



浙江志高机械股份有限公司

Zhejiang Zhigao Machinery Co., Ltd.

**关于浙江志高机械股份有限公司
公开发行股票并在北交所上市
申请文件的第三轮审核问询函的回复**

保荐机构（主承销商）



（上海市黄浦区中山南路 119 号东方证券大厦）

二〇二五年五月

北京证券交易所：

根据贵所 2025 年 4 月 21 日出具的《关于浙江志高机械股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的第三轮审核问询函》（以下简称“问询函”）的要求，浙江志高机械股份有限公司（以下简称“志高机械”或“公司”）、东方证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”或“东方证券”）、国浩律师（杭州）事务所（以下简称“国浩律师”或“发行人律师”）、天健会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“天健会计师”或“申报会计师”）本着勤勉尽责、诚实守信的原则，就贵所所提问题逐条进行了认真调查、核查及讨论，并完成了《关于浙江志高机械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的回复》（以下简称“本问询函回复”），请予审核。

如无特别说明，本问询函回复中的简称与《浙江志高机械股份有限公司招股说明书（申报稿）》（以下简称“招股说明书”）中的释义相同。

本问询函回复的字体：

问询函所列问题	黑体（加粗）
对问询函所列问题的回复	宋体（不加粗）
对招股说明书内容的引用	楷体（不加粗）
对招股说明书的修改、补充	楷体（加粗）

在本问询函回复中，若合计数与各分项数值相加之和在尾数上存在差异，均为四舍五入所致。

目 录

目 录	3
问题 1.关于销售收入真实性	4
问题 2.关于业绩稳定性	21
问题 3.关于募投项目预期收益	60

问题 1.关于销售收入真实性

根据申请文件及问询回复,(1)发行人各期营业收入分别为 78,554.91 万元、80,779.82 万元、88,069.91 万元。(2) 经销模式收入占主营业务收入的比例分别为 79.23%、79.62%、79.94%,各期经销收入金额分别为 62,235.35 万元、64,317.95 万元、70,402.79 万元。(3) 根据保荐工作底稿,部分经销商在提供进销存数据时,列表说明了其下游自然人客户中部分为终端客户,还有部分为分销商。发行人说明分销商指非终端客户,该类客户从公司经销商处采购钻机、螺杆机后非自用,继续对外销售。

请发行人:(1)说明报告期内发行人经销商客户对分销商的销售情况,发行人对分销商的认定与同行业可比公司是否一致,招股说明书中对分销商的披露是否充分,问询回复中披露“发行人不涉及分层级经销商客户或分销商客户的情形”是否准确。(2)说明发行人与分销商是否签订经销/分销协议,发行人对分销商的管理机制与经销商是否一致,发行人客户结构中存在分销商客户的原因及合理性,分销商客户对发行人产品的终端销售情况,是否存在囤货的情况。(3)说明发行人向自然人或个体工商户销售的主要产品类型、销售单价、销售数量、销售收入占比等情况,说明向自然人或个体工商户销售的合理性,是否符合行业惯例。

请保荐机构、申报会计师对上述事项进行核查,(1)说明核查范围、核查程序、核查结论,并发表明确意见。(2)请按照中介机构实际执行走访程序的终端客户采购金额加总为分子的计算方式,计算中介机构对终端客户穿透走访的比例,更新首轮、第二轮问询回复中涉及走访、穿透核查情况的统计表。(3)说明最近一次财务报表加期期间对主要客户是否实施了函证、走访程序,以及相关核查的具体情况。

一、说明报告期内发行人经销商客户对分销商的销售情况,发行人对分销商的认定与同行业可比公司是否一致,招股说明书中对分销商的披露是否充分,问询回复中披露“发行人不涉及分层级经销商客户或分销商客户的情形”是否准确

(一)说明报告期内发行人经销商客户对分销商的销售情况,发行人对分

销商的认定与同行业可比公司是否一致

1、说明报告期内发行人经销商客户对分销商的销售情况

根据报告期内发行人合计 129 家经销商提供的进销存数据，发行人部分经销商的下游客户中存在分销商，不同客户类型的金额占比情况如下：

经销商下游客户类型	2024 年	2023 年	2022 年
终端用户占比	82.72%	83.17%	79.68%
分销商占比	17.28%	16.83%	20.32%
取得进销存之经销商收入（万元）	61,170.79	56,662.17	54,017.06
取得进销存之经销商收入占公司经销收入比例	86.89%	88.10%	86.79%

2、发行人对分销商的认定与同行业可比公司是否一致

发行人同行业可比公司中鑫磊股份、东亚机械披露了经销模式下分销商的界定标准以及客户定义，具体情况如下：

序号	上市公司名称	股票代码	经销模式下分销商定义	该上市公司对于客户的定义
1	鑫磊股份	301317.SZ	分销商指非终端客户，该类客户从公司经销商或者 ODM 客户处采购螺杆机后非自用，继续对外销售。	公司产品销售分为 OBM 销售和 ODM 销售，其中 OBM 下的客户包括经销商客户、直销客户、合同能源管理客户，公司不与分销商进行直接交易。
2	东亚机械	301028.SZ	分销商从经销商处采购空压机及相关产品并向终端用户销售；终端用户是从经销商处购买并直接使用公司产品的最终用户。	公司采取“经销为主、直销为辅”的销售模式，客户包括经销商客户、直销客户，公司不与分销商进行直接交易。
3	志高机械	-	分销商指非终端客户，该类客户从公司经销商处采购钻机、螺杆机后非自用，继续对外销售。	公司目前采取“经销为主、直销为辅”的销售模式，客户包括经销商客户、直销客户，公司不与分销商进行直接交易。

由上可知，发行人经销模式下对于分销商的定义与同行业可比公司界定保持一致、不存在差异。

（二）招股说明书中对分销商的披露是否充分，问询回复中披露“发行人不涉及分层级经销商客户或分销商客户的情形”是否准确

1、招股说明书中对分销商的披露是否充分

发行人在招股说明书“第五节”之“一”之“(四)”章节进一步补充了销售模式具体情况，内容如下：

“4、销售模式

公司产品的销售以经销模式为主、直销模式为辅。公司对经销商采取买断式销售，经销商自行开拓下游客户、发货及收款，经销商下游客户按采购公司产品后是否用于对外销售区分为终端客户和分销商，其中分销商指从公司经销商处采购钻机、螺杆机产品后非自用，继续对外销售，公司不与分销商进行直接交易。报告期内获得进销存数据的经销商贡献收入合计占经销收入的比例分别为 86.79%、88.10%、86.89%，占比很高，该部分经销商的下游客户中分销商金额占比分别为 20.32%、16.83%、17.28%，占比较低且呈下降趋势。

公司直销模式主要针对大型建设企业、矿山企业等战略示范客户，客户数量相对较少。

公司对经销商的销售能力、服务能力、资金实力等进行综合考察筛选并与合格经销商签订经销协议。公司已建立一支销售能力强、品牌忠诚度高、服务水平专业的经销商队伍，销售范围覆盖全国主要区域及部分“一带一路”沿线国家。”

2、问询回复中披露“发行人不涉及分层级经销商客户或分销商客户的情形”准确

发行人与经销商均直接签订了经销协议并明确经销区域，不存在经销区域重叠或分层级经销体系。“分销商”属于经销商自主开拓的下游客户，其向经销商采购产品后继续对外销售，其并非发行人的直接客户、并不向发行人进行采购，并未与发行人签署经销/分销合作协议；其由经销商自主开拓、发货、收款，发行人并不参与或管理经销商拓展下游客户的过程，不对经销商之下游客户（含分销商）进行管理。

由上可知，发行人不涉及分层级经销商客户；发行人经销商的下游客户中包括少量分销商，该部分分销商并非发行人直接客户，发行人也不与其签订经销/分销合作协议或对其进行管理；部分同行业可比公司的经销商下游客户存在分销

商，在其公开披露文件中关于分销商的界定以及客户定义与发行人情况保持一致；发行人问询回复中披露“发行人不涉及分层级经销商客户或分销商客户的情形”具有准确性。

二、说明发行人与分销商是否签订经销/分销协议，发行人对分销商的管理机制与经销商是否一致，发行人客户结构中存在分销商客户的原因及合理性，分销商客户对发行人产品的终端销售情况，是否存在囤货的情况

（一）发行人与分销商并未签订经销/分销协议，发行人对分销商无管理机制或措施

报告期内，发行人对经销商均为买断式销售，公司与经销商均直接签署经销协议并进行交易，经销商自主开拓下游客户、发货及收款，除销售区域外发行人未对经销商的客户拓展等予以干涉或有限制性规定。

经销商自主开拓的下游客户中按采购产品是否用于对外销售区分为终端客户和少量分销商，无论是终端客户还是分销商均自行与经销商直接合作，与发行人不存在任何经销/分销合作协议，发行人亦对经销商自主拓展的其下游客户（含分销商）无管理机制或措施。

（二）发行人客户结构中存在分销商客户的原因及合理性

发行人经销商的下游客户中存在一定的分销商，主要原因如下：（1）发行人与经销商仅建立正常的购销关系，经销商自主开拓下游客户、发货及收款；与此同时，为减少管理成本、优化经销商结构，公司一般在市场需求较为旺盛的区域选择一家规模较大的经销商；上述情况下，经销商为进一步拓展下游客户和市场销售，拓展了一部分具有一定客户资源和销售能力的分销商。（2）根据经销商提供的进销存明细，经销商对分销商销售产品中螺杆机收入占比分别为 84.59%、82.72%、83.08%，即分销商以销售螺杆机为主；分销商通常在收到订单后采购、时效性要求较高且加之螺杆机单价较低、单次采购量较少，其综合考虑运输成本、时间成本后一般向当地经销商而非向发行人采购。

发行人同行业可比公司鑫磊股份、东亚机械在公开资料中披露了存在分销商及分销商收入金额占核查经销商之收入比例情况，具体情况如下：

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
鑫磊股份	20.62%	21.32%	25.20%
公司名称	2019 年度	2018 年度	2017 年度
东亚机械	25.65%	26.23%	24.53%
公司名称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
志高机械	17.28%	16.83%	20.32%

由上可知，报告期内发行人部分同行业可比公司在经销模式下也存在分销商的情形，发行人经销商下游客户存在分销商符合行业惯例、具有商业合理性。发行人经销商下游客户之分销商收入占比显著低于同行业可比公司，不存在占比显著较高的情形。

