车机销售占比从 2022 年的 14.53%上升至 2023 年的 22.48%，2023 年度洗车机毛利率为 20.14%，拉低了其他产品的整体毛利率。

2024 年度，其他产品毛利率较上年下降 1.79%，而主要产品毛利率有所上升，主要原因系主要产品毛利率上升主要受产量提升单位产品人工成本和制造费用下降所致，而其他产品中的其他配套成品外购的占比较高，产品成本变动较小，故毛利率未明显增长。

综上，报告期内，各主要产品毛利率持续上升，主要系报告期内美元汇率持续上升、钢材价格持续下降、2023 年和 2024 年产量提升单位成本下降所致，其他产品毛利率未有明显增长主要系其他产品中的其他配套成品外购的占比较高，成本受公司产量变动等因素影响较小，此外，2023 年其他产品中毛利率较低的洗车机销售占比提升，变动原因具有合理性。

（三）结合主要产品在生产工艺、技术水平、原材料构成、下游客户及需求差异，说明平衡机毛利率高于其他产品的原因

报告期内，公司平衡机毛利率分别为 42.84%、44.98%和 46.80%，高于其他主要产品毛利率，主要原因系：平衡机作为测量轮胎平衡性并对轮胎进行动平衡操作的设备，对轮胎平衡性的测量精度是平衡机的基本性能之一，测量精度除了依赖设备硬件的制造精密度外，还依赖软件的设计和算法；而其他主要产品的软件主要用于产品自动化水平的升级。截至目前，公司拥有 8 项平衡机相关的软件著作权。在生产工艺、技术水平、原材料构成、下游客户及需求方面，平衡机与其他主要产品的具体差异如下：

1、平衡机生产需要进行控制板卡装配及软件烧录

公司主要产品为举升机、拆胎机、平衡机、养护类设备，各类产品的生产工艺相近，主要包括切割下料、钣金加工、焊接组合、表面处理、组装、调试检测、包装。平衡机产品的主要功能为测量轮胎的平衡性，其核心功能除了设备硬件外还需要依靠轮胎平衡测试计算软件来实现，因此，平衡机的生产流程除上述工序外，还需要进行控制板卡装配和软件烧录，公司平衡机产线配备了

专门的电子装配车间。

2、平衡机对测量精度要求较高，产品软件附加值相对较高

测量精度是平衡机的基本性能之一。公司平衡机拥有高精度信号处理解算算法技术，能够结合高性能混合信号处理芯片，通过综合处理和分析振动信号的频率、相位以及车轮的尺寸和速度等多种因素，准确地计算出车轮的不平衡量和位置。

相比举升机、拆胎机、养护类设备，平衡机产品除了对硬件设计制造、机械结构设计有较高的要求外，还需要进行平衡测试计算软件的设计开发，其核心功能需要依靠轮胎平衡测试计算软件来实现，因此，平衡机产品的软件附加值相对较高。

3、平衡机主要原材料构成还包含集成电路、电子元器件等，部分高端的平衡机型号还配备了液晶显示器

相比举升机、拆胎机、养护类设备，平衡机主要的原材料构成除了钢材、结构件、电气件等物料外，还包含了较多集成电路、电子元器件等，部分高端的平衡机型号还配备了液晶显示器，原材料构成存在一定差异。

4、平衡机下游客户及需求情况与其他产品不存在明显差异

报告期内，平衡机销售收入分别为 6,625.94 万元、8,541.44 万元和 11,141.12 万元，与公司整体收入变动趋势一致。

平衡机主要客户与其他产品主要客户不存在明显差异，报告期内，平衡机累计收入前五名客户系公司的主要客户，具体情况如下：

单位：万元

客户	2024 年度	2023 年度	2022 年度
TWIN BUSCH GmbH	2,073.17	1,685.44	1,430.28
REDATS SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA	1,430.68	1,085.59	588.51
Master plus Ltd	745.26	447.63	359.62
常润股份	290.22	190.75	318.32
LKQ CZ s.r.o.	225.74	140.74	112.89
小计	**4,765.06**	**3,550.14**	**2,809.62**
占平衡机收入比重	**42.77%**	**41.56%**	**42.40%**

综上，平衡机相比于其他主要产品在生产工艺、技术水平、原材料构成等方面存在差异，平衡机毛利率高于其他主要产品具有合理性。

（四）说明主要产品境内外不同区域、不同销售模式下毛利率情况，结合境内外销售产品结构差异、销售模式差异、定价及议价能力、单位成本差异等情况，说明内销与外销毛利率存在差异的原因以及变动的合理性，内外销毛利率水平及其变动趋势是否与行业趋势一致

1、说明主要产品境内外不同区域、不同销售模式下毛利率情况

（1）主要产品境内外不同区域毛利率情况

报告期内，公司主要产品境内外不同区域毛利率情况如下：

单位：万元

产品	区域	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
		收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
举升机	内销	13,363.58	18.41%	10,636.37	17.40%	7,408.08	16.19%
	外销	37,490.14	24.52%	26,323.57	22.59%	22,830.57	16.99%
拆胎机	内销	5,635.21	18.32%	4,528.96	16.14%	3,795.11	18.33%
	外销	19,573.63	34.04%	15,841.95	30.87%	12,757.88	25.82%
平衡机	内销	1,963.46	39.62%	1,517.97	39.56%	1,242.42	41.02%
	外销	9,177.66	48.34%	7,023.47	46.15%	5,383.52	43.27%
养护类设备	内销	1,708.92	22.43%	1,486.56	25.16%	1,477.24	27.51%
	外销	6,238.09	36.60%	4,766.47	35.70%	3,839.68	32.03%
小计	**内销**	**22,671.17**	**20.53%**	**18,169.86**	**19.58%**	**13,922.85**	**20.19%**
	外销	**72,479.52**	**31.15%**	**53,955.46**	**29.25%**	**44,811.65**	**23.95%**

（2）主要产品不同销售模式毛利率情况

报告期内，公司主要产品不同销售模式毛利率情况如下：

单位：万元

产品	销售模式	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
		收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
举升机	经销	10,417.99	20.07%	9,686.21	17.82%	6,726.66	15.96%
	直销	40,435.72	23.65%	27,273.73	22.26%	23,511.99	17.03%
拆胎机	经销	4,117.66	16.43%	3,518.72	14.93%	2,475.25	18.46%
	直销	21,091.18	33.28%	16,852.19	30.24%	14,077.74	25.09%
平衡机	经销	1,381.27	35.00%	1,130.28	36.63%	810.38	37.53%
	直销	9,759.85	48.47%	7,411.15	46.25%	5,815.57	43.58%

养护类设备	经销	1,024.24	16.14%	991.72	20.71%	1,057.05	23.00%
	直销	6,922.77	36.13%	5,261.32	35.55%	4,259.87	32.71%
小计	**经销**	**16,941.16**	**20.16%**	**15,326.93**	**18.73%**	**11,069.33**	**18.77%**
	直销	**78,209.53**	**30.45%**	**56,798.39**	**28.99%**	**47,665.17**	**24.05%**

2、结合境内外销售产品结构差异、销售模式差异、定价及议价能力、单位成本差异等情况，说明内销与外销毛利率存在差异的原因以及变动的合理性

报告期内，公司主营业务分地区毛利率情况如下：

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
境内	20.48%	20.07%	20.72%
境外	31.51%	29.82%	24.87%

（1）境内外销售产品结构差异

报告期内，境内外销售产品结构及毛利率情况如下：

区域	产品	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
		占比	毛利率	占比	毛利率	占比	毛利率
内销	举升机	52.29%	18.41%	52.11%	17.40%	48.39%	16.19%
	拆胎机	22.05%	18.32%	22.19%	16.14%	24.79%	18.33%
	平衡机	7.68%	39.62%	7.44%	39.56%	8.12%	41.02%
	养护类设备	6.69%	22.43%	7.28%	25.16%	9.65%	27.51%
	其他	11.29%	20.10%	10.99%	24.04%	9.06%	26.08%
	小计	**100.00%**	**20.48%**	**100.00%**	**20.07%**	**100.00%**	**20.72%**
外销	举升机	47.38%	24.52%	45.17%	22.59%	47.32%	16.99%
	拆胎机	24.73%	34.04%	27.19%	30.87%	26.44%	25.82%
	平衡机	11.60%	48.34%	12.05%	46.15%	11.16%	43.27%
	养护类设备	7.88%	36.60%	8.18%	35.70%	7.96%	32.03%
	其他	8.41%	35.40%	7.41%	36.99%	7.12%	36.89%
	小计	**100.00%**	**31.51%**	**100.00%**	**29.82%**	**100.00%**	**24.87%**

注：占比指相应产品收入占相应区域合计收入的比例。

由上可见，毛利率较低的举升机产品内销收入占比高于外销收入占比，毛利率较高的平衡机产品内销收入占比低于外销收入占比。

（2）销售模式差异

报告期内，境内外不同销售模式收入占比及毛利率情况如下：

区域	模式	2024 年度	2023 年度	2022 年度

		占比	毛利率	占比	毛利率	占比	毛利率
内销	经销	71.63%	20.31%	79.74%	18.92%	76.68%	19.45%
	直销	28.37%	20.90%	20.26%	24.56%	23.32%	24.89%
外销	直销	100.00%	31.51%	100.00%	29.82%	100.00%	24.87%

注：占比指相应销售模式收入占相应区域合计收入的比例。

公司内销以经销为主，报告期内，内销经销毛利率低于直销毛利率，主要原因系经销模式下，经销商需承担扩展市场、推广产品以及相应的售前、售后技术服务等责任，在承担上述责任的同时还需承担一定的店面租赁、人工、资金等成本，公司还会根据经销协议给予一定的返利，因此，相对于直销模式，经销模式下产品销售毛利率较低。

公司外销均为直销，直销毛利率水平高于经销。

（3）定价及议价能力

公司根据成本加成原则并考虑市场竞争情况、市场价格水平、客户采购规模等因素协商确定产品销售价格，基于公司成熟的技术工艺、质量稳定的产品、规模化制造、较好的产品交付能力、一定的品牌知名度以及在国外市场上与国外厂家相比的性价比优势，公司与主要客户建立了长期稳定的合作关系，主要客户对公司产品具有较高的认可度，公司对客户具有一定的议价能力。

公司面向的境内外市场竞争情况不同，公司外销的竞争对手包括欧洲等境外厂商，公司产品具有性价比优势，而国内市场上中小规模的厂家较多，市场竞争更加激烈，公司外销定价水平相对较高。

（4）单位成本差异

报告期内，公司产成品发出根据产品型号按移动加权平均成本计算产品单位成本，同型号产品境内销售和境外销售成本核算方法一致，因此，同型号产品境内销售和境外销售单位成本不存在较大差异。

（5）内销与外销毛利率存在差异的原因以及变动的合理性

公司外销毛利率高于内销，主要原因系：①毛利率较低的举升机产品内销收入占比高于外销收入占比，毛利率较高的平衡机产品内销收入占比低于外销收入占比；②公司内销以经销为主，外销均为直销，经销商需承担扩展市场、推广产品以及相应的售前、售后技术服务等责任，公司还会根据经销协议给予

一定的返利，经销毛利率低于直销；③公司外销的竞争对手包括欧洲等境外厂商，公司产品具有性价比优势，而国内市场上中小规模的厂家较多，市场竞争更加激烈，公司外销定价水平相对较高；④近年来，美元兑人民币汇率上升，外销毛利率受汇率波动影响而提升。

报告期内，公司内销毛利率保持稳定，外销毛利率逐年提升，主要原因系：①内销市场竞争相对较为激烈，通过市场促销活动等给予的销售折扣优惠相对更多，主要产品价格下降，同时，报告期内随着钢材价格下降及产量上升使得主要产品成本下降，综合影响下，内销毛利率保持稳定；②公司外销以美元结算为主，报告期内美元兑人民币汇率持续上升。

综上，受产品结构差异、销售模式差异、定价及议价能力、汇率变动等因素影响，内销与外销毛利率存在差异以及毛利率变动情况具有合理性。

3、内外销毛利率水平及其变动趋势是否与行业趋势一致

同行业可比公司中，高昌机电、元征科技未披露分内外销的毛利率情况，常润股份内外销毛利率与发行人比较情况如下：

公司	销售区域	2024 年度	2023 年度	2022 年度
常润股份	内销	未披露	11.68%	11.73%
	外销	未披露	23.15%	19.06%
发行人	内销	20.48%	20.07%	20.72%
	外销	31.51%	29.82%	24.87%

公司内外销毛利率均高于常润股份，主要系公司与常润股份产品差异所致，公司主要产品为举升机、拆胎机、平衡机及养护类设备，常润股份主要产品为千斤顶。

2023 年，常润股份内外销毛利率变动趋势与发行人一致。

综上，公司内外销毛利率水平高于常润股份主要系产品差异所致，内外销毛利率变动趋势与同行业可比公司一致。

（五）结合不同区域客户需求变化、交付方式差异、客户规模等，说明发行人对境外不同区域主要客户销售毛利率存在较大差异的原因及合理性，相同区域不同客户毛利率变动趋势不一致的原因

1、发行人对境外不同区域主要客户销售毛利率存在较大差异的原因及合理

性

报告期内，发行人前五大境外客户分布在德国、波兰、俄罗斯、捷克、西班牙、巴西等地区，上述地区报告期各期收入占境外销售比例分别为 48.49%、52.43%和 53.57%。

报告期各期前五大客户是当地市场的主要客户，对应客户收入占公司在当地市场收入的比例情况如下：

客户	所在地	2024 年度	2023 年度	2022 年度
TWIN BUSCH GmbH	德国	81.32%	83.80%	84.17%
REDATS SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA	波兰	74.27%	76.12%	76.02%
Master plus Ltd	俄罗斯	75.17%	72.90%	73.16%
LKQ CZ s.r.o.	捷克	99.11%	98.78%	98.34%
SUMINISTROS DAMA-RL SPAIN SOCIEDAD LIMITADA	西班牙	67.38%	64.98%	68.62%
MAHOVI INDUSTRIA E COMERCIO DE EQUIPAMENTOS LTDA	巴西	35.22%	39.89%	31.13%

注：LKQ CZ s.r.o.对应的收入仅为捷克公司的收入，不包含其同一控制下其他地区公司的收入，下同。

报告期内，上述地区主要客户收入和毛利率情况如下：

单位：万元

客户	所在地	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
		收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
TWIN BUSCH GmbH	德国	5,826.53	*	4,734.25	*	4,002.09	*
REDATS SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA	波兰	9,262.64	*	6,610.41	*	4,357.97	*
Master plus Ltd	俄罗斯	8,491.57	*	6,460.58	*	4,705.11	*
LKQ CZ s.r.o.	捷克	2,429.04	*	1,219.75	*	1,984.67	*
SUMINISTROS DAMA-RL SPAIN SOCIEDAD LIMITADA	西班牙	3,080.36	*	1,905.12	*	1,811.94	*
MAHOVI INDUSTRIA E COMERCIO DE EQUIPAMENTOS LTDA	巴西	1,563.27	*	1,273.15	*	565.78	*

不同区域主要客户毛利率存在差异，主要系客户需求差异以及不同区域经济水平差异等因素所致。

报告期内，不同地区主要客户需求变化、交付方式、客户规模以及当地经济水平情况如下：

客户	所在地	客户需求变化	交付方式	客户规模（年销售额）	当地经济水平
TWIN BUSCH GmbH	德国	主要采购拆胎机和平衡机，拆胎机约 55%、平衡机约 35%	主要为 FOB，少量订单为 CIF	5,843.62 万欧元左右	2023 年度，德国人均 GDP 为 42,878.81 美元，是世界平均水平的 340%
REDATS SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA	波兰	主要采购举升机、拆胎机、平衡机，报告期内，举升机占比分别为 55.80%、43.80%和 51.42%，拆胎机占比分别为 24.46%、36.09%和 27.57%，平衡机占比分别为 13.50%、16.42%和 15.45%	主要为 FOB，少量订单为 C&F	2,900-3,415 万美元	2023 年度，波兰人均 GDP 为 17,269.99 美元，是世界平均水平的 137%
Master plus Ltd	俄罗斯	主要采购举升机、拆胎机、平衡机、养护类设备，举升机约 65%、拆胎机约 10%、平衡机约 10%、养护类设备约 10%、	FOB、CIF、C&F	26.4-55.92 亿卢布	2023 年度，俄罗斯人均 GDP 为 10,420.57 美元，是世界平均水平的 83%
LKQ CZ s.r.o.	捷克	主要采购举升机、拆胎机、平衡机，报告期内，举升机约 60%，拆胎机约 20%，平衡机约 10%	FOB	5 亿欧元左右	2023 年度，捷克人均 GDP 为 19,800.28 美元，是世界平均水平的 157%
SUMINISTROS DAMA-RL SPAIN SOCIEDAD LIMITADA	西班牙	主要采购举升机和养护类设备，举升机约 85%，养护类设备约 10%	主要为 FOB，少量订单为 CIF	1,709.79-2,430 万欧元	2023 年度，西班牙人均 GDP 为 28,046.95 美元，是世界平均水平的 222%
MAHOVI INDUSTRIA E COMERCIO DE EQUIPAMENTOS LTDA	巴西	主要采购举升机和养护类设备，报告期内，举升机占比分别为 60.36%、50.26%和 38.25%，养护类设备占比分别为 32.74%、39.48%和 44.87%	FOB	1,630.58-3,689.41 万雷亚尔	2023 年度，巴西人均 GDP 为 9,032.11 美元，是世界平均水平的 72%

注：客户规模数据来源于客户访谈、中信保资信报告等。

不同区域主要客户毛利率水平具体分析如下：

（1）德国

报告期内，TWIN BUSCH GmbH毛利率分别为*、*和*，毛利率水平较高，主要原因系该客户采购毛利率较高的平衡机占比较高，报告期内，TWIN BUSCH GmbH采购平衡机的占比分别为35.74%、35.60%和35.58%。

（2）波兰

报告期内，REDATSSPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA毛利率分别为*、*和*，毛利率水平相对较低，主要原因系该客户采购的举升机毛利率较低，其采购毛利率较低的双柱举升机占比相对较高，报告期内，该客户采购的双柱举升机占其采购总额的比例分别为37.24%、31.92%和41.55%。

（3）俄罗斯

报告期内，Master plus Ltd毛利率分别为*、*和*，该客户交付方式包括FOB、CIF和C&F，若剔除运保费影响，该客户毛利率分别为*、*和*。Master plus Ltd毛利率水平相对较低，主要原因系该客户采购的举升机毛利率较低，其采购毛利率较低的双柱举升机占比相对较高，报告期内，该客户采购的双柱举升机占其采购总额的比例分别为45.09%、41.29%和42.82%。

（4）捷克

报告期内，LKQ CZ s.r.o.毛利率分别为*、*和*，毛利率水平较高，主要原因系该客户对产品个性化需求较多，产品价格相对较高。

（5）西班牙

报告期内，SUMINISTROS DAMA-RL SPAIN SOCIEDAD LIMITADA毛利率分别为*、*和*，毛利率水平较高，主要原因系该客户采购的举升机毛利率较高，其主要采购毛利率较高的小剪举升机，报告期内，该客户采购的小剪举升机占其采购总额的比例分别为54.61%、50.90%和52.11%。

（6）巴西

报告期内，MAHOVI INDUSTRIA E COMERCIO DE EQUIPAMENTOS LTDA毛利率分别为*、*和*，毛利率水平较高，主要原因系一方面，该客户采购毛利率较高的养护类设备占比较高，报告期内，该客户采购养护类设备占其采购总额的比例分别为32.74%、39.48%和44.87%；另一方面，该客户采购的举升机毛利率较高，其采购的举升机主要为龙门双柱举升机，且配置要求较高，毛利率相对较高。

综上，公司不同区域主要客户毛利率存在差异，主要系客户需求差异以及不同区域经济水平差异等因素所致，具有合理性。

2、相同区域不同客户毛利率变动趋势不一致的原因

报告期内，存在相同区域不同客户毛利率变动趋势不一致的情况，主要受不同客户采购量差异、采购产品结构变化不同等因素影响。

报告期内，主要客户毛利率与当地其他客户毛利率变动趋势比较如下：

（1）德国

报告期内，德国地区不同客户毛利率变动情况如下：

客户名称	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
TWIN BUSCH GmbH	*	81.32%	*	83.80%	*	84.17%
德国地区其他客户	*	18.68%	*	16.20%	*	15.83%

TWIN BUSCH GmbH 毛利率高于德国地区其他客户，主要原因系产品结构不同，TWIN BUSCH GmbH 采购毛利率较高的平衡机占比较高，报告期内，TWIN BUSCH GmbH 采购平衡机的占比分别为 35.74%、35.60%和 35.58%，而德国地区其他客户采购平衡机的占比分别为 0、0 和 0.52%。

报告期内，TWIN BUSCH GmbH 与德国地区其他客户毛利率变动趋势一致。

（2）波兰

报告期内，波兰地区不同客户毛利率变动情况如下：

客户名称	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
REDATS SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA	*	74.27%	*	76.12%	*	76.02%
波兰地区其他客户	*	25.73%	*	23.88%	*	23.98%

2023 年度，REDATS SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA 毛利率较上年上升，波兰地区其他客户毛利率下降，主要系产品采购结构变化不同导致毛利率差异，波兰地区客户主要采购举升机，而举升机相对于公司其他产品类型来说毛利率相对较低，REDATS SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA 采购举升机占比从 2022 年的 55.80%下降到 2023 年的 43.80%，使该客户整体毛利率上升；波兰地区其他客户采购

举升机占比从 2022 年的 43.84%上升到 2023 年的 64.29%，使上述客户整体毛利率下降。

2024 年度，REDATS SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA 毛利率较上年下降，波兰地区其他客户毛利率上升，主要原因系 2024 年，REDATS SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA 采购毛利率较低的举升机占比从 2023 年的 43.80%上升至 2024 年的 51.42%，使该客户整体毛利率下降；波兰地区其他客户采购举升机占比保持稳定。

（3）俄罗斯

报告期内，俄罗斯地区不同客户毛利率变动情况如下：

客户名称	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
Master plus Ltd	*	75.17%	*	72.90%	*	73.16%
俄罗斯地区其他客户	*	24.83%	*	27.10%	*	26.84%

注：Master plus Ltd 毛利率受交付方式影响较大，上表中该客户毛利率已剔除运保费影响。

2023 年度，Master plus Ltd 和俄罗斯地区其他客户毛利率均为上升，Master plus Ltd 毛利率上升幅度较大，主要原因系 Master plus Ltd 举升机的毛利率上升幅度高于俄罗斯地区其他客户。Master plus Ltd 采购的举升机主要为公司自制的产品，而俄罗斯地区其他客户采购的举升机主要为外购的产品，2023 年公司产量提升导致自制举升机单位成本下降，使得 Master plus Ltd 毛利率上升幅度较大，而外购举升机的毛利率不受上述因素影响。

2024 年度，Master plus Ltd 毛利率较上年上升*，俄罗斯地区其他客户毛利率较上年上升*，变动趋势一致。

（4）捷克

报告期内，捷克地区不同客户毛利率变动情况如下：

客户名称	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
LKQ CZ s.r.o.	*	99.11%	*	98.78%	*	98.34%
捷克地区其	*	0.89%	*	1.22%	*	1.66%

他客户						

捷克地区其他客户毛利率水平较高，主要原因系捷克地区其他客户采购的主要是毛利率较高的养护类设备，且采购量较小，价格相对较高。

2023 年度，LKQ CZ s.r.o.毛利率较上年上升*，捷克地区其他客户毛利率较上年下降*，主要原因系受钢材价格持续下降，举升机产品成本下降较多，LKQ CZ s.r.o.采购占比较高的举升机产品毛利率从 2022 年的*上升至 2023 年的*，而捷克地区其他客户主要为零星采购养护类设备，价格变动较小，毛利率较稳定。

2024 年度，LKQ CZ s.r.o.毛利率较上年上升*，捷克地区其他客户毛利率较上年上升*，变动趋势一致。

（5）西班牙

报告期内，西班牙地区不同客户毛利率变动情况如下：

客户名称	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
SUMINISTROS DAMA-RL SPAIN SOCIEDAD LIMITADA	*	67.38%	*	64.98%	*	68.62%
西班牙地区其他客户	*	32.62%	*	35.02%	*	31.38%

2023 年度，SUMINISTROS DAMA-RL SPAIN SOCIEDAD LIMITADA 毛利率较上年上升*，西班牙地区其他客户毛利率较上年上升*，变动趋势一致。

2024 年度，SUMINISTROS DAMA-RL SPAIN SOCIEDAD LIMITADA 毛利率较上年上升*，西班牙地区其他客户毛利率较上年上升*，变动趋势一致。SUMINISTROS DAMA-RL SPAIN SOCIEDAD LIMITADA 毛利率上升幅度较大，主要原因系发行人向 SUMINISTROS DAMA-RL SPAIN SOCIEDAD LIMITADA 销售的举升机均为公司自制的产品，2024 年，随着公司举升机产量大幅提升，自制举升机成本下降较多，毛利率提升较大，而向西班牙地区其他客户销售的举升机主要为外购的产品，2024 年，西班牙地区其他客户采购的外购举升机占比为 57.38%，其举升机毛利率变动较小。

（6）巴西

报告期内，巴西地区不同客户毛利率变动情况如下：

客户名称	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
MAHOVI INDUSTRIA E COMERCIO DE EQUIPAMENTOS LTDA	*	35.22%	*	39.89%	*	31.13%
巴西地区其他客户	*	64.78%	*	60.11%	*	68.87%

2023 年度，MAHOVI INDUSTRIA E COMERCIO DE EQUIPAMENTOS LTDA 和巴西地区其他客户毛利率均为上升，MAHOVI INDUSTRIA E COMERCIO DE EQUIPAMENTOS LTDA 毛利率上升幅度较大，主要原因系该客户采购毛利率较高的养护类设备占比从 2022 年的 32.74%上升至 2023 年的 39.48%，拉高了整体毛利率水平，巴西地区其他客户采购毛利率较高的养护类设备占比从 2022 年的 12.82%下降至 2023 年的 1.34%，拉低了整体毛利率水平。

2024 年度，MAHOVI INDUSTRIA E COMERCIO DE EQUIPAMENTOS LTDA 毛利率较上年上升*，巴西地区其他客户毛利率较上年下降*，主要原因系发行人向 MAHOVI INDUSTRIA E COMERCIO DE EQUIPAMENTOS LTDA 销售的举升机主要为公司自制的产品，2024 年，该客户采购自制举升机占举升机采购比例为 91.30%，随着当期公司举升机产量大幅提升，自制举升机成本下降较多，毛利率提升较大，而向巴西地区其他客户销售的举升机主要为外购的产品，2024 年，巴西地区其他客户采购的外购举升机占比为 60.79%，外购举升机毛利率变动较小。

综上，相同区域不同客户毛利率变动趋势不一致主要受不同客户采购量差异、采购产品结构变化不同等因素影响，具有合理性。

二、与同行业可比公司存在差异的合理性。请发行人：①结合在销售区域、销售模式、下游客户类型、具体应用领域的差异、产品技术、功能定位、成本结构差异等，对比分析发行人举升机毛利率大幅低于可比公司高昌机电的合理性。②进一步扩大选取范围，选取从事相似业务或生产相似产品的公司作为可比公司样本，说明各期发行人主要产品毛利率与可比公司相同或类似产品的比较情况。③结合下游需求变化、原材料价格趋势、公司市场地位和议价能力、期后在手订单情况等，说明主要产品毛利率是否存在大幅下降的风险，如有，请充分揭示风险并完善重大事项提示

（一）结合在销售区域、销售模式、下游客户类型、具体应用领域的差异、产品技术、功能定位、成本结构差异等，对比分析发行人举升机毛利率大幅低于可比公司高昌机电的合理性

报告期内，公司举升机销售根据来源不同可分为自制举升机和外购举升机，外购举升机毛利率相对较低，具体情况如下：

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
自制举升机毛利率	28.04%	24.53%	19.13%
外购举升机毛利率	11.15%	11.63%	11.13%
举升机毛利率	22.92%	21.10%	16.80%

公司自制举升机毛利率与高昌机电举升机毛利率不存在较大差异，比较情况如下：

公司	2024 年度	2023 年度	2022 年度
高昌机电-液压举升机及配件	未披露	28.10%	23.74%
发行人-自制举升机	28.04%	24.53%	19.13%

发行人举升机产品与高昌机电举升机产品比较如下：

项目	高昌机电	发行人
销售区域	国内销售为主，外销主要分布在欧洲、亚洲、北美洲	国内销售占比约 25%，国外销售占比约 75%，外销主要分布在欧洲、亚洲、南美洲
销售模式	直接销售及经销商的方式	外销以贴牌销售为主，内销以经销为主
下游客户类型	国内外相关产品的贸易公司、经销商和代理商	国外主要为品牌商，国内主要为经销商
成本结构差异	主要为材料成本，主要材料为钢材	材料成本约 80%，主要材料为钢材、部件等

注：高昌机电相关信息来源于其公开披露的转让说明书、年度报告等资料。

高昌机电的举升机产品与发行人较为相似，包括各类汽车举升机、摩托车举升机、新能源汽车电池举升机，在产品应用领域、技术水平、功能定位上较为类似。

综上，发行人举升机毛利率大幅低于可比公司高昌机电主要系公司举升机产品销售包含部分外购举升机，公司自制举升机毛利率与高昌机电不存在较大差异。

（二）进一步扩大选取范围，选取从事相似业务或生产相似产品的公司作

为可比公司样本，说明各期发行人主要产品毛利率与可比公司相同或类似产品的比较情况

发行人专注于汽车维修、检测、保养设备的研发、生产和销售，主要产品包括拆胎机、平衡机、举升机以及冷媒回收加注机、气动抽接油机等汽车养护设备及其他设备。

国内与公司生产同类产品且销售成规模的公司数量相对有限。其中，世达工具、营口科维均为非上市公司，无法通过公开渠道获取财务数据。同行业可比公司中高昌机电（870605）曾为新三板挂牌公司，主要产品为举升机。此外，同行业上市公司中，常润股份（603201）的主营业务中，汽车后市场维修保养工具占比较高，具体产品主要为千斤顶，与公司主要产品存在差异。因此，公司选取了高昌机电、常润股份作为同行业可比公司。

为进一步提高可比公司的可比性，发行人从产品应用的下游行业出发，新增港交所上市公司元征科技（2488.HK）作为可比公司。

元征科技专注于汽车诊断、检测、维修设备的研发、生产和销售以及提供相关的技术服务和解决方案。主要产品为汽车故障诊断仪等汽车诊断设备以及举升机等汽车维修保养设备等。元征科技在国内市场发展了数百家经销商，并在欧洲、美洲、澳洲、亚洲等海外市场发展了百余家经销商。

同行业可比公司中，高昌机电披露了举升机产品的毛利率，公司举升机产品毛利率与高昌机电举升机产品毛利率比较参见本题“二、（一）结合在销售区域、销售模式、下游客户类型、具体应用领域的差异、产品技术、功能定位、成本结构差异等，对比分析发行人举升机毛利率大幅低于可比公司高昌机电的合理性”。元征科技未披露具体可比产品的毛利率，常润股份披露了专业汽保维修设备的毛利率，该类产品中包含了举升机产品。

发行人产品毛利率与可比公司相关产品比较情况如下：

公司名称	产品类别	2024 年度	2023 年度	2022 年度
常润股份	专业汽保维修设备	未披露	17.19%	14.31%
高昌机电	液压举升机及配件	未披露	28.18%	23.74%
元征科技	营业收入	47.56%	42.95%	36.80%

发行人	主营业务收入	28.81%	27.29%	23.87%

公司主营业务产品毛利率与高昌机电较为接近，高于常润股份，低于元征科技。常润股份毛利率较低，主要原因系公司与常润股份产品差异所致，公司主营业务产品主要包括举升机、拆胎机、平衡机、养护类设备等，常润股份专业汽保维修设备主要包括专业千斤顶、举升机、压机、运送顶、分离顶等。元征科技毛利率较高，主要原因系其主要产品为汽车诊断设备，该类产品对软件开发的要求较高，毛利率相对较高。

（三）结合下游需求变化、原材料价格趋势、公司市场地位和议价能力、期后在手订单情况等，说明主要产品毛利率是否存在大幅下降的风险，如有，请充分揭示风险并完善重大事项提示

1、下游需求变化

近年来，随着国内外汽车保有量的持续增长，汽车后市场及汽车维修行业保持良好的发展趋势。

除 2020 年全球汽车产、销量下滑以外，2012 年至 2023 年全球汽车产、销量均超过 8,000 万辆以上；2021 年以来，全球汽车产销的平稳复苏为汽车后市场及汽车维修保养行业的复苏和发展提供了广阔的市场空间，2020 年全球汽车产量及销量分别为 7,744 万辆、7,967 万辆，2023 年全球汽车产量及销量分别为 9,355 万辆、9,272 万辆，2023 年相比 2020 年产量和销量分别增长了 20.80%、16.39%。欧洲作为发达国家较为集中的地区，汽车保有量依然在稳定增长，2018 年欧洲乘用车保有量为 28,154.40 万辆，到 2022 年欧洲乘用车保有量已经达 29,717.05 万辆，增长 1,500 多万辆，以年均 1.36%的增长率持续增长。

2014 年中国汽车产销量分别为 2,372 万辆、2,349 万辆，2024 年中国汽车产销量分别为 3,128 万辆、3,144 万辆，最近十年中国汽车产销量实现年均复合增长率分别为 2.81%、2.96%。过去十年中国汽车产销很长一段时间内都保持着高速增长的水平。中国汽车产销量保持在较高的规模，为中国汽车后市场及汽车维修行业的发展奠定了基础。由于我国汽车产、销量的快速提升，我国汽车保有量也保持了快速的增长的势头。2022 年、2023 年和 2024 年末，我国汽车保有量稳定增长，分别为 3.19 亿辆、3.36 亿辆和 3.53 亿辆。其中，2022 年末

同比增长 5.63%，2023 年末同比增长 5.33%，2024 年末同比增长 5.06%。我国汽车保有量持续增长趋势将带动汽车后市场及汽车维修保养行业的持续快速发展。

近年来，公司下游市场需求持续增加，报告期内，公司销售收入分别为 64,263.82 万元、79,425.97 万元和 105,712.79 万元。

2、原材料价格趋势

公司原材料主要为钢材及部件，其中部件的价格亦主要受钢材价格波动影响。报告期内，公司采购钢材平均价格变动如下：

单位：元/吨

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	采购价格	变动	采购价格	变动	采购价格
钢材	3,710.43	-7.37%	4,005.81	-10.48%	4,474.57

报告期内，公司钢材采购价格逐年下降，受此影响，公司产品成本下降，毛利率上升。

3、公司市场地位和议价能力

（1）市场地位

公司是国内汽车维修保养设备行业规模较大的制造商。在国内，公司销售网络覆盖全国大多数省、自治区和直辖市，产品最终销往各地汽车 4S 店、汽车维修保养店、汽车整车厂商（含旗下 4S 店）等用户，在国内市场具有较高的品牌知名度，国内用户包括比亚迪汽车、理想汽车、长城汽车等知名整车厂商（含旗下 4S 店），包括途虎养车、天猫养车、京东养车等大型连锁汽车维修保养店以及中国石油、美孚、壳牌等知名油品公司。在国外，公司产品远销欧洲、南美洲、北美洲、非洲、亚洲其他国家等 100 多个国家和地区，积累了丰富的、优质的客户资源。

根据测算，公司主要产品在国内外市场具有市场空间，参见“问题 2、三、市场空间及成长性”。

（2）议价能力

公司根据成本加成原则并考虑市场竞争情况、市场价格水平、客户采购规

模等因素协商确定产品销售价格，基于公司成熟的技术工艺、质量稳定的产品、规模化制造、较好的产品交付能力、一定的品牌知名度以及在国外市场上与国外厂家相比的性价比优势，公司与主要客户建立了长期稳定的合作关系，主要客户对公司产品具有较高的认可度，公司对客户具有一定的议价能力。