（三）分销商客户对发行人产品的终端销售情况，是否存在囤货的情况

经销商客户自主拓展的下游分销商与发行人并未直接发生业务合作关系，与发行人不存在任何经销/分销合作协议，发行人对其也无管理机制或措施，同时基于商业客户保密等因素其对发行人中介机构走访/穿透核查的配合意愿很低。

中介机构对部分经销商客户之下游分销商进行了走访，具体走访比例核查情况请见本题之“四”之“（一）、5”。走访核查过程中，中介机构核查了解分销商的库存情况、向经销商采购及销售实现情况。经核查了解，上述走访分销商的期末库存情况如下：

单位：台、万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
采购金额	5,000.14	5,293.30	5,463.98
期末库存金额	46.40	25.40	36.50
库存比例（库存金额/采购金额）	0.93%	0.48%	0.67%
采购数量	1,422	1,999	3,138
期末库存数量	27	16	28
库存比例（库存量/采购量）	1.90%	0.80%	0.89%

由上可知，报告期各期走访分销商期末库存金额分别为 36.50 万元、25.40 万元、46.40 万元，金额很小、销售实现情况良好、期末库存比例很低，不存在

为发行人或发行人之经销商囤货的情形。

三、说明发行人向自然人或个体工商户销售的主要产品类型、销售单价、销售数量、销售收入占比等情况，说明向自然人或个体工商户销售的合理性，是否符合行业惯例

（一）说明发行人向自然人或个体工商户销售的主要产品类型、销售单价、销售数量、销售收入占比等情况

中介机构对发行人报告期内主要经销商客户通过实地走访、问卷调查及对经销商下游终端客户走访等方式对经销商穿透后客户的具体情况进行核查，上述核查程序的具体比例参见二轮问询函回复“问题 2”之“五”之“（三）”，核查比例较高。报告期内，发行人经销模式下核查经销商穿透后客户不同情形的收入占比情况如下：

单位：万元

穿透客户类型	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
法人主体	55,918.76	95.73%	52,210.00	94.11%	47,993.19	92.00%
自然人、个体工商户等主体	2,495.20	4.27%	3,268.47	5.89%	4,173.11	8.00%
合计	58,413.96	100.00%	55,478.47	100.00%	52,166.30	100.00%

由上可知，贡献收入金额角度而言发行人经销商穿透后客户主要为法人主体，非法人客户贡献收入金额及占比很低、呈不断下降趋势。报告期内，发行人经销商向非法人主体销售的主要产品类型、销售单价、销售数量如下：

单位：万元、台、万元/台

主要产品类型	项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
螺杆机	金额	1,571.30	2,078.66	2,870.01
	数量	823	1,381	2,324
	单价	1.91	1.51	1.23
钻机	金额	923.89	1,189.81	1,303.09
	数量	49	65	82
	单价	18.85	18.30	15.89

主要产品类型	项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
合计	金额	2,495.20	3,268.47	4,173.11
	数量	872	1,446	2,406
	单价	2.86	2.26	1.73

由上可知，非法人主体客户向发行人经销商采购的产品以螺杆机为主。

（二）说明向自然人或个体工商户销售的合理性，是否符合行业惯例

发行人同行业可比公司上市时间相对较早，其未在其公开披露招股说明书、问询函回复、定期报告等资料中披露经销模式具体终端客户情况，因此根据同行业可比公司公开披露资料无法可靠判断其终端客户是否包括个人、个体工商户等情形。

发行人少量穿透客户存在上述情形主要是由于工程行业在开山场地平整、矿山分割开采、基坑锚固等领域存在工程分包或将其中凿岩工序分包的情形，分包后对凿岩服务商的主体资质、员工人数等要求相对较低，具有凿岩经验的个人、个体工商户等非法人单位采购钻机、螺杆机并独立承揽分包后的工程或凿岩工序的情形，此外亦存在部分自然人采购发行人产品后用于开展当地水井开掘等业务，上述情形符合行业惯例、具有商业合理性。发行人经销商终端客户的具体信息属于商业秘密，已申请豁免披露。

四、请保荐机构、申报会计师对上述事项进行核查，（1）说明核查范围、核查程序、核查结论，并发表明确意见。（2）请按照中介机构实际执行走访程序的终端客户采购金额加总为分子的计算方式，计算中介机构对终端客户穿透走访的比例，更新首轮、第二轮问询回复中涉及走访、穿透核查情况的统计表。（3）说明最近一次财务报表加期期间对主要客户是否实施了函证、走访程序，以及相关核查的具体情况

（一）说明核查范围、核查程序、核查结论，并发表明确意见

保荐机构、申报会计师主要履行了如下核查程序：

1、查看了同行业上市公司公开披露的招股说明书、问询函回复、定期报告等资料，查看其客户结构以及是否存在分销商的相关描述，并分析是否与发行人

情况一致；

2、查阅了发行人报告期内主要经销合同以及销售明细，分析是否存在分销商与发行人进行合作的情况，是否签订相关经销/分销等协议；

3、取得了发行人主要经销商报告期内的进销存明细，了解发行人主要经销商的销售情况；报告期内执行进销存核查程序的经销商数量为 129 家，涉及的经销商客户收入金额分别为 54,017.06 万元、56,662.17 万元、61,170.79 万元，占公司整体经销收入的比例分别为 86.79%、88.10%和 86.89%，核查比例较高；

4、向经销商发放调查问卷对发行人经销模式穿透销售实现等情况进行进一步核查，涉及的经销商客户收入金额分别为 52,828.95 万元、56,103.39 万元、60,940.90 万元，占公司整体经销收入的比例分别为 84.89%、87.23%、86.56%，核查比例较高；

5、经销商客户自主拓展下游分销商与发行人并未直接发生业务合作关系，与发行人不存在任何经销/分销合作协议，发行人对其也无管理机制或措施，同时基于商业信息保密（如销售渠道、定价策略、客户信息）等因素其对发行人中介机构走访/穿透核查的配合意愿很低。发行人中介机构对经销商下游客户进行核查时，抽样核查原则为当期向经销商采购金额在 50 万以上的下游客户均纳入核查范围并兼顾随机抽样。报告期内中介机构实际走访经销商之下游分销商合计 112 家，并在分销商走访过程要求其提供 2-3 家下游穿透客户配合中介机构走访，实际走访的分销商之穿透客户 263 家，合计走访数量为 375 家、数量较多。

部分上市公司/拟上市企业披露了其对经销商下游客户/分销商的抽样核查情况，部分如下：

序号	公司名称	股票代码	上市时间	经销商模式下游客户核查抽样情况
1	首航新能	301658.SZ	2025 年 4 月	根据直接客户提供的部分最终销售客户明细情况随机每家客户选取 2-3 家终端客户进行穿透走访。
2	广信科技	2025 年 4 月 23 日通过北交所上市委员会审核	-	选择报告期内销售金额较大的经销商，每个经销商选择 1-3 家下游客户进行终端走访。
3	爱迪特	301580.SZ	2024 年 6 月	经联系沟通，发行人的部分主要经销商同意提供其部分终端客户供中介机构访谈，根据经销

序号	公司名称	股票代码	上市时间	经销商模式下游客户核查抽样情况
				商客户收入的重要程度，中介机构针对经销商客户的收入贡献程度，要求其提供 1-3 家终端客户。
4	美新科技	301588.SZ	2024 年 3 月	选取了发行人主要经销商的 2-3 家下游客户进行了访谈。
5	东亚机械	301028.SZ	2021 年 7 月	对经销商下游较大的分销商进行实地走访”，合计走访了 10 家经销商的分销商。

注：上表中东亚机械为发行人同行业可比上市公司。

由上可知，上述上市公司/拟上市公司案例针对经销商一般选取 1-3 家下游客户进行访谈，发行人对经销商的下游客户核查标准为当期向经销商采购金额在 50 万以上的下游客户均纳入核查范围，整体核查数量更多、核查范围选择充分。同时发行人中介机构对经销商下游分销商之穿透客户进行核查时，每家分销商涉及的穿透客户数量为 2-3 家，与上述案例对经销商之下游客户的核查口径保持一致。

报告期内，中介机构对经销商之分销商及其穿透客户的具体走访核查情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
执行分销商走访核查程序的经销商收入金额①	13,551.47	13,387.61	13,552.21
下游存在分销商的经销商收入金额②	26,484.65	26,318.60	27,074.53
占比①/②	51.17%	50.87%	50.06%
执行穿透客户走访程序的分销商穿透客户收入金额③	2,233.33	2,057.74	2,272.52
分销商向经销商采购金额④	9,909.55	9,355.25	11,278.56
占比③/④	22.54%	22.00%	20.15%

6、报告期内，中介机构共对 122 家经销商发放调查问卷，发放调查问卷的经销商收入占发行人经销收入的比例分别为 84.89%、87.23%、86.56%，占比较高。根据上述核查，69 家经销商的下游客户存在非法人主体情形，中介机构对其中 38 家经销商的共计 137 家非法人主体客户进行了走访核查，另外 31 家经销商非法人主体客户采购金额较小，报告期内该 31 家经销商对下游非法人主体平均销售金额分别为 8.37 万元/家、9.75 万元/家、7.24 万元/家，金额很小、分布

很分散且难以配合故未纳入走访核查范围。中介机构具体核查情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
执行走访核查程序的穿透后非法人主体所在经销商的收入	17,485.97	19,412.84	21,067.78
存在穿透后非法人主体的经销商收入	26,141.21	26,374.03	28,825.71
占比	66.89%	73.61%	73.09%

报告期内，中介机构走访穿透后非法人主体的经销商收入占存在穿透后非法人主体的经销商收入的比例分别为 73.09%、73.61%和 66.89%，占比较高。

以中介机构实际执行走访程序的非法人主体采购金额加总为分子的计算方式下，相关走访核查比例如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
执行走访核查程序的非法人主体对应收入	1,457.94	1,397.31	1,662.24
对非法人主体实现收入	2,495.20	3,268.47	4,173.11
占比	58.43%	42.75%	39.83%

中介机构在走访核查过程中了解上述非法人主体采购发行人产品的实际用途，具体用途占比情况如下：

单位：万元

用途	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
自用	1,023.08	70.17%	902.74	64.61%	1,026.42	61.75%
出租	82.47	5.66%	138.79	9.93%	181.22	10.90%
对外销售	352.39	24.17%	355.78	25.46%	454.60	27.35%
合计	1,457.94	100.00%	1,397.31	100.00%	1,662.24	100.00%

由上可知，非法人主体采购发行人产品主要用途为自用，产品主要用于市政工程、矿山施工、钻井、喷浆等；部分个体工商户非法人主体存在对外销售情形已作为分销商已进行了穿透核查；出租使用金额很小、占比很低。经实地走访核

查，前述非法人主体采购发行人产品情况真实、产品用途具有合理性。

7、对中国工程机械工业协会进行了访谈，了解工程机械领域下游穿透客户存在非法人主体的原因及合理性。

经核查，中介机构认为：

（1）发行人对分销商的认定与同行业可比公司一致，招股说明书已经对销售模式相关内容进行补充，发行人不涉及分层级经销商客户；发行人经销商的下游客客户中包括少量分销商，该部分分销商并非发行人直接客户，发行人也不与其签订经销/分销合作协议或对其进行管理；部分同行业可比公司的经销商下游客客户存在分销商，在其公开披露文件中关于分销商的界定以及客户定义与发行人情况保持一致；发行人问询回复中披露“发行人不涉及分层级经销商客户或分销商客户的情形”具有准确性。

（2）发行人与分销商未签订经销/分销协议，经销商自主开拓的下游客客户与发行人不存在任何签订经销/分销协议、发货、收款等合作关系，发行人亦对经销商自主拓展的下游客客户（含分销商）无管理机制或措施；发行人经销商下游客客户存在分销商的原因具有合理性、符合行业惯例，分销商终端销售情况良好、期末库存比例很低、不存在为发行人或发行人之经销商囤货的情形。

（3）部分自然人或个体工商户采购发行人产品具有合理性、符合行业惯例。

（4）中介机构对发行人经销商及其穿透客户进行了走访核查，合计走访家数为 1,167 家且涵盖了主要经销商、金额变动较大经销商、前员工经销商、持股经销商、下游分销商及非法人主体等，其中经销商客户 144 家、穿透客户 1,023 家；2024 年下半年及 2025 年上半年合计走访经销商客户 85 家、穿透客户 281 家，核查数量多、核查比例较高、核查充分。

（二）请按照中介机构实际执行走访程序的终端客户采购金额加总为分子的计算方式，计算中介机构对终端客户穿透走访的比例，更新首轮、第二轮问询回复中涉及走访、穿透核查情况的统计表

1、请按照中介机构实际执行走访程序的终端客户采购金额加总为分子的计算方式，计算中介机构对终端客户穿透走访的比例

中介机构对公司报告期内经销商客户进行了穿透走访核查，中介机构具体走访核查比例情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
执行穿透走访程序的经销商对应收入	58,818.83	54,925.68	52,230.60
经销收入	70,402.79	64,317.95	62,235.35
占比	83.55%	85.40%	83.92%

以实际执行走访程序的终端客户采购金额加总为分子计算走访核查比例情况下，具体比例情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
穿透走访客户对应收入	30,694.20	31,682.45	26,681.59
经销收入	70,402.79	64,317.95	62,235.35
占比	43.60%	49.26%	42.87%

注：上表中穿透走访客户对应收入=发行人向经销商的销售收入×已走访的穿透客户向经销商采购占比。

中介机构通过见微、交易所审核网站、巨潮资讯网等对上市公司/拟上市公司的公开披露文件进行核查，部分上市公司/拟上市公司在其公开披露文件中披露了其类似计算方式下的穿透核查客户对应收入占经销收入的比例情况，具体如下：

序号	公司名称	股票代码	上市时间	经销模式收入金额及占比	关于穿透客户核查的数量	关于穿透客户核查比例
1	广信科技	通过北交所上市委审核	2025年4月23日通过审核	2022-2024 年经销收入分别为 10,552.21 万元、12,542.04 万元、13,844.69 万元，占比分别为 34.77%、29.97%、24.03%	主要经销商的 1-3 家下游客户	2022-2024 年核查比例分别为 28.49%、33.62% 和 37.52%。
2	汉朔科技	301275.SZ	2025年3月11日	2021 年-2024 年 6 月经销收入分别为 57,159.53 万元、67,895.20 万元、90,114.21 万元、73,683.16 万元，占比分别为 35.44%、23.72%、23.87%、34.81%。	涉及 9 家经销商，未披露终端客户数量	2021 -2023 年核查占比分别为 49.36%、53.19%、65.51%。

3	马可波罗	通过深交所上市委审核	2025年1月14日通过审核	2021-2023 年经销收入分别为 502,880.93 万元、459,498.88 万元、506,843.99 万元, 占比分别为 53.87%、53.35%、57.08%。	未披露	2021-2023 年核查比例分别为 19.41%、17.43%、12.29%。
4	腾达科技	001379.SZ	2024 年 01 月 19 日	2020-2023 年 1-6 月经销收入分别为 98,954.96 万元、145,854.53 万元、203,451.48 万元、85,068.41 万元, 占比分别为 96.79%、97.83%、98.41%、98.04%。	未披露	2020-2022 年核查比例分别为 9.58%、7.18%、6.36%。
5	爱科赛博	688719.SH	2023 年 9 月 28 日	2020-2022 年经销收入分别为 2,984.13 万元、4,796.37 万元、12,238.24 万元, 占比分别为 8.04%、9.23%、21.14%。	未披露	2020-2022 年核查占比分别为 35.01%、42.00%、41.66%。
6	恒兴新材	603276.SH	2023 年 9 月 25 日	2020-2022 年经销收入分别为 10,738.82 万元、12,565.34 万元、24,372.53 万元, 占比分别为 25.08%、24.25%、35.99%。	11 家	2020-2022 年核查占比分别为 24.71%、24.86%、30.61%。
7	泰凌微	688591.SH	2023 年 8 月 25 日	2020-2022 年经销收入分别为 21,520.65 万元、35,967.09 万元、32,554.76 万元, 占比分别为 47.44%、55.37%、53.43%。	未披露	2019-2022 年核查占比分别为 89.42%、92.15%、86.71%、90.11%。
8	美科科技	通过深交所上市委审核	2023 年 1 月 19 日通过审核	2019 年-2022 年 6 月经销收入分别为 3,664.39 万元、4,604.21 万元、7,700.13 万元和 1,919.27 万元, 占比分别为 17.13%、17.34%、19.88% 和 8.79%。	未披露	2019 年-2022 年 6 月年核查占比分别为 10.29%、9.90%、8.50% 及 9.67%。
9	百胜动力	通过深交所上市委审核	2023 年 1 月 12 日通过审核	2020-2023 年 1-6 月经销收入分别为 22,583.69 万元、30,571.33 万元、35,026.88 万元、23,562.74 万元, 占比分别为 65.27%、65.25%、61.28%、56.90%。	22 家	2020-2023 年 1-6 月核查比例分别为 37.55%、41.81%、48.81%、40.14%。
10	志高机械	-	-	2022-2024 年经销收入分别为 62,235.35 万元、64,317.95 万元、70,402.79 万元, 占比分别为 79.23%、79.62%、79.94%。	1,023 家	2022-2024 年核查比例分别为 42.87%、49.26%、43.60%。

注 1：上表中美科科技、百盛动力分别于 2024 年 6 月、2024 年 9 月终止审核。

注 2：上表中，泰凌微、汉朔科技存在核查比例高于发行人的情况，其中泰凌微 2022 年度经销商数量为 25 家，汉朔科技穿透核查涉及 9 家经销商，上述公司涉及穿透后经销商数量相较于发行人较少。

中介机构对公司报告期内 144 家经销商客户以及 1,023 家穿透客户进行了走访核查；走访对象涵盖经销商及穿透客户数量较多、分布较分散，中介机构走访经销商及穿透客户数量超过上表已列公司。以实际执行走访程序的穿透客户采购金额加总为分子计算穿透走访核查比例情况下，中介机构走访的穿透客户对应收入金额占报告期内经销收入金额的比例分别为 42.87%、49.26%、43.60%，高于所列其他上市公司/通过审核案例，中介机构对公司经销商的穿透核查较为充分。

2、更新首轮、第二轮问询回复中涉及走访、穿透核查情况的统计表

首轮、第二轮问询回复中涉及走访核查比例、穿透核查比例的相关内容如下：

项目	章节	披露内容	更新内容
首轮问询回复	问题 6 经销、外销收入的真实性之“六、（七）、3”	（3）执行经销商穿透客户走访：穿透走访经销商收入占经销收入的比例分别为 83.92%、85.40%、83.55%。	穿透走访经销商收入占经销收入的比例分别为 83.92%、85.40%、83.55%。以实际执行走访程序的穿透客户采购金额加总为分子计算走访核查比例情况下，具体比例分别为 42.87%、49.26%、43.60%。
第二轮问询回复	问题 2 销售收入的真实性之“三、（九）、2”	中介机构执行穿透走访程序的经销商占发行人整体经销收入的比例分别为 83.92%、85.40%、83.55%，核查比例较高。	
	问题 2 销售收入的真实性之“五、（三）、2”	2、执行经销商穿透客户走访：穿透走访经销商收入占经销收入的比例分别为 83.92%、85.40%、83.55%。	

（三）说明最近一次财务报表加期期间对主要客户是否实施了函证、走访程序，以及相关核查的具体情况

1、中介机构对主要客户的补充更新函证情况

发行人向不特定合格投资者公开发行股票并在北交所上市申请文件受理后，中介机构对主要客户进行了更新函证，中介机构按照以下原则确定函证核查范围：

（1）根据重要性原则由年度前 120 大客户组成核查范围，占公司 2024 年度主营业务收入金额的比例为 83.00%、占比很高；

（2）报告期内，发行人客户中存在持股经销商客户、前员工经销商客户的情形，中介机构重点抽样前述客户进入核查范围。具体而言，纳入核查范围的持股经销商共 23 家，占 2024 年公司对持股经销商销售金额的比例为 97.53%；纳入核查范围的前员工经销商 1 家，占 2024 年公司对前员工经销商销售金额的比例为 100%；

（3）为充分核查报告期内金额变动较大的客户，选取“2024 年度新增且新增当年向公司采购金额 200 万以上”的客户纳入核查范围，该核查范围共包含客户数量 10 家；