4、期后在手订单情况

截至 2025 年 2 月末，公司已签订但尚未履行完毕的在手订单金额为 27,022.17 万元，较 2024 年 2 月末增长 11.33%。发行人报告期后与主要客户合作保持稳定，期后在手订单充足。

5、说明主要产品毛利率是否存在大幅下降的风险

随着国内外汽车保有量的持续增长，汽车后市场及汽车维修行业保持良好的发展趋势，公司主要原材料价格趋于稳定，公司主要产品在国内外市场具有市场空间，公司对客户具有一定的议价能力，公司期后在手订单充足，因此，在下游需求变化、原材料价格趋势、公司市场地位和议价能力、客户需求等方面不发生重大不利变化的情况下，公司毛利率大幅下滑的风险较小。

公司已在招股说明书“重大事项提示”之“五、特别风险提示”之“（八）毛利率下降的风险”以及“第三节风险因素”之“二、财务风险”之“（一）毛利率下降的风险”中披露如下：

“2022 年、2023 年和 **2024 年**，公司主营业务产品的毛利率分别为 23.87%、27.29%和 **28.81%**。如果未来公司产品销售价格下降、**原材料价格上涨**、成本费用提高或客户的需求**等因素**发生较大变化，公司的产品毛利率存在下降的风险。”

三、请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见，说明核查方法、范围、依据及结论

（一）核查程序

针对上述事项，中介机构执行了以下核查程序：

1、获取公司主要产品的收入明细表，分析各主要产品平均单价变动的原因。

2、访谈公司主要客户，了解公司产品价格与客户采购同类产品相比是否存

在较大差异。

3、访谈公司财务负责人，了解汇率变动、钢材采购价格变化、产量变动情况，获取公司产品的收入成本明细表，分析各类产品毛利率变动的原因。

4、访谈公司财务负责人、研发部门人员，了解各类产品的生产工艺、技术水平、原材料构成、下游客户及需求情况。

5、访谈公司销售部门人员，了解公司境内外销售的产品结构、销售模式、定价及议价能力、单位成本情况，分析内销与外销毛利率存在差异的原因以及变动的合理性。

6、查阅同行业可比公司资料，对比分析境内外毛利率的变动趋势。

7、查阅主要客户所在地的宏观经济及汽车市场产销量数据，访谈公司主要客户，了解客户规模，分析不同区域主要客户销售毛利率存在差异的原因。

8、获取主要销售区域不同客户的收入成本明细表，分析相同区域不同客户毛利率变动趋势不一致的原因。

9、查阅高昌机电公开披露的资料，对比分析发行人举升机毛利率低于高昌机电的原因。

10、查找市场上与发行人从事相似业务或生产相似产品的公司，对比分析发行人主要产品与可比公司产品的毛利率。

11、访谈公司财务负责人、销售部门人员，了解下游需求变化、原材料价格趋势、公司市场地位和议价能力、期后在手订单情况，分析公司主要产品毛利率是否存在大幅下降的风险。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、2021 年至 2023 年，公司拆胎机平均单价持续上升、其他主要产品平均单价先升后降变动原因具有合理性。

2、报告期各主要产品毛利率持续上升，主要系报告期内美元汇率持续上升、钢材价格持续下降、2023 年和 2024 年产量提升单位成本下降所致；其他产品

毛利率未有明显增长，主要系其他产品中的其他配套成品外购的占比较高，成本受公司产量变动等因素影响较小，此外，2023 年其他产品中毛利率较低的洗车机销售占比提升，变动原因具有合理性。

3、平衡机相比于其他主要产品在生产工艺、技术水平、原材料构成等方面存在差异，平衡机毛利率高于其他主要产品具有合理性。

4、受产品结构差异、销售模式差异、定价及议价能力、汇率变动等因素影响，内销与外销毛利率存在差异以及毛利率变动情况具有合理性；公司内外销毛利率水平高于常润股份主要系产品差异所致，内外销毛利率变动趋势与同行业可比公司一致。

5、公司不同区域主要客户毛利率存在差异，主要系客户需求差异以及不同区域经济水平差异等因素所致；相同区域不同客户毛利率变动趋势不一致主要受不同客户采购量差异、采购产品结构变化不同等因素影响，具有合理性。

6、发行人举升机毛利率大幅低于可比公司高昌机电主要系公司举升机产品销售包含部分外购举升机，公司自制举升机毛利率与高昌机电不存在较大差异。

7、发行人从产品应用的下游行业出发，新增港交所上市公司元征科技作为可比公司；发行人产品毛利率与可比公司相关产品毛利率存在差异具有合理性。

8、在下游需求变化、原材料价格趋势、公司市场地位和议价能力、客户需求等方面不发生重大不利变化的情况下，公司毛利率大幅下滑的风险较小，公司已充分揭示风险并完善重大事项提示。

问题 9. 原材料采购价格公允性

根据申请文件，报告期内，发行人原材料采购金额分别为 51,041.66 万元、39,351.88 万元、44,830.45 万元和 33,710.08 万元，采购的原材料主要为钢材、成品和部件，上述三类采购额占比相近。

（1）大额产成品采购合理性。根据申请文件，各期产成品采购金额分别为 10,134.37 万元、9,430.54 万元、10,756.87 万元和 8,291.17 万元，占采购总额的比例约 24%，主要包括举升机、拆胎机、平衡机和养护类设备，与发行人产品类型相同。请发行人：①结合产成品采购的背景、货物流、资金流和

商品转移过程中权利和义务的具体约定及执行情况等，说明外购产成品销售是否实质为贸易业务，目前该业务模式下各环节的会计处理方式及合规性。②结合发行人相关产品库存结余及生产销售周期、产能利用率等情况，说明大规模对外采购举升机等产成品销售的商业合理性，是否符合行业惯例，是否对成品供应商形成依赖。③说明外购产成品销售中客户、供应商的对应关系，包括各类成品的供应商、采购的成品及对应销售的客户或区域、购销数量、金额及占比，供应商是否由下游客户直接指定，并说明向客户销售自产及外购的同类产品在产品质量、定价、毛利率等方面是否存在明显差异及差异合理性。

（2）原材料采购价格公允性。根据申请文件及公开信息，①发行人主要供应商中，启东新力机电制造有限公司、营口通广汽车保修设备有限公司实缴资本均为 50 万元，上海涟钢国际贸易有限公司参保人数 1 人，上海川鑫实业有限公司参保人数 2 人，上海芮钠德实业有限公司成立于 2022 年 6 月。②成品供应商启东新力收入主要来自于发行人，向其采购举升机的价格高于同类产品供应商。③报告期内，发行人向关联方营口捷安科技有限公司采购金额先降后升，主要原因系采购拆胎机部件的需求变动所致。请发行人：①说明同种采购内容，不同供应商的采购单价情况以及存在差异的合理性，向启东新力采购价格高于其他同类供应商的原因，启东新力 90%以上收入来源于发行人的原因及合理性，是否存在潜在的利益或者关联关系；结合原材料的市场价格、供应商向其他客户销售价格等，说明各类采购内容的采购价格是否公允。②说明各类采购内容主要供应商基本情况、采购内容及金额、交易金额占其自身主营业务比重、合作历史、增减变动情况、向主要供应商采购金额变动的原因；说明与规模较小、参保人数较少的供应商合作背景及原因（包括不限于前述所列供应商），上海芮钠德实业有限公司成立次年即成为发行人主要供应商的原因及合理性，供应商是否具备与其交易规模相匹配的经营能力。③发行人向营口捷安采购部件的具体内容，最近一期采购金额大幅上升且高于拆胎机产销需求的原因及合理性。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见，并说明：（1）供应商走访、函证情况，对象选取标准、视频及现场走访比例、访谈对象身份及确认方式，是否存在回函地址、时间、发件人异常等情形，回函不符的具体

情况及差异调节过程。（2）细节测试的具体情况，包括各类单据的内容及在业务中发挥的作用、获取情况、签字盖章情况、是否存在异常情形及替代性测试情况。（3）结合资金流水核查情况，说明发行人及相关主体与主要原材料供应商及相关主体等是否存在异常资金往来，是否存在为发行人代垫费用、代为承担成本或转移定价等利益输送情形。

【回复】

一、大额产成品采购合理性。根据申请文件，各期产成品采购金额分别为**10,134.37** 万元、**9,430.54** 万元、**10,756.87** 万元和 **8,291.17** 万元，占采购总额的比例约 **24%**，主要包括举升机、拆胎机、平衡机和养护类设备，与发行人产品类型相同。请发行人：①结合产成品采购的背景、货物流、资金流和商品转移过程中权利和义务的具体约定及执行情况等，说明外购产成品销售是否实质为贸易业务，目前该业务模式下各环节的会计处理方式及合规性。②结合发行人相关产品库存结余及生产销售周期、产能利用率等情况，说明大规模对外采购举升机等产成品销售的商业合理性，是否符合行业惯例，是否对成品供应商形成依赖。③说明外购产成品销售中客户、供应商的对应关系，包括各类成品的供应商、采购的成品及对应销售的客户或区域、购销数量、金额及占比，供应商是否由下游客户直接指定，并说明向客户销售自产及外购的同类产品在产品质量、定价、毛利率等方面是否存在明显差异及差异合理性。

（一）结合产成品采购的背景、货物流、资金流和商品转移过程中权利和义务的具体约定及执行情况等，说明外购产成品销售是否实质为贸易业务，目前该业务模式下各环节的会计处理方式及合规性。

1、公司成品采购的背景

公司外购成品包括主要产品和其他产品。公司外购主要产品主要为举升机，此外，公司报告期内少量采购了养护类设备，2024 年度采购了少量拆胎机和平衡机。公司外购其他产品主要为四轮定位仪、焊机、刹车碟机、千斤顶、卷管器等。报告期各期，公司外购各类成品销售情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度

	金额	占比	金额	占比	金额	占比
举升机	15,416.90	77.13%	9,828.89	74.55%	8,820.52	77.92%
拆胎机	323.25	1.62%	-	-	-	-
平衡机	18.85	0.09%	-	-	-	-
养护类设备	62.92	0.31%	113.84	0.86%	75.00	0.66%
其他	4,167.37	20.85%	3,241.91	24.59%	2,424.07	21.41%
合计	**19,989.29**	**100.00%**	**13,184.64**	**100.00%**	**11,319.59**	**100.00%**

公司外购主要产品主要系为了解决公司举升机产能不足的问题。在汽车维修保养设备中，举升机是市场需求量最大的品类，也是公司销量最大的品类。随着汽车保有量的不断增长和公司市场竞争力的提升，客户对公司举升机产品的需求超过公司目前的产能。同时，随着市场需求增长，公司拆胎机、平衡机、养护类设备等其他主要产品的市场需求逐步也超过公司目前的产能。公司产能主要受生产场地、机器设备产能和经验丰富的生产人员规模的限制。虽然公司于 2020 年在江苏南通新建举升机生产基地，使产能得到逐步提升，但目前仍然不能满足客户需求。截至 2024 年末，公司按设备产能和产量计算的产能利用率，举升机已经达到 120.82%，拆胎机和平衡机已经达到 104.93%。在产能不足的情况下，公司优先保障生产技术要求相对较高、产品开发和创新水平相对较高、产品差异化程度相对较高的产品。对于相对普通、市场上替代产品相对较多的产品，公司则委托能够达到公司品质要求的其他工厂为公司进行生产，以解决公司产能和市场需求缺口问题。因此，公司外购主要产品并进行销售的根本目的系为了解决公司产能不足的问题，具有合理的商业背景。

公司外购其他产品主要系基于下游客户对汽车维保设备工具全品类的需求，为了实现公司提出的“成为一站式服务汽车后市场服务解决方案的供应商”战略发展目标，对公司目前尚未自产或自产较少的其他汽车维保设备工具品类进行补充。公司海外客户主要为各个国家和地区的汽车维保设备品牌商，终端用户为汽车修理店等，公司海外客户经营的产品和终端用户的需求均为汽车修理所需的全品类设备和工具。公司提出了“成为一站式服务汽车后市场服务解决方案的供应商”战略发展目标，但是，汽车维修保养设备品类繁多，公司目前的产能主要为举升机等主要汽车维保设备，公司逐步开发并自产洗车机等新品类以进一步丰富公司产品线，尚无法满足客户所需的全部汽保设备工具品类。

在上述背景下，公司为了提升品牌形象和影响力，增加客户粘性，公司外购成品对自产的产品品类进行补充。公司对于外购产品和自产产品的质量要求相同，入库前均需经过公司的质量检验，公司的外购成品不体现供应商品牌，供应商按照公司要求贴公司品牌或公司指定品牌，并按公司要求进行包装。外购成品由公司承担质量保证责任和售后服务责任。因此，公司为了实现“成为一站式服务汽车后市场服务解决方案的供应商”的战略发展目标，提升公司的品牌形象和影响力，外购成品对公司现有产品品类进行补充，具有商业合理性。

综上，公司外购成品主要系为了实现“成为一站式服务汽车后市场服务解决方案的供应商”的战略发展目标，为了解决公司产能不足或产品类型不够丰富的问题，对外采购的成品主要为汽车维修保养设备相关产品，作为自产产品的补充，主要系满足客户需求，具有合理的商业背景。

2、成品采购的货物流、资金流和商品转移过程中权利和义务的具体约定及执行情况

（1）货物流

公司采购的成品主要用于出口销售，公司外销产品的运输方式根据客户需求主要采用 FOB 或 CIF 方式。对于部分外购产品，公司委托货代公司去供应商处提货并运送至港口存放，待报关完成后装船或装火车，通过海运或铁路等国际航运送至客户港口。另一部分外购成品由供应商送货至公司仓库入库，公司将其与订单中的其他自产产品一起运送至港口。公司承担供应商至港口的国内运输费用和报关费用；在 CIF 方式下，公司承担国际航运运费；在 FOB 方式下，客户承担国际航运运费。公司以自身名义进行出口报关，承担报关费。因此，与外购成品有关的国内运输主要由公司负责，运费主要由公司承担，报关由公司负责和承担，而不是供应商负责和承担。

（2）资金流

公司与供应商单独结算和付款，不受下游客户回款情况影响。公司与下游客户也是单独结算，客户款项直接支付给公司。不存在下游客户支付给上游供应商的情况，也不存在上游供应商货款和下游客户货款互抵的情况。

（3）商品转移过程中权利和义务的具体约定及执行情况

外购成品在验收合格并交付公司后，商品所有权转移给公司，公司承担后续的存货风险。对于主要的外购成品，公司通常在供应商进行产品包装前进行质量检验，验收合格后进行包装。公司根据自身的发货计划，安排货代公司去供应商处提货，或者由供应商送货至公司仓库入库，货物交付给公司，货物控制权转移给公司。货物出口时，公司安排货代公司将货物运输至港口，存放在港口待报关完成后装船，在运输、报关、出口等整个过程中，货物相关保管、灭失、价值变动风险由公司承担。除与供应商约定的质保期内因供应商生产质量问题外，公司不能向供应商退换货或索赔，不存在无条件退货权。

3、外购成品销售不属于贸易业务

公司外购成品不属于贸易业务，主要系为了实现“成为一站式服务汽车后市场服务解决方案的供应商”的战略发展目标，为了解决公司产能不足或产品类型不够丰富的问题，对外采购的成品主要为汽车维修保养设备相关产品，作为自产产品的补充。公司的外购成品不体现供应商品牌，供应商按照公司要求贴公司品牌或公司指定品牌，并按公司要求进行包装。外购成品由公司承担质量保证责任和售后服务责任。公司的外购成品采购价格与公司对外销售价格不挂钩。

（1）公司外购成品的采购情况

①公司对供应商的质量要求和监督

产品质量是公司的核心竞争力之一。为了维护竞争优势和品牌形象，公司在对主要供应商时需要实地考察其生产水平和产品质量，并在日常合作中持续对厂商开展监督。公司在对主要供应商进行选择时，会实地考核供应商的生产设备、生产经验、工艺水平及产品质量等，能够达到公司的相关要求才建立合作关系。在主要供应商产品质量和供货稳定后，公司人员不定期去供应商现场查看生产情况，并将日常监督和售后发现的产品问题反馈给供应商，监督和指导供应商进行改进。公司在主要的外购成品进行产品包装前进行质量检验，以保障产品达到公司的质量要求。

②公司对供应商的技术要求、指导

公司向供应商采购的主要产品拆胎机、平衡机、举升机和养护类设备通常

为定制化生产。公司在采购订单中提出技术要求，对于部分技术要求较高的产品，公司同时向供应商提供图纸。公司对于外购的其他产品，公司在采购订单中提出技术要求。

③外购成品的外观设计、品牌与包装

供应商通常按照公司要求在外购成品上喷涂颜色、标识等，贴公司品牌或公司指定品牌，并非供应商品牌，并按公司要求进行包装。

④采购价格

公司通过测算产品成本加合理利润与供应商协商确定采购价格，日常合作中根据钢材等材料价格波动情况并参考市场采购价格水平进行协商调价。公司的外购成品采购价格和结算与公司对外销售价格和结算不挂钩。

⑤运输和运费

由于公司采购的成品主要用于出口销售，因此，根据公司要求，部分外购成品由公司委托货代公司去供应商处提货，货物直接装入集装箱并运输至港口存放等待报关，部分外购成品由供应商送货至公司仓库入库，公司将其与订单中的其他自产产品一起运送至港口，公司向货代公司支付运费和报关费。

⑥结算方式

通常，公司每月与供应商核对上月的采购情况，对账完成后，供应商向公司开具增值税发票，公司每月支付信用期到期的货款。少数情况下，双方协商采取预付款方式。

⑦质量保证

公司通常与供应商约定 12 个月或 13 个月的质保期，自产品验收合格并交付之日起算。在质保期内，由于外购成品主要出口销售，遇到外购成品的质量问题为公司造成损失的，公司通常与供应商协商为公司提供相关配件或收取赔偿款。

（2）公司外购成品的销售情况

①销售订单情况

公司外购成品主要进行出口销售。公司海外客户主要为当地的汽车维保设备品牌商，经营全品类的汽车维保设备，因此，客户向公司下达的订单包括举升机、拆胎机、平衡机、养护类设备以及其他各类公司主营的汽车维保设备，其中大多为公司自产产品，外购产品占比较小，主要作为公司自产产品的补充。

②销售价格

公司外购产品和自产产品定价方式相同，公司与海外客户主要根据当地的市场价格水平和竞争情况进行协商定价，日常合作中根据材料价格波动、客户采购量、市场竞争情况等因素进行协商调价。公司外购成品的对外销售价格和结算与公司采购价格和结算不挂钩。

③运输、运费和报关

公司外销产品的运输方式根据客户需求主要采用 FOB 或 CIF 方式。部分外购成品由公司委托货代公司去供应商处提货并运送至港口存放，待报关完成后装船或装火车，通过海运或铁路等国际航运送至客户港口。其余外购成品由供应商送货至公司仓库入库，公司将其与订单中的其他自产产品一起运送至港口。公司承担供应商至港口的国内运输费用和报关费用；在 CIF 方式下，公司承担国际航运运费；在 FOB 方式下，客户承担国际航运运费。公司以自身名义进行出口报关，承担报关费。因此，与外购成品有关的国内运输主要由公司负责，运费主要由公司承担，报关由公司负责和承担，而不是供应商负责和承担。

④质量保障和售后服务

公司对销售的自产和外购成品的质量保障和售后服务相同，产品交付后由公司承担质量保证责任和售后服务责任。公司外销产品的质保期大多为装船后 12 个月，少数情况下公司给与客户更长的质保期。在质保期内发生的产品质量问题，由公司负责提供需要更换的配件和维修服务，或对客户进行赔偿。外购成品的供应商不向公司的客户提供产品质量保证或提供售后服务。

⑤与客户的结算方式

根据客户的信用情况，采用预付全部或部分货款，在装船后或在一定信用期内支付尾款，与成品采购结算不挂钩。

综上所述，公司外购成品不属于贸易业务，并非简单转手买卖货物赚取差价，主要系为了实现“成为一站式服务汽车后市场服务解决方案的供应商”的战略发展目标，为了解决公司产能不足或产品类型不够丰富的问题，对外采购的成品主要为汽车维修保养设备相关产品，作为自产产品的补充。公司的外购成品不体现供应商品牌，供应商按照公司要求贴公司品牌或公司指定品牌，并按公司要求进行包装。外购成品由公司承担质量保证责任和售后服务责任。公司的外购成品采购价格与公司对外销售价格不挂钩。

4、目前该业务模式下各环节的会计处理方式及合规性

（1）公司外购成品销售各环节的会计处理方式

公司外购成品销售的会计处理方式具体如下：

①采购环节

公司以权责发生制为基础，在相关商品控制权及风险报酬转移至公司后确认存货，具体会计处理分录如下：

借：存货

　　应交税费-应交增值税-进项税额

贷：应付账款

结算供应商货款时：

借：应付账款

贷：银行存款/应收票据

②销售环节

公司以权责发生制为基础，在相关商品控制权及风险报酬转移至客户后确认收入并结转成本，具体会计处理分录如下：

借：应收账款

贷：主营业务收入

　　应交税费-应交增值税-销项税额

收到客户回款时：

借：银行存款/应收票据

贷：应收账款

（2）公司外购成品销售符合企业会计准则的规定

《企业会计准则第 14 号——收入》第五章“特定交易的会计处理”相关规定如下：“企业应当根据其在向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权，来判断其从事交易时的身份是主要责任人还是代理人。企业在向客户转让商品前能够控制该商品的，该企业为主要责任人，应当按照已收或应收对价总额确认收入……企业向客户转让商品或提供服务前能够控制该商品或服务的情形包括：（一）企业自第三方取得商品或服务或其他资产控制权后，再转让给客户。（二）企业能够主导第三方代表本企业向客户提供服务。（三）企业自第三方取得商品或服务控制权后，通过提供重大的服务将该商品或服务与其他商品或服务整合成某组合产出转让给客户。在具体判断向客户转让商品或提供服务前是否拥有对该商品或服务的控制权时，企业不应仅局限于合同的法律形式，而应当综合考虑所有相关事实和情况，这些事实和情况包括：（一）企业承担向客户转让商品或提供服务的主要责任。（二）企业在转让商品或提供服务之前或之后承担了该商品或服务的存货风险。（三）企业有权自主决定所交易商品或服务的价格。（四）其他相关事实和情况。”

对公司外购成品销售交易采用总额法确认收入符合企业会计准则的规定分析如下：

①公司承担了向客户转让商品的主要责任

A.公司取得客户订单是基于公司的产品供货能力和竞争优势，而不是基于供应商的相关能力。公司经过 20 年的发展，形成了一定的品牌知名度，并在产品质量、研发创新、服务等方面形成了竞争优势，积累了遍布国内外的优质客户资源。公司目前是国内生产规模较大的汽车维保设备制造企业，同时在欧洲、南美洲、北美洲和亚洲其他国家等地区凭借较高的产品品质和性价比，积累了稳定优质的客户资源。公司向客户销售的汽车维保设备大多为公司自产，外购成品作为补充，无论是自产还是外购成品，均需符合公司较高的质量要求，并

为客户提供优质的售后服务。因此，客户基于公司的供货能力和竞争优势向公司采购产品，而不是基于供应商的相关能力。

B.公司在选择销售区域和客户、制定销售策略等方面具有完全的销售自主权，无需向供应商报备或取得供应商同意，不受供应商的任何影响。公司根据自身发展战略制定重点市场开拓区域及重点开拓的客户类型，并自主制定相应的开拓策略。公司在选择新客户时评估客户的信用和经验等情况，并自主与客户协商确定相应的付款和质保等合作政策。公司日常根据市场竞争情况、自身发展战略等外部环境和自身因素，自主制定产品价格、市场促销活动等销售策略。公司自主与客户签订销售合同，约定双方权利义务。上述销售行为均为公司自主决策和实施，不受供应商的任何影响。

C.对于外购成品，公司根据销售订单的产品型号和技术要求，结合供应商的生产能力，自主选择成品供应商。公司在选择自产和外购成品方面具有完全自主权，并自主选择外购成品供应商，外购成品均系作为公司产品交付予客户，公司实际上承担了向最终客户交付产品的责任，并在整个销售过程中扮演了主要责任人的角色。对于主要外购成品举升机等产品是公司的主营产品，公司具有自产能力、核心技术和竞争优势，外购成品只是作为自产产品的补充。公司根据销售订单的产品型号需求、发货时间要求、公司自有产能情况和生产计划、外部供应商能力等，自主确定哪些产品自产、哪些产品外购，均系作为公司产品交付予客户。

D.对外购成品的技术要求、外观要求、材料要求、工艺、质量要求均根据公司的相关产品要求和标准，公司还通过对供应商的生产水平考察、产品质量检验等监督方式，确保外购成品能够达到公司的相关要求，公司对供应商和外购成品的质量把控是为了公司对客户履行销售合同义务和主体责任。

E.外购成品根据按公司的要求贴公司品牌或公司指定品牌，并非供应商品牌，并与主要供应商约定了产品和品牌保护条款，公司在外购产品品牌方面具有独立性，不受供应商的影响。

F.外购成品的发货运输和出口系根据公司的货物交期计划，由公司自主安排。对于部分外购成品，公司安排货代公司去供应商处提货并发往港口存放，

在报关完成后装船发出。另一部分外购成品由供应商送货至公司仓库入库，公司将其与订单中的其他自产产品一起运送至港口。在供应商处提货时或者货物在公司入库时，货物交付给公司，公司在后续的运输、报关、出口等整个过程中具有控制权，承担相关责任、风险和费用，供应商不具有控制权亦不承担任何责任、风险和费用。

G.公司独立与客户定价和结算，不受与供应商的定价和结算条款影响，公司的销售定价和结算方面具有自主权。公司通过测算产品成本加合理利润与供应商协商确定成品的采购价格，日常合作中根据钢材等材料价格波动情况并参考市场采购价格水平进行协商调价，公司与供应商的结算以先货后款为主，少部分预付款。公司与海外客户主要根据当地的市场价格水平和竞争情况进行协商定价，日常合作中根据材料价格波动、客户采购量、市场竞争情况等因素进行协商调价。公司与客户结算通常为根据客户的信用情况，采用预付全部或部分货款，在装船后或在一定信用期内支付尾款。公司的采购价格和结算与销售价格和结算相互独立，公司在销售定价和结算方面具有自主权。

H.公司对客户独立承担销售产品的全部质量和售后责任，由公司对客户提供售后服务，供应商不对公司客户承担质量和售后责任，不对公司客户提供售后服务。公司外销产品的质保期大多为装船后 12 个月，少数情况下公司给予客户更长的质保期，货物交付后在质保期内发生的产品质量问题，由公司负责提供需要更换的配件和维修服务，或对客户进行赔偿。根据公司与供应商约定的 12 个月或 13 个月的质保期，如因外购成品供应商产生的质量问题，在公司采购后质保期内可以要求供应商提供相关配件或与供应商协商获得一定赔偿，非供应商造成的产品问题或超过质保期，公司无法向供应商追偿。公司对客户的质量和售后责任与供应商对公司的质量保证相互独立。

综述，公司承担向客户转让商品的主要责任。

②公司承担该商品的存货风险

A.外购成品在验收合格并交付公司后，商品所有权转移给公司，公司承担后续的存货风险。对于主要外购成品，公司通常在供应商进行产品包装前进行质量检验，验收合格后进行包装。公司根据自身的发货计划，对于部分外购产

品，安排货代公司去供应商处提货，货物交付给公司，货物控制权转移给公司，另一部分外购成品由供应商送货至公司仓库入库，货物交付给公司。货物交付给公司后，公司安排货代公司将货物运输至港口，存放在港口待报关完成后装船，在运输、报关、出口等整个过程中，货物相关保管、灭失、价值变动风险由公司承担。除与供应商约定的质保期内因供应商生产质量问题外，公司不能向供应商退换货或索赔，不存在无条件退货权。

B.外购成品在验收合格并交付公司后，如果公司客户取消订单，公司仍需履行采购义务，公司承担外购成品无法实现销售的风险。

C.外购成品在验收合格并交付公司后，公司承担价格波动风险。由于公司的成品采购价格与和销售价格相互独立，公司独立承担成品采购价格和销售价格波动带来的风险。对于外购成品的采购，公司与供应商根据钢材等材料价格波动情况并参考市场采购价格水平进行协商调价。对于外购成品的销售，公司与海外客户主要根据材料价格波动、客户采购量、市场竞争情况等因素进行协商调价，新价格在客户后续下订单时执行，尚未执行完的原有订单仍然按原约定价格执行完毕。由于订单执行需要一定期限，因此，新价格的实施较协商调价具有滞后性。在材料价格波动时，如果公司与客户未及时调价并执行新价格，公司将承担价格波动风险。在 2021 年，举升机主要材料钢材价格大幅上涨，在举升机成品采购端，供应商与公司因材料价格波动及时上调了采购价格；在举升机成品销售端，公司与客户协商就客户后续新下达的订单进行了提价，但是尚未执行完的原有订单仍然按原价格执行完毕，导致新价格的执行具有滞后性，从而导致公司 2021 年外购举升机的销售毛利率较低。在 2022 年和 2023 年，钢材价格回落后，公司外购举升机的毛利率水平恢复。2021 年、2022 年、2023 年和 2024 年，外购举升机的销售毛利率分别为 5.06%、11.13%、11.63%和 11.15%。上述情况说明，外购成品在验收合格并交付公司后，承担了价格波动带来的风险。

综述，公司承担该商品的存货风险。

③公司有权自主决定所交易商品的价格并承担价格波动风险

对于产品销售价格，公司综合制定了销售价格确定政策、标准和权限，在

交易中履行自主定价流程，公司有权自主决定所交易商品的价格并承担价格波动风险。公司自主与供应商协商确定采购价格，自主与客户协商确定销售价格，采购定价和销售定价相互独立。公司与供应商结算和公司与客户结算相互独立，公司与供应商结算以先货后款为主，少部分预付款；而公司与客户结算通常为根据客户的信用情况，采用预付全部或部分货款，在装船后或在一定信用期内支付尾款。公司通过测算产品成本加合理利润与供应商协商确定外购成品采购价格，日常合作中根据钢材等价格波动情况并参考市场采购价格水平进行协商调价。公司与海外客户主要根据当地的市场价格水平和竞争情况进行协商定价，日常合作中根据材料价格波动、客户采购量、市场竞争情况等因素进行协商调价。根据采购合同和销售合同的约定，公司的采购价格和结算与销售价格和结算相互独立。供应商未参与公司销售定价过程，公司亦不需要就销售价格取得供应商同意或进行报备。

综述，公司有权自主决定所交易商品的价格并承担价格波动风险。

④其他方面，公司承担了从客户收取款项的信用风险

公司承担外购成品销售对应的应收账款的信用风险，如客户无法及时支付货款，公司仍须按照合同约定向供应商按期支付采购款。

综上所述，公司外购成品主要系为了实现“成为一站式服务汽车后市场服务解决方案的供应商”的战略发展目标，为了解决公司产能不足或产品类型不够丰富的问题，对外采购的成品主要为汽车维修保养设备相关产品，作为自产产品的补充，主要系满足客户需求，具有合理的商业背景。在上述背景下，公司的外购成品不体现供应商品牌，供应商按照公司要求贴公司品牌或公司指定品牌，并按公司要求进行包装。与外购成品有关的国内运输主要由公司负责，运费主要由公司承担，报关由公司负责和承担，而不是供应商负责和承担。公司与供应商单独结算和付款，不受下游客户回款情况影响。外购成品在验收合格并交付公司后，商品所有权转移给公司，公司承担后续的存货风险。外购成品由公司承担质量保证责任和售后服务责任，公司外购成品销售过程中承担向客户转让商品的主要责任，有权自主决定所交易商品的价格并承担价格波动风险。因此，公司外购成品销售不属于贸易业务，公司该业务模式下各环节会计处理符合企业会计准则的规定。

（二）结合发行人相关产品库存结余及生产销售周期、产能利用率等情况，说明大规模对外采购举升机等产成品销售的商业合理性，是否符合行业惯例，是否对成品供应商形成依赖

公司外购成品主要为举升机和其他产品。报告期内公司向客户销售的汽车维保设备产品大多为公司自产，对外采购的成品主要系举升机，根本目的系为了解决公司举升机产能不足的问题，作为公司主要产品的补充。在汽车维修保养设备中，举升机是市场需求量最大的品类，也是公司销量最大的品类。报告期内，外购举升机占外购成品对外销售的比例为 75%左右。外购的其他产品主要系补充产品品类，与公司现有生产和产能相关性较小。

1、相关产品库存结余

报告期内，公司外购成品主要是举升机，占外购成品对外销售比例为 75%左右，公司报告期各期举升机的销售情况与报告期各期末举升机的库存结余情况如下：

单位：套

项目	2024 年度/末	2023 年度/末	2022 年度/末
举升机销售	67,876.00	47,075.00	36,920.00
举升机期末库存	3,400.00	2,674.00	3,514.00
库存占当期销售的比例	5.01%	5.68%	9.52%

由上表可见，公司各期末举升机库存规模用于满足销售需求。

2、相关产品的生产销售周期

生产周期：公司生产周期约为 1-4 周，其中举升机一般为 3-4 周。

销售周期：公司从产品入库到完成销售一般在 3-6 周。

公司大部分销售为根据客户需求时间发货，在公司产能利用率较高的情况下，公司为了避免客户临时提出需求时供货不足，会根据销售订单的排产情况进行外购。

3、公司主要外购产品产能利用率

报告期内，公司外购成品主要是举升机，占外购成品销售的比例为 75%左

右。2020 年度、2021 年度、2022 年度、2023 年度和 2024 年度，公司举升机产量、产能、产能利用率和销量具体情况如下：

单位：套

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2021 年度	2020 年度
产量	43,495	31,320	23,784	26,219	19,354
产能注	36,000	36,000	36,000	32,900	15,600
产能利用率	120.82%	87.00%	66.07%	79.69%	124.06%
销量	67,876	47,075	36,920	39,352	32,176

注：产能系根据瓶颈设备的生产能力测算的理论产能。

公司 2020 年度、2021 年度、2022 年度、2023 年度和 2024 年度举升机产能分别为 15,600 套、32,900 套、36,000 套、36,000 套和 36,000 套。公司 2021 年度产能相比上年增加，主要系公司于 2020 年在江苏南通新建举升机生产基地，随着新基地建成投产和机器设备增加，2021 年举升机的理论产能（根据瓶颈设备的生产能力测算）逐步得到提升。

公司 2020 年度、2021 年度、2022 年度、2023 年度和 2024 年度举升机产量分别为 19,354 套、26,219 套、23,784 套、31,320 套和 43,495 套，销量分别为 32,176 套、39,352 套、36,920 套、47,075 套和 67,876 套。公司举升机产量销量逐渐增加，主要系随着汽车保有量的不断增长和公司市场竞争力的提升，客户对公司举升机产品的需求逐步增加。

公司 2020 年度、2021 年度、2022 年度、2023 年度和 2024 年度举升机产能利用率分别为 124.06%、79.69%、66.07%、87.00%和 120.82%。公司 2020 年和 2024 年产能利用率超过 100%，2021 年至 2023 年产能利用率不足 100%，主要原因系：一方面，公司产量销量随着市场需求增长而逐渐增加的过程；另一方面，公司产能受生产场地、机器设备产能等限制，并不能随着需求增加即时扩张，在 2021 年南通新生产基地建成投产后，公司产能提升了一个台阶，此后一直维持稳定的产能，因此，在 2021 年公司产能提升后，2021 年到 2023 年产能利用率没有超过 100%，而 2024 年超过 100%，出现产能不足的情况。

在 2021 年至 2023 年公司产能利用率（按瓶颈设备生产能力测算的理论产能）未超过 100%仍进行外购的主要原因系：虽然 2021 年新生产基地建成且设

备规模扩大，但理论产能的释放需要一个逐步发展的过程，主要由于：生产人员的招聘和经验积累、设备和生产工艺调试、其他配套管理水平等方面需要在生产过程中逐步提升。因此，2021 年至 2023 年在产能利用率不足 100%的情况下，公司仍然需要对外采购一定量的成品。