(4) 针对其他客户兼顾随机性原则，随机选取部分客户纳入核查范围共计 60 家。中介机构根据上述方式选取客户去重后，纳入函证核查范围的客户共 192 家，该等客户实现收入金额占 2024 年主营业务收入金额的比例为 89.36%，占比很高。

中介机构针对上述客户进行了更新函证，2024 年度整体以及境内境外、直销经销客户的函证核查情况如下：

单位：万元

项 目	公司整体	境内收入	境外收入	经销收入	直销收入
主营业务收入（A）	88,069.91	65,333.87	22,736.04	70,402.79	17,667.12
发函金额（B）	78,700.48	57,341.71	21,358.77	64,203.56	14,496.93
发函比例（C=B/A）	89.36%	87.77%	93.94%	91.19%	82.06%
回函相符金额（D）	74,231.58	53,647.13	20,584.44	60,974.66	13,256.92
回函不符但经调节后相符金额（E）	916.14	916.14	0.00	916.14	-
回函确认金额占比 $F = (D+E) / B$	95.49%	95.15%	96.37%	96.40%	91.45%
回函确认金额占主营业务收入比例 $G = (D+E) / A$	85.33%	83.51%	90.54%	87.91%	75.04%

由上可知，中介机构进行了更新函证且核查比例较高。

2、中介机构对主要客户的补充更新走访情况

发行人向不特定合格投资者公开发行股票并在北交所上市申请文件受理后，中介机构于 2024 年下半年、2025 年上半年对主要客户进行了补充更新走访，中介机构按照以下原则确定走访核查范围：

(1) 根据重要性原则由报告期各年度前 60 大客户组成核查范围，该核查范围共包含客户 90 家，占公司 2024 年度主营业务收入金额的比例为 72.87%、占比很高；

(2) 报告期内，发行人客户中存在持股经销商客户、前员工经销商客户的情形，中介机构重点抽样前述客户进入核查范围。具体而言，纳入核查范围的持股经销商共 24 家，占 2024 年公司对持股经销商销售金额的比例为 97.26%；纳入核查范围的前员工经销商 1 家，占 2024 年公司对前员工经销商销售金额的比

例为 100%;

(3) 为充分核查报告期内金额变动较大的客户, 公司将“报告期内各年度新增且新增当年向公司采购金额 300 万以上”或“报告期内各年度退出且退出前一年向公司采购金额 300 万以上”的客户纳入核查范围, 该核查范围共包含客户 20 家;

(4) 针对其他客户兼顾随机性原则, 随机选取部分客户纳入核查范围共计 18 家。

中介机构根据上述方式选取客户去重后, 纳入走访核查范围并于 2024 年下半年和 2025 年上半年实际走访的客户共 106 家, 该等实际走访客户实现收入金额占报告期内主营业务收入金额的比例分别为 68.33%、73.41%和 76.35%, 占比很高, 走访核查情况如下:

单位: 万元

项目	内容	2024 年度	2023 年度	2022 年度
公司整体	走访客户对应收入	67,237.75	59,297.15	53,676.86
	主营业务收入	88,069.91	80,779.82	78,554.91
	占比	76.35%	73.41%	68.33%
境内客户	走访客户对应收入	47,005.84	41,900.56	44,081.85
	主营业务收入	65,333.87	61,903.72	68,496.90
	占比	71.95%	67.69%	64.36%
境外客户	走访客户对应收入	20,231.91	17,396.59	9,595.01
	主营业务收入	22,736.04	18,876.11	10,058.01
	占比	88.99%	92.16%	95.40%
直销客户	走访客户对应收入	9,132.22	7,233.86	6,690.24
	主营业务收入	15,389.80	13,746.59	15,369.74
	占比	59.34%	52.62%	43.53%
经销客户	走访客户对应收入	58,105.53	52,063.29	46,986.62
	主营业务收入	72,680.12	67,033.23	63,185.16
	占比	79.95%	77.67%	74.36%

由上可知, 发行人向不特定合格投资者公开发行股票并在北交所上市申请文

件受理后，中介机构于 2024 年下半年、2025 年上半年对主要客户进行了更新函证、补充走访，补充更新核查比例较高、核查充分。

问题 2.关于业绩稳定性

(1) 关于外销业务持续性。根据申请文件及问询回复文件，2024 年发行人主要客户较 2022 年、2023 年发生了变动，其中 BIN HARKIL CO.LTD 未继续作为发行人前五大客户与发行人合作。从外销业务销售区域变动情况来看，2024 年发行人对沙特阿拉伯、哈萨克斯坦、老挝等地区的客户合计销售额均出现下滑的情况。请发行人：①说明向报告期各期一体式钻机、分体式钻机、工程螺杆机、工业螺杆机的内销、外销前五大客户销售金额变动情况，并说明各年度变动的原因，与下游行业需求变动是否匹配。说明发行人主要外销地区客户与发行人合作是否具有持续性。②结合 2024 年年末内销业务、外销业务在手订单期后消化情况以及截至问询回复日发行人在手订单构成等，说明发行人与报告期内主要外销客户的合作是否持续，是否存在部分客户无法继续合作的风险。结合发行人与主要客户在手订单的签订形式、发货要求、发货期限约定、货款支付安排、货物运输安排等，说明在手订单是否存在客户单方面取消的风险，是否能够反映发行人业务获取持续性。③说明发行人在产品性价比、定制化开发程度、售后服务响应速度、综合服务能力、供货稳定性及及时性等方面的具体竞争优势，是否具备境外业务拓展及持续竞争能力，说明发行人是否存在下游行业主要客户需求下降导致期后持续经营能力受到重大不利影响的风险。④说明报告期内及期后国内外可比公司出口结构变化情况，与发行人对比是否具有一致性和可比性。⑤结合以上情况，完善招股说明书风险揭示。存在主要客户不再与发行人继续合作、或已具有明显迹象的，请在招股说明书中充分揭示风险。

(2) 关于内销业务增长的合理性和真实性。根据申请文件及二轮问询回复文件，报告期内，发行人境内收入金额分别为 68,496.90 万元、61,903.72 万元和 65,333.87 万元，2023 年、2024 年分别同比变动-6,593.18 万元、3,430.16 万元，其中分体式钻机产品 2024 年销售金额下降 804.81 万元，工业螺杆机产品销售金额下降 838.70 万元。2024 年末公司境内业务客户在手订单金额为 3,395.70 万元。请发行人：①说明 2024 年对中国中铁销售额大幅下降的原因及合理性，期后销售实现及销售回款的同期对比情况。②说明境内主要客户的下游需求及主要应用场景、建设项目情况，境内业务是否存在进一步萎缩的风险，并视情况在招

股说明书中补充揭示风险。

请保荐机构核查并发表明确意见。

一、关于外销业务持续性

（一）说明向报告期各期一体式钻机、分体式钻机、工程螺杆机、工业螺杆机的内销、外销前五大客户销售金额变动情况，并说明各年度变动的原因，与下游行业需求变动是否匹配。说明发行人主要外销地区客户与发行人合作是否具有持续性

1、报告期各期一体式钻机、分体式钻机、工程螺杆机、工业螺杆机的内外销前五大客户销售金额变动情况及各年度变动原因，与下游行业需求变动是否匹配

报告期内，公司一体式钻机、分体式钻机、工程螺杆机、工业螺杆机产品的收入金额及占主营业务收入金额的比例情况如下：

单位：万元

产品	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
一体式钻机	38,404.36	43.61%	33,190.64	41.09%	30,452.02	38.77%
分体式钻机	8,925.19	10.13%	9,492.09	11.75%	8,888.42	11.31%
工程螺杆机	23,389.99	26.56%	21,988.53	27.22%	20,280.60	25.82%
工业螺杆机	9,375.40	10.65%	10,085.41	12.49%	14,141.42	18.00%
配件及其他	7,974.97	9.06%	6,023.15	7.46%	4,792.45	6.10%
合计	88,069.91	100.00%	80,779.82	100.00%	78,554.91	100.00%

由上可知，报告期内上述四类产品收入合计分别为 73,762.46 万元、74,756.67 万元和 80,094.94 万元，占公司主营业务收入的比例分别为 93.90%、92.54%和 90.94%，占比很高、为公司主营业务收入的主要来源。上述主要产品各年度的内销、外销前五大客户情况如下：

（1）一体式钻机

报告期各期，公司一体式钻机的收入分别为 30,452.02 万元、33,190.64 万元

和 38,404.36 万元，占主营业务收入金额的比例分别为 38.77%、41.09%和 43.61%，占比较高且不断上升。报告期内公司一体式钻机的内销、外销主要客户分布情况如下：

单位：万元

类型	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
内销	20,028.68	52.15%	16,945.97	51.06%	20,934.81	68.75%
外销	18,375.68	47.85%	16,244.66	48.94%	9,517.21	31.25%
合计	38,404.36	100.00%	33,190.64	100.00%	30,452.02	100.00%

报告期各期，公司外销一体式钻机占一体式钻机收入的比例分别为 31.25%、48.94%和 47.85%，占比整体不断上升。

1) 内销前五大客户情况

报告期各期，公司一体式钻机产品内销收入前五大客户情况如下：

单位：万元

年份	序号	名称	金额	占内销一体式钻机收入比例
2024 年度	1	嘉德耐特（北京）工业设备有限公司	2,220.35	11.09%
	2	中国中铁股份有限公司	1,601.77	8.00%
	3	北京格瑞泰科贸有限公司	1,145.69	5.72%
	4	沈阳速拓机电设备有限公司	856.97	4.28%
	5	费县正腾工程机械有限公司	727.62	3.63%
	合计		6,552.40	32.72%
2023 年度	1	中国中铁股份有限公司	2,035.40	12.01%
	2	嘉德耐特（北京）工业设备有限公司	1,457.08	8.60%
	3	费县正腾工程机械有限公司	913.89	5.39%
	4	北京中隧隧道工程有限公司	794.69	4.69%
	5	重庆市健利机电设备有限公司	566.84	3.34%
	合计		5,767.90	34.04%
2022 年度	1	中国中铁股份有限公司	2,320.35	11.08%

	2	嘉德耐特（北京）工业设备有限公司	1,383.84	6.61%
	3	重庆市健利机电设备有限公司	961.21	4.59%
	4	包头市金钻机械有限公司	669.83	3.20%
	5	成都金旭贸易有限公司	644.07	3.08%
	合计		5,979.31	28.56%

一体式钻机主要应用场景包括基础设施建设、矿山开采、房地产建设等，上述项目开工建设情况、建设进度及投资情况等会对一体式钻机产品需求产生影响。报告期内，公司内销一体式钻机前五大客户变化的原因及与下游行业需求变动的匹配情况如下：

①2024 年一体式钻机产品内销业务前五大客户变动情况

重庆市健利机电 2024 年度一体式钻机内销未进入五大客户，其 2024 年采购一体式钻机金额为 530.77 万元、较 2023 年减少 36.07 万元，基本保持稳定、未发生重大变化。

北京中隧隧道工程当期一体式钻机内销未进入五大客户，其 2024 年未向公司采购一体式钻机产品主要是由于 2023 年度已集中采购 2 台 UJ33 系列地下钻机产品用于相关地下洞库工程建设，采购金额为 794.69 万元、金额较大。

中国中铁当年度一体式钻机内销收入金额为 1,601.77 万元、较 2023 年减少 433.63 万元，主要系公司基于客户回款情况、一体式钻机产能紧张等多种因素的选择，具体内容请见参见本题回复之“二、（一）、1”相关内容。

北京格瑞泰科贸为当期一体式钻机内销新进入前五大客户，其 2024 年度采购一体式钻机金额为 1,145.69 万元、较 2023 年增加 601.41 万元，该客户向公司采购的一体式钻机多为 D480 系列、T640 系列等，有色金属采矿需求增加相应导致该客户增加采购一体式钻机。

沈阳速拓机电为当期一体式钻机内销新进入前五大客户，其 2024 年度采购一体式钻机金额为 856.97 万元、较 2023 年增加 527.88 万元，该客户原向公司采购的多为 ZGYX454 系列等，煤炭开采需求增加相应导致该客户增加采购 D490 系列一体式钻机。

②2023 年一体式钻机产品内销业务前五大客户变动情况

包头市金钻机械当期一体式钻机内销未进入五大客户，其 2023 年度采购一体式钻机金额为 53.05 万元、较 2022 年减少 616.78 万元，主要系由于其 2022 年已集中采购 20 台 ZGYX452 系列露天一体式钻机产品用于内蒙古地区煤矿开采，该型号采购金额为 569.18 万元、金额较大。

成都金旭贸易当期一体式钻机内销未进入五大客户，其 2023 年采购金额为 398.14 万元、较 2022 年度下降 245.93 万元，主要是由于其 2022 年已集中采购 24 台露天一体式钻机产品用于下游砂石骨料矿山开采而 2023 年市场需求有所下降。

费县正腾工程为当期一体式钻机内销新进入前五大客户，其 2023 年度采购一体式钻机金额为 913.89 万元、较 2022 年增加 583.25 万元，主要原因系其增加 ZGYX421 系列露天一体式钻机产品的采购用于下游抽水蓄能电站建设。

北京中隧隧道工程为当期一体式钻机内销新进入前五大客户，其 2023 年度采购一体式钻机金额为 794.69 万元、较 2022 年增加 161.95 万元，主要是由于其于 2023 年度集中采购 2 台 UJ33 系列地下钻机产品用于相关地下洞库工程建设。

2) 外销前五大客户情况

报告期各期，公司一体式钻机产品外销业务前五大客户情况如下：

单位：万元				
年份	序号	客户名称	金额	占外销一体式钻机收入比例
2024 年度	1	OOO AltaiBurMash	14,557.66	79.22%
	2	QUANTUM SYSTEMS KAZAKHSTAN LLP	833.96	4.54%
	3	BIN HARKIL CO.LTD	532.69	2.90%
	4	GRAND INTERNATIONAL TAI CO., LIMITED	396.35	2.16%
	5	DONG LOI EQUIPMENT AND SERVICES CORPORATION	322.70	1.76%
	合计		16,643.36	90.57%
2023 年度	1	OOO AltaiBurMash	10,430.10	64.21%
	2	BIN HARKIL CO.LTD	2,999.63	18.47%

	3	QUANTUM SYSTEMS KAZAKHSTAN LLP	1,413.01	8.70%
	4	HE jian CONSTRUCTION SOLE.CO.,LTD	556.44	3.43%
	5	恒远水泥外资有限公司	325.79	2.01%
	合计		15,724.97	96.80%
2022 年度	1	OOO AltaiBurMash	6,869.40	72.18%
	2	BIN HARKIL CO.LTD	2,062.73	21.67%
	3	QUANTUM SYSTEMS KAZAKHSTAN LLP	172.30	1.81%
	4	QMC MACHINES LTD	140.18	1.47%
	5	COMPASS AUTO MACHINERY CO LTD	129.00	1.36%
	合计		9,373.61	98.49%

外销一体式钻机主要客户为 OOO AltaiBurMash、BIN HARKIL CO.LTD 和 QUANTUM SYSTEMS KAZAKHSTAN LLP，其占外销一体式钻机销售金额的比例比例分别为 95.66%、91.37%和 86.66%，系外销一体式钻机的主要客户。其余外销客户采购规模相对较小，购买频次较低、购买金额较少、存在一定偶发性，导致上述三大外销客户外的其他一体式外销客户变动较大。2023 年新增前五大客户 HE jian CONSTRUCTION SOLE.CO.,LTD 当期贡献收入金额为 556.44 万元、金额相对较大，主要是由于其采购 D440 和 D454 产品用于老挝当地煤矿开采。

①2024 年一体式钻机产品外销业务前五大客户变动情况

OOO AltaiBurMash 为俄罗斯地区经销商，其于 2024 年向公司采购金额为 14,557.66 万元、较 2023 年上升 4,127.56 万元，主要是由于公司产品在性价比、定制化开发、售后服务响应速度、综合服务能力、供货稳定性和及时性等方面具有较强的竞争优势，公司产品在俄罗斯市场认可度不断上升、收入规模不断扩大。

BIN HARKIL CO.LTD 为沙特阿拉伯地区经销商，其于 2024 年向公司采购金额为 532.69 万元、较 2023 年有所下降，主要是由于 2023 年 10 月巴以冲突发生以来中东地区安全局势持续恶化，根据彭博社、环球时报于 2024 年 4 月的报道，受多因素影响沙特阿拉伯 Neom 项目进度和入住率估计有所放缓及下降，未来项目投资进度放缓情况下该客户向公司采购的凿岩机械一体式钻机等土石方基础机械设备的规模有所下降，为公司 2024 年对沙特地区收入规模下降的主要

影响因素。

QUANTUM SYSTEMS KAZAKHSTAN LLP 于 2024 年向公司采购金额为 833.96 万元、较 2023 年下降 579.05 万元，主要是由于 2024 年部分竞争对手进入当地市场并通过延长付款期限等方式获得部分客户，导致当期公司收入规模有所下降。公司凭借自身在性价比、定制化开发、售后服务响应速度、综合服务能力等方面的竞争优势逐步获得下游客户认可，当地销售规模逐步恢复并有所上升。2024 年上半年、下半年公司对该客户实现收入分别为 509.61 万元、447.35 万元，2025 年 1-3 月对该客户已实现销售收入金额为 829.48 万元、已超过 2024 年上半年收入规模，增长情况良好。

②2023 年一体式钻机产品外销业务前五大客户变动情况

OOO AltaiBurMash 为俄罗斯地区经销商，其于 2023 年向公司采购金额为 10,430.10 万元、较 2022 年上升 3,560.70 万元，主要是由于公司产品在产品性价比、定制化开发、售后服务响应速度、综合服务能力、供货稳定性和及时性等方面具有较强的竞争优势，逐步拓展俄罗斯市场，相应导致当期收入规模增长迅速。

BIN HARKIL CO.LTD 于 2023 年向公司采购金额为 2,999.63 万元、较 2022 年上升 936.90 万元，主要是由于 2023 年 10 月巴以冲突爆发前，沙特阿拉伯的“2030 愿景”、“NEOM 新城”、“红海工程”等项目推动了城市基建规模，也为凿岩机械一体式钻机等土石方基础机械设备提供了更多的市场需求；与此同时公司在产品性价比、定制化开发、售后服务响应速度、综合服务能力等方面具有较强的竞争优势，推动当期收入规模有所上升。

QUANTUM SYSTEMS KAZAKHSTAN LLP 为哈萨克斯坦地区经销商，其于 2023 年向公司采购金额为 1,413.01 万元、较 2022 年上升 1,240.71 万元，主要是由于公司产品在性价比、定制化开发、售后服务响应速度、综合服务能力等方面具有较强竞争优势，公司于 2022 年拓展哈萨克斯坦经销商后于 2023 年拓展当地市场。

(2) 分体式钻机

报告期各期，公司分体式钻机的收入分别为 8,888.42 万元、9,492.09 万元和

8,925.19 万元，占主营业务收入金额的比例分别为 11.31%、11.75%和 10.13%，占比很低。报告期内公司分体式钻机的内销、外销主要客户分布情况如下：

单位：万元

类型	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
内销	8,624.10	96.63%	9,428.91	99.33%	8,873.02	99.83%
外销	301.09	3.37%	63.18	0.67%	15.40	0.17%
合计	8,925.19	100.00%	9,492.09	100.00%	8,888.42	100.00%

报告期内，内销分体式钻机收入占分体式钻机整体收入的比例分别为 99.83%、99.33%和 96.63%，外销收入金额及占比均很低。

1) 内销前五大客户情况

报告期各期，公司分体式钻机产品内销业务前五大客户情况如下：

单位：万元

年份	序号	名称	金额	占内销分体式钻机收入比例
2024 年度	1	山西衡鑫德利机械设备有限公司	441.74	5.12%
	2	乌鲁木齐志高兴赣机械设备有限公司	431.05	5.00%
	3	成都金旭贸易有限公司	428.04	4.96%
	4	南宁市瑞诚机械设备有限公司	391.32	4.54%
	5	太原市志高信机电设备有限公司	319.77	3.71%
	合计		2,011.92	23.33%
2023 年度	1	成都金旭贸易有限公司	685.87	7.27%
	2	云南志高掘进机电设备有限公司	406.11	4.31%
	3	乌鲁木齐志高兴赣机械设备有限公司	400.51	4.25%
	4	太原市志高信机电设备有限公司	397.82	4.22%
	5	云南润格实业有限公司	378.30	4.01%
	合计		2,268.61	24.06%
2022 年度	1	成都金旭贸易有限公司	524.12	5.91%