4、对外采购举升机等成品销售符合行业惯例

根据常润股份招股说明书，其披露的主要产品类别中外购辅助产品，主要指与各类千斤顶等举升设备配合使用的产品，以及汽车相关的其他周边产品，主要包括工具箱柜等。常润股份按照客户订单要求，配套采购部分辅助产品进行统一销售。元征科技 2022 年 8 月出售了子公司上海元征机械设备有限责任公司，其主要业务为举升机的生产和销售，元征科技对于举升机产品采用采购成品等方式来满足市场销售需求。因此，发行人外购成品符合行业惯例。

5、对成品供应商未形成依赖

发行人对成品供应商未形成依赖。发行人外购的产品型号技术相对简单，发行人对主要产品具有自主生产能力；其他类产品，如焊机、刹车碟机、千斤顶等，主要为市场竞争较为充分的产品，市场上有较为充足的替代供应商可选择。因此，发行人不会对成品供应商形成依赖。

综上所述，公司外购主要成品主要因公司在发展过程中产能不足导致，相关产品库存规模较低，生产销售周期基本稳定，产能利用率在报告期末超过 100%，公司对外采购举升机等成品销售具有商业合理性。发行人可比公司常润股份、元征科技也存在外购成品销售的情况，发行人外购成品符合行业惯例。发行人具有自主生产主要产品的能力，其他外购成品市场上有较为充足的供应商，因此，公司不会对成品供应商形成依赖。

（三）说明外购产成品销售中客户、供应商的对应关系，包括各类成品的供应商、采购的成品及对应销售的客户或区域、购销数量、金额及占比，供应商是否由下游客户直接指定，并说明向客户销售自产及外购的同类产品在产品质量、定价、毛利率等方面是否存在明显差异及差异合理性

1、说明外购成品销售中客户、供应商的对应关系，包括各类成品的供应商、采购的成品及对应销售的客户或区域、购销数量、金额及占比，供应商是否由

下游客户直接指定

公司外购成品的供应商不由下游客户直接指定，公司外购成品销售中客户、供应商没有直接对应关系，各类成品的供应商、采购的成品与销售的客户或区域没有直接对应关系。公司以自产为主，但公司目前产能和产品线有限，下游客户需求超过公司产能，且下游客户作为汽车维保设备品牌商，经营全品类的汽车维修保养设备，对于下游客户整体需求中公司自产产能无法满足的部分，公司选择外购成品并根据公司要求贴公司品牌或公司指定品牌的形式向客户供货。因此，公司选择采购的成品，与单个客户或区域没有直接关系，取决于公司下游客户整体的需求与公司目前产能的缺口。

（1）举升机

报告期各期，举升机成品的供应商、采购数量、金额及占比情况如下：

单位：套、万元

期间	供应商	采购数量	采购金额	占外购举升机采购的比例
2024 年度	启东新力机电制造有限公司	16,842.00	9,240.81	67.64%
	上海芮钠德实业有限公司	5,105.00	2,559.65	18.74%
	供应商 1	3,209.00	1,639.35	12.00%
	供应商 2	58.00	114.39	0.84%
	供应商 3	36.00	56.51	0.41%
	小计	**25,250.00**	**13,610.71**	**99.62%**
2023 年度	启东新力机电制造有限公司	9,872.00	5,627.65	66.83%
	供应商 1	2,231.00	1,236.21	14.68%
	上海芮钠德实业有限公司	2,004.00	1,036.20	12.30%
	上海萨逸检测设备制造股份有限公司	739.00	400.55	4.76%
	供应商 3	44.00	67.50	0.80%
	小计	**14,890.00**	**8,368.12**	**99.37%**
2022 年度	启东新力机电制造有限公司	8,721.00	4,895.36	66.41%
	上海萨逸检测设备制造股份有限公司	2,421.00	1,356.68	18.41%
	供应商 1	1,740.00	982.25	13.33%
	供应商 4	60.00	33.98	0.46%
	供应商 3	22.00	32.70	0.44%

	小计	**12,964.00**	**7,300.97**	**99.05%**

报告期各期，公司举升机供应商、采购的成品与销售的客户或区域没有直接对应关系，公司采购的举升机成品销售的主要区域、销售数量、金额及占比情况如下：

单位：套、万元

期间	销售区域	销售数量	销售金额	占外购举升机销售的比例
2024 年度	波兰	6,873.00	4,485.67	29.10%
	俄罗斯	2,285.00	1,271.94	8.25%
	巴西	1,922.00	1,126.00	7.30%
	境内	1,419.00	836.38	5.43%
	捷克	1,085.00	790.77	5.13%
	小计	**13,584.00**	**8,510.77**	**55.20%**
2023 年度	波兰	4,411.00	2,942.05	29.93%
	俄罗斯	1,442.00	875.78	8.91%
	巴西	902.00	566.67	5.77%
	哈萨克斯坦	723.00	438.26	4.46%
	西班牙	604.00	412.34	4.20%
	小计	**8,082.00**	**5,235.09**	**53.26%**
2022 年度	波兰	2,940.00	1,927.55	21.85%
	俄罗斯	1,025.00	674.14	7.64%
	捷克	746.00	526.18	5.97%
	哈萨克斯坦	846.00	505.77	5.73%
	巴西	635.00	409.06	4.64%
	小计	**6,192.00**	**4,042.70**	**45.83%**

（2）拆胎机

报告期内，公司仅在 2024 年度采购了拆胎机成品，拆胎机成品的供应商、采购数量、金额及占比情况如下：

单位：套、万元

期间	供应商	采购数量	采购金额	占外购拆胎机采购的比例
2024 年度	营口捷安科技有限公司	987.00	239.96	99.62%

	营口通广汽车保修设备有限公司	1.00	0.91	0.38%
	合计	**988.00**	**240.87**	**100.00%**

2024 年度，公司拆胎机供应商、采购的成品与销售的客户或区域没有直接对应关系，公司采购的拆胎机成品销售的主要区域、销售数量、金额及占比情况如下：

单位：套、万元

期间	销售区域	销售数量	销售金额	占外购拆胎机销售的比例
2024 年度	俄罗斯	240.00	72.80	22.52%
	埃及	216.00	57.37	17.75%
	西班牙	77.00	37.62	11.64%
	黎巴嫩	99.00	28.69	8.88%
	土耳其	52.00	26.28	8.13%
	小计	**684.00**	**222.76**	**68.91%**

（3）平衡机

报告期内，公司仅在 2024 年度采购了平衡机成品，平衡机成品的供应商、采购数量、金额及占比情况如下：

单位：套、万元

期间	供应商	采购数量	采购金额	占外购平衡机采购的比例
2024 年度	营口捷安科技有限公司	89.00	7.69	100.00%
	合计	**89.00**	**7.69**	**100.00%**

2024 年度，公司平衡机供应商、采购的成品与销售的客户或区域没有直接对应关系，公司采购的平衡机成品销售的区域、销售数量、金额及占比情况如下：

单位：套、万元

期间	销售区域	销售数量	销售金额	占外购平衡机销售的比例
2024 年度	西班牙	43.00	8.91	47.25%
	巴基斯坦	20.00	4.63	24.54%
	秘鲁	14.00	3.07	16.28%
	德国	9.00	2.05	10.85%

	斯里兰卡	1.00	0.20	1.07%
	合计	**87.00**	**18.85**	**100.00%**

（4）养护类设备

报告期各期，养护类设备成品的供应商、采购数量、金额及占比情况如下：

单位：套、万元

期间	供应商	采购数量	采购金额	占外购养护类设备采购的比例
2024 年度	供应商 5	3,287.00	44.73	84.08%
	供应商 6	220.00	8.27	15.55%
	供应商 7	1.00	0.19	0.37%
	小计	**3,508.00**	**53.20**	**100.00%**
2023 年度	供应商 5	2,254.00	27.38	43.14%
	供应商 8	50.00	15.49	24.40%
	供应商 9	500.00	12.39	19.52%
	供应商 6	216.00	8.21	12.94%
	小计	**3,020.00**	**63.47**	**100.00%**
2022 年度	供应商 8	182.00	56.47	67.21%
	供应商 5	2,115.00	25.10	29.87%
	供应商 10	6.00	1.38	1.64%
	供应商 11	4.00	0.82	0.98%
	供应商 6	7.00	0.26	0.31%
	小计	**2,314.00**	**84.03**	**100.00%**

报告期各期，公司养护类设备供应商、采购的成品与销售的客户或区域没有直接对应关系，公司采购的养护类设备成品销售的主要区域、销售数量、金额及占比情况如下：

单位：套、万元

期间	销售区域	销售数量	销售金额	占外购养护类设备销售的比例
2024 年度	俄罗斯	2,865.00	42.23	67.12%
	菲律宾	110.00	4.44	7.06%
	立陶宛	75.00	2.18	3.47%

	哈萨克斯坦	120.00	1.89	3.00%
	印度	30.00	1.85	2.95%
	小计	**3,200.00**	**52.60**	**83.60%**
2023 年度	俄罗斯	2,561.00	61.05	53.63%
	波兰	500.00	20.49	18.00%
	阿塞拜疆	65.00	19.24	16.90%
	菲律宾	162.00	5.95	5.22%
	摩洛哥	54.00	3.49	3.07%
	小计	**3,342.00**	**110.23**	**96.83%**
2022 年度	俄罗斯	1,550.00	44.17	58.89%
	阿塞拜疆	72.00	24.51	32.68%
	哈萨克斯坦	140.00	2.20	2.93%
	境内	7.00	1.46	1.95%
	阿联酋	80.00	1.09	1.46%
	小计	**1,849.00**	**73.43**	**97.91%**

（5）其他

报告期内，发行人外购的其他成品主要为四轮定位仪、刹车碟机、焊机等，其他成品的供应商、采购金额及占比情况如下：

单位：万元

期间	供应商	采购金额	占外购其他成品采购的比例
2024 年度	供应商 12	375.11	11.38%
	供应商 13	265.15	8.04%
	供应商 14	197.00	5.98%
	供应商 15	179.57	5.45%
	供应商 16	165.03	5.01%
	小计	**1,181.86**	**35.86%**
2023 年度	上海鼎盛汽车检测设备有限公司	293.58	12.92%
	供应商 12	246.13	10.83%
	供应商 13	225.40	9.92%
	供应商 17	172.54	7.59%
	供应商 18	131.75	5.80%
	小计	**1,069.39**	**47.07%**

2022 年度	供应商 12	342.69	17.35%
	供应商 13	255.56	12.94%
	上海鼎盛汽车检测设备有限公司	144.75	7.33%
	供应商 19	95.51	4.83%
	供应商 17	91.11	4.61%
	小计	**929.61**	**47.06%**

报告期各期，公司其他产品供应商、采购的成品与销售的客户或区域没有直接对应关系，公司采购的其他成品销售的主要区域、销售数量、金额及占比情况如下：

单位：万元

期间	销售区域	销售金额	占外购其他成品销售的比例
2024 年度	俄罗斯	461.53	11.07%
	哈萨克斯坦	458.81	11.01%
	境内	353.07	8.47%
	阿联酋	230.05	5.52%
	南非	202.56	4.86%
	小计	**1,706.02**	**40.94%**
2023 年度	境内	543.70	16.77%
	俄罗斯	447.84	13.82%
	黎巴嫩	216.59	6.68%
	巴西	199.93	6.17%
	哈萨克斯坦	172.34	5.32%
	小计	**1,580.40**	**48.75%**
2022 年度	境内	311.24	12.84%
	俄罗斯	298.28	12.31%
	波兰	201.15	8.30%
	哈萨克斯坦	174.64	7.21%
	印度尼西亚	127.24	5.25%
	小计	**1,112.55**	**45.91%**

由上述表格可见，公司外购成品销售中客户、供应商不存在直接对应关系，公司外购成品销售的客户区域较为分散，供应商不由下游客户直接指定。

2、说明向客户销售自产及外购的同类产品在产品质量、定价、毛利率等方

面是否存在明显差异及差异合理性

（1）产品质量

公司对销售的自产和外购成品的质量要求相同，公司自产产品均需经过质量检验，对于外购成品，公司进行质量检验合格后才入库。公司对销售的自产和外购成品的质量保障和售后服务相同，产品交付后由公司承担质量保证责任和售后服务责任。客户向公司采购产品的合同或订单中同时包含公司自产产品和外购成品，均在合同中通过统一的合同条款约定，不存在差异。

报告期内，公司自产与外购产品因质量问题发生的退换货金额较小，自产产品与外购产品在产品质量上不存在明显差异的情况。

（2）定价模式

公司外购成品的客户同时也是公司自产产品的客户，公司对于自产及外购产品的定价遵循一致的定价策略。公司根据成本加成原则并考虑市场竞争情况、市场价格水平、客户采购规模等因素协商确定产品销售价格。

（3）毛利率

公司既自产又外购的产品主要为举升机、拆胎机、平衡机、养护类设备，其中，外购举升机主要为双柱举升机，公司自产举升机主要为双柱举升机、四柱举升机、小剪举升机、大剪举升机等。公司外购的其他产品与公司自产的其他产品品类存在差异，公司外购的其他产品主要为四轮定位仪、焊机、刹车碟机、千斤顶、卷管器等，公司自产的其他产品主要为洗车机、配件等，因此，外购和自产其他产品的毛利率不具有可比性。

报告期各期，公司自产及外购的同类产品毛利率情况如下：

产品	项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
举升机	外购	11.15%	11.63%	11.13%
	自产	28.04%	24.53%	19.13%
拆胎机	外购	9.90%	-	-
	自产	30.80%	-	-
平衡机	外购	17.42%	-	-
	自产	46.85%	-	-

养护类设备	外购	15.74%	18.21%	13.34%
	自产	33.69%	33.47%	31.03%

由上表可见，公司自产产品毛利率高于外购产品毛利率，主要原因系：①公司对于自产及外购产品的对外销售定价模式一致，外购产品成本相比自产产品较高；②公司根据市场需求及自身产能等情况考虑，相对复杂或者与外部市场供应差异化的产品以自产为主，相对简单和普通的产品则根据需求外购，自产产品更为复杂或配置更高，毛利率相对较高。

2023 年度和 2024 年度，外购举升机毛利率相对稳定，自产举升机毛利率上升幅度较大，两者变动幅度存在差异的主要原因系：①2023 年度和 2024 年度，公司自产举升机产量持续增长，产品单位人工成本和制造费用下降较多，导致自产举升机的单位成本下降，具体分析详见“问题 8、一、（二）、1、（3）产量变动对主要产品毛利率的影响”。②2023 年度和 2024 年度，公司外购举升机毛利率相对稳定，主要系公司通过测算产品成本加合理利润与供应商协商确定成品的采购价格，日常合作中根据钢材等材料价格波动情况并参考市场采购价格水平进行协商调价，2023 年和 2024 年，一方面，随着钢材价格下降，公司成品的采购价格下降，另一方面，随着钢材价格下降及美元汇率上升，公司主要产品的销售价格下调，综合影响下，外购成品毛利率相对稳定。

综上，公司自产产品毛利率高于外购产品毛利率具有合理性。

综上所述，公司外购成品销售中客户、供应商不存在直接对应关系，各类成品的供应商、采购的成品没有直接对应的客户和区域，供应商不由下游客户直接指定。公司向客户销售自产及外购的同类产品在产品质量上不存在明显差异，对于自产和外购的同类产品遵循一致的定价策略，同类产品中自产毛利率高于外购毛利率具有合理性。

二、原材料采购价格公允性。根据申请文件及公开信息，①发行人主要供应商中，启东新力机电制造有限公司、营口通广汽车保修设备有限公司实缴资本均为 50 万元，上海涟钢国际贸易有限公司参保人数 1 人，上海川鑫实业有限公司参保人数 2 人，上海芮钠德实业有限公司成立于 2022 年 6 月。②成品供应商启东新力收入主要来自于发行人，向其采购举升机的价格高于同类产品供应商。③报告期内，发行人向关联方营口捷安科技有限公司采购金额先降后升，

主要原因系采购拆胎机部件的需求变动所致。请发行人：①说明同种采购内容，不同供应商的采购单价情况以及存在差异的合理性，向启东新力采购价格高于其他同类供应商的原因，启东新力 90%以上收入来源于发行人的原因及合理性，是否存在潜在的利益或者关联关系；结合原材料的市场价格、供应商向其他客户销售价格等，说明各类采购内容的采购价格是否公允。②说明各类采购内容主要供应商基本情况、采购内容及金额、交易金额占其自身主营业务比重、合作历史、增减变动情况、向主要供应商采购金额变动的原因；说明与规模较小、参保人数较少的供应商合作背景及原因（包括不限于前述所列供应商），上海芮钠德实业有限公司成立次年即成为发行人主要供应商的原因及合理性，供应商是否具备与其交易规模相匹配的经营能力。③发行人向营口捷安采购部件的具体内容，最近一期采购金额大幅上升且高于拆胎机产销需求的原因及合理性。

（一）说明同种采购内容，不同供应商的采购单价情况以及存在差异的合理性，向启东新力采购价格高于其他同类供应商的原因，启东新力 90%以上收入来源于发行人的原因及合理性，是否存在潜在的利益或者关联关系；结合原材料的市场价格、供应商向其他客户销售价格等，说明各类采购内容的采购价格是否公允

1、说明同种采购存货，不同供应商的采购单价情况以及存在差异的合理性

报告期内，存货采购金额分别为 39,351.88 万元、44,830.45 万元和 64,679.31 万元，公司采购的存货主要为钢材、外购成品和外购部件，合计占存货采购总额的比例分别为 75.43%、75.02%和 74.96%，公司主要外购存货的采购比例保持稳定。对主要外购存货钢材、外购成品、外购部件具体分析如下：

（1）钢材

公司外购钢材通过多家供应商报价比价选定最终供应商，钢材不同供应商价格差异主要受采购模式、交货方式、采购内容等因素影响。报告期内，公司主要钢材供应商采购单价对比情况如下：

①2022 年度

2022 年度主要钢材供应商采购单价对比如下：

单位：万元、元/吨

供应商名称	采购金额	采购单价	与平均单价差异率
嘉吉投资（中国）有限公司	3,501.40	4,182.10	-6.54%
上海涟钢国际贸易有限公司	2,067.60	4,622.93	3.32%
苏州隆兴供应链管理有限公司	1,337.50	4,450.63	-0.54%
无锡锦上钢管有限公司	1,227.82	4,671.11	4.39%
上海川鑫实业有限公司	794.76	4,737.25	5.87%
小计	**8,929.08**		
钢材采购总额	10,683.85	4,474.57	
占比	**83.58%**		

嘉吉投资（中国）有限公司、苏州隆兴供应链管理有限公司 2022 年度采购单价偏低，主要原因系：一方面，公司向上述两家供应商采购的为价格较低的热轧钢板，其他供应商除采购热轧钢板外，另采购单价较高的热轧方管、热轧扁钢等；另一方面，公司向嘉吉投资（中国）有限公司采购钢材系自行提货，采购价格不包含运费，而其他钢材供应商送货上门，采购价格中包含运费。

②2023 年度

2023 年度主要钢材供应商采购单价对比如下：

单位：万元、元/吨

供应商名称	采购金额	采购单价	与平均单价差异率
上海涟钢国际贸易有限公司	3,384.99	3,986.52	-0.48%
苏州隆兴供应链管理有限公司	2,302.48	3,816.22	-4.73%
无锡锦上钢管有限公司	1,159.32	4,164.50	3.96%
上海中玺供应链有限公司	936.27	3,969.43	-0.91%
嘉吉投资（中国）有限公司	897.70	3,822.79	-4.57%
小计	**8,680.76**		
钢材采购总额	11,247.70	4,005.81	
占比	**77.18%**		

2023 年度公司不同钢材供应商之间采购单价不存在较大差异，价格公允。

③2024 年度

2024 年主要钢材供应商采购单价对比如下：

单位：万元、元/吨

供应商名称	采购金额	采购单价	与平均单价差异率
上海涟钢国际贸易有限公司	6,976.26	3,686.08	-0.66%
苏州隆兴供应链管理有限公司	3,019.54	3,523.37	-5.04%
无锡锦上钢管有限公司	1,603.92	3,859.43	4.02%
江苏丰通特钢有限公司	1,045.53	3,944.75	6.32%
上海钢银供应链管理有限公司	852.21	3,501.33	-5.64%
小计	**13,497.47**		
钢材采购总额	15,459.03	3,710.43	
占比	**87.31%**		

无锡锦上钢管有限公司、江苏丰通特钢有限公司 2024 年采购单价偏高，主要原因为：公司向无锡锦上钢管有限公司采购的主要为单价较高的热轧方管，向江苏丰通特钢有限公司采购的主要为单价较高的热轧扁钢，公司向上海涟钢国际贸易有限公司、苏州隆兴供应链管理有限公司、上海钢银供应链管理有限公司采购的主要为单价较低的热轧钢板。

综上，受不同钢材供应商采购模式、交货方式、采购内容等因素影响，报告期内不同钢材供应商采购单价存在差异具有合理性。

（2）外购成品

报告期内，公司外购成品主要系采购成品举升机，采购成品举升机占外购成品比例分别为 78.16%、78.29%、79.15%，报告期内采购举升机占比相对稳定。公司采购举升机成品系参考成本加一定利润的方式与供应商协商定价，受产品规格型号差异等因素影响，不同供应商采购单价存在差异，具体情况如下：

单位：万元、元/套

期间	供应商名称	采购举升机金额	采购单价	与平均单价差异率
2022 年度	启东新力机电制造有限公司	4,895.36	*	*
	上海萨逸检测设备制造股份有限公司	1,356.68	*	*
	供应商 1	982.25	*	*
	小计	7,234.29		
	举升机采购总额	7,371.15	*	
	占比	98.14%		
2023 年度	启东新力机电制造有限公司	5,627.65	*	*

期间	供应商名称	采购举升机金额	采购单价	与平均单价差异率
	供应商 1	1,236.21	*	*
	上海芮钠德实业有限公司	1,036.20	*	*
	上海萨逸检测设备制造股份有限公司	400.55	*	*
	小计	8,300.61		
	举升机采购总额	8,421.39	*	
	占比	98.57%		
2024 年度	启东新力机电制造有限公司	9,240.81	*	*
	上海芮钠德实业有限公司	2,559.65	*	*
	供应商 1	1,639.35	*	*
	小计	13,439.81		
	举升机采购总额	13,662.12	*	
	占比	98.37%		

2022 年，上述供应商采购均价差异较小。

2023 年和 2024 年，启东新力机电制造有限公司采购均价高于其他供应商，主要系公司为满足客户订单需求，向启东新力机电制造有限公司采购单价较高的型号 G 举升机的占比进一步提高，该型号举升机配置较高。报告期内，公司向启东新力机电制造有限公司采购型号 G 举升机占当期采购额比例分别为 33.36%、44.86%、46.70%。

分别选取 2023 年、2024 年各举升机供应商供应产品中相同型号产品，进行价格比较如下：

单位：套、元/套

期间	型号	供应商	数量	单价	单价差异率
2023 年度	型号 H	上海芮钠德实业有限公司	1,329.00	*	*
		启东新力机电制造有限公司	120.00	*	
	型号 I	供应商 1	118.00	*	*
		启东新力机电制造有限公司	84.00	*	
	型号 J	供应商 1	100.00	*	*
		启东新力机电制造有限公司	18.00	*	
2024 年度	型号 K	上海芮钠德实业有限公司	1,153.00	*	*

期间	型号	供应商	数量	单价	单价差异率
		启东新力机电制造有限公司	36.00	*	
	型号 H	上海芮钠德实业有限公司	3,624.00	*	*
		启东新力机电制造有限公司	63.00	*	
	型号 J	供应商 1	61.00	*	*
		启东新力机电制造有限公司	7.00	*	

对于同一型号产品，启东新力机电制造有限公司与上海芮钠德实业有限公司、供应商 1 采购价格不存在重大差异，公司对外采购成品的价格公允。

综上，受产品规格型号差异等因素影响，不同供应商采购单价存在差异具有合理性。

（3）外购部件

公司外购部件品类众多，报告期各期采购前五大外购部件情况如下：

单位：万元

序号	项目	2024 年	2023 年	2022 年
1	卡车拆胎机部件	1,581.04	1,792.36	1,302.02
2	油缸（外径 63mm,行程 915mm）	984.27	741.84	590.87
3	小型车拆胎机部件	549.11	178.95	158.85
4	卡车平衡机部件	400.68	412.40	319.76
5	无接触式洗车机部件	276.66	116.31	68.24
6	T40DX 举升机部件	41.74	511.33	
7	标准控制箱	7.36	16.74	111.86
小计		3,840.86	3,769.93	2,551.61
当期外购部件金额		15,769.14	11,627.01	9,567.87
占比		24.36%	32.42%	26.67%

①卡车拆胎机部件

报告期内，公司自身不生产卡车拆胎机，因营口通广汽车保修设备有限公司产品品类与公司不同，与公司不存在竞争关系，故公司目前仅向一家供应商采购。

②油缸（外径 63mm，行程 915mm）

报告期内，公司采购油缸（外径 63mm，行程 915mm）系用于生产举升机，不同供应商采购价格对比如下：

单位：万元、元/套

期间	供应商	金额	单价	与平均单价差异率
2022 年	无锡市一源液压机械有限公司	580.96	*	*
	无锡新三力液压科技有限公司	5.35	*	*
	小计	586.31	*	
	占当期采购比	99.23%		
2023 年	无锡市一源液压机械有限公司	558.30	*	*
	无锡新三力液压科技有限公司	183.43	*	*
	小计	741.73	*	
	占当期采购比	99.99%		
2024 年	无锡市一源液压机械有限公司	826.45	*	*
	无锡新三力液压科技有限公司	148.62	*	*
	小计	975.07	*	
	占当期采购比	99.06%		

报告期内，不同供应商采购油缸单价不存在较大差异。

③小型车拆胎机部件

2022 年至 2024 年，公司仅向营口捷安科技有限公司一家采购小型车拆胎机部件。

④卡车平衡机部件

2022 年，公司仅向营口通广汽车保修设备有限公司一家采购卡车平衡机部件。

2023 年至 2024 年，公司为拓展采购渠道，增加向营口捷安科技有限公司采购，不同供应商采购主要卡车平衡机 U850 部件的单价对比情况如下：

单位：万元、元/套

期间	项目	采购金额	采购单价	与平均单价差异率
2023 年度	营口通广汽车保修设备有限公司	318.67	*	*
	营口捷安科技有限公司	14.84	*	*
	小计	333.51	*	

期间	项目	采购金额	采购单价	与平均单价差异率
	占当期采购比	80.87%		
2024 年度	营口通广汽车保修设备有限公司	281.52	*	*
	营口捷安科技有限公司	24.47	*	*
	小计	305.98	*	
	占当期采购比	76.37%		

公司向营口通广汽车保修设备有限公司采购卡车平衡机部件单价较高，主要由于：营口通广汽车保修设备有限公司成立于 2005 年，主营卡车平衡机和拆胎机制造，生产经验丰富，与公司合作时间较长，产品成熟，质量稳定性较好；营口捷安科技有限公司自 2023 年开始生产该产品，公司目前向其小批量采购，产品检验等环节需要投入更多精力，因此采购价格相对较低具有合理性。

⑤无接触式洗车机部件

公司 2022 年至 2024 年仅向德玛自动化（山东）有限公司采购无接触式洗车机部件，德玛自动化（山东）有限公司可以根据公司需求定制化生产、交货及时，且公司整体外购无接触式洗车机部件需求规模较小，故公司目前仅向一家供应商采购。

⑥T40DX 举升机部件

报告期内，公司仅向启东新力采购 T40DX 举升机部件。公司因客户要求交期紧张，临时性向其采购。

⑦标准控制箱

2022 年公司仅向启东市浩天金属制品有限公司采购标准控制箱，2023 年之后公司陆续减少外采变为自产。

综上，公司外购部件品类众多，其中，报告期各期前五大外购部件中，对于存在多家供应商的采购产品，受不同供应商产品质量等因素差异，采购单价存在差异具有合理性。

2、向启东新力采购价格高于其他同类供应商的原因，启东新力 90%以上收入来源于发行人的原因及合理性，是否存在潜在的利益或者关联关系

（1）向启东新力采购价格高于其他同类供应商的原因

参见本题“二、（一）、1、（2）外购成品。

（2）启东新力 90%以上收入来源于公司的原因及合理性

启东新力机电制造有限公司成立于 2004 年 4 月，该供应商位于江苏省启东市，主要经营空气压缩机、储气筒、汽车举升机、升降机的制造与销售，拥有完整的举升机生产线。公司向其采购的主要内容为柱式举升机，公司此类举升机的销售订单高于公司现有生产产能，为满足客户需求，公司将部分柱式举升机委托供应商生产，向供应商采购成品。启东新力机电制造有限公司因其产品质量稳定，且地理位置与公司主要生产基地较近，成为公司外购举升机的主要供应商。

公司采购金额占该供应商销售比例较高的主要原因系：

①国内举升机制造行业形成了较为稳定的市场格局，公司品牌是国内主要举升机品牌之一，部分规模较小的制造商以为品牌商进行贴牌制造为主要业务

国内举升机行业目前形成了较为稳定的市场格局，主要的举升机品牌包括公司、高昌机电、世达工具、元征科技等公司的品牌，上述品牌较早进入市场，规模较大，有成熟的国内销售网络、稳定的客户资源，有一定的市场知名度。面对激烈的市场竞争，包括启东新力在内的国内部分规模较小的举升机生产厂家以为品牌商进行贴牌制造为主要业务。

②随着公司快速发展和采购需求增长，在启东新力供应能力有限的情况下，逐渐形成了公司的采购金额占供应商的销售额比例较高的情况

该客户自 2010 年开始与公司建立合作关系，当时为公司供应拆胎机部件，2015 年开始为公司供应举升机，该供应商以为品牌商进行贴牌制造为主，机械加工经验丰富，产品质量较好，但不具有成熟的销售团队和市场销售渠道，不会与公司形成竞争关系。在双方长期合作过程中，公司逐渐发展，销售规模逐步扩大，市场地位逐步提升，逐步成为国内规模较大、具有一定品牌知名度的举升机制造商。在公司发展过程中，公司的订单量超过了公司的自有产能，公司通过委托其他工厂进行贴牌制造的方式补充产能缺口。在双方长期合作过程中，启东新力机电制造有限公司曾多次扩大产能，但基于其自身经营能力限制，发展速度和经营规模有限；同时，公司自身发展较快并逐步成为国内举升机的

主要品牌商之一，外购举升机的需求逐渐增长，在启东新力供应能力有限的情况下，逐渐形成了公司的采购金额占供应商的销售额比例较高的情况。

（3）公司与启东新力不存在潜在的利益或者关联关系

针对公司与启东新力是否存在潜在的利益或者关联关系，保荐机构实施了以下核查程序：

①实地走访启东新力机电制造有限公司，访谈其实控人，了解其基本情况和经营状况、与公司的交易情况、业务开展情况和交易定价结算等情况。

②获取公司、实际控制人及其直系亲属、实际控制人控制的其他企业、5%以上股东、公司董事(独立董事除外)、监事、高级管理人员及其他关键岗位人员的报告期内银行流水，经核查，公司及相关主体与启东新力机电制造有限公司之间不存在异常资金往来。

③通过核查公司与启东新力机电制造有限公司交易的合同、订单、送货单、发票及付款回单等单据，并进行函证获取相符回函，确认相关业务真实。

④查阅实际控制人、主要股东、董事、监事和高级管理人员的关联方调查问卷并对启东新力实际控制人进行访谈，确认启东新力机电制造有限公司与公司不存在关联关系。

⑤将公司采购单价与启东新力机电制造有限公司向其他客户的销售单价进行对比，不存在重大差异，公司采购价格具有公允性，不存在潜在的利益输送。

经核查，保荐机构和申报会计师认为：公司与启东新力不存在潜在的利益或者关联关系。

综上，公司作为国内主要的举升机品牌商之一通过外购举升机弥补自有产能，启东新力以为品牌商进行贴牌制造为主要业务，符合市场格局特征；公司基于供应商较好的产品质量、较长的合作历史、不存在竞争关系等背景与该供应商建立长期稳定的合作关系；随着公司快速发展和采购需求增长，在启东新力供应能力有限的情况下，逐渐形成了公司的采购金额占供应商的销售额比例较高的情况。公司向启东新力机电制造有限公司采购定价公允，不存在潜在的利益或者关联关系。

3、结合原材料的市场价格、供应商向其他客户销售价格等，说明各类采购原材料的采购价格是否公允

报告期内，公司采购的存货主要为钢材、外购成品和外购部件，合计占存货采购总额的比例分别为 75.43%、75.02%和 74.96%。对主要外购存货的采购价格公允性分析如下：

（1）钢材

公司钢材品类较多，报告期内主要钢材品种热轧钢板的采购占比分别为57.52%、57.47%、58.79%。选取公司热轧钢板采购均价与市场价格进行比较，具体如下：

单位：元/吨

项目	2024 年	2023 年	2022 年
公司热轧钢板采购均价	3,384.18	3,707.41	4,220.61
市场价格	3,246.54	3,579.16	3,985.84
偏差率	4.24%	3.58%	5.89%

注：市场价格数据来源：同花顺 IFIND，热轧普通板卷（4.75-11.5mm,Q235）,为保持可比口径一致，公司热轧钢板采购均价计算时已剔除加工费和运费。

由上表可知，公司采购的热轧钢板价格与市场价格相比不存在重大差异，受采购钢材型号、规格差异等因素影响，公司热轧钢板采购均价与市场价格略有不同，但差异较小，公司钢材采购价格公允。

（2）外购成品

公司外购成品主要为外购举升机，获取报告期内同期供应商外售其他客户的同类举升机的合同、发票，与公司采购价格对比情况如下：

单位：元/套

期间	对比月份	供应商名称	采购内容	公司采购单价	供应商销售其他客户单价	差异率
2022 年	2022 年 8 月	启东新力机电制造有限公司	双柱举升机	*	*	*
	2022 年 10 月	供应商 1	双柱举升机	*	*	*
2023 年	2023 年 2 月	启东新力机电制造有限公司	双柱举升机	*	*	*
	2023 年 3 月	供应商 1	双柱举升机	*	*	*

期间	对比月份	供应商名称	采购内容	公司采购单价	供应商销售其他客户单价	差异率
2024年	2024年3月	启东新力机电制造有限公司	双柱举升机	*	*	*
	2024年4月	上海芮钠德实业有限公司	双柱举升机	*	*	*
	2024年4月	供应商1	双柱举升机	*	*	*

注：2022-2023 年举升机供应商上海萨逸检测设备制造股份有限公司因已宣告破产，无法提供相关资料。

公司向供应商采购举升机单价与同期供应商外售至其他客户单价不存在重大差异，受产品型号、规格、不同客户配置要求等差异影响，采购单价略有不同，但差异较小，公司外购成品价格公允。

（3）外购部件

公司外购部件品类众多，对主要外购部件采购价格公允性分析情况如下：

① 卡车拆胎机部件

报告期内，公司仅向营口通广汽车保修设备有限公司采购卡车拆胎机部件。由于营口通广汽车保修设备有限公司向其他客户销售卡车拆胎机成品，因此将公司向其采购单价加进一步加工成本后的金额与同期营口通广汽车保修设备有限公司向其他客户销售成品的价格进行对比分析，具体情况如下：

单位：万元、元/套

期间	采购内容	采购部件金额	比价月份	公司采购单价加进一步加工成本合计	供应商向其他客户外售拆胎机成品单价	差异率
2022年	U290	746.46	2022年7月	*	*	*
	U298	369.8	2022年7月	*	*	*
	小计	1,116.26	-	-	-	-
	占当期采购比	85.73%	-	-	-	-
2023年	U290	965.28	2023年9月	*	*	*
	U298	628.04	2023年3月	*	*	*
	小计	1,593.32	-	-	-	-
	占当期采购比	88.90%	-	-	-	-

期间	采购内容	采购部件金额	比价月份	公司采购单价加进一步加工成本合计	供应商向其他客户外售拆胎机成品单价	差异率
2024 年	U290	766.91	2024 年 6 月	*	*	*
	U298	553.74	2024 年 5 月	*	*	*
	小计	1,320.65	-	-	-	-
	占当期采购比	83.53%	-	-	-	-

公司向营口通广汽车保修设备有限公司外购卡车拆胎机部件考虑进一步加工成本后，与其外售其他客户成品单价存在差异，主要原因系：公司采购金额占供应商销售额比例为 20%-30%，与采购同类产品的该供应商其他客户相比，公司采购量相对较大，因此价格略有优惠。其中 U298 产品单价偏差较大，系巴兰仕产品使用电机的品牌与营口通广汽车保修设备有限公司其他客户不同，巴兰仕产品电机品牌采购自国产品牌，其他客户产品电机采购自境外品牌，巴兰仕产品使用电机成本较低。

② 油缸（外径 63mm，行程 915mm）

因公司油缸（外径 63mm，行程 915mm）系定制产品，获取报告期内主要供应商无锡市一源液压机械有限公司同期对其他客户销售类似型号油缸（外径 63mm，行程 970mm）的合同或发票，对比情况如下：

单位：元/套

期间	比价月份	采购单价	供应商销售其他客户单价	差异率
2022 年	2022 年 8 月	*	*	*
2023 年	2023 年 5 月	*	*	*
2024 年	2024 年 3 月	*	*	*

公司向无锡市一源液压机械有限公司采购油缸（外径 63mm，行程 915mm）价格与其销售至其他客户单价差异较小，公司采购单价公允。

③ 小型车拆胎机部件

由于营口捷安科技有限公司也向其他客户销售小型车拆胎机成品，因此将公司向其采购单价加进一步加工成本后的金额与营口捷安科技有限公司同期向其他客户销售成品的价格进行对比分析，具体情况如下：

单位：万元、元/套

年度	采购内容	采购部件金额	比价月份	采购单价加进一步加工成本	供应商向其他客户外售成品单价	差异率
2022 年	拆胎机 U226	158.85	2022 年 7 月	*	*	*
	占当期采购比	100.00%	-	-	-	-
2023 年	拆胎机 813B	176.93	2023 年 6 月	*	*	*
	占当期采购比	98.87%	-	-	-	-
2024 年	拆胎机 U226	248.32	2024 年 4 月	*	*	*
	拆胎机 U625 注	165.41	2024 年 1 月	*	*	*
	小　计	413.74				
	占当期采购比	75.35%				

注：2024 年营口捷安科技有限公司仅向巴兰仕销售拆胎机 U625，此处取其相似型号拆胎机 819GS 的外售单价作为对比

公司向营口捷安科技有限公司采购部件考虑进一步加工成本后的价格与其销售至其他单位单价相近。

④ 卡车平衡机部件

报告期内，公司主要向营口通广汽车保修设备有限公司采购卡车平衡机部件，由于营口通广汽车保修设备有限公司也向其他客户销售卡车平衡机成品，因此将公司向其采购单价加进一步加工成本后的金额与营口通广汽车保修设备有限公司同期向其他客户销售成品的价格进行对比分析，具体情况如下：

单位：万元、元/套

年度	采购内容	采购部件金额	比价月份	采购单价加进一步加工成本	供应商向其他客户外售平衡机成品单价	差异率
2022 年	U850	225.00	2022 年 1 月	*	*	*
	占当期采购比	70.36%	-	-	-	-
2023 年	U850	318.67	2023 年 10 月	*	*	*
	占当期采购比	77.27%				
2024 年	U850	281.52	2024 年 4 月	*	*	*
	占当期采购比	70.26%				

公司向营口通广汽车保修设备有限公司外购 U850 平衡机部件采购价格考虑进一步加工成本后，低于营口通广汽车保修设备有限公司外售其他客户成品单价，主要原因系：一方面，公司采购金额占供应商销售额比例为 20%-30%，与采购同类产品的该供应商其他客户相比，公司采购量相对较大，因此价格略有优惠；另一方面，公司自行加装电源板、电脑板、机箱上盖等物料，进一步加工成本较低。

⑤ 无接触式洗车机部件

因公司采购的洗车机部件系定制化产品，德玛自动化（山东）有限公司未向其他客户进行销售，获取报告期内德玛自动化（山东）有限公司的报价单，与公司采购单价对比情况如下：

单位：元/套

年度	采购单价	报价单单价	差异率	报价单具体构成						报价单成本加成率
				材料金额	材料耗损	加工费	管理费	利润	运费+包材	
2022 年	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
2023 年	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
2024 年	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

由上表可知，公司采购单价与供应商提供报价差异较小，公司与德玛自动化（山东）有限公司不存在关联关系，采购价格公允。

⑥ T40DX 举升机部件

因公司采购的 T40DX 举升机部件系定制化产品，启东新力未向其他客户进行销售，获取报告期内启东新力提供的报价单，与公司采购单价对比情况如下：

单位：元/套

年度	采购单价	报价单单价	差异率	报价单具体构成						报价单成本加成率
				材料金额	材料耗损	加工费	管理费	利润	运费+包材	
2023 年	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
2024 年	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

由上表可知，公司采购单价与供应商提供报价差异较小，公司与启东新力不存在关联关系，采购价格公允。

⑦标准控制箱

因公司采购标准控制箱为定制化产品，启东市浩天金属制品有限公司未向其他客户进行销售，获取供应商报告期内报价单，与公司采购价格对比如下：

单位：元/件

年度	采购单价	报价单单价	差异率	报价单具体构成						报价单成本加成率
				材料金额	材料耗损	加工费	管理费	利润	运费+包材	
2022 年	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
2023 年	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
2024 年	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

由上表可知，公司采购单价与供应商提供报价差异较小，公司与启东市浩天金属制品有限公司不存在关联关系，采购价格公允。

综上，公司采购主要部件的采购单价与供应商同期向其他客户的销售价格、供应商报价不存在重大差异，采购价格公允。

（二）说明各类采购内容主要供应商基本情况、采购内容及金额、交易金额占其自身主营业务比重、合作历史、增减变动情况、向主要供应商采购金额变动的原因；说明与规模较小、参保人数较少的供应商合作背景及原因（包括不限于前述所列供应商），上海芮钠德实业有限公司成立次年即成为发行人主要供应商的原因及合理性，供应商是否具备与其交易规模相匹配的经营能力

1、说明各类采购存货主要供应商基本情况、采购内容及金额、交易金额占其自身主营业务比重、合作历史、增减变动情况、向主要供应商采购金额变动的原因

报告期内，公司采购的存货主要为钢材、外购成品和外购部件，合计占存货采购总额的比例分别为 75.43%、75.02%和 74.96%，对钢材、外购成品、外购部件主要供应商分析情况如下：

（1）钢材主要供应商基本情况及变动情况

报告期内，公司钢材主要供应商情况列示如下：

单位：万元

供应商	主要采购内容	交易金额			变动情况
		2024 年	2023 年	2022 年	

供应商	主要采购内容	交易金额			变动情况
		2024 年	2023 年	2022 年	
上海涟钢国际贸易有限公司	热轧钢板、热轧扁钢等	6,976.26	3,384.99	2,067.60	报告期内均为前五大
苏州隆兴供应链管理有限公司	热轧钢板	3,019.54	2,302.48	1,337.50	报告期内均为前五大
无锡锦上钢管有限公司	方管、热轧钢板	1,603.92	1,159.32	1,227.82	报告期内均为前五大
江苏丰通特钢有限公司	热轧方管、热轧扁钢	1,045.53	651.30	343.40	2024 年进入前五大
上海钢银供应链管理有限公司	热轧钢板	852.21	459.68	-	2024 年进入前五大
嘉吉投资（中国）有限公司	热轧钢板	334.89	897.70	3,501.40	2024 年退出前五大
上海中玺供应链有限公司	热轧钢板	-	936.27	92.22	2023 年进入前五大，2024 年不再合作
上海川鑫实业有限公司	热轧钢板、方管等	-	-	794.76	2023 年不再合作
小计		**13,832.35**	**9,791.74**	**9,364.69**	
占当期采购钢材比例		**89.48%**	**87.06%**	**87.65%**	

（续上表）

供应商	基本情况	交易金额占其自身主营业务收入比例	合作历史
上海涟钢国际贸易有限公司	成立于 2014 年 3 月，注册资本为 800 万元，股权结构为张磊 90%、张军 10%。主营业务为钢材贸易	2022 年-2023 年占比约 5%-10%，2024 年约 15%	2017 年开始合作
苏州隆兴供应链管理有限公司	成立于 2003 年 7 月，注册资本 2 亿元，由苏州顺联实业有限公司 100%持股，主营业务为钢板加工及供应链管理服务	5%以下	2005 年开始合作
无锡锦上钢管有限公司	成立于 2007 年 7 月，注册资本 258 万元，股权结构为姚国锦 68.99%、姚佳珠 31.01%。主营业务为矩形管的生产与销售	12%-15%	2018 年开始合作
江苏丰通特钢有限公司	成立于 2021 年 8 月，注册资本 1000 万元，由宋婷婷 100%持股。主营业务为钢材贸易	2022 年 30%，2023 年 40%，2024 年 60%	2022 年开始合作
上海钢银供应链管理有限公司	成立于 2017 年 6 月，注册资本 5 亿元，由上海钢银电子商务股份有限公司 100%控股。主营业务为供应链管理服务	小于 1%	2023 年开始合作

供应商	基本情况	交易金额占其自身主营业务收入比例	合作历史
嘉吉投资（中国）有限公司	成立于 1996 年 4 月，注册资本 65,648.5426 万美元，由 CIHCSINGAPOREPTE.LTD.100% 持股，系多元化大型跨国企业	供应商未告知	2019 年开始合作
上海中玺供应链有限公司	成立于 2021 年 11 月，注册资本 2000 万元，由陈青君 100%控股，主营业务为钢材贸易	2023 年约 10%-20%，2024 年不再合作	2022 年开始合作
上海川鑫实业有限公司	成立于 2013 年 4 月，注册资本 100 万元人民币，由王明芳 100%持股。主营业务为钢材贸易，上海区域中小型钢材贸易商	2022 年 10%-15%左右，2023 年后不再合作	2013 年开始合作

公司报告期内钢材采购供应商较集中，报告期内，主要供应商采购占比为 87.65%、87.06%、89.48%。

① 上海涟钢国际贸易有限公司

2023 年和 2024 年，公司向上海涟钢国际贸易有限公司采购金额增加，主要原因系公司产量增加，钢材需求增加。

② 苏州隆兴供应链管理有限公司

2023 年和 2024 年，公司向苏州隆兴供应链管理有限公司采购金额增加，主要原因系公司产量增加，钢材需求增加。

③无锡锦上钢管有限公司

报告期内，公司向无锡锦上钢管有限公司采购金额未有重大波动。

④江苏丰通特钢有限公司

江苏丰通特钢有限公司系公司 2022 年新开拓钢材供应商，公司经考察后综合产品质量、价格、配合度等与该供应商建立合作，采购金额较小，采购金额未有重大波动。

⑤上海钢银供应链管理有限公司

上海钢银供应链管理有限公司系公司 2023 年新开拓钢材供应商，公司经考察后综合产品质量、价格、配合度等与该供应商建立合作，采购金额较小，采购金额未有重大波动。

⑥嘉吉投资（中国）有限公司

公司通过提前订货并约定价格的方式向嘉吉投资（中国）有限公司购买钢材，随着 2023 年后钢材市场价格下降，公司减少该采购方式，采购金额减少。

⑦上海中玺供应链有限公司

上海中玺供应链有限公司系公司 2022 年 12 月新开拓钢材供应商，公司经考察后综合产品质量、价格、配合度等与该供应商建立合作，2022 年采购金额较小，2023 年因报价具有竞争力、交付及时，采购金额提升，即成为当年前五大供应商，2024 年上海中玺供应链有限公司因自身经营策略原因主动提出不再继续合作。

⑧上海川鑫实业有限公司

公司 2023 年后不再向上海川鑫实业有限公司采购，主要系公司选择了质量、价格等方面更具有竞争优势的其他供应商。

（2）外购成品主要供应商基本情况及变动情况

报告期内，公司外购成品主要系采购成品举升机，公司外购成品主要供应商的成品举升机采购金额列示如下：

单位：万元

供应商	主要采购内容	交易金额			变动情况
		2024 年	2023 年	2022 年	
启东新力	成品举升机	9,240.81	5,627.65	4,895.36	报告期内均为前三大供应商
上海萨逸检测设备制造股份有限公司	成品举升机		400.55	1,356.68	2023 年退出前三大供应商
供应商 1	成品举升机	1,639.35	1,236.21	982.25	报告期内均为前三大供应商
上海芮钠德实业有限公司	成品举升机	2,559.65	1,036.20		2023 年进入前三大供应商
小 计		**13,439.81**	**8,300.61**	**7,234.29**	
占当期外购成品比例		**77.87%**	**77.17%**	**76.71%**	

（续上表）

供应商	基本情况	交易金额占其自身主营业务比重	合作历史

供应商	基本情况	交易金额占其自身主营业务比重	合作历史
启东新力机电制造有限公司	成立于 2004 年 4 月，注册资本为 50 万元，由陆允敖持股 100%，主营业务为举升机的生产	90%左右	2010 年开始合作
上海萨逸检测设备制造股份有限公司	成立于 2010 年 12 月，注册资本为 2333.14 万元，股权结构为叶明 23.0144%、叶健 22.1119%、钱达玲 12.1841%，主营业务为举升机的生产，目前已宣告破产	20%-40%	2010 年开始合作
供应商 1	成立于 2018 年 5 月，注册资本为 305 万元，股权结构为陈梦婷 99%。主营业务为举升机的生产	35%-45%	2018 年开始合作
上海芮钠德实业有限公司	成立于 2022 年 6 月，注册资本为 500 万元，股权结构为嵇保燕 90%、王春云 10%，主营业务为举升机的生产	2023 年 15%左右，2024 年 25%左右	2023 年开始合作

公司报告期内成品举升机供应商较集中，主要供应商采购成品举升机金额占外购成品比例为 76.71%、77.17%、77.87%。

①启东新力机电制造有限公司

2023 年和 2024 年，公司向启东新力机电制造有限公司采购金额增长主要系业务规模增长所致。

②上海萨逸检测设备制造股份有限公司

因上海萨逸检测设备制造股份有限公司经营情况出现异常，公司自 2023 年减少向其采购，2024 年已不再继续合作。

③ 供应商 1

报告期内，公司向供应商 1 采购金额相对稳定。

④上海芮钠德实业有限公司

公司 2023 年新增举升机供应商上海芮钠德实业有限公司，其生产经营团队主要来自于上海萨逸检测设备制造股份有限公司。

（3）外购部件主要供应商基本情况及变动情况

公司外购部件供应商较分散，此处列示报告期内前五大外购部件供应商情况如下：

单位：万元

供应商	主要采购内容	交易金额			变动情况
		2024 年	2023 年	2022 年	
营口通广汽车保修设备有限公司	拆胎机部件、平衡机部件等	2,001.28	2,224.66	1,633.89	报告期内，均为前五大供应商
浙江大明传动科技股份有限公司	气缸、脚踏等	1,629.67	1,203.71	961.91	报告期内，均为前五大供应商
无锡市一源液压机械有限公司	油缸	1,068.29	698.26	689.27	报告期内，均为前五大供应商
营口捷安科技有限公司	拆胎机部件、平衡机部件	774.08	252.30	176.17	2022 年退出前五大供应商；2024 年进入前五大供应商
兴化市双杰铸造有限公司	拆胎头、拆胎勾等	644.04	471.42	428.95	2023 年退出前五大供应商，2024 年进入前五大供应商
营口市明鑫金属机械制造有限公司	蜗轮、蜗轮轴等	226.21	253.62	234.56	2022 年成为前五大供应商
启东新力机电制造有限公司	T40DX 举升机部件	43.22	512.30		2023 年成为前五大供应商，2024 年退出前五大供应商
小计		**6,386.79**	**5,616.28**	**4,124.73**	
占当期外购部件比例		**40.50%**	**48.30%**	**43.11%**	

（续上表）

供应商	基本情况	交易金额占其自身主营业务比重	合作历史
营口通广汽车保修设备有限公司	成立于 2005 年 4 月，注册资本 50 万元，股权结构为李哲 60%、于秋兰 40%。主营汽保设备的制造和销售	20%-30%	2013 年开始合作
浙江大明传动科技股份有限公司	成立于 2015 年 7 月，注册资本为 1,518.38 万元，股权结构为虞小鸣 38.23%、金华市大明铝制品厂 26.12%。主营传动装置的制造和销售	15%-20%	2015 年开始合作
无锡市一源液压机械有限公司	成立于 2016 年 6 月，注册资本 900 万美元，股权结构为香港新宸贸易有限公司 100%，主营液压件制造和销售	8%-15%	2016 年开始合作
营口捷安科技有限公司	成立于 2021 年 3 月，注册资本 1000 万元，股权结构为珠海市三牧科技有限公司 42%、贾宗枭 40%、上海巴兰仕汽车检测设备股份有限公司 18%，主营汽保设备的生产和销售	15%-50%	2021 年开始合作

供应商	基本情况	交易金额占其自身主营业务比重	合作历史
兴化市双杰铸造有限公司	成立于 2007 年 6 月，注册资本 200 万元，股权结构为陈东明 60%、潘新华 40%，主营机械制造配件的生产与销售	35%-50%	2007 年开始合作
营口市明鑫金属机械制造有限公司	成立于 2019 年 6 月，注册资本 500 万元，股权结构为徐晶 100%，主营业务为机械加工及销售	100%	2019 年开始合作
启东新力机电制造有限公司	成立于 2004 年 4 月，注册资本为 50 万元，由陆允敖持股 100%，主营业务为柱式举升机的生产	90%左右	2010 年开始合作

报告期内，公司对营口通广汽车保修设备有限公司、浙江大明传动科技股份有限公司、无锡市一源液压机械有限公司、营口捷安科技有限公司和兴化市双杰铸造有限公司的采购金额整体呈增长趋势，主要系公司业务规模增长所致。

报告期内，公司向营口市明鑫金属机械制造有限公司的采购金额相对稳定。营口市明鑫金属机械制造有限公司与公司交易金额占其自身主营业务比重为 100%，主要原因系：一方面，该公司规模较小产能有限，且无产能扩张计划；另一方面，相较于其他客户，公司业务稳定且付款及时，随着公司业务增长，公司逐渐成为其唯一客户。

公司于 2023 年向启东新力机电制造有限公司采购部件主要系公司无法满足新增客户交期要求；公司 2024 年后采购额下降主要系该产品陆续转为公司自行生产。

2、说明与规模较小、参保人数较少的供应商合作背景及原因（包括不限于前述所列供应商），上海芮钠德实业有限公司成立次年即成为发行人主要供应商的原因及合理性，供应商是否具备与其交易规模相匹配的经营能力。

（1）规模较小、参保人数较少的供应商合作背景及原因，供应商是否具备与其交易规模相匹配的经营能力

规模较小、参保人数较少供应商的基本情况如下：

供应商名称	成立时间	注册资本	实际员工人数（根据访谈问卷）	参保人数（根据工商年报）	是否存在关联关系	公司采购规模占其营业收入比例	经营规模与其和公司交易金额是否匹配
启东新力机电制造有限公司	2004-04-12	50 万	70 人	56 人	否	90%左右	是

供应商名称	成立时间	注册资本	实际员工人数（根据访谈问卷）	参保人数（根据工商年报）	是否存在关联关系	公司采购规模占其营业收入比例	经营规模与其和公司交易金额是否匹配
营口通广汽车保修设备有限公司	2005-04-11	50 万	169 人	113 人	否	20%-30%	是
上海涟钢国际贸易有限公司	2014-03-06	800 万	7 人	1 人	否	2022 年-2023 年占比约 5%-10%，2024 年约 15%	是
上海川鑫实业有限公司	2013-04-12	100 万	4 人	2 人	否	2022 年 10%-15%左右，2023 年后不再合作	是
江苏丰通特钢有限公司	2021-08-03	1000 万	21 人	1 人	否	2022 年 30%、2023 年 40%、2024 年 60%	是
上海中玺供应链有限公司	2021-11-16	2000 万	6 人	1 人	否	2023 年约 10%-20%，2024 年不再合作	是
营口市明鑫金属机械制造有限公司	2019-06-26	500 万	8 人	1 人	否	100%	是

注：上述信息主要来源于国家企业信用信息公示系统以及供应商的访谈资料等；受同一实际控制人控制的供应商分别合并计算其实际员工人数和参保人数（以下简称人数），其中，启东新力机电制造有限公司的人数包含了启东新力机电制造有限公司和启东新特机电有限公司的人数；营口通广汽车保修设备有限公司的人数包含了营口通广汽车保修设备有限公司和营口未来机电设备有限公司的人数；上海中玺供应链有限公司的人数包含了上海中玺供应链有限公司和上海中玺供应链有限公司的人数。

上述公司成立时间较长，与公司不存在关联关系，根据访谈，上述公司的实际员工人数大于工商年报显示的参保人数，经营规模与公司交易金额匹配。

启东新力机电制造有限公司和营口通广汽车保修设备有限公司注册资本为 50 万元，主要系供应商为股东创办的家族企业，股东根据经营需要持续投入资金，实际投入资金均大于注册资本。上海涟钢国际贸易有限公司、上海川鑫实业有限公司、江苏丰通特钢有限公司、上海中玺供应链有限公司参保人数较少，主要系这些供应商均为贸易商，属于轻资产运营公司，无需具备生产能力，参保人数较少具有合理性。营口市明鑫金属机械制造有限公司规模较小，主要系其产品单一且产能有限，无产能扩张计划。

上述供应商与公司具有较长的合作历史和稳定的合作关系，公司通过询价和各方面综合评定确定合格供应商，上述供应商在产品质量、服务、价格、交货期等方面能够满足公司的需求，从而成为公司供应商。

启东新力机电制造有限公司，成立于 2004 年 4 月，该供应商位于江苏省启

东市，主要经营空气压缩机、储气筒、汽车举升机、升降机的制造与销售，拥有完整的举升机生产线，员工 70 人，厂房占地 16,650 平方米，该公司经营规模、生产能力与其和公司的交易规模相匹配。公司自 2010 年开始与该供应商建立合作，伴随着公司的业务发展，经过长期磨合建立了良好的战略合作关系。公司向其采购的主要内容为柱式举升机，报告期内，公司此类举升机的销售订单高于公司现有生产产能，为满足客户需求，公司将部分柱式举升机委托供应商生产，向供应商采购成品。启东新力机电制造有限公司因其产品质量稳定，且地理位置与公司主要生产基地较近，成为公司外购举升机的主要供应商。

营口通广汽车保修设备有限公司，成立于 2005 年 4 月，位于辽宁省营口市，主要经营卡车轮胎平衡机及卡车轮胎拆装机的生产制造，拥有完整的拆胎机和平衡机生产线，员工 169 人，厂房占地 28,000 平方米，该公司经营规模、生产能力与其和公司的交易规模相匹配。公司自 2010 年开始与其合作，主要由于：营口市是汽车维修保养设备的生产聚集地，具有供应商协调和人力优势，营口通广汽车保修设备有限公司产品质量较好。

上海涟钢国际贸易有限公司，成立于 2014 年 3 月，主要经营金属材料、钢材、金属制品、五金交电的批发与零售，公司自 2017 年开始向该供应商采购钢材。上海涟钢国际贸易有限公司经营的钢材主要来源于山钢集团、沙钢集团、鞍钢集团等大型钢铁集团公司。上海川鑫实业有限公司，成立于 2013 年 4 月，主要经营建筑材料、金属材料、木材、通讯器材、化工产品及原料等商品的贸易，公司自 2013 年开始向该供应商采购钢材。江苏丰通特钢有限公司，成立于 2021 年 8 月，主营钢材贸易，公司自 2022 年与其合作，该公司经营的钢材主要来源于马钢集团、唐山正丰钢铁有限公司、常州东方特钢有限公司。上海中玺供应链有限公司，成立于 2021 年 11 月，主营钢材贸易。公司 2022 年与其合作，该公司经营的钢材主要来源于本钢集团、沙钢集团、鞍钢集团等大型钢铁集团。上述供应商经营规模与其和公司的交易规模相匹配，上述供应商的钢材供应量、价格、服务和交期等方面均能满足公司需求，因而公司选择与其进行合作。

营口市明鑫金属机械制造有限公司，成立于 2019 年 6 月，主营减速箱齿轮的生产与销售，注册资本 500 万元，厂房占地 800 平方米。自合作以来，该公

司持续与巴兰仕保持紧密的合作关系，其经营规模、生产能力与其和公司的交易规模相匹配。营口市是汽车维修保养设备零部件的生产聚集地，具有供应商协调和人力优势，营口市明鑫金属机械制造有限公司可以为公司提供性价比较高的减速箱齿轮，因而公司选择与其进行合作。

同行业可比公司的供应商亦存在注册资本低、参保人数少的情况。同行业可比公司的类似供应商情况如下：

可比公司	供应商名称	可比公司对其采购额	位列当年排名	注册资本	参保人数
常润股份	无锡恒禾贸易有限公司	4,831.34 万元（2021 年度）	第四名（2021 年度）	100 万元人民币	0 人
常润股份	无锡飞亚钢铁贸易有限公司	4,539.90 万元（2021 年度）	第五名（2021 年度）	500 万元人民币	4 人
高昌机电	南京顺祥物资有限公司	542.10 万元（2015 年度）	第二名（2015 年度）	100 万元	2 人

由上表可见，公司与前述供应商合作符合行业特征。

（2）上海芮钠德实业有限公司成立次年即成为公司主要供应商的原因及合理性

上海芮钠德实业有限公司成立于 2022 年 6 月，注册资本 500 万元，生产经营团队主要来自上海萨逸检测设备制造股份有限公司。上海萨逸检测设备制造股份有限公司与公司合作时间较长，且历史供货情况良好，基于公司与上海萨逸检测设备制造股份有限公司过往长期的合作关系，公司与上海芮钠德实业有限公司建立合作关系。

报告期内，上海芮钠德实业有限公司和上海萨逸检测设备制造股份有限公司与公司采购举升机的交易情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
上海萨逸检测设备制造股份有限公司	-	400.55	1,356.68
上海芮钠德实业有限公司	2,559.65	1,036.20	-
小计	2,559.65	1,436.76	1,356.68

由上表可见，上海萨逸检测设备制造股份有限公司停止实际经营后，上海芮钠德实业有限公司即承接了其原有业务，故上海芮钠德实业有限公司成立次年即成为公司主要供应商具有合理性。

综上，公司与规模较小、参保人数较少的供应商合作的原因系：一方面，注册资本较少的供应商主要为股东创办的家族企业，股东根据经营需要持续投入资金，实际投入资金均大于注册资本；参保人数较少的供应商主要为钢材贸易供应商，属于轻资产运营公司，无需具备生产能力。上述供应商具备与其交易规模相匹配的经营能力，供应量、价格、服务和交期等方面均能满足公司需求；另一方面，同行业可比公司的供应商亦存在注册资本低、参保人数少的情况，公司与规模较小、参保人数较少的供应商合作符合行业特征。上海芮钠德实业有限公司成立次年即成为公司主要供应商系其生产经营团队主要来自于上海萨逸检测设备制造股份有限公司。上海萨逸检测设备制造股份有限公司与公司合作时间较长，且历史供货情况良好，基于公司与上海萨逸检测设备制造股份有限公司过往长期的合作关系，公司与其建立合作关系。

（三）公司向营口捷安采购部件的具体内容，最近一期采购金额大幅上升且高于拆胎机产销需求的原因及合理性

报告期内，公司向营口捷安的采购金额分别为 176.17 万元、252.30 万元、1,089.40 万元，公司向营口捷安主要采购拆胎机部件，也采购少量平衡机部件。

2024 年，公司拆胎机产量为 50,968 套，销量为 51,301 套，销量高于产量，公司拆胎机产销需求旺盛。公司 2024 年拆胎机和平衡机产能利用率达到 104.93%。在产销需求旺盛、产能不足的情况下，公司向营口捷安的采购金额增长。

综上，2024 年，公司在产销需求旺盛、产能不足的情况下，公司最近一期向营口捷安的采购金额上升具有合理性。

三、请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见，并说明：（1）供应商走访、函证情况，对象选取标准、视频及现场走访比例、访谈对象身份及确认方式，是否存在回函地址、时间、发件人异常等情形，回函不符的具体情况及差异调节过程。（2）细节测试的具体情况，包括各类单据的内容及在业务中发挥的作用、获取情况、签字盖章情况、是否存在异常情形及替代性测试情况。（3）结合资金流水核查情况，说明发行人及相关主体与主要原材料供应

商及相关主体等是否存在异常资金往来，是否存在为发行人代垫费用、代为承担成本或转移定价等利益输送情形。

（一）请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见

1、核查程序

针对上述事项，中介机构执行了以下核查程序：

（1）访谈管理层、采购人员、销售人员、财务人员，了解成品采购的背景，结合成品采购、销售两端的货物流、资金流和商品转移过程中的权利和义务的具体约定及执行情况等，分析外购成品销售是否实质为贸易业务，分析具体业务模式及各环节会计处理方式及是否符合《企业会计准则》规定；

（2）结合举升机库存结余及生产销售周期、产能利用率等情况，分析大规模对外采购举升机等成品销售的商业合理性；查询同行业公开信息是否存在外购成品的情况，分析公司外购成品是否符合行业惯例；分析公司外购的举升机是否有自主生产的能力，是否有可替代供应商，是否对成品供应商形成依赖；

（3）获取各期采购入库明细、收入成本明细表，检查主要外购成品销售中客户、供应商的对应关系，包括各类成品的供应商、采购的成品及对应销售的客户或区域、购销数量、金额及占比，供应商是否由下游客户直接指定，并分析向客户销售自产及外购的同类产品在产品质量、定价模式、毛利率等方面是否存在明显差异及合理性；

（4）获取各期采购入库明细，对比报告期内同种采购内容不同供应商采购价格的差异，分析价格差异原因；访谈供应商和采购经办人员，了解启东新力90%以上收入来源于公司的原因；通过查询公开网站、取得供应商向其他单位的销售合同或发票、取得供应商提供的报价单，分析公司不同采购内容采购价格的公允性；

（5）获取各期采购入库明细，列示主要供应商采购内容和金额；访谈供应商和采购经办人员，了解主要供应商基本情况、交易金额占其自身主营业务比重、与公司的合作历史情况、增减变动情况及原因、向主要供应商采购金额变动的原因、部分供应商规模较小或参保人数较少的原因、上海芮钠德实业有限公司成立次年即成为公司主要供应商的原因等；

（6）获取各期采购入库明细、新增订单明细和期末存货明细，分析最近一期向营口捷安采购金额大幅上升的原因及合理性。

2、核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

（1）公司外购成品主要系为了实现“成为一站式服务汽车后市场服务解决方案的供应商”的战略发展目标，为了解决公司产能不足或产品类型不够丰富的问题，对外采购的成品主要为汽车维修保养设备相关产品，作为自产产品的补充，主要系满足客户需求，具有合理的商业背景。公司承担向客户转让商品的主要责任，承担了外购成品的存货风险，有权自主决定所交易商品的价格并承担价格波动风险。公司外购成品销售不属于贸易业务。公司该业务模式下各环节会计处理符合企业会计准则的规定。

（2）公司外购成品销售主要因公司产能不足，相关产品库存规模较低，该情况与公司实际经营情况相符，具有合理性。公司可比公司常润股份、元征科技也存在外购成品销售的情况，公司外购成品符合行业惯例。公司外购的举升机均为技术相对简单，市场上替代产品较多的柱式举升机，公司具有自主生产的能力，且市场上有较为充足的其他供应商，不会对成品供应商形成依赖。

（3）公司外购成品销售中客户、供应商不存在直接对应关系，各类成品的供应商、采购的成品没有直接对应的客户和区域，供应商不由下游客户直接指定。公司向客户销售自产及外购的同类产品在产品质量上不存在明显差异，对于自产和外购的同类产品遵循一致的定价策略，同类产品中自产毛利率高于外购毛利率具有合理性。

（4）受不同钢材供应商采购模式、交货方式、采购内容等因素影响，报告期内不同钢材供应商采购单价存在差异具有合理性；受产品规格型号差异等因素影响，不同外购成品供应商采购单价存在差异具有合理性；公司外购部件受不同供应商产品质量等因素影响，采购单价存在差异具有合理性。受采购举升机型号影响，公司向启东新力采购价格与其他同类供应商存在差异具有合理性。公司基于供应商较好的产品质量、较长的合作历史、不存在竞争关系等背景与启东新力建立长期稳定的合作关系，随着公司快速发展和采购需求增长，在启

东新力供应能力有限的情况下，逐渐形成了公司的采购金额占供应商的销售额比例较高的情况。公司向启东新力采购定价公允，不存在潜在的利益或者关联关系。与市场价格、供应商向其他客户销售价格、供应商报价相比，公司各类存货的采购价格公允。

（5）公司与各类存货供应商合作稳定，受公司业务规模变动、钢材价格波动、供应商自身原因等因素影响，供应商的增减变动、采购金额变动具有合理性。部分存货供应商因根据经营需要持续投入资金，注册资本较小。钢材贸易供应商因属于轻资产运营公司，参保人数较少。公司与规模较小、参保人数较少的供应商合作符合行业特征，上述供应商具备与其交易规模相匹配的经营能力。上海芮钠德实业有限公司的生产经营团队主要来自于上海萨逸检测设备制造股份有限公司，故其成立次年即成为公司主要供应商。

（6）公司向营口捷安采购的主要内容系拆胎机部件。2024 年，公司在产销需求旺盛、产能不足的情况下，最近一期向营口捷安的采购金额上升具有合理性。

（二）供应商走访、函证情况，对象选取标准、视频及现场走访比例、访谈对象身份及确认方式，是否存在回函地址、时间、发件人异常等情形，回函不符的具体情况及差异调节过程。

1、供应商走访情况，对象选取标准、视频及现场走访比例、访谈对象身份及确认方式

根据重要性原则，保荐机构按照各期供应商采购发生额的情况，筛选各期主要供应商执行访谈程序，均为现场访谈，各期访谈情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
现场走访金额 A	53,023.09	38,034.63	33,205.73
采购总额 B 注	66,746.63	46,376.88	40,662.55
现场走访金额比例（A/B）	79.44%	82.01%	81.66%

注：含存货采购、能源采购、委外加工费

报告期内，保荐机构现场走访供应商比例为 81.66%、82.01%、79.44%。访谈对象主要为供应商的主要负责人或经办业务人员，通过核实供应商实际经营

地与工商注册地址是否一致，现场拍照取证，并查看供应商营业执照、获取供应商访谈人员名片、身份证复印件等信息，确认访谈对象身份及与相应供应商单位的关系，以验证访谈人员的真实性。

2、供应商函证情况，是否存在回函地址、时间、发件人异常等情形，回函不符的具体情况及差异调节过程

（1）函证及回函情况

根据重要性原则，保荐机构按照报告期各期末应付账款、预付款项及采购发生额的情况，筛选各期末余额较大或当期采购发生额较大的供应商予以函证，以验证采购额及往来余额的真实性、准确性。报告期内各期供应商函证回函情况良好，具体发函、回函情况分别列示如下：