	2	云南志高掘进机电设备有限公司	476.21	5.37%
	3	南宁市瑞诚机械设备有限公司	329.37	3.71%
	4	云南润格实业有限公司	276.10	3.11%
	5	太原市志高信机电设备有限公司	260.15	2.93%
	合计		1,865.95	21.03%

报告期内，公司内销分体式钻机前五大客户变化的原因及与下游行业需求变动的匹配情况如下：

①2024 年分体式钻机产品内销业务前五大客户变动情况

2024 年度新进入内销分体式钻机前五大客户包括山西衡鑫德利机械、南宁市瑞诚机械，较 2023 年分别上升 321.08 万元、82.07 万元，上述客户所在地山西和广西地区出台相关政策支持光伏产业，光伏装机容量上升带动光伏领域建设需求上升，使得上述经销商增加了应用于光伏领域分体式钻机采购规模。

云南志高掘进机电、云南润格实业 2024 年未进入内销分体式钻机前五大客户。云南志高掘进机电 2024 年分体式钻机收入为 187.68 万元、较 2023 年下降 218.43 万元，云南润格实业 2024 年分体式钻机收入为 76.03 万元、较 2023 年下降 302.27 万元，公司对于经销商信用政策管理严格，上述经销商回款速度相对较慢，公司减少向其发货规模相应导致收入金额有所下降。

②2023 年分体式钻机产品内销业务前五大客户变动情况

乌鲁木齐志高兴赣机械 2023 年度新进入内销分体式钻机前五大客户，其 2023 年内销分体式钻机收入为 400.51 万元、较 2022 年增加 193.98 万元，主要是由于当年新疆地区下游光伏市场和基建工程需求增加、公司产品需求上升。

南宁市瑞诚机械 2023 年未进入内销分体式钻机前五大客户，其 2023 年内销分体式钻机收入金额为 309.25 万元、较 2022 年下降 20.13 万元，变化幅度较小、整体保持稳定。

2) 外销前五大客户情况

报告期各期，公司分体式钻机产品外销业务前五大客户情况如下：

单位：万元

年份	序号	名称	金额	占内销分体式钻机收入比例
2024年度	1	ERGOMAC LTD	71.58	23.77%
	2	NAUKA KG LLC	48.99	16.27%
	3	PT.BINTANGMANDIRI PERKASA DRILL	35.55	11.81%
	4	THE FRANCOIS FAMILY TRUST	35.53	11.80%
	5	QMC MACHINES LTD	25.42	8.44%
	合计		217.07	72.10%
2023年度	1	华龙建业工程有限公司	43.25	68.46%
	2	QUANTUM SYSTEMS KAZAKHSTAN LLP	19.93	31.54%
	合计		63.18	100.00%
2022年度	1	OOO AltaiBurMash	15.40	100.00%
	合计		15.40	100.00%

报告期内，公司外销前五大客户金额分别为 15.40 万元、63.18 万元、217.07 万元，客户主要为小型直销客户，购买频次较低、购买金额较少、存在一定偶发性，无单年采购金额超过 100 万元的客户。

(3) 工程螺杆机

报告期各期，公司工程螺杆机的收入分别为 20,280.60 万元、21,988.53 万元和 23,389.99 万元，占主营业务收入金额的比例分别为 25.82%、27.22%和 26.56%，占比较低。报告期内公司工程螺杆机的内销、外销主要客户分布情况如下：

单位：万元

类型	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
内销	22,837.41	97.64%	21,245.28	96.62%	20,265.59	99.93%
外销	552.58	2.36%	743.25	3.38%	15.00	0.07%
合计	23,389.99	100.00%	21,988.53	100.00%	20,280.60	100.00%

报告期内，内销工程螺杆机收入占工程螺杆机收入的比例分别为 99.93%、96.62%和 97.64%，外销收入金额及占比均很低。

1) 内销前五大客户情况

报告期各期，公司工程螺杆机产品内销业务前五大客户情况如下：

单位：万元

年份	序号	名称	金额	占内销工程螺杆机收入比例
2024 年度	1	蒙阴县飞达矿山工程机械有限公司	2,016.81	8.83%
	2	费县正腾工程机械有限公司	994.58	4.36%
	3	南宁市瑞诚机械设备有限公司	923.30	4.04%
	4	成都金旭贸易有限公司	875.66	3.83%
	5	山东恒旺集团有限公司	616.70	2.70%
	合计		5,427.05	23.76%
2023 年度	1	蒙阴县飞达矿山工程机械有限公司	1,246.50	5.87%
	2	成都金旭贸易有限公司	1,200.96	5.65%
	3	山东恒旺集团有限公司	742.37	3.49%
	4	成都万亨机械有限责任公司	733.10	3.45%
	5	乌鲁木齐志高兴赣机械设备有限公司	580.86	2.73%
	合计		4,503.79	21.20%
2022 年度	1	成都金旭贸易有限公司	1,068.74	5.27%
	2	成都万亨机械有限责任公司	817.28	4.03%
	3	蒙阴县飞达矿山工程机械有限公司	703.31	3.47%
	4	浙江民盛供应链管理有限公司	647.21	3.19%
	5	乌鲁木齐志高兴赣机械设备有限公司	494.92	2.44%
	合计		3,731.46	18.40%

报告期内，公司内销工程螺杆机前五大客户变化的原因及与下游行业需求变动的匹配情况如下：

①2024 年工程螺杆机产品内销业务前五大客户变动情况

2024 年度新进入内销工程螺杆机前五大客户包括费县正腾工程机械、南宁市瑞诚机械设备。费县正腾工程机械 2024 年工程螺杆机收入为 994.58 万元、较

2023 年增加 467.67 万元，主要是由于用于配套下游水井钻的工程螺杆机需求增加。南宁市瑞诚机械设备 2024 年工程螺杆机收入为 923.30 万元、较 2023 年增加 356.08 万元，主要是上述客户其所在地光伏领域建设需求上升，配套公司分体式钻机的工程螺杆机产品需求上升。

成都万亨机械和乌鲁木齐志高兴赣机械 2024 年未进入内销工程螺杆机前五大客户。其中成都万亨机械 2024 年工程螺杆机收入为 373.32 万元、较 2023 年下降 383.88 万元，主要是由于其自身经营及当地市场拓展不力导致采购规模有所下降；乌鲁木齐志高兴赣机械 2024 年工程螺杆机收入为 349.22 万元、较 2023 年下降 231.64 万元，主要是当年度其下游客户对于公司一体式钻机产品需求增加，对其采购分体式钻机和配套工程螺杆机需求及规模产生一定替代，当年该客户采购工程螺杆机规模有所减少。

②2023 年工程螺杆机产品内销业务前五大客户变动情况

2023 年度新进入内销工程螺杆机前五大客户为山东恒旺集团，其 2023 年工程螺杆机收入为 742.37 万元、较 2022 年增加 250.21 万元，主要是由于其向公司采购用于配套下游水井钻的工程螺杆机需求增加。浙江民盛供应链管理 2023 年未进入内销工程螺杆机前五大客户，其 2023 年工程螺杆机收入为 129.09 万元、较 2022 年下降 518.12 万元，主要是由于其当年内部经营管理人员所有变动、业务有所下降。

2) 外销前五大客户情况

报告期各期，公司工程螺杆机产品外销业务前五大客户情况如下：

单位：万元				
年份	序号	名称	金额	占外销工程螺杆机收入比例
2024 年度	1	BESALTI SONDAJ VE MALZ.SAN.IC VE DIS TIC.LTD.STI.	128.39	23.23%
	2	OOO AltaiBurMash	72.96	13.20%
	3	THE FRANCOIS FAMILY TRUST	65.31	11.82%
	4	ROSOND(PTY)LTD	51.80	9.37%
	5	DAIROC MAKINA IC VE DIS TICRET LIMITED SIRKETI	42.64	7.72%
	合计		361.10	65.35%

2023 年度	1	BESALTI SONDAJ VE MALZ.SAN.IC VE DISTIC.LTD.STI.	602.84	81.11%
	2	BIN HARKILCO.LTD	53.56	7.21%
	3	OOO AltaiBurMash	38.44	5.17%
	4	QUANTUM SYSTEMS KAZAKHSTANLLP	22.00	2.96%
	5	VISION QUEST DRILLING&EXPLORATION	16.82	2.26%
	合计		733.66	98.71%
2022 年度	1	FULLBAXLIMITED	15.00	100.00%
	合计		15.00	100.00%

报告期内，公司外销工程螺杆机的主要客户为 BESALTI SONDAJ VE MALZ.SAN.IC VE DISTIC.LTD.STI.（土耳其）。该客户于 2023 年度新进入外销工程螺杆机前五大客户，主要是由于当地有较大的水井钻及其配套空压机的市场需求，当年其进入外销工程螺杆机前五大客户。2024 年该客户拟采用第三方代为付款方式支付货款，公司未接受上述付款方式导致合作金额有所下降。公司外销工程螺杆机其余客户主要为小型直销客户，购买频次较低、购买金额较少、存在一定偶发性，导致工程螺杆机外销前五大客户变动较大。

（4）工业螺杆机

报告期各期，公司工业螺杆机的收入分别为 14,141.42 万元、10,085.41 万元和 9,375.40 万元，占主营业务收入金额的比例分别为 18.00%、12.49%和 10.65%，占比很低且不断下降。报告期内公司工业螺杆机的内销、外销主要客户分布情况如下：

单位：万元

类型	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
内销	9,236.73	98.52%	10,075.42	99.90%	14,141.42	100.00%
外销	138.68	1.48%	9.99	0.10%	-	0.00%
合计	9,375.40	100.00%	10,085.41	100.00%	14,141.42	100.00%