①应付账款余额、预付款项余额

报告期内，对应付账款余额、预付款项余额发函及回函情况如下：

单位：万元

项目		2024 年末	2023 年	2022 年
期末余额 A	应付账款	10,889.17	8,643.22	6,708.76
	预付款项	821.93	645.41	772.93
发函金额 B	应付账款	8,188.27	6,750.73	5,220.73
	预付款项	656.36	474.08	618.19
发函金额比例 C=B/A	应付账款	75.20%	78.10%	77.82%
	预付款项	79.86%	73.45%	79.98%
回函相符金额 D	应付账款	7,987.51	6,161.67	4,675.54
	预付款项	621.76	474.02	597.73
回函相符金额比例 E=D/A	应付账款	73.35%	71.29%	69.69%
	预付款项	75.65%	73.45%	77.33%
回函不符金额 F	应付账款	123.73	121.22	56.86
	预付款项	34.61	0.06	-
回函不符调节后可确认金额 G	应付账款	123.73	121.22	56.86
	预付款项	34.61	0.06	-
回函不符调节后可确认金额比例 H=G/A	应付账款	1.14%	1.40%	0.85%
	预付款项	4.21%	0.01%	0.00%

项目		2024 年末	2023 年	2022 年
最终确认相符回函金额 I=D+G	应付账款	8,111.24	6,282.90	4,732.40
	预付款项	656.36	474.08	597.73
最终确认相符回函占比 J=I/A	应付账款	74.49%	72.69%	70.54%
	预付款项	79.86%	73.45%	77.33%
未回函金额 K	应付账款	77.03	467.83	488.33
	预付款项	-	-	20.46
未回函金额比例 L=K/A	应付账款	0.71%	5.41%	7.28%
	预付款项	-	-	2.65%
替代测试金额 M	应付账款	77.03	467.83	488.33
	预付款项	-	-	20.46
替代测试比例 N=M/A	应付账款	0.71%	5.41%	7.28%
	预付款项	-	-	2.65%

报告期各期末，公司应付账款和预付款项回函情况良好，对于回函不符的，保荐机构获取合同、发票、采购入库单等，核实不符原因，经调节后相符。对于未回函供应商，检查合同、发票、采购入库单、期后付款回单等进行替代测试。

②采购金额

报告期内，对采购金额发函及回函情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
采购总额 A	66,746.63	46,376.88	40,662.55
采购额发函金额 B	51,718.94	38,931.98	33,893.10
发函比例 C=B/A	77.49%	83.95%	83.35%
回函相符金额 D	49,978.16	36,257.72	31,211.72
回函相符金额比例 E=D/A	74.88%	78.18%	76.76%
回函不符金额 F	1,528.49	268.62	275.37
回函不符调节后可确认金额 G	1,528.49	268.62	275.37
回函不符调节后可确认金额比例 H=G/A	2.29%	0.58%	0.68%
最终确认相符回函金额 I=D+G	51,506.64	36,526.34	31,487.09
最终确认相符回函占比 J=I/A	77.17%	78.76%	77.44%
未回函金额 K	212.30	2,405.64	2,406.01

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
未回函金额比例 L=K/A	0.32%	5.19%	5.92%
替代测试金额 M	212.30	2,405.64	2,406.01
替代测试比例 N=M/A	0.32%	5.19%	5.92%

报告期各期，公司采购金额回函情况良好，对于回函不符的，保荐机构获取合同、发票、采购入库单等，核实不符原因，经调节后相符。对于未回函供应商，检查合同、发票、采购入库单、期后付款回单等进行替代测试。

（2）执行函证程序的方式

函证发出前，保荐机构通过企查查或国家企业信用信息公示系统等网站查询供应商工商注册地址，将供应商函证收件地址与工商注册地址、实地访谈地址等进行核对，将函证接收人员与公司供应商档案、沟通记录等进行核对，关注函证接收人员的恰当性。

函证发出时，保荐机构采用邮寄的方式向供应商独立发函。

收到回函后，保荐机构将供应商回函地址与函证接收地址进行核对，将回函发出人员与公司供应商档案、沟通记录等进行核对，关注各供应商回函地址、发件人、回函时间是否存在异常情况。

针对供应商回函地址与函证接收地址不一致的供应商，保荐机构收到回函后，电话联系供应商单位相关人员，针对是否收到函证、是否确认后直接邮寄回函等事项向对方予以进一步核实确认，经核实邮寄地址系供应商实际办公地址、工厂地址等，不存在异常。

（3）回函不符的具体情况及差异调节过程

供应商函证回函不符的主要原因系双方记账时间性差异。报告期内，供应商回函不符的具体情况如下：

①应付账款回函不符

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
发函金额 A	8,188.27	6,750.73	5,220.73
回函差异金额 B	-7.21	5.17	-16.62

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
回函差异占发函金额比例 C=A/B	-0.09%	0.08%	-0.32%
回函差异经调节可确认金额 D	-7.21	5.17	-16.62
其中：			
货物已签收，供应商未入账	-15.22	-4.79	-16.78
货物未签收，供应商已入账	7.09	8.29	0.28
货物未签收，供应商已开票税额	0.92	1.08	0.04
公司当期已付款，供应商未入账	-	-	-
其他零星差异	-	0.59	-0.16

②预付款项回函不符

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
发函金额 A	656.36	474.08	618.19
回函差异金额 B	-4.35	-0.06	-
回函差异占发函金额比例 C=A/B	-0.66%	-0.01%	-
回函差异经调节可确认金额 D	-4.35	-0.06	-
其中：	-	-	-
货物已签收，供应商未入账	-	-	-
货物未签收，供应商已入账	-10.35	-	-
货物未签收，供应商已开票税额	-	-	-
押金保证金供应商计入预收账款	6.00	-	-
其他零星差异	-	-0.06	-
调节后回函差异金额 E=D-B	-	-	-

③采购金额回函不符

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
发函金额 A	51,718.94	38,931.98	33,893.10
回函差异金额 B	2.32	-3.92	-11.92
回函差异占发函金额比例 C=A/B	0.00%	-0.01%	-0.04%
回函差异经调节可确认金额 D	2.32	-3.92	-11.92
其中：			
货物已签收，供应商未入账	-8.03	-2.21	-16.78
货物未签收，供应商已入账	10.35	2.75	5.02

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
货物于本期签收，供应商入账至上期	-	-5.02	-
其他零星差异	-	0.56	-0.16
调节后回函差异金额 E=D-B	-	-	-

针对上述回函不符的情况，保荐机构核实了差异形成的原因及合理性，查验采购业务的真实性。回函差异主要系双方记账时间性差异，经检查相关合同、发票、采购入库单据后核对相符。

综上，报告期内供应商函证情况良好，回函时间、回函人不存在异常情形。对于回函地址与函证接收地址不一致的，经核实系供应商实际办公地址、工厂地址等，不存在异常。报告期内供应商回函不符主要系双方记账时间性差异，经检查相关合同、发票、采购入库单据后核对相符。

（三）细节测试的具体情况，包括各类单据的内容及在业务中发挥的作用、获取情况、签字盖章情况、是否存在异常情形及替代性测试情况

1、细节测试的具体情况

保荐机构对报告期内存货采购供应商采购发生额的情况执行细节测试，报告期内各期核查情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
核查采购金额 A	47,697.13	31,074.43	27,936.03
存货采购金额 B	64,679.31	44,830.45	39,351.88
核查比例 C=A/B	73.74%	69.32%	70.99%

根据重要性原则，保荐机构按照各期供应商采购发生额的情况，选择采购发生额较大的供应商执行细节测试。获取公司报告期内与采购相关的数据，核查主要供应商报告期内采购合同/订单、供应商送货单、到货通知单、采购入库单，核查供应商送货单上记录的物品名称、数量等信息与采购入库单、采购合同/订单上的记录是否一致；核查财务入账金额与供应商开票金额是否一致，并获取原始凭证，核查原始凭证金额与入账金额是否一致，原始凭证记载信息是否真实、准确。

2、各类单据的内容及在业务中发挥的作用、获取情况、签字盖章情况、是

否存在事后补签情形、是否存在异常情形及替代性测试情况

细节测试主要涉及采购合同/订单、供应商送货单、到货通知单、采购入库单、入账凭证、发票等单据资料，各类单据的内容情况如下：

（1）采购合同或订单

公司根据客户订单结合库存及到货周期等情况制定相应的采购计划，与供应商协商一致后签署采购合同或向供应商下达系统采购订单，采购合同需经用章申请审批后方可盖章，合同一式两份，由采购部、财务部留存保管。

（2）供应商送货单、到货通知单、采购入库单

公司存货采购的物流运输费用通常由供应商承担。供应商将各类外购存货运输至公司厂区，仓管员根据供应商提供的送货单，核对外购存货实物的种类、型号、数量（重量），质检人员检验存货质量。检验合格后关联生成到货通知单，仓管员在纸质到货通知单上签字确认，并在系统中生成采购入库单。

（3）入账凭证及发票

财务人员根据系统采购入库单生成暂估应付单，采购人员收到供应商发票后，在财务系统中录入发票信息，并填写纸质付款申请单，财务部门收到经审批的付款申请单，核对采购合同/订单、到货通知单、采购入库单、发票后生成系统应付结算单，并生成记账凭证。

综上，保荐机构针对公司采购流程的相关单据包括采购合同/订单、供应商送货单、到货通知单、采购入库单、入账凭证、发票等单据执行了细节测试，查验上述单据原件，各原件信息均相匹配，不存在异常情况。单据均按采购业务流程要求于业务发生时签字或盖章，不存在事后补签情形。因不存在异常情形，无需进行替代性测试。

（四）结合资金流水核查情况，说明发行人及相关主体与主要原材料供应商及相关主体等是否存在异常资金往来，是否存在为发行人代垫费用、代为承担成本或转移定价等利益输送情形

1、资金流水核查情况

（1）核查范围

保荐机构对公司及其子公司、公司的实际控制人及其直系亲属、5%以上股东、董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员以及其他关键岗位人员开立或控制的银行账户（包括报告期内的存续账户及已注销账户）在报告期内的银行流水进行了核查。

（2）核查完整性

①公司银行流水

通过获取并查阅公司及其子公司的已开立银行结算账户清单、企业信用报告、财务账套等方式，确认其银行账户的完整性；对公司及其子公司在报告期各期末的银行账户余额进行函证，检查其银行账户的完整性；通过对相关主体在不同账户间的资金互转情况进行交叉复核，检查其银行账户的完整性。

② 相关自然人银行流水

陪同相关自然人前往主要大型国有银行、大型股份制银行及本地银行，至银行柜台获取其名下全部银行账户清单及流水；对相关主体在不同账户间的资金互转情况进行交叉复核，并获取云闪付报告，以确认所获取银行账户的完整性。

（3）重要性水平

①针对公司及其子公司的资金流水，对单笔金额超过 100 万元（含 100 万元）的银行交易和单笔金额超过 1 万元（含 1 万元）的现金交易进行核查；

②针对相关自然人的资金流水，对单笔金额超过 5 万元（含 5 万元）的银行交易进行核查。

2、公司及相关主体与主要原材料供应商及相关主体等不存在异常资金往来，供应商不存在为公司代垫费用、代为承担成本或转移定价等利益输送情形

针对上述事项，中介机构执行了以下核查程序：

（1）获取公司供应商名单及采购入库明细表，查询主要供应商经营范围等相关信息，了解公司与重要供应商的合作历史情况，分析主要原材料的采购价格与市场公允价格差异，确认供应商是否存在为公司代垫费用、代为承担成本或转移定价等利益输送情形；

（2）访谈公司报告期内的主要供应商，确认其是否存在为公司代垫费用、代为承担成本或转移定价等利益输送情形；

（3）获取公司及其子公司的银行往来明细账、银行流水、核实大额资金往来，核查公司与供应商是否存在非经营性往来，是否存在供应商为公司代垫费用、代为承担成本或转移定价等利益输送情形；

（4）获取公司的实际控制人及其直系亲属、5%以上股东、董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员以及其他关键岗位人员开立或控制的银行账户（包括报告期内的存续账户及已注销账户）在报告期内的银行流水，核查是否与供应商存在非经营性往来，是否存在供应商为公司代垫费用、代为承担成本或转移定价等利益输送情形。

经核查，保荐机构和申报会计师认为：公司及相关主体与主要原材料供应商及相关主体等不存在异常资金往来。供应商不存在为公司代垫费用、代为承担成本或转移定价等利益输送情形。

问题 10. 关于期间费用核算的准确性

根据申请文件，（1）发行人各期销售费用分别为 2,500.21 万元、2,431.39 万元、3,921.78 万元和 1,925.95 万元，主要为职工薪酬、差旅费、广告宣传费和展会费用等；发行人销售人员规模、销售费用率高于同行业可比公司平均水平。（2）各期研发费用分别为 2,310.88 万元、2,347.79 万元、2,844.81 万元和 1,260.43 万元，主要为职工薪酬和材料投入，其中职工薪酬占比分别为 53.92%、62.12%、57.46%和 72.17%，各期占比均超过材料投入且大幅上升，同行业可比公司研发费用中职工薪酬占比约为 30%。

请发行人：（1）结合客户数量及分布、业务拓展模式、报告期参加展会和往来拜访等的区域、频率及参与人数、新增客户及订单数量等，说明销售费用大幅增加是否真实，2024 年 1-6 月广告宣传费和展会费用持续上升而差旅费、业务招待费下降的原因，销售人员规模、销售费用率高于同行业可比公司的原因及合理性。（2）结合研发项目数量及内容、项目所处阶段及进展、项目实施人员数量及参与情况、研发项目投入与产品的关系及对业绩的贡献，说明研发材料投入与项目进度及研发成果的匹配性，研发费用中职工薪酬占比大幅上

升是否符合实际研发需求，说明研发人员划分依据，是否存在非研发人员薪酬计入研发费用情形，研发人员工时统计与核算是否真实准确，发行人研发费用归集核算是否准确。（3）说明报告期内人均创收、创利情况，与其薪酬变动是否匹配，人均创收、创利与同行业可比公司的差异及合理性，各类员工岗位人均薪酬水平的合理性，结合员工人数、地区分布、平均薪酬与当地平均工资对比情况，说明薪酬水平是否与可比公司存在差异，各期人工成本核算是否存在跨期调整情形。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项，说明核查范围、程序、依据及结论，并对发行人的成本费用真实性、准确性、完整性发表明确意见。

【回复】

一、结合客户数量及分布、业务拓展模式、报告期参加展会和往来拜访等的区域、频率及参与人数、新增客户及订单数量等，说明销售费用大幅增加是否真实，**2024** 年 **1-6** 月广告宣传费和展会费用持续上升而差旅费、业务招待费下降的原因，销售人员规模、销售费用率高于同行业可比公司的原因及合理性

（一）结合客户数量及分布、业务拓展模式、报告期参加展会和往来拜访等的区域、频率及参与人数、新增客户及订单数量等，说明销售费用大幅增加是否真实

报告期内，公司销售费用变动情况如下：

单位：万元

项 目	2024 年		2023 年		2022 年
	金额	变动金额	金额	变动金额	金额
职工薪酬	3,042.12	500.49	2,541.63	694.57	1,847.06
售后服务费注		-247.30	247.30	111.70	135.60
差旅费	231.51	-45.18	276.69	208.03	68.66
广告宣传费和展会费用	312.93	58.50	254.43	232.37	22.06
业务招待费	76.65	-76.90	153.55	120.32	33.23
低值易耗品	147.97	43.06	104.91	39.12	65.79
办公费	128.49	30.31	98.18	8.85	89.33
佣金	100.05	13.21	86.84	40.37	46.47

项 目	2024 年		2023 年		2022 年
	金额	变动金额	金额	变动金额	金额
租赁费用	56.38	0.52	55.86	6.65	49.21
其他	95.91	-6.48	102.39	28.40	73.99
合 计	**4,192.01**	**270.23**	**3,921.78**	**1,490.38**	**2,431.39**

注：公司自 2024 年 1 月 1 日起执行财政部颁布的《企业会计准则解释第 18 号》“关于不属于单项履约义务的保证类质量保证的会计处理”规定，将售后服务费计入主营业务成本

由上表可知，公司销售费用 2023 年较 2022 年有所增长，主要系职工薪酬、差旅费以及广告宣传费和展会费用增长所致；2024 年销售费用较 2023 年有所增长，主要系职工薪酬增长所致。

1、2023 年和 2024 年职工薪酬增长的原因

报告期各期，公司销售人员数量以及人均薪酬情况如下：

项目	2024 年	2023 年	2022 年
期末销售人员数量（人）	151	139	108
人均薪酬（万元）注	19.75	18.29	16.49

注：人均薪酬=当期薪酬金额/当期每月加权平均员工人数，下同。

由上表可知，2023 年和 2024 年公司销售费用中职工薪酬较上年同期有所增加，主要系销售人员数量以及人均薪酬较 2022 年均有所增长所致，具体分析如下：

（1）公司持续拓展客户，相应配备较多销售人员，报告期内公司客户数量情况如下：

单位：家

销售区域	2024 年客户数量	2023 年客户数量	2022 年客户数量
内销	705	697	634
亚洲（不含内销）	251	190	159
欧洲	144	117	117
南美洲	75	54	61
其他	133	104	78
合计	**1,308**	**1,162**	**1,049**

报告期内公司订单数量及营业收入情况如下：

单位：个、万元

项目	2024 年	2023 年	2022 年
订单数量	22,637	21,492	14,256
营业收入	105,712.79	79,425.97	64,263.82

（2）随着销售规模的增长，销售人员的考核绩效提升，薪酬水平相应提高。

2、2023 年差旅费增长的原因

公司 2023 年差旅费较 2022 年增长 208.03 万元，主要原因系 2023 年以前受人员出行限制影响，公司拜访国内外客户受限；2023 年，随着人员出行限制影响逐步消除，公司积极拜访国内外客户，因此差旅费用有所增加。2023 年和 2022 年，公司差旅活动情况如下：

项目	2023 年		2022 年	
	差旅费金额（万元）	差旅人次（人）	差旅费金额（万元）	差旅人次（人）
国内客户相关差旅费	155.40	464.00	56.36	256.00
国外客户相关差旅费	70.80	68.00		
展会活动差旅费	20.72	309.00		
其他差旅费	29.78	417.00	12.30	247.00
总计	**276.69**	**1,258.00**	**68.66**	**503.00**

3、2023 年广告宣传费和展会费用增长的原因

公司主要通过参加各类展会、线上开拓、上门拜访以及他人介绍等方式开拓客户，公司 2023 年广告宣传费和展会费用较 2022 年增长 232.37 万元，主要系 2022 年由于出行限制，开展相关展会活动较少，随着相关影响消除，2023 年公司参加各类展会活动共计 8 次，累计发生展会费用 171.83 万元。

（二）2024 年 1-6 月广告宣传费和展会费用持续上升而差旅费、业务招待费下降的原因

2024 年 1-6 月公司销售费用中，广告宣传费和展会费用、差旅费、业务招待费情况如下

单位：万元

项目	2024 年 1—6 月		2023 年
	金额	变动金额注	金额

项目	2024 年 1—6 月		2023 年
	金额	变动金额注	金额
差旅费	89.71	-48.64	276.69
广告宣传费和展会费用	133.27	6.06	254.43
业务招待费	23.06	-53.72	153.55

注：2024 年 1-6 月较 2023 年变动金额=2024 年 1-6 月金额-2023 年金额/2

2024 年 1-6 月公司广告宣传费和展会费用略有上涨，主要系公司基于业务拓展需求，持续参加各类展会所致，2024 年 1-6 月公司累计参加展会共计 9 次。

2024 年 1-6 月公司差旅费、业务招待费有所下降，主要原因系 2023 年以前受人员出行限制影响，公司拜访招待国内外客户受限，2023 年随着人员出行限制影响逐步消除，公司集中性拜访国内外客户，产生较大差旅费和业务招待费支出，2024 年 1-6 月上述情况趋于稳定。

（三）销售人员规模、销售费用率高于同行业可比公司的原因及合理性

报告期内，公司销售人员占员工总数比以及销售费用率情况与同行业可比公司对比如下：

公司名称	项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
常润股份	销售费用率	未披露	2.95%	2.88%
	销售人员占员工总数比	未披露	7.02%	6.58%
高昌机电	销售费用率	未披露	1.90%	1.71%
	销售人员占员工总数比	未披露	4.80%	5.29%
元征科技	销售费用率	13.50%	13.00%	9.77%
	销售人员占员工总数比	未披露	30.36%	25.98%
公司	销售费用率	3.97%	4.94%	3.78%
	销售人员占员工总数比	16.47%	16.79%	14.46%

2022 年和 2023 年，公司销售人员规模和销售费用率高于常润股份以及高昌机电，主要系：（1）高昌机电专注于液压举升机的生产和销售，产品种类相对单一，其销售团队较小，而公司产品包含举升机、拆胎机、平衡机、养护类设备、洗车机等，产品种类较多，销售团队相对较大；（2）常润股份销售模式以直销为主，国外客户主要包括美国、欧洲大型连锁商超、汽车修配连锁店、整车厂等，国内客户主要为国内知名整车厂，而公司内销主要为经销，经销商

遍布全国各个地区，外销主要为直销，主要面向欧洲、南美洲、亚洲等国家和地区，由于公司客户分布较为分散，因此需要更多销售人员以满足日常客户开拓以及维护的需求。

报告期内公司销售费用率以及 2022 年和 2023 年公司销售人员规模低于元征科技，主要系元征科技主要产品为汽车诊断设备、仪器等产品，其员工构成主要为研发人员以及销售人员，日常经营活动以研发和销售为主，在国内拥有十家分公司和数十家办事处，发展了数百家经销商、近百家授权培训中心，以及数十家行业合作企业群，在海外市场拥有德国子公司，并在欧洲、美洲、澳洲、亚洲发展了百余家经销商，因而其销售人员规模和销售费用率相对较高。

综上，公司销售费用有所增加，主要系为扩大销售、拜访国内外客户需求增加以及业务拓展等因素影响，职工薪酬、差旅费以及广告宣传费和展会费用增加所致；2024 年 1-6 月广告宣传费和展会费用有所增加，主要系公司存在业务拓展需求所致；2024 年 1-6 月差旅费和业务招待费下降，主要系公司在 2023 年集中性拜访国内外客户，产生较大差旅费和业务招待费支出所致，具备合理性；因产品种类和性质、客户集中度、销售模式等因素存在差异，公司销售人员规模、销售费用率与同行业公司存在差异，具备合理性。

二、结合研发项目数量及内容、项目所处阶段及进展、项目实施人员数量及参与情况、研发项目投入与产品的关系及对业绩的贡献，说明研发材料投入与项目进度及研发成果的匹配性，研发费用中职工薪酬占比大幅上升是否符合实际研发需求，说明研发人员划分依据，是否存在非研发人员薪酬计入研发费用情形，研发人员工时统计与核算是否真实准确，发行人研发费用归集核算是否准确

（一）结合研发项目数量及内容、项目所处阶段及进展、项目实施人员数量及参与情况、研发项目投入与产品的关系及对业绩的贡献，说明研发材料投入与项目进度及研发成果的匹配性

1、公司研发项目基本情况

公司持续高度重视研发工作，不断加大对举升机、拆胎机、平衡机、洗车机以及养护类设备等产品的研发投入力度。报告期内，公司研发项目基本情况

如下：

研发内容	2024 年		2023 年		2022 年	
	项目数量（个）	投入金额（万元）	项目数量（个）	投入金额（万元）	项目数量（个）	投入金额（万元）
举升机相关项目	7	1,044.77	5	819.77	5	603.64
拆胎机相关项目	5	1,246.54	8	787.86	4	552.20
平衡机相关项目	3	284.05	5	535.53	4	524.67
洗车机相关项目	8	709.21	5	466.06	4	389.13
养护类设备相关项目	3	203.35	10	231.76	11	278.15
其他	2	94.79	1	3.84	-	-
合计	**28**	**3,582.70**	**34**	**2,844.81**	**28**	**2,347.79**

由上表可见，公司研发范围基本覆盖举升机、拆胎机、平衡机、洗车机以及养护类设备等主要产品系列。

2、公司研发项目所处阶段及进展情况

公司研发项目依次按调研和立项阶段、设计与工艺开发阶段、产品试制与验证阶段、结项阶段等阶段开展，项目周期一般为 6 个月至 2 年。报告期各期，公司研发项目所处阶段在当期项目个数情况如下：

研发阶段	2024 年		2023 年		2022 年	
	项目个数	占比	项目个数	占比	项目个数	占比
调研和立项阶段	26.00	26.26%	19.00	18.10%	17.00	20.00%
设计与工艺开发阶段	26.00	26.26%	20.00	19.05%	25.00	29.41%
产品试制与验证阶段	27.00	27.27%	34.00	32.38%	27.00	31.76%
结项阶段	20.00	20.20%	32.00	30.47%	16.00	18.83%
合计	-	100.00%	-	100.00%	-	100.00%

3、研发项目投入与产品的关系及对业绩的贡献、研发材料投入与项目进度、研发成果的匹配性

研发项目各阶段的材料投入具有差异性，其中调研和立项阶段以及项目结项阶段通常无材料投入，设计与工艺开发阶段材料投入相对较少，产品试制与验证阶段因涉及样机试制，材料投入相对较多。

报告期内，公司通过持续研发投入，累计获得发明专利 11 个、实用新型 92 个和软件著作权 4 个。报告期各期，公司研发投入金额超过 150 万元的项目的期末进度与研发材料投入匹配性、对业绩的贡献情况如下：

①2024 年

项目	当期累计参与人次（人）	截至当期末累计材料投入比例	截至当期末项目所处阶段	截至 2024 年 12 月 31 日研发成果应用累计产生销售收入(万元)
钩胎装置及扒胎机	20	100.00%	已结项	尚未销售
一种滑动式车载平衡机	20	100.00%	已结项	尚未销售
一种气动控制系统	15	100.00%	已结项	尚未销售
松胎装置及扒胎机	11	100.00%	已结项	尚未销售
可变换角度安装的举升机	21	100.00%	已结项	13.25
可适配不同动力驱动的举升机	20	100.00%	已结项	196.10
便捷调整的剪式升降台	20	100.00%	已结项	尚未销售
可变换高度安装的举升机	19	100.00%	已结项	尚未销售

②2023 年

项目	当期累计参与人次（人）	截至当期末累计投入材料比例	截至当期末项目所处阶段	截至 2024 年 12 月 31 日研发成果应用累计产生销售收入（万元）
免撬杠拆胎机	15.00	100.00%	已结项	369.61
4.5 吨级定位四柱举升机	14.00	100.00%	已结项	尚未销售
4.5 吨级单边手动解锁单节龙门双柱举升机	11.00	100.00%	已结项	134.99
自动拆胎机数据采集系统	10.00	100.00%	已结项	90.42
自动找位平衡机	12.00	100.00%	已结项	834.43
一种可移动照明装置的平衡机	15.00	100.00%	已结项	288.60
解锁式举升机	12.00	99.04%	产品试制与验证阶段	10.09

项目	当期累计参与人次（人）	截至当期末累计投入材料比例	截至当期末项目所处阶段	截至 2024 年 12 月 31 日研发成果应用累计产生销售收入（万元）
高端 5 刷龙门洗车机研发	13.00	100.00%	已结项	尚未销售

③2022 年

项目	当期累计参与人次（人）	截至当期末累计投入材料比例	截至当期末项目所处阶段	截至 2024 年 12 月 31 日研发成果应用累计产生销售收入（万元）
隧道式全自动洗车机	11.00	59.93%	产品试制与验证阶段	175.66
一种折叠钩拆胎机	11.00	100.00%	已结项	627.25
4 吨级单边手动解锁倒置油缸单节龙门双柱举升机	20.00	100.00%	已结项	173.99
一种平衡机箱机	13.00	100.00%	已结项	91.84
自动拆胎机（S-7000R 升级）	15.00	88.74%	产品试制与验证阶段	1,261.68

由上表可知，报告期各期末，处于产品试制与验证阶段累计材料投入比例相对较高，报告期研发材料投入情况与项目进度匹配。

综上，公司研发材料投入与项目进度及研发成果匹配。

（二）研发费用中职工薪酬占比上升符合实际研发需求

2021 年-2024 年，公司研发薪酬及占比情况如下：

单位：万元

项目	2024 年	2023 年	2022 年	2021 年
研发费用-职工薪酬	2,200.72	1,634.50	1,458.52	1,246.03
研发费用总额	3,582.70	2,844.81	2,347.79	2,310.88
占比	61.43%	57.46%	62.12%	53.92%

2021 年公司研发费用中职工薪酬占比相对较低，主要系 2021 年度研发材料价格较高以及项目处于产品试制和验证阶段较多，导致研发材料投入占比较高，职工薪酬占比相对较低。

2022 年至 2024 年，公司研发费用中职工薪酬占比相对保持稳定，

综上，受材料价格、项目进度等因素影响，2021 年公司研发人员薪酬占研发费用比例相对较低，具备合理性。

（三）说明研发人员划分依据，是否存在非研发人员薪酬计入研发费用情形，研发人员工时统计与核算是否真实准确

1、研发人员划分依据

公司研发人员指专职从事研发活动的人员。公司研发人员隶属于公司研发中心，主要在研发项目中负责以下工作：①评估项目可行性；②设计研发产品的整体方案（包括整体架构、主要参数、驱动方式、功能指标等）③设计为生产该类产品所需的工装模具和生产工艺流程；④样机测试和评估等工作。

2、根据研发项目实际需求，公司存在非专职从事研发活动的人员薪酬计入研发费用情形

公司研发项目推进过程中，需要非专职从事研发活动的人员参与协助、研发产品相关部件的试制、工装模具的试制以及样机的试制等研发工作。公司将上述非专职从事研发活动的人员薪酬按照实际参与研发项目的工时情况分摊计入研发费用。

3、研发人员工时统计与核算真实准确

对于专职从事研发活动的人员，公司研发部门每月根据研发人员出勤情况进行研发项目工时统计，经公司分管负责人审批，由人事部门核对每月员工考勤情况后，编制薪酬汇总表提交财务部门，财务部根据经审批后的薪酬汇总表归集研发费用-职工薪酬，并根据研发专职人员实际参与的研发项目工时占比分摊至各研发项目中。

对于非专职从事研发活动的人员，由各公司研发部门统计相关人员从事具体研发项目工时情况，并经研发项目负责人审批确认后转至人事部门，人事部门根据其研发项目工时情况和生产工时情况，将其薪酬在研发活动和生产活动中进行分配，编制薪酬汇总表提交财务部门，财务部门根据薪酬汇总表计算非专职研发人员薪酬，按照工时比例分摊至研发费用和其他成本费用中，并根据相关人员实际参与研发项目工时占比分摊至各研发项目中。

综上，公司依据员工职责划分研发人员和非研发人员，划分依据清晰、准确；公司按照人员工时情况，将非专职从事研发活动的生产人员薪酬计入研发费用，相关工时统计与核算真实准确。

（四）公司研发费用归集核算准确

公司严格按照《企业会计准则》的有关规定，对研发费用进行界定，并制定了公司内部控制手册、研发项目管理制度等相关文件，明确了研发支出范围和标准，并严格按照《企业会计准则》和公司内部控制要求执行研发费用的归集和核算。公司研发费用具体核算方法如下：

1、职工薪酬

研发费用中职工薪酬包括专职从事研发活动的人员薪酬和非专职从事研发活动的人员薪酬，具体包括上述人员的工资薪金、五险一金和福利费。相关人员具体薪酬核算参见本题“二、（二）研发费用中职工薪酬占比大幅上升是否符合实际研发需求”。

2、直接投入

直接投入是指公司为实施研究开发活动而实际发生的物料耗材费用。公司研发部门根据研发项目进行领料，仓库人员依据领料单信息登记物料出库信息。财务部门按照制度规定，依据材料实际领用部门和项目，将为实施研究开发活动而实际发生的物料耗材费用计入研发费用-直接投入。对于研发活动产生的样机，公司赠送客户用于认证测试。于研发活动产生的废料，公司用于对外销售，公司参照《企业会计准则解释第 15 号》的规定，将废料成本冲减研发费用。

3、折旧与摊销

折旧与摊销主要为用于研究开发活动的机器设备、房屋建筑物等折旧费。

公司研发活动与其他生产经营活动存在共用设备和产线的情况，每月由研发部门根据研发活动实际使用机器设备的时间，统计机器设备的研发工时情况，并经研发负责人审批，财务部门根据审批后的工时记录表，将机器设备折旧金额分摊至研发费用以及其他成本费用中。

公司研发活动与其他生产经营活动存在共用场地的情况。每月末财务部门

根据研发部门实际的使用面积情况将房屋建筑物折旧在研发费用以及其他成本费用中分配。财务部每月根据项目工时分配折旧与摊销金额至具体的研发项目中。

4、其他

其他费用是指上述费用之外与研究开发活动直接相关的其他费用，包括软件服务费、知识产权费用、办公费、水电费、差旅费、检测费等，每月末财务人员根据实际列支情况归集研发费用，并按研发项目工时分摊至具体的研发项目中。

综上，公司研发费用包括职工薪酬、直接投入、折旧与摊销和其他等，相关费用归集核算准确。

三、说明报告期内人均创收、创利情况，与其薪酬变动是否匹配，人均创收、创利与同行业可比公司的差异及合理性，各类员工岗位人均薪酬水平的合理性，结合员工人数、地区分布、平均薪酬与当地平均工资对比情况，说明薪酬水平是否与可比公司存在差异，各期人工成本核算是否存在跨期调整情形

（一）说明报告期内人均创收、创利情况，与其薪酬变动是否匹配，人均创收、创利与同行业可比公司的差异及合理性

报告期内，公司人均创收、人均创利以及人均薪酬情况如下：

单位：万元

项目	2024 年	2023 年	2022 年
人均创收	110.81	95.81	76.69
人均创利	13.56	9.72	3.58
人均薪酬	16.74	14.83	12.73

注：上述计算中的公司员工人数系各期月加权平均数量，下同

由上表可知，报告期内公司人均创收、人均创利、人均薪酬均保持同向变动，具有匹配性。其中，公司 2022 年人均创收和人均创利相对较低，主要系 2022 年受下游市场需求下滑影响及确认大额股份支付影响，公司营业收入和净利润相对较低所致。

人均创收、人均创利与同行业可比公司对比如下：

单位：万元

公司名称	项目	2024 年	2023 年	2022 年
常润股份	人均创收	未披露	111.47	112.40
	人均创利	未披露	8.85	7.31
高昌机电	人均创收	未披露	61.59	56.81
	人均创利	未披露	5.33	0.23
元征科技	人均创收	未披露	178.09	132.70
	人均创利	未披露	18.82	36.98
可比公司平均	人均创收	未披露	117.05	100.64
	人均创利	未披露	11.00	14.84
公司	人均创收	110.81	95.81	76.69
	人均创利	13.56	9.72	3.58

注：可比公司平均员工数量=（期末员工数量+期初员工数量）/2，下同

与常润股份相比，2022 年和 2023 年公司人均创收低于常润股份，主要系常润股份销售规模较大，规模效应较为明显。2023 年，公司人均创利高于常润股份，主要系双方主要产品和毛利率不同，公司主要产品包括举升机、拆胎机、平衡机以及养护类设备，2023 年毛利率为 27.04%，常润股份主要产品为商用千斤顶及工具、汽车配套零部件，2023 年毛利率为 20.16%，低于公司毛利率水平。2022 年，公司人均创利低于常润股份，主要系 2022 年受下游市场需求下滑影响及确认大额股份支付影响，公司净利润相对较低所致。

与高昌机电相比，2022 年和 2023 年公司人均创收以及人均创利均高于高昌机电，主要系高昌机电业务规模相对较小所致。

与元征科技相比，2022 年和 2023 年公司人均创收以及人均创利均低于元征科技，一方面系元征科技销售规模较大，规模效应较为明显；另一方面系双方主要产品和毛利率不同，元征科技主要产品系汽车诊断设备，2022 年和 2023 年毛利率分别为 36.80%和 42.95%，高于公司毛利率水平。

（二）说明各类员工岗位人均薪酬水平的合理性，结合员工人数、地区分布、平均薪酬与当地平均工资对比情况，说明薪酬水平是否与可比公司存在差异

报告期内，公司不同岗位的人均薪酬情况如下：

单位：万元

员工类别	2024 年	2023 年	2022 年
管理人员	23.64	19.79	17.70
销售人员	19.75	18.29	16.49
研发人员	22.50	20.61	16.94
生产人员	12.85	11.48	9.69