报告期内，工业螺杆机内销收入占工业螺杆机收入的比例分别为 100.00%、99.90%和 98.52%，外销收入金额及占比均很低。

1) 内销前五大客户情况

报告期各期，公司工业螺杆机产品内销业务前五大客户情况如下：

单位：万元

年份	序号	名称	金额	占内销工业螺杆机收入比例
2024 年度	1	石家庄金豹气动工具有限公司	736.95	7.98%
	2	安徽众辰节能科技有限公司	600.93	6.51%
	3	沈阳墨星机械设备有限公司	529.97	5.74%
	4	绍兴永辉机电设备有限公司	507.13	5.49%
	5	郑州誉利机电设备有限公司	478.91	5.18%
	合计		2,853.89	30.90%
2023 年度	1	石家庄金豹气动工具有限公司	840.17	8.34%
	2	四川广晟源机电设备有限公司	603.34	5.99%
	3	山西慧宝科技有限公司	566.76	5.63%
	4	沈阳墨星机械设备有限公司	553.48	5.49%
	5	山东汉骏压缩机有限公司	518.66	5.15%
	合计		3,082.41	30.59%
2022 年度	1	山东汉骏压缩机有限公司	1,104.90	7.81%
	2	石家庄金豹气动工具有限公司	1,073.20	7.59%
	3	四川广晟源机电设备有限公司	951.69	6.73%
	4	朗旋压缩机（江苏）有限公司及其关联方	942.06	6.66%
	5	安徽众辰节能科技有限公司	835.50	5.91%
	合计		4,907.35	34.70%

报告期内，公司内销工业螺杆机前五大客户变化的原因及与下游行业需求变动的匹配情况如下：

①2024 年工业螺杆机产品内销业务前五大客户变动情况

2024 年度新进入内销工业螺杆机前五大客户包括安徽众辰节能、绍兴永辉机电设备、郑州誉利机电设备。其中，安徽众辰节能 2024 年工业螺杆机收入为

600.93 万元、较 2023 年增加 130.49 万元，主要是由于其较多销售公司大力推广的体积较大、功率较高、复杂程度较高的工业螺杆机产品如 22SFbe-13 系列、37SFe-8 系列和 55SFe-8 系列等，销量以及贡献收入有所上升。绍兴永辉机电设备 2024 年工业螺杆机收入为 507.13 万元、较 2023 年增加 305.66 万元，主要由于是其下游用于纺织业的工业螺杆机需求增加。郑州誉利机电设备 2024 年工业螺杆机收入为 478.91 万元、较 2023 年增加 1.87 万元，变化幅度很小、整体保持一致。

四川广晟源机电设备、山西慧宝科技、山东汉骏压缩机 2024 年未进入内销工业螺杆机前五大客户。其中四川广晟源机电设备 2024 年工业螺杆机收入为 418.87 万元，较 2023 年下降 184.47 万元，山西慧宝科技 2024 年工业螺杆机收入为 306.48 万元、较 2023 年下降 147.89 万元，山东汉骏压缩机 2024 年工业螺杆机收入为 371.49 万元、较 2023 年下降 147.17 万元，主要是上述经销商客户 2023 年小型低功率工业螺杆机产品销量较多，2024 年公司以推广体积大、功率高、结构较为复杂的工业螺杆机产品为主，对部分产品的促销力度有所降低，导致上述经销商客户内销工业螺杆机收入有所下降。

②2023 年工业螺杆机产品内销业务前五大客户变动情况

2023 年度新进入内销工业螺杆机前五大客户为山西慧宝科技、沈阳墨星机械设备。其中山西慧宝科技 2023 年工业螺杆机收入为 566.76 万元、较 2022 年下降 193.24 万元，沈阳墨星机械设备 2023 年工业螺杆机收入为 553.48 万元、较 2022 年下降 143.05 万元。上述经销商客户进入内销工业螺杆机前五名，系由于公司工业螺杆机收入下降的情况下其下降幅度相对较低。

朗旋压缩机（江苏）、安徽众辰节能科技 2023 年未进入内销工业螺杆机前五大客户。其中朗旋压缩机 2023 年工业螺杆机收入为 252.18 万元、较 2022 年下降 669.12 万元，主要是由于其回款速度较慢、公司控制发货规模。安徽众辰节能科技 2023 年工业螺杆机收入为 470.44 万元、较 2022 年下降 304.00 万元，主要是公司降低折扣和返利力度而其下游客户价格敏感度较高，需求下降所致。

2) 外销前五大客户情况

报告期各期，公司工业螺杆机产品外销业务前五大客户情况如下：

单位：万元

年份	序号	名称	金额	占外销工业螺杆机收入比例
2024 年度	1	OOO AltaiBurMash	138.68	100.00%
	合计		138.68	100.00%
2023 年度	1	OOO AltaiBurMash	9.99	100.00%
	合计		9.99	100.00%

2023 年度、2024 年度，公司外销工业螺杆机销售金额为 9.99 万元、138.68 万元，全部为 OOO AltaiBurMash 销售，公司外销工业螺杆机规模整体很小。

综上所述，报告期各期一体式钻机、分体式钻机、工程螺杆机、工业螺杆机的内销、外销前五大客户销售金额变动情况具有合理性，与下游行业变动需求情况相匹配。

2、说明发行人主要外销地区客户与发行人合作是否具有持续性

报告期内，公司外销客户以俄罗斯 OOO AltaiBurMash、沙特阿拉伯 BIN HARKIL CO.LTD 和哈萨克斯坦 QUANTUM SYSTEMS KAZAKHSTAN LLP 为主，上述三家境外客户贡献收入金额占公司外销收入金额的比例分别为 95.40%、88.32%和 84.91%，占比很高，为公司主要外销地区客户。

发行人与上述主要外销客户合作的持续性情况如下：

（1）公司在产品质量、性价比、定制化开发程度、售后服务响应速度、综合服务能力、供货稳定性和及时性等方面具有较强的竞争优势，为与主要外销客户的合作持续奠定了良好的产品基础

与国际巨头相比，公司在产品性价比、定制化开发程度、售后服务响应速度、综合服务能力、供货稳定性和及时性等方面具有较强的竞争优势，有助于公司在境外市场不断扩大收入规模以及与上述主要外销客户持续合作。

具体产品及定制化开发方面，与国际巨头安百拓相比，公司产品部分性能已与其接近，公司产品已经具有同国际巨头产品竞争的实力。公司开发了多臂掘进钻机、地下掘进钻机、自动潜孔钻机等多类钻机产品，公司研发的高频高压液压凿岩机打破了外资企业技术垄断，逐步形成了露天一体式潜孔钻机、露天一体式

顶锤钻机、露天一体式牙轮钻机以及地下矿用钻机、地下建筑钻机等较为多元化的产品体系，目前已开发超过 30 种一体式钻机型号，可以满足海外下游客户多场景的应用需求。

凭借上述竞争优势，公司在向海外市场出口方面已经取得了一定知名度和市场份额。以俄罗斯为例，2021 年度至 2023 年度中国向俄罗斯出口的自推进凿岩机、钻探深度小于 6 千米的其他自推进钻探机数量合计分别为 187 台、458 台、432 台。发行人 2021 年度至 2023 年度向俄罗斯出口的上述范围内一体式钻机数量分别为 10 台、60 台和 91 台，占上述出口数量的比例分别约为 5%、13%和 21%，已经占据一定市场份额且占比持续上升。

(2) 发行人持续开展定制化产品，出口产品高端化比例迅速提升、有助于收入规模的提升

针对主要外销市场，发行人持续开展定制化开发工作，更好的契合了下游客户的需求、提升了满意度。针对海外市场需求客户，公司结合客户所在国当地的气候环境、工况条件、合规要求等，在设备参数、遥控功能、安全措施等方面在已有产品类型的基础上进行定制化开发，使得设备更加符合所在国的作业要求，有效加强了客户粘性。同时，伴随着与主要外销客户的合作程度加深，公司对主要外销地区出口产品档次和复杂程度也迅速提升，公司一体式钻机逐步向更高端机型发展。报告期内公司境外销售产品中，公司露天一体潜孔钻机产品由 D440 等产品陆续转换为 D460、D480 等型号产品并已实现了 D490 系列产品以及 R8100L 露天一体式牙轮钻机产品的销售。报告期内，D460、D480、D490、R8100L 等高端一体式钻机产品外销收入占比分别为 78.90%、77.21%和 90.63%，比例迅速提升也有助于外销收入规模的不断扩大。

(3) 发行人与主要外销客户的合作时间长、整体合作规模持续增长

发行人与上述主要外销客户合作时间较长，其中俄罗斯客户自 2019 年开始即对公司进行采购，2022 年起上述客户与公司签署年度经销协议并持续开展经销业务。报告期各期，发行人对上述客户的销售规模分别为 9,595.01 万元、16,670.52 万元和 19,305.10 万元，整体合作规模持续增长。

(4) 公司来自上述主要外销客户的在手订单金额相对较大，对未来采购规

模进一步增长提供了有力支撑

截至 2025 年 4 月 21 日，公司对于上述主要外销客户的在手订单金额为 3,050.66 万元、较 2024 年末在手订单金额 3,046.96 万元保持稳定；相关在手订单主要内容为 D480 系列、UP31 系列等大型钻机，产品结构较为复杂、价格及毛利率水平较高，为未来一体式钻机外销收入规模增长提供了有力的支撑。

(5) 期后公司与俄罗斯、哈萨克斯坦所在地区主要外销客户合作情况稳定、合作情况良好，沙特阿拉伯客户短期内采购金额有所下降

2025 年 1-3 月，公司对上述主要外销客户的销售情况如下：

单位：万元

公司	2025 年 1-3 月	2024 年 1-3 月
OOO AltaiBurMash	2,934.51	3,140.50
QUANTUM SYSTEMS KAZAKHSTAN LLP	829.48	174.08

公司主要外销客户中，OOO AltaiBurMash、QUANTUM SYSTEMS KAZAKHSTAN LLP 期后销售金额分别为 2,934.51 万元、829.48 万元，俄罗斯经销商同比保持稳定、哈萨克斯坦经销商收入金额同比增长且较为迅速，体现了上述客户良好的合作稳定性。

BIN HARKIL CO.LTD 为沙特阿拉伯地区经销商，其于 2024 年向公司采购金额为 532.69 万元、较 2023 年有所下降且幅度相对较大，主要是由于 2023 年 10 月巴以冲突发生以来中东地区安全局势持续恶化，根据彭博社、环球时报于 2024 年 4 月的报道，受多因素影响沙特阿拉伯 Neom 项目进度和入住率估计有所放缓及下降，未来项目投资进度放缓情况下该客户向公司采购的一体式钻机等土石方基础机械设备的采购规模有所下降，为公司 2024 年对沙特地区收入规模下降的重要影响因素。2025 年 1-3 月，公司对该客户实现收入金额为 24.71 万元、金额较小。