报告期内各类员工岗位薪酬水平整体呈平稳提升趋势，与社会工资水平和公司经营业绩变动趋势一致。

1、公司员工平均薪酬与当地平均工资对比

公司主要生产经营地包括上海市、江苏省南通市和广东省广州市，上述地区员工人均薪酬与当地平均工资对比如下

单位：万元

区域	项目	2024 年	2023 年	2022 年
上海市	公司人均薪酬	22.39	20.54	17.23
	当地人均薪酬	未披露	14.62	14.77
江苏省南通市	公司人均薪酬	14.52	12.91	10.91
	当地人均薪酬	未披露	11.17	10.69
广东省广州市	当地人均薪酬	17.30	14.95	13.69
	当地人均薪酬	未披露	15.45	15.23

注：各区域当地人均薪酬来源于当地统计局、人力资源和社会保障局等官方公开信息。

2022 和 2023 年，公司在上海市人均薪酬高于当地人均薪酬，主要系公司上海区域人员中管理人员、研发人员等占比较高所致。

2022 和 2023 年，公司在江苏省南通市人均薪酬高于当地人均薪酬，主要系公司在江苏省南通市具备一定经营规模，经营效益较好，薪酬水平在江苏省南通市具有竞争力。

2023 年，公司在广东省广州市人均薪酬与当地人均薪酬较为接近，2022 年，公司人均薪酬低于当地人均薪酬，主要系受市场需求下滑影响，销售人员业绩下降，对应薪酬水平下降所致。

2、公司员工平均薪酬与可比公司对比

报告期各期，公司人均薪酬与可比公司对比情况如下：

单位：万元

项目	2024 年	2023 年	2022 年
常润股份	未披露	10.33	9.98
高昌机电	未披露	10.47	9.36
元征科技	未披露	31.93	28.45
同行业可比公司平均	未披露	17.58	15.94
巴兰仕	16.74	14.83	12.73

注：可比公司人均薪酬=薪酬总额×2/（期初人员数量+期末人员数量）

2022 年和 2023 年，公司人均薪酬高于常润股份，低于元征科技，主要系人员结构差异所致，受产品种类、客户集中度、销售模式等因素影响，常润股份销售人员占比相对较低，生产人员占比相对较高，拉低了人均薪酬水平；受产品性质影响，元征科技销售人员和研发人员占比相对较高，拉高了人均薪酬水平。报告期各期末，公司、常润股份和元征科技人员结构情况如下：

公司	人员类别	2024 年末	2023 年末	2022 年末
常润股份	管理人员	未披露	12.50%	12.87%
	销售人员	未披露	7.02%	6.58%
	研发人员	未披露	6.23%	5.13%
	生产人员	未披露	74.26%	75.41%
元征科技	管理人员	未披露	18.17%	19.45%
	销售人员	未披露	30.36%	25.98%
	研发人员	未披露	49.47%	52.08%
	生产人员	未披露	2.00%	2.49%
巴兰仕	管理人员	14.94%	15.70%	17.00%
	销售人员	16.47%	16.79%	14.46%
	研发人员	8.07%	6.76%	6.43%
	生产人员	60.52%	60.75%	62.12%

2022 年和 2023 年，公司人均薪酬高于高昌机电，主要系高昌机电经营规模较小，人均创收和人均创利均低于公司所致。

（三）各期人工成本核算不存在跨期调整情形

报告期内，公司员工薪酬按月计提，计入相应成本或费用。公司人工成本核算符合权责发生制原则，不存在跨期调整的情形。

综上所述，报告期内公司人均创收、人均创利情况与人均薪酬变动情况匹

配；受业务规模、产品种类、盈利水平等因素影响，公司人均创收、人均创利与同行业可比公司存在差异，具备合理性；公司各岗位人均薪酬水平合理；受公司规模、人员结构、经营情况等因素影响，公司人均薪酬与当地人均薪酬存在差异，具备合理性；受人员结构差异、经营规模等因素影响，公司人均薪酬水平与同行业可比公司存在差异，具备合理性；公司人工成本核算符合权责发生制原则，不存在跨期调整的情形。

四、请保荐机构、申报会计师核查上述事项，说明核查范围、程序、依据及结论，并对发行人的成本费用真实性、准确性、完整性发表明确意见

（一）核查程序

针对上述事项，中介机构执行了以下核查程序：

1、统计客户数量及分布、报告期参加展会和往来拜访等的区域、频率及参与人数、新增客户及订单数量等，访谈销售负责人了解业务拓展模式，分析销售费用增长的原因；

2、访谈销售负责人了解 2024 年 1-6 月广告宣传费和展会费用持续上升而差旅费、业务招待费下降的原因；

3、查阅同行业可比公司公开披露信息，并与同行业可比公司对比销售人员规模和销售费用率，分析差异原因及合理性；

4、查阅研发项目立项文件、结项文件、研发人员工时记录、研发材料领用记录等文件，统计研发项目数量及内容、项目所处阶段及进展、项目实施人员数量及参与情况、研发项目投入与产品的关系及对业绩的贡献，分析研发材料投入与项目进度及研发成果的匹配性；

5、访谈公司研发部门相关人员，分析研发费用中职工薪酬占比上升的原因；

6、访谈公司研发部门、人事部门和财务部门相关人员，了解研发人员划分依据、是否存在非专职研发人员薪酬计入研发费用情形以及公司研发人员工时统计与核算情况；

7、访谈公司财务负责人，了解公司研发费用归集核算方法，并分析是否合规；

8、获取公司人均创收、创利情况，并分析与人均薪酬的匹配性；

9、查阅同行业可比公司公开披露信息，并与同行业可比公司对比人均创收、人均创利情况，分析差异原因及合理性；

10、获取当地平均工资信息，结合员工人数及地区分布，将公司平均薪酬与当地平均工资进行对比分析；

11、查阅同行业可比公司公开披露信息，并与同行业可比公司对比人均薪酬的差异情况及合理性；

12、了解公司职工薪酬核算方法，分析人工成本核算是否准确。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、公司 2024 年销售费用较 2023 年有所增加，主要系销售扩大，销售人员薪酬增加所致；2023 年销售费用较 2022 年有所增加，主要系为扩大销售、拜访国内外客户需求增加以及业务拓展等因素影响，职工薪酬、差旅费以及广告宣传费和展会费用增加所致；2024 年 1-6 月广告宣传费和展会费用有所增加，主要系公司存在业务拓展需求所致，差旅费和业务招待费下降主要系公司在 2023 年集中性拜访国内外客户，产生较大差旅费和业务招待费支出所致，具备合理性；因产品种类和性质、客户集中度、销售模式等因素存在较大差异，公司销售人员规模、销售费用率与同行业公司存在差异，具备合理性；

2、公司研发材料投入与研发项目进度和研发成果匹配；受材料价格、项目所处进度等因素影响，2021 年公司研发人员薪酬占研发费用比例相对较低，具备合理性；公司依据员工职责划分研发人员和非研发人员，划分依据清晰、准确；公司按照人员工时情况，将非专职从事研发活动的生产人员薪酬计入研发费用，相关工时统计与核算真实准确；公司研发费用包括职工薪酬、直接投入、折旧与摊销和其他等，相关费用归集核算准确；

3、报告期内公司人均创收、人均创利情况与人均薪酬变动情况匹配；受业务规模、产品种类、盈利水平等因素影响，公司人均创收、人均创利与同行业可比公司存在差异，具备合理性；公司各岗位人均薪酬水平合理；受公司规模、

人员结构、经营情况等因素影响，公司人均薪酬与当地人均薪酬存在差异，具备合理性；受人员结构差异、经营规模等因素影响，公司人均薪酬水平与同行业可比公司存在差异，具备合理性；公司人工成本核算符合权责发生制原则，不存在跨期调整的情形。

（三）对公司的成本费用真实性、准确性、完整性的核查结论

报告期内，公司成本费用真实、准确、完整。

问题 11. 关于其他财务问题

（1）废料收入较高的合理性。根据申请文件，报告期内，发行人其他业务收入主要系废料收入，各期分别为 1,142.42 万元、704.92 万元、740.11 万元和 544.86 万元。请发行人：①结合生产和研发流程、投入产生比等，说明各期废料产生、入库、销售、结存情况，与产品产量是否匹配，各环节的内控管理制度是否健全及执行有效性，对应成本费用分摊情况。②说明废料销售收入确认的具体方式及单据，是否存在个人客户、现金交易等情形，发行人对废料收入确认的内控有效性。

（2）存货规模变动合理性。根据申请文件，报告期各期末，公司存货账面余额分别为 12,670.63 万元、11,525.90 万元、7,680.44 万元和 11,046.51 万元，2023 年末公司存货余额大幅下降主要系公司加强精益生产管理，减少了备货类库存并对呆滞产品进行销售。请发行人：①结合备货政策、采购及生产周期、交付周期、在手订单等，说明在 2023 年起业绩持续增长的情形下，存货规模 2023 年末大幅下降、2024 年 6 月末大幅上升的合理性，存货保有量与公司的订单、业务规模是否匹配。②说明存货各项目是否存在库龄较长的情况，长库龄存货的具体构成、形成原因及期后结转情况。③说明各期末发出商品对应的主要客户、金额及占比，期后验收情况，验收周期是否显著偏离同类型客户的平均水平，报告期内发出商品金额持续增加的原因及合理性。

（3）最近一期应收账款大幅增加。根据申请文件，发行人各期应收账款账面余额分别为 5,085.69 万元、5,004.87 万元、5,743.06 万元及 10,584.78 万元，最近一期大幅增加，各期应收账款周转率分别为 20.42、13.81、15.74 和 6.59，应收账款周转率逐期降低。请发行人：①说明一年以内应收账款的账

龄情况，报告期内信用期内和信用期外应收账款的划分依据，主要逾期客户、应收金额、逾期金额及占比、逾期时间、预计归还时间，是否存在客户无法及时支付的回款风险。②说明最近一期应收账款大幅增加的主要客户及其变动原因，与主要客户的结算模式、信用政策、收款周期，报告期内是否存在变化，各类客户的信用政策是否得到严格执行，是否存在放宽信用政策以促进销售的情形。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见，并说明对存货真实性、完整性和存货跌价准备计提充分性采取的核查程序、核查方法及核查结论，各类存货监盘情况，包括时间、地点、人员、监盘比例等，存在的账实差异及处理结果，对于无法实施监盘程序的存货所实施的替代性程序及结论。

【回复】

一、废料收入较高的合理性根据申请文件，报告期内，发行人其他业务收入主要系废料收入，各期分别为 **1,142.42** 万元、**704.92** 万元、**740.11** 万元和 **544.86** 万元。请公司：①结合生产和研发流程、投入产生比等，说明各期废料产生、入库、销售、结存情况，与产品产量是否匹配，各环节的内控管理制度是否健全及执行有效性，对应成本费用分摊情况。②说明废料销售收入确认的具体方式及单据，是否存在个人客户、现金交易等情形，发行人对废料收入确认的内控有效性

（一）结合生产和研发流程、投入产生比等，说明各期废料产生、入库、销售、结存情况，与产品产量是否匹配，各环节的内控管理制度是否健全及执行有效性，对应成本费用分摊情况

1、报告期各期废料产生、入库、销售、结存情况

公司废料主要来源包括生产下料环节按照生产需求切割钢材后形成的废料，以及研发试制和测试环节中产生的废料，报告期内，公司废料收发存情况如下：

单位：吨

项目	期初数量	本期增加	本期销售	期末数量
2024 年	302.47	4,293.46	4,463.05	132.88
2023 年	52.86	3,220.16	2,970.55	302.47

项目	期初数量	本期增加	本期销售	期末数量
2022 年	49.86	2,494.02	2,491.02	52.86

报告期内，公司每月定期联系废料回收商上门收购废料，以将废料结存量控制在合理水平。

2、报告期内废料产生情况与产品产量的匹配性

报告期内，公司废料产生情况如下：

单位：吨

项 目	2024 年	2023 年	2022 年
生产活动产生的废料	3,595.02	2,568.37	2,003.82
研发活动产生的废料	698.44	651.79	490.20
合 计	4,293.46	3,220.16	2,494.02

公司废料主要产生于生产环节，报告期内，公司举升机、拆胎机和平衡机每百套产品产生废料情况如下：

单位：吨/每百套

产品类型	2024 年	2023 年	2022 年
举升机	5.31	5.28	5.35
拆胎机和平衡机	1.34	1.29	1.30

注：养护类设备产品生产过程中对钢材的需求量相对较少，产生废料较少，占废料总量比例低于 3%；拆胎机和平衡机下料环节共用，无法单独区分不同产品废料情况

报告期内，公司举升机、拆胎机和平衡机废料率整体波动不大。

拆胎机和平衡机废料率报告期内保持稳定。

3、各环节的内控管理制度是否健全及执行有效性

公司废料相关的内部控制如下：

公司废料主要为废铁，主要系生产和研发过程中产生的边角料、铁屑、废铁等，对于生产和研发过程中产生的废料，公司各部门按照规定的分拣、整理要求归集在车间指定的地点。各车间定期将归集的废料运送至废料仓，废料办理入库时需要仓管员和车间经办人员同时在场，由废料仓管员称重后填写入库单并登记入库。公司设有专门的废料仓，并配备废料仓管员，负责废料的入库、出库及管理。公司废料销售出库时，需要公司仓库人员、财务人员、行政人员

同时在场方可进行废料装车过磅，由废料仓管员填写废料出库单并登记废料台账，并由废料收购方在废料出库单上签字确认。

综上，公司废料管理相关内控管理制度健全、有效。

4、废料成本费用核算方式

报告期内，公司按照当月废料产量及预计的销售价格确认废料入账成本，并冲减相关产品生产成本或研发费用。

（二）说明废料销售收入确认的具体方式及单据，是否存在个人客户、现金交易等情形，公司对废料收入确认的内控有效性

报告期内，公司不存在废料销售现金交易情况。

报告期内，公司对个人客户废料销售情况如下：

单位：万元

项　目	2024 年	2023 年	2022 年
个人客户废料销售	13.56	9.45	6.68
废料销售收入总额	998.34	729.04	703.64

公司除个别零星废料销售涉及个人客户外，主要废料销售客户系当地钢铁铸件企业。

公司根据经废料收购方签字确认的废料出库单、合同及发票确认废料收入，并结转相应的废料成本，相关内部控制有效。

综上，公司废料产出与产品产量匹配；公司与废料相关的各环节内控管理制度健全、有效；公司按照当月废料产量及预计的销售价格确认废料入账成本，并冲减相关产品成本或研发费用；公司根据经废料收购方签字确认的废料出库单、合同及发票确认废料收入；报告期内，公司不存在废料销售现金交易情形，存在个别零星废料销售为个人客户情形；公司对废料收入确认的内部控制有效。

二、存货规模变动合理性。根据申请文件，报告期各期末，公司存货账面余额分别为 12,670.63 万元、11,525.90 万元、7,680.44 万元和 11,046.51 万元，2023 年末公司存货余额大幅下降主要系公司加强精益生产管理，减少了备货类库存并对呆滞产品进行销售。请发行人：①结合备货政策、采购及生产周期、交付周期、在手订单等，说明在 2023 年起业绩持续增长的情形下，存货规模

2023 年末大幅下降、2024 年 6 月末大幅上升的合理性，存货保有量与公司的订单、业务规模是否匹配。②说明存货各项目是否存在库龄较长的情况，长库龄存货的具体构成、形成原因及期后结转情况。③说明各期末发出商品对应的主要客户、金额及占比，期后验收情况，验收周期是否显著偏离同类型客户的平均水平，报告期内发出商品金额持续增加的原因及合理性

（一）结合备货政策、采购及生产周期、交付周期、在手订单等，说明在 2023 年起业绩持续增长的情形下，存货规模 2023 年末大幅下降、2024 年 6 月末大幅上升的合理性，存货保有量与公司的订单、业务规模是否匹配

1、公司备货政策、采购及生产周期、交付周期及在手订单情况

（1）备货政策

公司采用“以销定产”的生产模式，由生产部门根据客户订单及库存情况编制具体排产计划，按计划组织产品生产。

公司采购的存货主要包括钢材、外购部件、外购成品等。公司所需原材料由公司根据在手订单及生产计划，结合库存情况制定采购计划，通过询价、比价、议价程序完成采购工作。公司外购部件、外购成品“以销定采”，备货较少。

2023 年公司加强精益生产管理和库存管理，对订单承接、生产计划制定、原材料采购等全流程进行梳理和改进，加强各环节衔接的及时性和准确性，有效减少了各类存货的库存备货。

（2）采购周期

公司钢材的采购周期为 1 周左右，外购部件及外购成品系依据销售订单不定期采购。

（3）生产周期

公司生产周期约为 1-4 周，其中举升机一般为 3-4 周，拆胎机、平衡机一般为 2-4 周，养护类设备因产品种类较多一般为 1-4 周，报告期内未发生较大变化。

（4）交付周期

公司外销大多不需要公司安装，以 FOB、CIF 为主，产品交付通常需要履行货物运送至港口、办理报关出口手续及装船等流程，平均时长通常在 7-10 天左右。

内销中直销模式下需要公司安装调试的产品交付验收通常需要运送到客户指定地点进行安装调试、试运行、最终验收等流程，平均时长通常需要 2-4 个月左右。

内销中直销模式下不需要公司安装调试的产品交付验收通常需要运送至客户指定地点，由客户对产品进行验收，平均时长通常在 20 天左右。

内销中经销模式下通过订货系统销售的产品交付验收的平均时长在 10 天左右。

内销中经销模式下不通过订货系统销售的产品交付验收的平均时长为 10-20 天。

（5）在手订单

报告期各期末，公司在手订单金额为 11,839.10 万元、21,409.70 万元、20,812.84 万元。受下游市场需求阶段性下滑影响，公司 2022 年末在手订单较少，2022 年后，随着下游客户订单增长，公司期末在手订单充足。

2、说明在 2023 年起业绩持续增长的情形下，存货规模 2023 年末大幅下降、2024 年 6 月末大幅上升的合理性，存货保有量与公司的订单、业务规模是否匹配

（1）在 2023 年起业绩持续增长的情形下，存货规模 2023 年末大幅下降、2024 年 6 月末大幅上升的合理性

2022 年末、2023 年末、2024 年 6 月末，公司存货构成情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 6 月末	2023 年末	2022 年末
原材料	3,619.63	2,754.46	4,865.22
库存商品	3,170.71	1,555.22	3,194.02
在产品	1,909.90	1,450.78	2,047.54
发出商品	2,274.05	1,862.70	1,388.20

项目	2024 年 6 月末	2023 年末	2022 年末
委托加工物资	72.22	57.30	30.93
合计	**11,046.51**	**7,680.44**	**11,525.90**

公司存货余额 2023 年末较 2022 年末下降 33.36%，主要系 2023 年起公司加强精益生产和库存管理，对订单承接、生产计划制定、原材料采购等全流程进行梳理和改进，加强各环节衔接的及时性和准确性，具体方案为：清理因客户订单变更造成的积压存货、将物料采购分解至生产小组、提升物料采购计划的准确性、控制外购物料的最低采购量、加强前后工序生产的匹配性及加大相关人员的考核力度等，有效减少了原材料、在产品、库存商品等各类备货。

公司存货余额 2024 年 6 月末较 2023 年末上升 43.83%，主要系随着下游客户订单增加，公司销售规模增长较多，导致各类存货的备货增长较多。

（2）存货保有量与公司的订单、业务规模是否匹配

① 2022 年末、2023 年末、2024 年 6 月末存货余额与在手订单匹配情况

单位：万元

项目	2024 年 6 月末	2023 年末	2022 年末
在手订单金额 A 注 1	24,142.25	21,409.70	11,839.10
在手订单对应的主营业务成本 B 注 2	17,192.16	15,567.05	9,012.84
期末存货余额 C	11,046.51	7,680.44	11,525.90
在手订单覆盖率 D=B/C	155.63%	202.68%	78.20%

注 1：含期末发出商品对应订单

注 2：在手订单对应的主营业务成本系使用当期平均毛利率折算。

2022 年末公司存货的在手订单覆盖率较低，主要系 2022 年受下游市场需求下滑影响，在手订单有所下降。

2023 年末公司存货的在手订单覆盖率较高，主要系：一方面，公司对期末存货加强精益生产和库存管理，期末存货金额下降；另一方面，下游市场需求回暖，在手订单大幅提升。

综上，公司存货保有量与公司期末在手订单匹配。

② 2022 年末、2023 年末、2024 年 6 月末存货余额与业务规模匹配情况

单位：次、天

项目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度
存货周转率	4.01	6.25	4.20
存货平均周转天数	44.87	57.57	85.69

注 1：存货周转率=营业成本/存货平均净额

注 2：2022-2023 年存货平均周转天数=360 天/存货周转率，2024 年 1-6 月存货平均周转天数=180 天/存货周转率

2022 年、2023 年、2024 年 1-6 月，公司存货平均周转天数分别为 85.69 天、57.57 天、44.87 天，公司 2022 年度存货周转天数较长主要系受下游市场需求下滑影响，客户订单减少。2023 年和 2024 年 1-6 月存货周转加快，主要系：一方面，随着下游需求回暖，销售增长，公司存货周转加快；另一方面，公司 2023 年起加强了精益生产和库存管理，有效减少了各类存货备货。报告期各期末存货余额规模与公司业务规模相匹配。

综上所述，2023 年起业绩持续增长的情形下，存货规模 2023 年末大幅下降，主要系公司加强了精益生产和库存管理，有效减少了各类备货；2024 年 6 月末存货余额增加主要系随着下游客户订单增加，公司各类存货的备货增长较多，公司存货保有量与公司在手订单、业务规模匹配。

（二）说明存货各项目是否存在库龄较长的情况，长库龄存货的具体构成、形成原因及期后结转情况

1、说明存货各项目是否存在库龄较长的情况，长库龄存货的具体构成、形成原因

单位：万元

项 目	2024 年末		2023 年末		2022 年末	
	1 年以内	1 年以上	1 年以内	1 年以上	1 年以内	1 年以上
原材料	2,715.40	56.49	2,668.23	86.23	4,685.29	179.94
库存商品	1,995.36	46.88	1,479.88	75.34	2,928.59	265.43
在产品	1,582.16	24.37	1,376.67	74.11	1,989.04	58.50
发出商品	2,154.19	11.54	1,855.54	7.15	1,388.10	0.10
委托加工物资	70.51	-	57.30	-	29.17	1.76
合计	**8,517.63**	**139.29**	**7,437.62**	**242.83**	**11,020.18**	**505.72**
占比	**98.39%**	**1.61%**	**96.84%**	**3.16%**	**95.61%**	**4.39%**

报告期各期末，公司存货库龄主要集中在 1 年以内，其中，库龄 1 年以上存货占各期末存货账面余额的比例分别为 4.39%、3.16%及 1.61%。公司 2022 年末库龄一年以上存货占比较高，主要系受下游市场需求下滑影响，客户订单减少，存货周转速度变慢所致。自 2022 年后，公司加强对长库龄存货管控，长库龄存货占比逐年下降。

公司库龄 1 年以上存货主要系非主流型号的洗车机成品、备货类钢材和其他备品备件，已足额计提跌价准备。

2、长库龄存货的期后结转情况

截至 2025 年 2 月末，公司报告期各期末长库龄存货期后结转情况如下：

单位：万元

截至时点	项目	1 年以上余额	期后结转金额	期后结转比例
2024 年末	原材料	56.49	2.76	4.89%
	库存商品	46.88	3.84	8.19%
	在产品	24.37	1.08	4.44%
	发出商品	11.54	-	-
	合　计	139.29	7.68	5.52%
2023 年末	原材料	86.23	60.06	69.65%
	库存商品	75.34	63.69	84.54%
	在产品	74.11	56.81	76.66%
	发出商品	7.15	7.15	100.00%
	合　计	242.83	187.71	77.30%
2022 年末	原材料	179.94	157.29	87.41%
	库存商品	265.43	263.50	99.27%
	在产品	58.50	55.23	94.41%
	发出商品	0.10	0.10	100.00%
	委托加工物资	1.76	1.76	100.00%
	合　计	505.72	477.88	94.49%

截至 2025 年 2 月末，报告期各期末公司长库龄存货期后结转比例分别为 94.49%、77.30%、5.52%，公司长库龄存货期后结转情况较好。

综上，报告期内公司长库龄存货占比较小，长库龄存货主要系非主流型号的洗车机成品、备货类钢材和其他备品备件。截至 2025 年 2 月末，公司长库龄

存货期后结转情况较好。

（三）说明各期末发出商品对应的主要客户、金额及占比，期后验收情况，验收周期是否显著偏离同类型客户的平均水平，报告期内发出商品金额持续增加的原因及合理性

1、报告期各期末公司发出商品的主要客户、金额及占比、期后验收情况

公司发出商品系尚处于运输途中或客户收货后尚未验收的产品。公司报告期各期末发出商品的主要客户、金额、占比及截至 2025 年 2 月末期后验收情况如下：

单位：万元

截至时点	主要客户	发出商品金额	占比	期后验收金额	期后验收比例
2024 年末	Gurgel Mix Maquinas eFerramentas S.A.	322.37	14.89%	322.37	100.00%
	REDATS SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA	252.61	11.66%	252.61	100.00%
	比亚迪	174.67	8.07%	24.78	14.19%
	LKQ CZ s.r.o.	128.14	5.92%	128.14	100.00%
	Lincos Kft.	116.41	5.38%	116.41	100.00%
	小 计	994.20	45.91%	844.32	84.92%
2023 年末	比亚迪	621.99	33.39%	610.45	98.14%
	Master plus Ltd	282.53	15.17%	282.53	100.00%
	REDATS SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA	91.20	4.90%	91.20	100.00%
	浙江盈帆贸易有限公司	86.15	4.63%	86.15	100.00%
	常润股份	75.70	4.06%	75.70	100.00%
	小 计	1,157.57	62.14%	1,146.03	99.00%
2022 年末	Master plus Ltd	539.36	38.85%	539.36	100.00%
	TWIN BUSCH GmbH	65.61	4.73%	65.61	100.00%
	Industrias Tamer,S.A.de C.V.	53.69	3.87%	53.69	100.00%
	SEYED MOHAMMAD JAFARI (ARIA PART MEHR CO)	53.24	3.84%	53.24	100.00%
	WORLDFORCE TEKNIK HIRDAVAT OTO SERVIS	48.53	3.50%	48.53	100.00%
	小 计	760.42	54.78%	760.42	100.00%

报告期各期末，公司发出商品的主要客户金额占比分别为 54.78%、62.14%、45.91%。截至 2025 年 2 月末，报告期各期末发出商品的主要客户期后验收比例

分别为 100.00%、99.00%、84.92%，期后验收比例较高。其中：截至 2025 年 2 月 28 日，2023 年末比亚迪的发出商品尚有少量未验收，主要系比亚迪产品需公司安装调试并经客户最终验收时确认收入。部分订单验收周期较长主要系：（1）公司将产品发送至比亚迪门店后，需等待客户场地具备安装条件和必要物资齐全后方可进行安装调试。部分门店因场地不具备安装条件或安装必要物资未齐全，安装调试有所延后；（2）根据合同约定“设备交付甲方并由乙方调试好后需经甲方相关部门和人员确定同意才可以投入使用，试运行使用期间设备性能达到技术协议约定，并连续运转即试运行 3 个月后启动最终验收，抽取连续一周的运转情况进行正式验收”，公司产品安装调试后，仍需经试运行 3 个月后方可启动最终验收。客户一般根据其自身运营情况安排试运行和最终验收，部分门店因整体进度滞后，试运行时间较晚，造成验收周期较长。

2、发出商品对应的主要客户验收周期情况

报告期各期末，主要发出商品客户验收周期情况、与同类型客户平均验收周期的对比情况及原因如下：

单位：万元

项目	主要客户	发出商品金额	占比	主要客户当期平均验收周期	同类型客户当期平均验收周期
2024 年末/2024 年	Gurgel Mix Maquinas eFerramentas S.A.	322.37	14.89%	13.65 天	7-10 天
	REDATS SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA	252.61	11.66%	8.13 天	7-10 天
	比亚迪	174.67	8.07%	128.32 天	2-4 个月
	LKQ CZ s.r.o.	128.14	5.92%	7.05 天	7-10 天
	Lincos Kft.	116.41	5.38%	6.22 天	7-10 天
	小 计	994.20	45.91%		
2023 年末/2023 年	比亚迪	621.99	33.39%	86.38 天	2-4 个月
	Master plus Ltd	282.53	15.17%	11.43 天	7-10 天
	REDATS SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA	91.20	4.90%	3.90 天	7-10 天
	浙江盈帆贸易有限公司	86.15	4.63%	3.07 天	20 天
	常润股份	75.70	4.06%	38.72 天	20 天
	小计	1,157.57	62.14%		

项目	主要客户	发出商品金额	占比	主要客户当期平均验收周期	同类型客户当期平均验收周期
2022 年末/2022 年	Master plus Ltd	539.36	38.85%	11.43 天	7-10 天
	TWIN BUSCH GmbH	65.61	4.73%	6.74 天	7-10 天
	Industrias Tamer,S.A.de C.V.	53.69	3.87%	5.39 天	7-10 天
	SEYED MOHAMMAD JAFARI （ARIA PART MEHR CO）	53.24	3.84%	8.75 天	7-10 天
	WORLDFORCE TEKNIK HIRDAVAT OTO SERVIS	48.53	3.50%	6.19 天	7-10 天
	小计	760.42	54.78%		

除比亚迪 2024 年、常润股份 2023 年外，其他客户报告期内的平均验收周期不存在显著偏离同类型客户验收周期的情况。

比亚迪 2024 年验收周期较长，主要系比亚迪产品需公司安装调试并经客户最终验收时确认收入。部分门店因场地不具备安装条件或安装必要物资未齐全，安装调试有所延后；部分门店因整体进度滞后，试运行时间推迟，造成验收周期较长。

常润股份 2023 年验收周期较长，主要系其采购公司产品用于出口，客户通常在其产品销售出库前对产品进行验收。

3、报告期内发出商品金额持续增加的原因及合理性

报告期各期末发出商品的主要客户为外销客户、内销直销需要安装调试客户和内销经销客户，公司发出商品余额及变动情况如下：

单位：万元

项目	2024 年末/2024 年	2023 年末/2023 年	2022 年末/2022 年
发出商品余额	2,165.74	1,862.70	1,388.20
发出商品变动比例	16.27%	34.18%	15.52%
其中：外销客户	1,658.47	712.47	1,204.63
内销直销需要调试安装客户	299.78	718.99	38.55
内销经销客户	96.92	239.14	114.90

2023 年末发出商品账面余额较 2022 年末增长 34.18%，主要系 2023 年内销直销需要安装调试客户比亚迪销售金额增长，公司对其销售产品需要提供安装

调试服务，在安装调试完成经验收后确认收入，验收周期相对较长。

2024 年发出商品账面余额较 2023 年末增长 16.27%，主要系 2024 年销售收入增长所致。

综上所述，截至 2025 年 2 月末，报告期各期末发出商品的主要客户的期后验收比例较高；因比亚迪部分门店安装调试和试运行时间延后、常润股份在其产品销售出库前对产品进行验收等因素影响，上述客户的平均验收周期偏离同类型客户验收周期具有合理性，其他客户报告期内的平均验收周期不存在显著偏离同类型客户验收周期的情况。受需要安装调试客户销售金额增加、业务规模增长影响，公司报告期各期末发出商品金额持续增加具有合理性。

三、最近一期应收账款大幅增加。根据申请文件，发行人各期应收账款账面余额分别为 5,085.69 万元、5,004.87 万元、5,743.06 万元及 10,584.78 万元，最近一期大幅增加，各期应收账款周转率分别为 20.42、13.81、15.74 和 6.59，应收账款周转率逐期降低。请发行人：①说明一年以内应收账款的账龄情况，报告期内信用期内和信用期外应收账款的划分依据，主要逾期客户、应收金额、逾期金额及占比、逾期时间、预计归还时间，是否存在客户无法及时支付的回款风险。②说明最近一期应收账款大幅增加的主要客户及其变动原因，与主要客户的结算模式、信用政策、收款周期，报告期内是否存在变化，各类客户的信用政策是否得到严格执行，是否存在放宽信用政策以促进销售的情形

（一）说明一年以内应收账款的账龄情况，报告期内信用期内和信用期外应收账款的划分依据，主要逾期客户、应收金额、逾期金额及占比、逾期时间、预计归还时间，是否存在客户无法及时支付的回款风险

1、说明一年以内应收账款的账龄情况

报告期各期末，公司 1 年以内应收账款的账龄情况如下：

单位：万元、%

账龄	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	11,236.66	99.36	5,708.29	99.39	4,882.76	97.56
其 中：6 个月以内	10,508.43	92.92	5,423.48	94.44	4,882.22	97.55

账龄	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
7-12 个月	728.23	6.44	284.81	4.96	0.54	0.01
1 年以上	72.45	0.64	34.76	0.61	122.11	2.44
合 计	**11,309.11**	**100.00**	**5,743.06**	**100.00**	**5,004.87**	**100.00**

报告期内，公司应收账款账龄主要集中于 6 个月以内，且一年以上应收账款占比呈下降趋势，公司不断加强应收账款催收管理工作，以确保应收账款的及时回收。

2、报告期内信用期内和信用期外应收账款的划分依据，主要逾期客户、应收金额、逾期金额及占比、逾期时间、预计归还时间，是否存在客户无法及时支付的回款风险

（1）报告期内信用期内和信用期外应收账款的划分依据

报告期内，公司通常与客户在合同中约定付款时间节点和对应的付款比例，一般约定为“装柜后 90 天内付款”、“到港后 7 天内付款”、“验收合格，发票到需方后，发货后 45 天付款”和“款到发货”等。公司出于审慎考虑，将未按照合同约定的付款时间和金额支付的货款均视为逾期，列示为信用期外的应收账款。

（2）主要逾期客户、应收金额、逾期金额及占比、逾期时间、预计归还时间，是否存在客户无法及时支付的回款风险

报告期各期末，公司逾期应收账款金额分别为 730.34 万元、360.55 万元和 1,254.40 万元，占应收账款余额比例分别为 14.59%、6.28%和 11.09%，公司逾期应收账款金额及占比较小。

报告期各期末，公司前五大逾期应收账款客户情况如下：

单元：万元

年度	客户名称	应收账款余额	逾期金额	逾期金额占应收款余额比例	逾期时间	预计归还时间
2024 年末	MARELLI AFTERMARKET POLAND Sp. z o.o	414.92	390.25	94.05%	6 个月以内	截至本回复出具之日已收回
	SUMINISTROS DAMA-RL SPAIN SOCIEDAD	668.77	219.01	32.75%	6 个月以内	截至本回复出具之日已收回

	LIMITADA					
	Lincos Kft.	502.01	172.09	34.28%	6 个月以内	截至本回复出具之日已收回
	Coframa Sp. z o.o.	160.77	94.79	58.96%	6 个月以内	截至本回复出具之日已收回
	BYD Auto (Thailand) Co.,Ltd	86.24	86.24	100.00%	76.00 万元 6 个月以内，10.24 万元 1-2 年	预计 2025 年 6 月前回款
小计		1,832.71	962.39	52.51%	——	
应收账款总余额		11,309.11	1,254.40	11.09%	——	
前五大逾期应收账款客户占总逾期金额比例			76.72%	——		
年度	**客户名称**	**应收账款余额**	**逾期金额**	**逾期金额占应收款余额比例**	**逾期时间**	**预计归还时间**
2023 年末	Lincos Kft.	216.46	57.50	26.56%	6 个月以内	截至本回复出具之日已收回
	Alexandria Progress Trading Co.	171.63	38.12	22.21%	6 个月以内	截至本回复出具之日已收回
	COLMEC SP. Z O.O.	35.65	35.65	100.00%	6 个月以内	截至本回复出具之日已收回
	Latin Work SA	32.33	32.33	100.00%	6 个月以内	截至本回复出具之日已收回
	Distribuidora Durol S.R.L	46.96	30.14	64.19%	6 个月以内	截至本回复出具之日已收回
小计		503.03	193.75	38.52%	——	
应收账款总余额		5,743.06	360.55	6.28%	——	
前五大逾期应收账款客户占总逾期金额比例			53.74%	——		
年度	**客户名称**	**应收账款余额**	**逾期金额**	**逾期金额占应收款余额比例**	**逾期时间**	**预计归还时间**
2022 年末	SUMINISTROS DAMA-RL SPAIN SOCIEDAD LIMITADA	434.06	196.26	45.22%	6 个月以内	截至本回复出具之日已收回
	NILO & ARROYO CHILELIFT LIMITADA	176.53	165.33	93.66%	6 个月以内	截至本回复出具之日已收回
	江苏赛麟汽车科技有限公司	120.22	120.22	100.00%	6 个月以内	该客户已处于失信被执行人状态，应收款已无法收回，已于 2020 年全额计提坏账，并于 2023 年已核销
	Autotrade Solutions Limited	413.03	49.57	12.00%	6 个月以内	截至本回复出具之日已收回
	ISN EUROPE LIMITED	29.12	29.08	99.88%	6 个月以内	截至本回复出具之日已收回
小计		1,172.96	560.47	47.78%	——	
应收账款总余额		5,004.87	730.34	14.59%	——	

前五大逾期应收账款客户占总逾期金额比例	76.74%	——

截至本回复出具之日，除已处于失信被执行人状态的江苏赛麟汽车科技有限公司的逾期应收账款以外，报告期各期的主要逾期客户的逾期应收账款收回比例分别为 100.00%、100.00%、91.04%，客户无法及时支付的回款风险较小。

（二）说明最近一期应收账款大幅增加的主要客户及其变动原因，与主要客户的结算模式、信用政策、收款周期，报告期内是否存在变化，各类客户的信用政策是否得到严格执行，是否存在放宽信用政策以促进销售的情形

1、最近一期应收账款大幅增加的主要客户及其变动原因

2024 年末和 2023 年末公司应收账款余额分别为 11,309.11 万元、5,743.06 万元，最近一期应收账款大幅增加主要原因系最近一期销售收入大幅增加，信用期内应收账款大幅增加所致。2024 年末，公司应收账款大幅增加的主要客户情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	2024 年末应收账款余额	2023 年末应收账款余额	同比增加额
1	REDATS SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA	1,791.61	858.39	933.22
2	Master plus Ltd	834.30	-	834.30
3	Autotrade Solutions Limited	768.99	401.52	367.47
4	SUMINISTROS DAMA-RL SPAIN SOCIEDAD LIMITADA	668.77	158.87	509.90
5	Lincos Kft.	502.01	216.46	285.55
合计		**4,565.68**	**1,635.24**	**2,930.44**

公司对 REDATS SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA、Master plus Ltd、Autotrade Solutions Limited、SUMINISTROS DAMA-RL SPAIN SOCIEDAD LIMITADA 和 Lincos Kft.应收账款余额 2024 年末较 2023 年末分别增加 933.22 万元、834.30 万元、367.47 万元、509.90 和 285.55 万元，主要原因系对上述客户 2024 年销售额增加，信用期内的应收账款增加所致。具体而言，在公司产品的竞争优势逐步显现以及上述客户所在地区汽车产业发展和汽车保有量上升的带动下，上述客户 2024 年增加向公司采购。截至 2025 年 2 月 28 日，上述客户期后回款比例分别为 64.04%、100.00%、36.06%、71.11%和 56.19%。

2、与主要客户的结算模式、信用政策、收款周期，报告期内是否存在变化，各类客户的信用政策是否得到严格执行，是否存在放宽信用政策以促进销售的情形

报告期各期，公司应收账款前五名客户的结算模式、主要信用政策、收款周期情况如下：

序号	客户名称	结算模式	主要信用政策	订单约定的收款周期	报告期内是否发生变化
1	REDATS SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA	现汇	装柜后 90 天内付款	90 天左右	无变化
2	SUMINISTROS DAMA-RL SPAIN SOCIEDAD LIMITADA	现汇	到西班牙：装柜后 60 天内付款；到法国：预付 30%定金，装柜后 60 天内付剩余 70%	60 天左右	无变化
3	TWIN BUSCH GmbH	现汇	2022 年 1 月至 2023 年 7 月：交提单后 30 天内付款。 2022 年 10 月至 2024 年 12 月：到港后 7 天内付款。	30-50 天左右	2022 年 10 月起信用期变长
4	Master plus Ltd	现汇	2022 年 1 月至 2024 年 3 月：预付 20%定金，装柜后 60 天内付剩余 80%； 2024 年 3 月至 2024 年 12 月：装柜后 90 天内付款	60 天或 90 天左右	2024 年 3 月起信用期变长
5	Autotrade Solutions Limited	现汇	装柜后 90 天内付款	90 天左右	无变化
6	Individual Entrepreneur Nigay Konstantin Alexandrovich	现汇	装柜后 90 天内付款；装柜后 120 天内付款	90 天或 120 天左右	无变化
7	Lincos Kft.	现汇	装柜后 120 天内付款；	60 天或 120 天左右	无变化
8	GN REPRESENTACIONES LTDA	现汇	2022 年 1 月至 2022 年 8 月：预付 30%定金，装柜后 30 天内付剩余 70%； 2022 年 5 月至 2024 年 12 月：预付 30%定金，装柜后 90 天内付剩余 70%	30 天或 90 天左右	2022 年 5 月起信用期变长

报告期内，应收账款前五名客户结算模式未发生变化。除 TWIN BUSCH GmbH、Master plus Ltd 和 GN REPRESENTACIONES LTDA 外，公司应收账款前五名客户信用政策未发生变化。报告期内，上述客户销售金额如下：

单位：万元

客户名称	2024 年销售金额	2023 年销售金额	2022 年销售金额

Master plus Ltd	8,491.57	6,460.58	4,705.11
TWIN BUSCH GmbH	5,826.53	4,734.25	4,002.09
GN REPRESENTACIONES LTDA	550.10	449.24	855.14

除 Master plus Ltd 外，上述客户在信用期变化前后销售额未发生明显增长，公司不存在放宽信用政策以促进销售的情形；Master plus Ltd 收入逐年增加主要原因系汽车维修保养市场需求增长，同时公司产品在欧洲市场的性价比优势进一步显现，带来公司订单增长。

公司给予 Master plus Ltd、TWIN BUSCH GmbH 和 GN REPRESENTACIONES LTDA 信用期变长主要基于公司与其保持长期良好的合作关系，结合客户资信状况、订单规模和历史回款情况等因素，综合考虑航运时间、资金安排需求以及业务战略规划等因素经客户与公司协商确定，是公司在生产经营过程中的正常调整。

除上述客户信用政策有所调整外，报告期内公司与其他主要客户的结算模式、信用政策、收款周期未发生重大变化。公司各类客户的信用政策得到严格执行，不存在放宽信用政策以促进销售的情形。

四、请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见

（一）核查程序

针对上述事项，中介机构执行了以下核查程序：

1、获取公司废料收发存，结合生产和研发流程、投入产生比等，分析废料产出与产品产量的匹配性；

2、了解公司与废料相关的内部控制制度及其运行情况；

3、了解公司废料的成本核算方法；

4、了解废料销售收入确认的具体方式及单据，并对废料销售进行核查；

5、获取公司废料销售台账，检查是否存在个人客户、现金交易等情形，并了解存在个人客户、现金交易的原因；

6、访谈公司采购负责人、生产负责人、销售负责人，了解公司报告期内备货政策、采购周期、生产周期、交付周期的变动情况；

7、获取报告期各期末在手订单清单，分析公司在手订单规模变动情况；

8、获取报告期各期末各类存货明细构成，分析在 2023 年起业绩持续增长的情形下，存货规模 2023 年末大幅下降、2024 年 6 月末大幅上升的合理性；

9、计算报告期各期末在手订单覆盖率、报告期内存货周转率，分析期末存货保有量与存货保有量与公司的订单、业务规模的匹配性；

10、获取存货库龄明细表，分析长库龄存货的具体构成和形成原因；

11、获取期后存货收发记录，计算报告期各期末长库龄存货期后结转情况；

12、计算报告期各期末发出商品主要客户的验收周期，分析与同类型客户的平均验收周期是否存在显著偏离及合理性

13、获取报告期各期末发出商品明细，分析报告期各期末发出商品持续增加的合理性；

14、获取报告期各期末的应收账款明细账及账龄表，检查应收账款账龄划分的准确性；

15、获取报告期各期末的应收账款回款情况，结合公司对客户的信用政策，统计报告期各期末主要逾期客户的应收金额、逾期金额及占比、逾期时间、预计归还时间；

16、分析最近一期应收账款大幅增加的原因及合理性；

17、取得报告期各期公司主要客户信用政策，了解不同客户之间信用政策差异原因，了解报告期内同一客户信用期变动原因；

18、统计主要客户报告期内的结算模式、信用政策及收款周期，了解公司是否存在放宽信用政策以促进销售的情形。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、公司废料产出与产品产量匹配；公司与废料相关的各环节内控管理制度健全、有效；公司按照当月废料产量及预计的销售价格确认废料入账成本，并冲减相关产品成本或研发费用；公司根据经废料收购方签字确认的废料出库单、

合同及发票确认废料收入；公司废料销售存在个别零星销售为个人客户或采用现金交易的情形；公司对废料收入确认的内部控制有效。

2、2023 年末公司存货余额较 2022 年末下降 33.36%，主要系 2023 年公司加强了存货库存管理，有效减少了各类备货。2024 年 6 月末公司存货余额较 2023 年末上升 43.83%，主要系随着下游客户订单增加，期末在手订单较多，公司各类存货的备货增长较多。公司存货保有量与公司期末在手订单相匹配。报告期内公司长库龄存货占比较小；长库龄存货主要系非主流型号的洗车机成品、备货类钢材和其他备品备件，截至 2025 年 2 月末，公司长库龄存货期后结转情况较好。截至 2025 年 2 月末，报告期各期末发出商品的主要客户期后验收比例较高，因比亚迪部分门店安装调试和试运行时间延后、常润股份在其产品销售出库前对产品进行验收等因素影响，上述客户的平均验收周期偏离同类型客户验收周期具有合理性，其他客户报告期内的平均验收周期不存在显著偏离同类型客户验收周期的情况。受需要安装调试客户销售金额增加、业务规模增长影响，公司报告期各期末发出商品金额持续增加具有合理性。

3、报告期内，公司应收账款账龄主要集中于 6 个月以内，且一年以上应收账款占比呈降低趋势，账龄情况良好。截至本说明出具日，除已处于失信被执行人状态的江苏赛麟汽车科技有限公司以外，报告期各期的主要逾期客户的逾期应收账款收回比例分别为 100.00%、100.00%、91.04%，客户无法及时支付的回款风险较小。最近一期应收账款大幅增加主要原因系最近一期销售收入大幅增加，信用期内应收账款大幅增加，应收账款期后回款情况良好。除 Master plus Ltd 外，TWIN BUSCH GmbH、Master plus Ltd、和 GN REPRESENTACIONES LTDA 在信用期变化前后销售额未发生明显增长，公司不存在放宽信用政策以促进销售的情形。Master plus Ltd 收入逐年增加主要原因系汽车维修保养市场需求增长，同时公司产品在欧洲市场的性价比优势进一步显现，带来公司订单增长。除上述客户信用政策有所调整外，报告期内公司与主要客户的结算方式、信用政策、收款周期未发生重大变化。公司各类客户的信用政策得到严格执行，不存在放宽信用政策以促进销售的情形。

五、说明对存货真实性、完整性和存货跌价准备计提充分性采取的核查程序、核查方法及核查结论，各类存货监盘情况，包括时间、地点、人员、监盘

比例等，存在的账实差异及处理结果，对于无法实施监盘程序的存货所实施的替代性程序及结论

（一）对存货真实性、完整性和存货跌价准备计提充分性采取的核查程序、核查方法及核查结论

1、核查程序和方法

针对上述事项，中介机构执行了以下核查程序：

（1）对存货真实性、完整性的核查

针对公司存货的真实性、完整性，中介机构主要执行了以下核查程序：

① 了解公司存货采购入库、产品生产、仓储管理、销售出库相关的内部控制，评价内部控制设计的合理性，确定其是否得到执行，并通过执行控制测试确认内部控制运行的有效性；

② 获取各类存货明细账，与账面记录进行核对，并执行分析复核程序，分析包括不限于存货结构的变动原因、存货周转率的变动合理性、长库龄情况等；分析各期末存货余额的变动情况，与实际生产经营情况是否匹配；

③ 了解公司存货计价方式并进行计价测试，检查存货计价方法是否合理，存货及营业成本结转是否准确；

④ 获取公司各类存货库龄明细表，复核库龄计算是否正确；对存货执行减值测试，同时结合存货的状态分析存货跌价准备计提的合理性，检查公司存货跌价准备的计提政策是否符合《企业会计准则》的规定；查询同行业可比公司公开披露文件，比较存货跌价准备计提比例，分析公司存货跌价计提的充分性；

⑤ 选取主要发出商品客户，函证期末发出商品情况，报告期各期通过函证和替代测试可确认金额比例为 65.09%、62.49%、72.60%；检查各期末发出商品的期后验收情况，检查发出商品对应的合同订单、提单、验收单等支持性凭证，以验证期末发出商品的真实性；

⑥ 获取公司各期末存货盘点表等资料，检查公司存货盘点情况；制定监盘计划，实施监盘，观察仓库中库存分布情况和盘点人员的盘点过程；实施抽盘，选取存货明细表中部分存货追查至实物，以验证存货的真实存在，选取存货实

物追查至存货明细表，以验证存货的完整性。

⑦ 取得供应商名单，选取供应商进行实地走访，在访谈过程中获取供应商的营业执照等工商资料，询问与供应商之间合作背景、交易内容、关联关系等内容。报告期各期访谈供应商采购金额的比例分别为 81.66%、82.01%、79.44%。

⑧ 选取供应商，函证其交易额和往来款项余额。报告期各期末应付账款回函确认比例分别为 70.54%、72.69%、74.49%，报告期内各期采购额回函可确认比例分别为 77.44%、78.76%、77.17%。

⑨ 获取各期采购入库清单，执行细节测试，报告期各期测试比例为 70.99%、69.32%、73.74%。

（2）存货跌价准备计提的充分性核查

针对公司存货跌价准备计提的充分性，中介机构主要执行了以下核查程序：

① 实地查看公司原材料、在产品、库存商品的实物状况，判断是否存在减值迹象；

②了解存货跌价准备计提政策，取得公司报告期各期末存货库龄明细表、存货跌价准备测试表、存货跌价准备计提及转销明细表，核对计提方法前后是否一致，评价与存货跌价计提相关政策是否合理合规，并对各期末存货库龄及存货跌价准备金额进行复核，检查其会计处理是否准确。公司报告期各期末存货跌价准备计提比例为 3.70%、3.22%、1.93%，其中库龄 1 年以上存货跌价计提比例为 77.61%、90.61%、99.11%，公司存货跌价准备计提充分。

③ 查阅同行业可比公司存货跌价准备计提政策、存货跌价准备计提情况，与公司进行对比，公司与同行业可比公司存货跌价准备率对比情况如下：

项目	2024 年末	2023 年末	2022 年末
公司	1.93%	3.22%	3.70%
常润股份	未披露	4.04%	4.02%
高昌机电	未披露	未计提跌价	未计提跌价
元征科技	11.22%	9.06%	6.00%

可比公司高昌机电未计提存货跌价准备，公司存货跌价准备计提比例与常润股份较为接近，低于元征科技存货跌价计提水平，主要系元征科技产品与公

司产品存在差异，其主要产品为汽车故障诊断仪等汽车诊断设备以及举升机等汽车维修保养设备等，而公司产品主要为举升机、拆胎机、平衡机、养护类设备等。

2、核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：公司存货真实、完整，存货跌价准备计提充分。

（二）各类存货监盘情况，包括时间、地点、人员、监盘比例等，存在的账实差异及处理结果，对于无法实施监盘程序的存货所实施的替代性程序及结论

保荐机构针对原材料、在产品、库存商品实施了现场监盘工作，具体的监盘时间、地点、人员及抽盘比例情况如下：

单位：万元

时间	监盘范围	监盘时间	监盘地点	监盘人员	账面余额	抽盘金额	抽盘比例	监盘结果
2024年末	原材料	2024年12月30日-12月31日	公司厂区	申报会计师、保荐机构	2,771.90	1,754.89	63.31%	账实相符
	在产品	2024年12月30日-12月31日	公司厂区	申报会计师、保荐机构	1,606.53	1,101.57	68.57%	账实相符
	库存商品	2024年12月30日-12月31日	公司厂区	申报会计师、保荐机构	2,042.25	1,935.66	94.78%	账实相符
	小计				6,420.68	4,792.12	74.64%	
2023年末	原材料	2023年12月30日-12月31日	公司厂区、异地中转仓	申报会计师、保荐机构	2,754.46	1,859.80	67.52%	账实相符
	在产品	2023年12月30日-12月31日	公司厂区	申报会计师、保荐机构	1,450.78	708.11	48.81%	账实相符
	库存商品	2023年12月30日-12月31日	公司厂区	申报会计师、保荐机构	1,555.22	1,435.85	92.32%	账实相符
	小　计				5,760.46	4,003.76	69.50%	
2022年末	原材料	2022年12月29日-12月31日	公司厂区、异地中转仓	申报会计师、保荐机构	4,865.22	2,794.66	57.44%	账实相符
	在产品	2022年12月29日-12月31日	公司厂区	申报会计师、保荐机构	2,047.54	1,352.50	66.05%	账实相符
	库存商品	2022年12月29日-12月31日	公司厂区	申报会计师、保荐机构	3,194.02	2,739.93	85.78%	账实相符

	小　计	10,106.78	6,887.08	68.14%	

报告期各期末委托加工物资和发出商品因已由公司发出且委托外协单位和客户进行管理或部分发出商品为在途状态，实施监盘存在一定难度。委托加工物资各期末金额较小，保荐机构获取经供应商加盖公章的委托加工物资明细清单，与期末存货结存核对一致。对于期末发出商品，保荐机构通过向客户函证予以确认，报告期各期末，发出商品发函及回函情况如下：

单位：万元

项目	2024 年末	2023 年末	2022 年末
发函金额 A	1,572.23	1,164.03	903.55
期末余额 B	2,165.74	1,862.70	1,388.20
发函比例 C=A/B	72.60%	62.49%	65.09%
回函相符金额 D	1,265.79	912.01	823.07
回函相符比例 E=D/B	58.45%	48.96%	59.29%
回函不符金额 F	-	-	-
回函不符比例 G=F/B	-	-	-
回函可确认金额 H=E+F	1,265.79	912.01	823.07
回函可确认比例 I=H/B	58.45%	48.96%	59.29%
未回函替代测试金额 J	306.44	252.01	80.48
未回函替代测试比例 K=J/B	14.15%	13.53%	5.80%
通过函证及替代测试确认的发出商品金额 L	1,572.23	1,164.03	903.55
通过函证及替代测试确认的发出商品比例 M=L/B	72.60%	62.49%	65.09%

2023 年末，发出商品的回函比例较低，主要系期末发出商品主要客户比亚迪未予回函。公司日常通过比亚迪供应商管理系统与比亚迪核对发出商品信息，并专人跟进安装进度和验收情况。对于未回函的客户，保荐机构通过检查公司销售出库单据、报关单、提单、期后验收文件和发票等进行替代测试，不存在异常。

四、募集资金运用及其他事项

问题 12.募投项目的合理性、必要性

申报材料显示，发行人本次拟募集资金 3.00 亿元，其中拟使用 9,934.50 万元用于“汽车维修保养设备智能化改造及扩产项目”，使用 13,573.29 万元用于“举升设备智能化工厂项目”，6,485.08 万元用于研发中心建设项目。

（1）新增产能的消化能力。申报材料显示，“汽车维修保养设备智能化改造及扩产项目”和“举升设备智能化工厂项目”项目达产后，公司将新增年产举升机产品 40,000 台、拆胎机和平衡机产品 6,000 台、洗车机产品 750 台的生产能力；2023 年发行人举升机产能 36,000 台、拆胎机和平衡机产能 75,000 台。请发行人：①补充说明报告期内洗车机产销量，结合举升机、拆胎机和平衡机等产品的市场需求及容量、行业竞争情况、公司产品市场占有份额及目前在手订单分析本次募投新增产能的必要性及产能消化能力、是否存在过度扩产的情况。②补充说明上述项目中铺底流动资金 2,731.30 万元的具体安排，说明设备及软件购置费 9,489.00 万元的具体使用规划及其必要性、合理性。

（2）研发中心建设项目的协同性。申报材料显示，项目将加快新技术研发和科技成果转换速度，紧跟汽车产业发展和汽车维修保养设备行业需求变化，加快新产品推出速度。请发行人：①结合举升机、拆胎机、平衡机等主要产品目前核心技术的应用场景及方向，可比公司及行业主流技术发展趋势说明技术研发中心升级改造项目对现有技术、业务系统的改进情况及其必要性。②说明设备及软件购置费 3,673.50 万元的具体规划、使用安排及其必要性。

请保荐机构核查上述事项并发表明确意见。

【回复】

一、新增产能的消化能力。申报材料显示，“汽车维修保养设备智能化改造及扩产项目”和“举升设备智能化工厂项目”项目达产后，公司将新增年产举升机产品 **40,000** 台、拆胎机和平衡机产品 **6,000** 台、洗车机产品 **750** 台的生产能力；**2023** 年发行人举升机产能 **36,000** 台、拆胎机和平衡机产能 **75,000** 台。请发行人：①补充说明报告期内洗车机产销量，结合举升机、拆胎机和平衡机

等产品的市场需求及容量、行业竞争情况、公司产品市场占有份额及目前在手订单分析本次募投新增产能的必要性及产能消化能力、是否存在过度扩产的情况。②补充说明上述项目中铺底流动资金 2,731.30 万元的具体安排，说明设备及软件购置费 9,489.00 万元的具体使用规划及其必要性、合理性

（一）补充说明报告期内洗车机产销量，结合举升机、拆胎机和平衡机等产品的市场需求及容量、行业竞争情况、公司产品市场占有份额及目前在手订单分析本次募投新增产能的必要性及产能消化能力、是否存在过度扩产的情况

1、补充说明报告期内洗车机产销量

报告期内，发行人洗车机的产量、销量情况如下：

产品名称	项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
洗车机	产量（套）	172	129	52
	销量（套）	166	128	79

2、发行人主要产品的市场需求及容量

（1）全球汽车维修保养市场需求

根据咨询机构的调查数据，全球汽车维修保养市场规模大约为 9,000 亿美元，其中维修保养市场需求主要包括维修保养设备、维修保养工具、维修保养服务等。

根据咨询机构 Cognitive Market Research 的数据，2023 年全球汽车维修保养市场的市场规模大约为 9,058 亿美元。2023 年至 2030 年将以年均 7.60%的增长率持续增长，2030 年全球汽车维修保养的市场规模大约为 15,126 亿美元。

根据另一家咨询机构 The Business Research Company 的数据，2024 年全球汽车维修保养市场的市场规模大约为 9,609.8 亿美元。2024 年至 2029 年将以年均 8.87%的增长率持续增长，2029 年全球汽车维修保养的市场规模大约为 14,696.4 亿美元。

（2）国内汽车维修保养市场需求

根据普华永道 2024 年 3 月 8 日发布的《中国乘用车维保后市场数字化白皮书》，我国乘用车维保业务在 2023 年达到约 1.1 万亿元人民币的规模，较 2020

年增长 12.96%，2025 年我国乘用车维保业务预计达到 13,476 亿元人民币，2020 年至 2025 年平均复合增长率为 6.50%，其中维修保养业务市场需求主要包括维修保养设备、维修保养工具、维修保养服务等。

由此可见，全球及国内汽车维修保养市场需求及容量充足，未来具有市场空间。

3、行业竞争情况

（1）国内行业竞争情况

由于国内汽车产业相比发达国家发展较晚，目前汽车维保设备市场也处在成长期，处于持续稳步发展的阶段。国内行业市场集中度较低，市场份额较为分散，行业内企业数量较多，但大多数规模较小且聚焦于某一细分领域，产品种类和规格型号较少且缺乏创新能力，少部分规模较大、产品质量稳定且规格型号丰富、具有一定研发能力的企业具有较强的竞争优势。国内市场的主要厂商有：高昌机电、元征科技、常润股份、世达工具、营口科维、营口大力、中意泰达、艾沃意特等。

公司是国内汽车维修保养设备行业规模较大的制造商，是高新技术企业，拥有优质的客户资源和研发创新能力，积极推动国内行业标准制定。相比以上国内市场的主要厂商，公司拥有以下竞争优势：①较强的技术实力与创新能力，在举升机安全性、平衡机测量精准度、各类产品的自动化和智能化等方面形成了多项核心技术；②持续对生产设备、生产工艺进行更新和升级，同时加强精益生产管理和质量管控；③技术发展能紧跟行业发展趋势、产品品类较丰富、规格型号较齐全。

（2）全球行业竞争情况

发达国家的汽车产业发展较早，已经成为美国、日本、德国、等发达国家国民经济的支柱，因此，汽车维修保养设备行业在欧美等主要发达国家已经形成了成熟广阔的市场，发展较为稳定。全球行业市场主要由国外知名企业主导，占据较大的市场份额，这些企业起步早，技术积累较为深厚，拥有丰富的产品条线，以上企业由于先发优势，在全球竞争中具有较强的竞争优势。同行业全球市场的主要厂商有：VSG、GIULIANO、SNAPON、Hunter 等。

公司产品外销占比较高，主要产品远销欧洲、南美洲、北美洲、非洲、亚洲其他国家等 100 多个国家和地区，相比以上全球市场的主要厂商，公司拥有以下竞争优势：①公司产品在保持技术优势和质量优势的同时，具有较高的性价比优势，尤其在境外市场与国外品牌竞争中得到凸显；②公司产品聚焦于主要的汽车维保设备，相比于以上主要厂商多为产品条线丰富的集团公司，公司售后服务和客户定制化服务能力相对较强；③公司主要经营产品的规格型号较齐全，且能够紧跟新能源汽车等发展变化快速进行技术创新和推出新产品。

4、公司产品市场占有份额及目前在手订单

（1）公司产品市场占有份额

公司举升机、拆胎机和平衡机产品的全球市场占有份额约为 4.07%、5.90%和 1.27%，具体详见“问题 2、三、（一）、1、补充说明发行人主要产品境内外的市场占有率”的有关回复。因此，公司未来具有发展空间，随着竞争优势的进一步体现，公司有望占据更大的市场份额。

（2）公司产品目前在手订单

截至 2025 年 2 月末，公司已签订但尚未履行完毕的在手订单金额为 27,022.17 万元，较 2024 年 2 月末增长 11.33%。发行人与主要客户合作保持稳定，在手订单充足。

5、本次募投新增产能具有必要性，公司具有产能消化能力，不存在过度扩产的情况

本次募投新增产能具有必要性，公司具有产能消化能力，不存在过度扩产的情况，主要原因系：

（1）全球汽车产业发展带动汽车维修保养市场需求增长，汽车维修保养设备的市场需求及容量充足，未来具有市场空间

全球汽车保有量的持续增长为汽车后市场及汽车维修保养行业的发展奠定了坚实的基础。从国内汽车市场来看，2022 年、2023 年和 2024 年末，国内汽车保有量分别为 3.19 亿辆、3.36 亿辆和 3.53 亿辆，2022 年末同比增长 5.63%，2023 年末同比增长 5.33%，2024 年末同比增长 5.06%。从国外汽车市场来看，

发行人销量较大的欧洲市场 2018 年乘用车保有量为 28,154.40 万辆，到 2022 年乘用车保有量已经达 29,717.05 万辆，增长 1,500 多万辆，以年均 1.36%的增长率持续增长。汽车保有量的持续增长促使汽车维修保养设备的需求稳步增长，发行人主要产品的市场需求及容量充足，未来具有市场空间，为募投项目的新增产能消化奠定了基础。

（2）公司在全球和国内的行业竞争中具有一定的竞争优势，同时公司主要产品目前在全球市场占有率较低，公司未来具有发展空间

公司在全球和国内的行业竞争中具有一定的竞争优势，具体情况参见本题“一、（一）、3、行业竞争情况”，同时，公司主要产品举升机、拆胎机和平衡机的全球市场占有份额目前约为 4.07%、5.90%和 1.27%，在全球市场占有率较低，随着竞争优势的进一步体现，公司有望占据更大的市场份额，为募投项目的新增产能消化奠定了基础。

（3）公司产品目前在手订单充足

截至 2025 年 2 月末，公司已签订但尚未履行完毕的在手订单金额为 27,022.17 万元，较 2024 年 2 月末增长 11.33%。发行人与主要客户合作保持稳定，在手订单充足，为募投项目的新增产能消化提供了保障。

（4）公司在业务发展中持续开发新客户

公司已经建立了遍布国内各省市和国外 100 多个的国家和地区的营销网络，积累了丰富的客户资源，公司产品通过了 ISO9001、EAC、UKCA、CE、TÜV、RoHS、CCPC 等国内及国际认证。在国内，公司的经销商覆盖全国大多数省、自治区和直辖市，用户包括理想汽车、比亚迪汽车、长城汽车等知名整车厂商（含旗下 4S 店），包括途虎养车、天猫养车、京东养车等大型连锁汽车维修保养店，也包括中国石油、美孚、壳牌等知名油品公司。在国外，公司产品远销欧洲、南美洲、北美洲、非洲、亚洲其他国家等 100 多个国家和地区，与各国当地的主要品牌商建立了长期稳定的合作关系。公司已经建立了国内外营销网络和丰富的客户资源，公司在业务发展中持续开发新客户，为募投项目的新增产能消化提供了保障。

（5）公司不断拓宽产品线，利用遍布全球的网络优势，未来将持续推动销

售规模提升

公司不断开发新品类产品，如全自动电脑洗车机等新产品，扩充了产品线宽度，公司产品的品类较丰富、规格型号较齐全，利用遍布全球的网络优势，未来将持续推动销售规模提升，为募投项目的新增产能消化提供了保障。

（6）公司目前主要产品的产能不足

2024 年，发行人主要产品举升机、拆胎机和平衡机的产能利用率分别达到 120.82%、104.93%，处于产能不足的状态，且发行人通过部分外购成品来满足下游客户需求。

综上，汽车维修保养设备的市场需求及容量充足，未来具有市场空间；公司在国内和全球的行业竞争中具有一定的竞争优势，同时公司主要产品目前在全球市场占有率较低，公司未来具有发展空间；公司产品目前在手订单充足；公司在业务发展中持续开发新客户；公司不断拓宽产品线，利用遍布全球的网络优势，未来将持续推动销售规模提升；公司目前主要产品的产能不足。因此，本次募投新增产能具有必要性，公司具有产能消化能力，不存在过度扩产的情况。

（二）补充说明上述项目中铺底流动资金 2,731.30 万元的具体安排，说明设备及软件购置费 9,489.00 万元的具体使用规划及其必要性、合理性

1、铺底流动资金 2,731.30 万元的具体安排

上述项目中的铺底流动资金共 2,731.30 万元，其中 590.22 万元系用于汽车维修保养设备智能化改造及扩产项目，2,141.08 万元系用于举升设备智能化工厂项目。铺底流动资金系根据项目运营期流动资金需求，综合考虑未来项目应收账款、存货、货币资金等经营性流动资产以及应付账款等经营性流动负债的情况对流动资金的需求等因素的影响而设置，是项目投产后生产经营所需要的最基本的周转资金数额，且仅应用于与该项目有关的生产、销售、采购事项中，按照项目建成后成本费用占比进行分配计算，上述项目铺底流动资金使用的明细如下：

（1）汽车维修保养设备智能化改造及扩产项目

项目	达产后成本金额	达产后成本占比（%）	铺底流动资金使用金额	铺底流动资金使用占比（%）
外购原材料费	6,702.75	70.39%	415.46	70.39%
外购燃料及动力费	88.24	0.93%	5.47	0.93%
工资总额	774.00	8.13%	47.97	8.13%
其他费用	1,957.22	20.55%	121.31	20.55%
合计	**9,522.22**	**100.00%**	**590.22**	**100.00%**

（2）举升设备智能化工厂项目

项目	达产后成本金额	达产后成本占比（%）	铺底流动资金使用金额	铺底流动资金使用占比（%）
外购原材料费	20,100.86	65.43%	1,400.86	65.43%
外购燃料及动力费	491.61	1.60%	34.26	1.60%
工资总额	4,535.00	14.76%	316.05	14.76%
其他费用	5,594.69	18.21%	389.90	18.21%
合计	**30,722.16**	**100.00%**	**2,141.08**	**100.00%**

2、设备及软件购置费 9,489.00 万元的具体使用规划及其必要性、合理性

（1）设备及软件购置费 9,489.00 万元的具体使用规划

举升设备智能化工厂项目的设备及软件购置费为 9,489.00 万元，其中设备购置费为 8,839.00 万元，主要系举升机生产线必备的自动化和智能化生产设备，包括各类举升机的生产线、组装线和配套生产设备等；软件购置费为 650.00 万元，主要系适应智能化工厂的产品工艺设计及数据管理有关软件，包括自动化设备物联与 AI 智能系统、信息化协同 MES 系统等，具体使用规划如下：

① 设备购置费

序号	设备名称	数量（台/套）	金额（万元）
1	智能生产线（立柱）	1	1,675.00
2	智能生产线（滑台）	2	1,100.00
3	智能生产线（托臂）	2	1,000.00
4	喷涂生产线	1	350.00
5	数控割管机	3	180.00
6	线切割机床	8	32.00
7	数控片锯床	2	80.00
8	数控折弯单元	2	300.00

9	数控折弯机	4	400.00
10	冲压机床	3	75.00
11	加工中心	15	730.00
12	摇臂钻床	6	48.00
13	立钻	8	32.00
14	数控铣床	6	60.00
15	数控刨床	4	48.00
16	数控车床	24	480.00
17	瓶嘴焊接专机	4	12.00
18	气体保护焊机	30	30.00
19	激光焊机	6	48.00
20	机器人焊接单元	30	1,340.00
21	油缸组装线	1	60.00
22	油管扣压机	4	12.00
23	钢丝绳加工单元	1	20.00
24	大剪组装线	1	30.00
25	小剪组装线	1	20.00
26	四柱组装线	1	30.00
27	二柱组装线	3	300.00
28	摩举组装线	1	20.00
29	叉车	6	60.00
30	堆高机	6	48.00
31	配套办公设备	98	49.00
32	喷涂线环保处理装置	4	120.00
33	油缸清洗废水收集处理系统	1	50.00
合计		**289**	**8,839.00**

② 软件购置费

序号	软件名称	数量（套）	金额（万元）
1	信息化协同 MES 系统	1	200.00
2	自动化设备物联与 AI 智能系统	1	300.00
3	信息采集与处理系统	1	100.00
4	5G 专网	1	50.00
小计		**4**	**650.00**

（2）设备及软件购置费的投入具有必要性和合理性

设备及软件购置费的投入具有必要性和合理性，分析如下：

①上述项目主要目的为提升产品产能，发行人产品的生产需要较多的大型生产设备组成的生产线

2024 年，公司主要产品举升机、拆胎机和平衡机的产能利用率分别达到

120.82%、104.93%，并通过外购部分型号的举升机来满足下游客户需求。未来，随着全球汽车产业的持续发展，汽车保有量的持续增长将继续推动汽车维保设备需求的增长，公司目前的产能未来无法满足日益增长的市场需求，因此公司需要通过增加产品生产线，购置生产设备及软件来提升生产能力。

②公司需要通过采购先进生产设备及软件提高自动化、智能化水平和产品质量稳定性，加速公司数字化转型

公司部分生产设备使用年限较长，自动化程度低，对公司进一步提升生产效率、产品品质和降低生产成本产生了一定制约。在我国制造业不断向智能化、数字化升级的背景下，为了保持公司的市场地位和竞争优势，公司利用原有场地，配备自动化、智能化生产设备，逐步实施数字化、智能化的生产方式，减少对人工的依赖并降低公司生产和管理成本，同时，通过先进的生产设备和数字化、智能化的生产方式，提高产品质量稳定性和品质，从而进一步提升公司的核心竞争力。

综上，汽车维修保养设备智能化改造及扩产项目和举升设备智能化工厂项目中铺底流动资金系应用于与该项目有关的生产、销售、采购事项中，是项目投产后生产经营所需要的最基本的周转资金；上述项目主要目的为提升产品产能，发行人产品的生产需要较多的大型生产设备组成的生产线，公司需要通过采购先进生产设备及软件提高自动化、智能化水平和产品质量稳定性，加速公司数字化转型，因此设备及软件购置费的投入具有必要性和合理性。

二、研发中心建设项目的协同性。申报材料显示，项目将加快新技术研发和科技成果转换速度，紧跟汽车产业发展和汽车维修保养设备行业需求变化，加快新产品推出速度。请发行人：①结合举升机、拆胎机、平衡机等主要产品目前核心技术的应用场景及方向，可比公司及行业主流技术发展趋势说明技术研发中心升级改造项目对现有技术、业务系统的改进情况及其必要性。②说明设备及软件购置费 3,673.50 万元的具体规划、使用安排及其必要性

（一）结合举升机、拆胎机、平衡机等主要产品目前核心技术的应用场景及方向，可比公司及行业主流技术发展趋势说明技术研发中心升级改造项目对现有技术、业务系统的改进情况及其必要性

1、举升机、拆胎机、平衡机等主要产品目前核心技术的应用场景及方向

发行人主要产品目前核心技术主要旨在提升现有产品的性能和客户使用体验，拓宽现有产品的适用车型和使用场景，目前核心技术的应用场景及方向如下：

序号	核心技术	相关产品	应用场景	方向
1	液压油缸容积同步设计技术	举升机	举升机的平台的同步、平稳升降	依据液压容积同步控制原理，采用主副缸串联的方式，低成本的实现两平台同步、平稳升降
2	多种控制系统设计技术	举升机	举升机工作中的检测报错	采用 PLC 可编程控制器系统和集成电路控制系统控制举升机工作，实现自主检测报错功能，减少故障点，提升工作效率，使得举升机形态切换更加平稳顺畅
3	自动调平、一键排气及下降缓冲技术	举升机	举升机的平稳和缓冲下降	简单快速排出液压系统内部空气，举升机降到接近最低位时产生阻尼效果，达到缓降不产生冲击，自动调节液压油消除环境温度和液压损耗导致平台不同步
4	举升机结构设计技术	举升机	举升机的可靠性与寿命的提高	充分利用本公司结构设计技术沉淀及静力学分析计算、有限元分析相合的手段优化整机结构受力，优化结构受力、降低液压系统压力的同时提高整机的可靠性和寿命
5	全车型举升机技术	举升机	适配各种乘用车型的举升机	举升平台前后端各增加 SUV 装置，该置可上下、左右、前后三维调节，可适配增高器，适应所有轿车、MPV、SUV、新能源车等不同底盘结构等乘用车型的举升机技术，全面解决传统举升机适用车型的局限性
6	新能源电池举升技术	举升机	新能源电池的举升	为解决新能源动力电池拆装作业过程中的工作强度与安全问题，开发系列新能源电池举升机，采用液压剪形升降结构，同时满足拆装工况中平台圆周运动、倾斜运动、侧移运动等功能，极大提升拆装作业工作效率和作业安全
7	二柱类新能源车举升技术	举升机	提升二柱类举升机的适用范围	通过在二柱托臂扩展四组夹轮托盘，分别对车辆的四个车轮进行支撑举升来代替原托盘支撑汽车底盘的方式，释放了原

				托盘支撑点对汽车底盘覆盖的动力电池拆装作业，极大提升二柱类举升机的适用范围
8	高精度信号处理解算算法技术	平衡机	平衡机的不平衡量解算	结合高性能混合信号处理芯片，开发了高精度信号处理解算法，实现高精度的不平衡量解算
9	组合式变速箱技术	拆胎机	拆胎机的变速箱的节能传动	组合式变速箱采用三级齿轮减速，使得变速箱齿轮传动消耗的功率约为 0.1%。实现同样的扭力输出，所用电机的功率只有传统蜗轮蜗杆减速传动的一半，达到了节能的效果
10	全自动拆胎技术	拆胎机	拆胎机的全自动运行	运用智能化的软件控制算法，配合相应的结构设计，可实现全自动无人值守拆胎，降低人员的劳动强度，高效、智能、方便快捷
11	空调制冷剂回收及充注系统技术	冷媒回收加注机	汽车空调检修过程中的抽压	通过控制器及两级压力传感器，应用于汽车空调检修过程中的抽压环节，对抽真空装置进行有效保护，避免真空装置损坏
12	一种真空与防爆一体机构技术	气动抽接油机	降低气动抽接油机的防爆阀触发压力	自主研发抽真空装置与防爆阀集成机构，配合一体透明量杯，加大防爆阀排气孔截面积，防爆触发面积大，压力低，响应速度快，瞬时泄压，彻底解除了量杯承受正压的风险，确保透明量杯的运行安全
13	加油枪阀门控制结构技术	润滑油加注机	控制定量加油枪精准加注	首创采用精密步进电机结构控制定量加油枪精准加注，计量精度高，同时，通过高精度信号处理解算法控制步进电机机构，节省电量消耗
14	预设式充气机控制技术	轮胎充气机、轮胎氮气机	汽车轮胎自动充气、充氮设备精准高效控制压缩气体充注	结合高性能陶瓷压力传感器和高精度信号处理解算法的高精度压力测量系统，用于汽车轮胎自动充气、充氮设备实现精准高效压缩气体充注
15	自发电灯光稀油泵技术	集中供油加注系统	判断出泵的工作状态和记录油泵的工作时长以及区分不同油品	通过活动件带动供电组件对指示灯进行通电或交替通断电，能够直观判断出泵的工作状态，满足工作人员远距离观察泵的工作需求
16	洗车机仿形吹风技术	洗车机	洗车机吹风装置吹干作业	通过控制器以及光电传感器，实现洗车机吹风装置自动按照被洗车辆外形轮廓进行吹干作业，避免吹风装置损伤车辆
17	立刷跟随洗车	洗车机	洗车机工作时	运用电机驱动，使立刷接触车

	技术		的立刷跟随	头时跟随车辆向前移动，对车辆车头进行加强清洗；然后立刷分开退回原点，在立刷清洗到车位闭合时，再次跟随车尾向前移动，加强清洗车尾，保证车头车尾清洗效果

2、可比公司及行业主流技术发展趋势

随着汽车行业的快速发展，汽车维修保养设备也将不断更新、完善和优化，行业主流技术发展趋势为：（1）从依靠人工操作到采用自动化控制技术，使操作更加简单、快速；（2）由机械修理、电路检修的传统方式，向依靠信息数据进行诊断与维修，使诊断维修更加精准；（3）适应新能源汽车等汽车行业的变革，推出配套的维修检测设备。

根据常润股份的招股说明书披露：“公司目前阶段将提高产品安全性能及轻量化作为研发方向，致力于提升产品性能、降低生产成本、提升生产过程的智能化程度”。根据常润股份 2023 年度报告披露：“（1）积极布局新能源汽车维修设备；（2）公司成立专门的轻量化设计项目组，通过改进产品结构设计、引入新材料和新工艺、改进现有材料和生产工艺等方式，在保证产品质量的前提下有效降低生产成本；（3）继续推动生产端智能化改造”。

根据元征科技 2023 年度报告披露：“为顺应汽车产业的结构性变革，本集团于本年度开始打造 SDS、EVS、AAS 三大新增长引擎，三擎协同带动企业进入成长新空间：（1）智能汽车诊断服务（SDS，Smart Diagnosis Service）：面向全球汽车维修业继续推广远程诊断、智能诊断等业务；（2）新能源汽车服务体系（EVS，Electric Vehicle Service）：与全球业务伙伴共同建设 LAUNCH EVS 新能源车销售服务体系，提供技术培训、设备销售、整车销售等；（3）智能汽车服务（AAS，AI Auto Service）：发展 Auto GPT，以 AI 算法赋能汽车诊断，为客户提供智能交互服务，帮助相关人士快速、高效进行汽车维修、保养、交易、知识查询等，引发新一轮行业技术革新。”

3、技术研发中心升级改造项目对现有技术、业务系统的改进情况

汽车维修保养设备的使用需求已从手动向自动化、智能化、节能化不断升级，此外，随着新能源汽车迅速普及，汽车维修保养设备需要根据新能源车特

点进行改进或创新，下游客户存在设备更新升级需求，公司研发中心建设项目拟购置先进的试验及检验设备，能够明显提升公司研发能力。

对于目前的主要产品举升机、拆胎机、平衡机和养护类设备，公司具备一定的研发基础，本次研发中心升级改造项目对以上产品的研发方向如下：（1）基于现有核心技术，提升现有产品的性能和现有适用场景下的客户使用体验，提升生产效率，优化部分生产工序；（2）对目前产品进行升级改造，拓宽现有产品的适用场景和适用车型，例如根据新能源车特点进行改进或创新。

另外，本次研发中心升级改造项目还旨在不断开发新品类产品，丰富公司产品线，如四轮定位仪、全自动电脑洗车机等，通过探索行业前沿技术研发新产品，尤其是汽车洗车机，公司产品具有创新的机械结构设计、智能化与自动化程度高、高效的清洗技术和节能环保特性。

技术研发中心升级改造项目中关于各类产品较为主要的研发课题情况如下：

序号	相关产品	研发课题	课题内容	对现有技术、业务系统的改进情况
1	举升机	大车举升机	①利用数字化、有限元分析以及运动仿真研发手段，对大车举升机结构件进行优化设计，提升可靠性和安全性。②开发一套能实时无线通讯的自动控制多个举升机自动调平升降的控制系统	公司目前举升机产品对车辆重量有一定限制，且对于大型车辆举升后的维修作业并不便利，本研发课题旨在开发一款适用于大型车辆的举升机，拓宽了公司举升机的适用车型
2		道路救援的汽车举升机	①道路救援举升机适应车载，方便快捷从移动车辆中快速存取（配套液压存取机构）；②体积小、可折叠、轻便（采购分体式双举升平台结构、每个平台重量控制在 200KG 左右）；③能适应各种现场地面环境，移动式、无需地脚螺丝固定；④能够适应各种车型举升作业（包括增加各种附件适应长短轴距、高底盘间隙或带脚踏板车型等）；⑤配套直流动力单元可将汽车电瓶作为电源以适应车载项目	公司目前举升机产品的使用主要在 4S 店、修理店等固定场所，本研发课题旨在开发一款可适用于道路救援的车载举升机，拓宽了公司举升机的使用场景
3	拆胎机	高强度拆胎机、多功能拆胎机	①拆装各种形式的轮胎，包括加厚型轮胎、越野山地轮胎和卷边嵌线式轮胎；②一种快速、高效易操作的压	公司目前拆胎机主要用于乘用车，对于越野车轮胎等改装轮胎的拆装有一定困难，本研发课题通过加紧固轮辋中心、采

			胎、拆胎和移除轮胎的方式；③具有支撑结构，轮辋旋转结构，锁紧结构；④配备有拆胎钩、压胎轮；⑤整机的关键部件采用高强度结构钢，确保使用过程中的稳定性	用升降平台等方式，使得公司拆胎机适用于改装的轮胎市场上的新款轮胎的拆装
4	平衡机	轮胎健康检测全自动平衡机	利用激光传感器整体扫描测量轮胎数据，对轮辋的圆度，同轴度，轮胎的吃胎偏磨程度都能有效测量并打印报告	公司目前平衡机只能检测轮胎的动不平衡量和位置，本研发课题旨在开发轮胎健康检测功能，增加人工智能，减少手动操作，提升用户体验。
5	养护类设备	智能全自动往复式变速箱油等量换油机	在汽车处于怠速运转状态下进行动态清洗和换油，使用一条油管与汽车变速箱连接，在不拆卸变速箱原有散热油管或散热器情况下，使用往复式稀释置换变速箱油，动态下通过油液的流动以及油压的冲击将自动变速箱内的金属油泥和杂质带出，延长变速箱的维护周期和寿命	公司目前的自动变速箱换油机接头匹配难度较大，需拆卸变速箱原有散热油管，本研发课题往复式稀释置换变速箱油，降低变速箱内部磨损，提升了变速箱油等量换油机的性能，以及大大节省适配接头数量，只需要十多个接头替代原有的上百种接头，大幅降低用户的购机成本；同时缩减了拆装管路/接头的工时，避免了因不当拆装造成的变速箱损坏，同时降低了对操作员的技术门槛
6		高效真空废机油抽接油机	通过对真空发生器二次开发与使用新的精密加工工艺，降低真空发生器耗气量，提升负压度，从而提升抽油速度降低能耗，随着真空负压提高，使得吸力得到较大提升，更加充分的将废油和金属油泥抽出来	公司目前的抽接油机产品通过压缩空气产生负压，抽油作业效率低能耗大，本研发课题旨在降低抽油作业中的能耗，提高工作效能
7		高效冷媒回收加注机	通过机器对汽车空调制冷剂进行回收，净化，存储，再利用的方式，杜绝制冷剂排放对环境的污染，且回收后经过净化处理的制冷剂可做二次利用，做到零排放、零污染、零损失，具有安全超高压防护功能、动态检漏功能、智能纠错功能，可以帮助维修人员对汽车空调系统进行快速而准确的检修	公司目前的冷媒回收加注机对于空调制冷剂的回收和再利用依然存在一定排放和损失，本研发课题旨在提升冷媒回收加注机的新能，做到零排放、零污染、零损失
8	洗车机	非接触式洗车机	①可以清洗各种车辆；②一种快速无接触的高压冲洗的洗车方式；③具有车辆传感点位，超声波测距等结构；④配备旋转定位装置、同步	公司目前洗车机产品以接触式洗车机为主，本研发课题通过研发非接触式洗车机，拓宽公司洗车机的适用车型，满足客户的进一步需求

			带传动装置、超高压喷水装置	
9		龙门无接触式仿形高端洗车机	①利用数字化设计手段设计一款经济性框架结构；②全新设计顶吹风与顶高压冲洗合为一体的结构即二者的运行动作保持一致；③开发可360 度翻转的结构	公司目前洗车机产品仿形功能不足且占地面积较大，本研发课题通过开发一款结构紧凑、仿形功能较强的洗车机，提升了公司洗车机的性能并拓宽了使用场景
10		双平板链隧道式洗车机	①利用数字化、有限元分析、运动仿真等设计手段的优化主框架及运动机构；②开发全新的双平板链式输送机构；③开发气动式翻转机构，用于实现仿形高压冲洗与风干系统	公司目前洗车机产品较为依赖人工操作，本研发课题通过开发全新的双平板链式输送机构，提高了公司洗车机的自动化智能化程度

4、技术研发中心升级改造项目具有必要性

（1）提升公司研发及创新能力

公司持续高度重视产品研发，紧跟汽车产业发展和行业需求变化，持续投入资金进行技术研究和开发。但是，随着研究领域的不断扩大以及研发人员和项目不断增加，公司现有的研发设施设备条件、实验环境难以满足公司日益增长的新技术研发需求。为此，公司本次募投项目拟通过研发中心建设，购入先进的研发试验设备，有利于吸引专业技术人才的加入并提升研发效率，从而加快新技术研发和科技成果转换速度，提升公司的研发创新能力，加快新产品推出速度，从而进一步提升公司的核心竞争力和盈利能力。

（2）符合企业发展战略部署，能够为生产提供技术支持

公司一直推行技术引领发展的企业战略，新建研发中心项目，配备国内外先进的研发装备，引起一流的研发队伍，在提升企业的研发技术水平的同时，实施有计划、阶段性地发展智能制造的战略部署。项目的建设同时也为举升机、拆胎机、平衡机、洗车机及其他汽车养护设备等设备生产提供了技术支持。

（3）打造研发型企业，有利于公司的持续稳步发展

技术研发是企业持续稳步发展的基础，技术研发影响着企业的核心竞争力、核心技术力量的形成和提升需要大量的高级专业人才。研发中心的建设可以创造良好的人才流入环境，吸引大批技术人才和管理人才。同时研发中心通过对现有员工的培训，使企业的技术力量得到加强，使员工的个人价值得到体现，

从而更好地留住人才。研发中心的建设将使公司的销售、生产与科研紧密结合起来，增强公司的技术力量，加快消化吸收国际国内各种新技术，加快自主研发的进程，为公司提供充足的新产品新技术储备，并不断完善公司下游产品链，促进公司持续稳定的发展。

综上，发行人技术研发中心升级改造项目基于目前举升机、拆胎机、平衡机等主要产品目前核心技术的应用场景及方向，符合可比公司及行业主流技术发展趋势，本次研发中心升级改造项目对现有技术、业务系统的改进情况如下：（1）基于现有核心技术，提升现有产品的性能和现有适用场景下的客户使用体验，提升生产效率，优化部分生产工序；（2）对目前产品进行升级改造，拓宽现有产品的适用场景和适用车型，例如根据新能源车特点进行改进或创新。（3）不断开发新品类产品，丰富公司产品线。技术研发中心升级改造项目能够提升公司研发及创新能力，符合企业发展战略部署，能够为生产提供技术支持，打造研发型企业，有利于公司的持续稳步发展，具有必要性。

（二）说明设备及软件购置费 3,673.50 万元的具体规划、使用安排及其必要性

1、设备及软件购置费 3,673.50 万元的具体规划、使用安排

研发中心建设项目的设备及软件购置费的投资额为 3,673.50 万元，拟购置研发设备及软件共计 244 台（套），其中研发设备 175 台（套）设备，购置费用为 3,129.50 万元，软件系统 69 台（套），购置费用为 544.00 万元。为提高发行人技术创新水平，增强发行人研发能力和研发手段，本项目主要设备及软件的配置与研发的产品、技术工艺及研发规模相适应，以专用设备为主，通用设备通过市场择优选购。具体使用安排如下：

（1）设备购置费

序号	设备名称	数量（台/套）	金额（万元）
一、研发检测设备			
1	便携式超声波探伤仪	1	3.00
2	波特测试仪	1	7.00
3	布氏硬度计	1	2.00
4	齿形检测仪	1	100.00

5	冲击试验机	1	20.00
6	氮氢检漏仪	1	15.00
7	等离子体发射光谱分析仪	1	37.00
8	电子显微镜	1	200.00
9	高精度气体压力检测设备	1	10.00
10	罐体气密性检漏试机设备	1	15.00
11	金属成份直读光谱议	1	20.00
12	金相显微镜及配套软件	1	40.00
13	抗老化实验设备	2	72.00
14	力与力矩的测试装置	1	23.00
15	逻辑分析仪	1	1.50
16	洛氏硬度计	1	2.00
17	密封性能测试装置	1	15.00
18	摩擦磨损测试仪	1	20.00
19	耐温测试设备	1	70.00
20	汽车空调系统更换制冷剂实验检测设备	1	3.00
21	容积式流量计精度检测试验设备	1	10.00
22	蠕变试验机	1	20.00
23	三次元影像测量仪	1	50.00
24	三轴疲劳测试仪	1	10.00
25	三坐标	1	45.00
26	失真分析仪	1	5.00
27	示波器	1	5.00
28	微机控制万能拉力实验机	1	15.00
29	维氏硬度计	1	2.00
30	形状检测仪	1	22.00
31	养护设备检验仪器	1	20.00
32	圆度仪	1	18.00
33	自动金相制备仪	1	2.00
34	震动测试台	1	100.00
35	智能控制柜	2	6.00
36	试验专用量具检具	20	80.00
37	其他检测设备	30	90.00
38	电机性能测试台	1	30.00

39	动力单元测试台	1	35.00
40	液压阀组参数检测设备	1	60.00
41	液压油缸测试台	1	60.00
小计		**91**	**1,360.50**
二、研发试制设备			
1	螺杆试空压机组	1	15.00
2	压缩空气管路	1	10.00
3	专用气体管路	1	10.00
4	自动装配线	2	400.00
5	AGV 专用定位运送车	4	60.00
6	激光切割单元	1	250.00
7	慢走丝	1	60.00
8	数控弯管机	1	8.00
9	数控折弯单元	1	100.00
10	数控型材切割单元	1	80.00
11	数控车床	1	60.00
12	数显铣床	1	5.00
13	四轴加工中心	1	100.00
14	真空热处理加热炉	1	10.00
15	焊接机器人	4	80.00
16	激光焊机	2	16.00
17	瓶嘴焊接专机	2	60.00
18	气体保护焊机	4	8.00
19	筒体接头焊接专机	2	12.00
20	防爆超声波清洗机	1	5.00
小计		**33**	**1,349.00**
三、研发办公设备			
1	UPS 电源	5	15.00
2	服务器	1	10.00
3	高性能电脑主机	2	5.00
4	UV 打印机	1	10.00
5	笔记本	40	60.00
6	三 D 打印机	1	200.00
7	三 D 扫描仪	1	120.00

小计	**51**	**420.00**
合计	**175**	**3,129.50**

（2）软件购置费

序号	软件名称	数量（台/套）	金额（万元）
1	SOLIDWORKS	18	180.00
2	AutoCAD	21	105.00
3	pro-e	11	110.00
4	研发协同软件	3	15.00
5	Adobe illustrator	6	60.00
3	Key shot	1	2.00
3	CATIA	7	70.00
5	CorelDRAW	1	1.00
6	CAXA	1	1.00
合计		**69**	**544.00**

2、设备及软件购置费的投入具有必要性

设备及软件购置费的投入对于研发中心建设项目具有必要性，分析如下：

（1）发行人研发中心拟开展的研发项目需要先进研发设备及软件的支撑

为了适应汽车产业的高速发展和新技术的层出不穷，汽车维修保养设备需要不断进行技术创新。一方面，在工业自动化、智能化发展以及各领域新技术快速发展的背景下，汽车维修保养设备的使用需求已从手动向自动化、智能化不断升级，对设备的性能、多功能性要求也越来越高；另一方面，汽车产业快速发展变化，新能源汽车迅速普及，汽车维修保养设备需要根据新能源车特点进行改进或创新。因此，本项目拟开展的研发项目围绕以上两方面的技术发展，对研发设备及软件的需求较高，除了对已有研发设备的增加采购，新增较多研发设备为满足自动化、智能化或者新能源汽车的研发需求。

（2）为了保持发行人在行业的竞争力，需要持续的研发投入

随着汽车技术含量的增加，汽车维修由机械修理为主稍带一些简单电路检修的传统方式，逐步转向依靠电子设备和信息数据进行诊断与维修。许多汽车维修设备生产厂商推出最新的专业检测设备和仪器，为汽车维修行业注入了高

科技成分。为顺应汽车维保设备行业的发展，保持在行业中的竞争优势，发行人必须不断提高技术储备，深度开发客户需求，结合自身技术实力进行产品创新，丰富产品结构。为进一步提升公司研发实力，持续的研发投入，购置新型的研发设备改善公司的研发基础条件是必然的实施路径。

综上，发行人研发中心拟开展的研发项目需要先进研发设备及软件的支撑，为了保持发行人在行业的竞争力，需要持续的研发投入，研发中心建设项目中设备及软件购置费的投入对于研发中心建设项目具有必要性。

三、请保荐机构核查上述事项并发表明确意见

（一）核查程序

针对上述事项，中介机构执行了以下核查程序：

1、访谈发行人管理层，了解行业未来发展趋势及竞争格局、市场需求及客户需求波动情况、发行人目前产品的市场份额和未来的发展战略、募投项目建设内容及各项支出的依据、募投项目的必要性及可行性等；

2、获取募投项目的可行性研究报告和投资测算底稿，核查项目投资概况、投资明细、预计建设周期等情况；

3、查阅行业研究报告、可比公司年报等公开资料，了解行业市场容量、技术发展趋势、下游市场需求变动等情况；

4、访谈发行人核心技术人员，了解发行人主要产品目前核心技术的应用场景及方向，技术研发中心升级改造项目对现有技术、业务系统的改进情况及其必要性。

（二）核查结论

经核查，保荐机构认为：

1、汽车维修保养设备的市场需求及容量充足，未来具有市场空间；公司在国内和全球的行业竞争中具有一定的竞争优势，同时公司主要产品目前在全球市场占有率较低，公司未来具有发展空间；公司产品目前在手订单充足；公司在业务发展中持续开发新客户；公司不断拓宽产品线，利用遍布全球的网络优

势，未来将持续推动销售规模提升；公司目前主要产品的产能不足。因此，本次募投新增产能具有必要性，公司具有产能消化能力，不存在过度扩产的情况。

2、汽车维修保养设备智能化改造及扩产项目和举升设备智能化工厂项目中铺底流动资金系应用于与该项目有关的生产、销售、采购事项中，是项目投产后生产经营所需要的最基本的周转资金；上述项目主要目的为提升产品产能，发行人产品的生产需要较多的大型生产设备组成的生产线，公司需要通过采购先进生产设备及软件提高自动化、智能化水平和产品质量稳定性，加速公司数字化转型，因此设备及软件购置费的投入具有必要性和合理性。

3、发行人技术研发中心升级改造项目基于目前举升机、拆胎机、平衡机等主要产品目前核心技术的应用场景及方向，符合可比公司及行业主流技术发展趋势，本次研发中心升级改造项目对现有技术、业务系统的改进情况如下：（1）基于现有核心技术，提升现有产品的性能和现有适用场景下的客户使用体验，提升生产效率，优化部分生产工序；（2）对目前产品进行升级改造，拓宽现有产品的适用场景和适用车型，例如根据新能源车特点进行改进或创新。（3）不断开发新品类产品，丰富公司产品线。技术研发中心升级改造项目能够提升公司研发及创新能力，符合企业发展战略部署，能够为生产提供技术支持，打造研发型企业，有利于公司的持续稳步发展，具有必要性。

4、发行人研发中心拟开展的研发项目需要先进研发设备及软件的支撑，为了保持发行人在行业的竞争力，需要持续的研发投入，研发中心建设项目中设备及软件购置费的投入对于研发中心建设项目具有必要性。

问题 13. 其他信息披露问题

（1）股权代持的整改情况。申报材料及公开信息显示，巴兰仕历史上曾存在多次股权代持，涉及发行人及员工持股平台，并曾因股权代持被采取口头警示的自律监管措施。请发行人说明：股权代持是否彻底清理，清理过程是否符合法律法规的规定，是否为双方真实意思表示，是否存在纠纷或潜在纠纷，发行人目前是否仍存在股份代持。

（2）前次 IPO 撤回的具体情况。申报文件显示，发行人曾于 2017 年申请 IPO 获证监会受理，2018 年 4 月撤回上市申请。请发行人说明：前次申报 IPO

的简要情况，撤回材料的主要原因及问题的解决情况；本次申报的保荐机构、其他证券服务机构及其签字人员较前次申报 IPO 时是否发生变更，如是，请说明原因。

请保荐机构、发行人律师核查上述事项并发表明确意见。

【回复】

一、股权代持的整改情况。申报材料及公开信息显示，巴兰仕历史上曾存在多次股权代持，涉及发行人及员工持股平台，并曾因股权代持被采取口头警示的自律监管措施。请发行人说明：股权代持是否彻底清理，清理过程是否符合法律法规的规定，是否为双方真实意思表示，是否存在纠纷或潜在纠纷，发行人目前是否仍存在股份代持

发行人直接及间接层面的股权代持均已彻底清理，清理过程如下：

（一）发行人层面股权代持的清理过程

代持人	被代持人	代持形成时间	代持解除时间	清理过程
陈天	鲁晓军、施武军	2005 年 1 月	2013 年 6 月	签署股权转让协议，代持股份还原给被代持人
蔡喜林	徐爱初	2013 年 8 月	2017 年 1 月	被代持人使用代持人安排的资金通过股转交易系统获得对应股份，双方解除代持关系
彭盛、李成红	李晓鸿	2017 年 1 月	2022 年 4 月	签署股权转让协议，代持股份还原给被代持人
陈峰	张绍誉	2017 年 1 月	2022 年 4 月	陈峰与张诗曼（张绍誉之女）、张绍誉签署股份转让协议，代持股份根据被代持人的要求转让给被代持人的亲属
文元	甘文鹃等人	2021 年 11 月	2024 年 5 月	各方签署代持及代持解除确认书，代持人退还代持股款，代持关系解除

（二）员工持股平台层面股权代持的清理过程

代持人	被代持人	代持形成时间	代持解除时间	清理过程
汪飘	杨在波、常浩富等人	2014 年 7 月	2017 年 8 月	签署转让协议，代持股份还原给被代持人
蔡喜林	陆瑞萍	2014 年 12 月 2017 年 2 月	2018 年 3 月	被代持人收到代持人退还的代持股款后，购买新员工持股平台的份额，代持关系解除
孙丽娜	王晓俊、刘生龙	2015 年 5 月	2017 年 8 月	在新设立的员工平台中还原给被代持人

代持人	被代持人	代持形成时间	代持解除时间	清理过程
李刚	居伟刚	2021 年 4 月	2024 年 6 月	各方签署代持及代持解除确认书，代持人退还代持股款，代持关系解除
李绍明	徐燕燕	2017 年 8 月 2021 年 4 月	2024 年 6 月	签署转让协议，代持股份还原给被代持人
王国平	柳焱金	2014 年 7 月	2024 年 6 月	签署转让协议，代持股份还原给被代持人
徐爱初	蔡喜林	2014 年 7 月	2017 年 8 月	签署转让协议，代持股份转让给被代持人指定的员工

如上表所示，发行人历史沿革中曾存在的股权代持均已清理。发行人的股权代持主要通过代持股份还原给被代持人或者代持方退还被代持人相关股权款的方式解除，清理过程符合法律法规的规定。在代持事项清理过程中，代持人和被代持人皆签署了相关确认文件，代持关系的解除系代持双方的真实意思表示，不存在纠纷或潜在纠纷。

截至本回复出具之日，发行人的股份权属清晰，不存在股份代持情形。

综上所述，发行人历史沿革中曾存在的股权代持均已清理；清理过程符合法律法规的规定；代持关系的解除系代持双方的真实意思表示，不存在纠纷或潜在纠纷；发行人目前不存在股份代持情形。

二、前次 IPO 撤回的具体情况。申报文件显示，发行人曾于 2017 年申请 IPO 获证监会受理，2018 年 4 月撤回上市申请。请发行人说明：前次申报 IPO 的简要情况，撤回材料的主要原因及问题的解决情况；本次申报的保荐机构、其他证券服务机构及其签字人员较前次申报 IPO 时是否发生变更，如是，请说明原因

（一）前次申报 IPO 的简要情况，撤回材料的主要原因及问题的解决情况

1、申报 IPO 的简要过程

发行人于 2017 年 9 月 22 日向中国证券监督管理委员会提交了首次公开发行股票并上市的申请，申报板块为上海证券交易所主板。发行人于 2017 年 10 月 9 日取得中国证券监督管理委员会第 171964 号《中国证监会行政许可申请受理通知书》。2018 年 4 月 13 日，发行人召开第二届董事会第十六次会议，审议通过《关于公司终止首次公开发行股票并上市的申请并撤回申请文件的议案》，此后发行人向中国证券监督管理委员申请撤回上市申报文件。2018 年 5

月 2 日，发行人收到中国证监会向公司出具的编号为【2018】231 号的《中国证监会行政许可申请终止审查通知书》。

2、撤回材料的主要原因及问题的解决情况

发行人前次撤回 IPO 申报的主要原因系当时其利润规模较小，经慎重考虑，调整公司发展和上市战略。发行人前次 IPO 申报板块为上海证券交易所主板，但其当时利润规模较小，申报前一年（2016 年度）公司扣除非经常性损益归属母公司净利润为 4,342.19 万元。经审慎考虑，发行人根据自身情况决定调整其发展和上市战略，撤回了上市申请。

发行人本次申请向不特定合格投资者公开发行股票并在北交所上市。发行人报告期内利润规模得到提升，符合《股票上市规则》等规定的发行上市标准。

（二）本次申报的保荐机构、其他证券服务机构及其签字人员较前次申报 IPO 时是否发生变更，如是，请说明原因

发行人本次申报更换保荐机构、其他证券服务机构及其签字人员的主要原因系上市战略调整、综合考虑中介机构业务经验等，具有合理性。本次申请公开发行并在北交所上市的保荐机构、其他证券服务机构及其签字人员较前次申报 IPO 时发生变更的情况及变更原因如下：

中介机构	本次申报的 中介机构及签字人员	前次申报的 中介机构及签字人员	变更原因
保荐机构	国金证券股份有限公司 保荐代表人：王飞、储彦炯	中德证券有限责任公司 保荐代表人：刘晓宁、郝国栋	由于发行人的上市战略调整，综合考虑中介机构的业务经验等原因
律师事务所	上海市锦天城律师事务所 签字律师：张东晓、包智渊、胡嘉敏	北京金诚同达律师事务所 签字律师：李红、张艳伟	
审计机构	天健会计师事务所（特殊普通合伙） 签字注册会计师：费方华、彭香莲	立信会计师事务所（特殊普通合伙） 签字注册会计师：朱海平、王群艳	

综上所述，发行人前次撤回上海证券交易所主板 IPO 申报的主要原因系当时利润规模较小，经慎重考虑，调整公司发展和上市战略；发行人报告期内利润规模得到提升，本次申请向不特定合格投资者公开发行股票并在北交所上市符合《股票上市规则》规定的条件；发行人本次申报更换保荐机构、其他证券服务机构及其签字人员的主要原因系上市战略调整、综合考虑中介机构业务经

验等，具有合理性。

三、请保荐机构、发行人律师核查上述事项并发表明确意见

（一）核查程序

针对上述事项，中介机构执行了以下核查程序：

1、取得并查阅代持双方签署的协议、确认文件、访谈笔录；取得并查阅股权代持清理相关的银行流水；查阅发行人《全体证券持有人名册》、持股平台上海晶佳的公司章程及工商档案；查阅发行人股东访谈笔录、股东调查表及确认函；就是否存在股权相关纠纷进行网络检索；

2、取得并查阅了发行人前次申报上海证券交易所主板首发上市及撤回相关申请的相关公告；查阅前次申报时发行人的财务报表及相关审计报告；查阅本次申报报告期内的财务报表及相关审计报告；访谈发行人管理层，了解前次撤回材料及更换上市相关中介机构和人员的原因。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、发行人历史沿革中曾存在的股权代持均已清理，清理过程符合法律法规的规定。代持关系的解除系代持双方的真实意思表示，不存在纠纷或潜在纠纷。发行人目前不存在股份代持情形。

2、发行人前次撤回上海证券交易所主板 IPO 申报的主要原因系当时利润规模较小，经审慎考虑，调整公司发展和上市战略；发行人报告期内利润规模得到提升，本次申请向不特定合格投资者公开发行股票并在北交所上市符合《股票上市规则》规定的条件；发行人本次申报更换保荐机构、其他证券服务机构及其签字人员具有合理性。

（本页无正文，为《关于上海巴兰仕汽车检测设备股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的审核问询函之回复》之签章页）

法定代表人：

蔡喜林

上海巴兰仕汽车检测设备股份有限公司

2025年3月31日

（本页无正文，为《关于上海巴兰仕汽车检测设备股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的审核问询函之回复》之签章页）

保荐代表人：

王飞

储彦炯

国金证券股份有限公司

2025 年 3 月 3 日

国金证券股份有限公司董事长声明

本人已认真阅读上海巴兰仕汽车检测设备股份有限公司本次审核问询函回复报告的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，审核问询函回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

董事长

冉云

国金证券股份有限公司

2025年3月3日