展望后续，沙特阿拉伯客户 BIN HARKIL CO.LTD 的销售情况将有所改善，主要情况如下：1) 该客户积极拓展沙特地区城市基础设施建设项目，目前已经拥有 Al Worood 住房开发项目、2029 沙特冬奥会建设项目等城市建设项目在手订单，伴随上述项目的逐步建设推进，该客户作为公司在沙特地区的授权经销商

将逐步扩大向公司采购凿岩机械一体式钻机的采购规模并推动收入规模上升；2）受地区安全形势等因素影响 NEOM 新城的新增建设受到一定影响，前期已开工 NEOM 新城逐步由土石方作业阶段转向桩工作业阶段，伴随 NEOM 项目后续工程的陆续开工建设，沙特阿拉伯地区对凿岩机械一体式钻机的需求规模将恢复增加并对公司未来沙特阿拉伯地区收入带来积极影响。

（二）结合 2024 年年末内销业务、外销业务在手订单期后消化情况以及截至问询回复日发行人在手订单构成等，说明发行人与报告期内主要外销客户的合作是否持续，是否存在部分客户无法继续合作的风险。结合发行人与主要客户在手订单的签订形式、发货要求、发货期限约定、货款支付安排、货物运输安排等，说明在手订单是否存在客户单方面取消的风险，是否能够反映发行人业务获取持续性

1、结合 2024 年年末内销业务、外销业务在手订单期后消化情况以及截至问询回复日发行人在手订单构成等，说明发行人与报告期内主要外销客户的合作是否持续，是否存在部分客户无法继续合作的风险

（1）2024 年末公司内外销业务在手订单期后转化情况良好，公司对主要外销客户合作具有持续性

公司截至 2024 年末的内销、外销业务在手订单金额以及截至 2025 年 4 月 30 日的实现情况如下：

单位：万元

在手订单类型	在手订单金额	期后实现情况	实现金额占在手订单金额比例
内销	3,395.70	2,690.16	79.22%
外销	4,523.87	4,098.10	90.59%
小计	7,919.57	6,788.26	85.72%

截至 2024 年末公司在手订单金额为 7,919.57 万元，其中 2025 年 4 月末前上述在手订单已发货/确认收入金额为 6,788.26 万元，占期末在手订单金额的比例为 85.72%、占比较高，部分在手订单尚未发货主要是由于大型一体式钻机等定制化产品生产周期较长以及部分客户尚未支付货款所致。

（2）截至问询回复日公司在手订单金额相对较大、在手订单结构具有合理

性

截至 2025 年 4 月 21 日，公司在手订单金额为 7,686.73 万元、较 2024 年 12 月末整体保持稳定，其中内销在手订单金额 3,732.46 万元、外销在手订单金额 3,954.27 万元。公司在手订单以一体式钻机为主，该类产品在手订单金额占比为 66.32%，与公司报告期内一体式钻机收入占比较高的情形保持一致，在手订单结构具有合理性。

（3）期后公司外销业务收入同比继续上升，外销业务具有可持续性

期后公司外销业务收入及占主营业务收入的比例相较于 2024 年同期变动情况如下：

项目	2025 年 1-3 月	2024 年 1-3 月	同比变动
外销业务收入	4,713.32	4,281.37	10.09%
主营业务收入	22,406.90	20,831.13	7.56%
外销业务收入占比	21.04%	20.55%	0.48%

注：2025 年 1-3 月数据已经发行人会计师审阅。

2025 年 1-3 月，公司外销业务收入为 4,713.32 万元、同比上升 10.09%，外销业务收入占主营业务收入的比例为 21.04%、同比上升 0.48 个百分点。期后公司外销业务开展情况良好，公司外销业务具有可持续性。

（4）公司与主要外销客户无法继续合作的风险很低

报告期内，公司外销客户以俄罗斯 OOO AltaiBurMash、沙特阿拉伯 BIN HARKIL CO.LTD 和哈萨克斯坦 QUANTUM SYSTEMS KAZAKHSTAN LLP 为主，上述三家境外客户贡献收入金额占公司外销收入金额的比例分别为 95.40%、88.32%和 84.91%，俄罗斯及哈萨克斯坦地区客户于 2025 年 1-3 月的贡献收入金额具体如下：

单位：万元

国家和地区	客户名称	2025 年 1-3 月		2024 年 1-3 月	
		金额	占外销收入的比例	金额	占外销收入的比例
俄罗斯	OOO AltaiBurMash	2,934.51	62.26%	3,140.50	73.35%

国家和地区	客户名称	2025 年 1-3 月		2024 年 1-3 月	
		金额	占外销收入的比例	金额	占外销收入的比例
哈萨克斯坦	QUANTUM SYSTEMS KAZAKHSTAN LLP	829.48	17.60%	174.08	4.07%

报告期内公司外销收入增长速度较快，公司与上述外销客户均保持良好业务合作关系。2025 年 1-3 月，OOO AltaiBurMash 收入金额同比基本保持稳定，QUANTUM SYSTEMS KAZAKHSTAN LLP 收入金额同比上升 376.49%，上升幅度较大，无法继续合作的风险很低。BIN HARKIL CO.LTD 于 2025 年 1-3 月贡献收入金额为 24.71 万元、金额很小，具体原因参见本题之“一、（一）、2”相关内容。

（5）2024 年至今公司新拓展了一系列外销经销商并在更多国家实现收入，同时公司新推出多款新产品销往海外，公司外销业务具有可持续性

报告期内，发行人境外经销商数量分别为 3 家、4 家、10 家。2024 年公司在蒙古国、南非、吉尔吉斯斯坦等国家新增签约经销商，2025 年公司进一步在越南、土耳其、柬埔寨等国家新增签约经销商。2024 年、2025 年 1-4 月，公司 2024 年以来新增经销商合计贡献收入金额分别为 753.77 万元、1,332.81 万元，增长情况良好并成为公司外销收入金额增长的重要支撑。

同时凭借公司持续研发及定制化开发，公司 2024 年以来已有多款新产品成功实现外销收入，例如露天一体式钻机 D480RC 反循环勘探钻机、D490A/R、R8100 等以及地下一体式钻机 UM21K、UJ21DL 等，其中 D490 一体式露天潜孔钻机被认定为浙江省装备制造业重点领域首台（套）产品（省内）。上述新产品于 2024 年、2025 年 1-4 月实现的境外销售金额分别为 1,258.00 万元、2,605.43 万元，公司外销新产品收入实现情况良好。

综上所述，发行人新拓展了一系列海外经销商并在更多国家实现收入，区域结构不断多元化；与此同时公司不断进行产品持续开发、多款新产品已实现外销收入，能够保证公司外销业务持续性。

2、结合发行人与主要客户在手订单的签订形式、发货要求、发货期限约定、货款支付安排、货物运输安排等，说明在手订单是否存在客户单方面取消的风险，是否能够反映发行人业务获取持续性

(1) 公司与主要客户的在手订单签订形式、发货要求、发货期限约定、货款支付安排、货物运输安排情况

公司与主要客户于 2024 年末的大于 100 万元的在手订单金额和具体条款约定情况如下：

单位：万元

序号	公司名称	在手订单金额	签订形式	主要发货要求	主要发货期限约定	货物运输安排	是否约定取消违约条款
1	ООО AltaiBurMash	2,245.02	合同	定制化	35 天左右且已支付预付款	FCA	有
2	QUANTUM SYSTEMS KAZAKHSTAN LLP	791.14	合同	定制化	35 天左右且已支付预付款	EXW	有
3	衢州市东洲国际有限公司	294.41	合同	标准机型	7 天左右且已支付预付款	自提	有
4	GOBI TURUU LLC	286.25	合同	定制化	35 天左右且已支付预付款	FCA	有
5	Mas Power Group (PTY) Limited	267.38	合同	定制化	35 天左右且已支付预付款	FOB	有
6	山东恒旺集团有限公司	221.42	需求单	标准机型	15 天左右待通知后发货	自提	否
7	POWERTRAC INC	215.00	合同	标准机型	7 天左右且已支付预付款	FOB	有
8	衢州市金楚商贸有限公司	206.94	需求单	定制化	30 天左右且已支付预付款	自提	有
9	Nauka KG LLC	193.33	合同	定制化	35 天左右且已支付预付款	CIP	有
10	DONG LOI EQUIPMENT AND SERVICES CORPORATION	159.68	合同	定制化	35 天左右且已支付预付款	CIF	有
11	宁波易盛友辉有限公司	138.31	需求单	定制化	30 天左右且已支付预付款	自提	有
12	成都金旭贸易有限公司	138.29	需求单	标准机型	5 天左右	自提	否
13	QMC MACHINES LTD	124.13	合同	定制化	35 天左右且已支付预付款	FOB	有
14	青岛凯瑞祥机械有限公司	118.05	需求单	标准机型	3-7 天	自提	否

15	山东三字神工机械有限公司	106.19	合同	定制化	30 天左右且已支付预付款	自提	是
16	KONTRAKTOR FOKUS NIAGA SDN BHD	103.49	合同	定制化	35 天左右且已支付预付款	FOB	有

注：产品实际交货时间受库存备货、生产周期、客户预付款支付情况、客户要求等多因素影响；上表统计在手订单金额合计 5,609.02 万元、占 2024 年末在手订单金额的比例为 70.82%、占比较高。

（2）公司因客户单方面取消在手订单导致重大损失的风险很低

公司在手订单根据产品定制化情况分为标准机型（主要包括部分小型一体式、分体式钻机和工程螺杆机）以及定制化机型（主要为一体式钻机）。公司因客户单方面取消在手订单导致产生重大损失的风险很低，具体原因如下：

针对标准机型产品：公司对该类型产品通常保有一定库存量，以应对经销商的日常紧急发货需求；该类产品通用性高、市场需求量较大，即使客户变更订单该类型产品也能够销售给其他客户，不存在因订单取消导致产品积压无法卖出的风险。

针对定制化机型：定制化机型多为一体式钻机，该类产品单价较高、生产周期较长且存在产品配置、技术参数等定制化需求，若客户单方面取消订单会导致产品难以向其他客户销售或需承担一定的改造成本后才能向其他客户销售。因此公司在收到客户需求时，通常以合同的形式约定一定的预付款并约定订单取消违约责任等。如对方因自身原因取消订单，公司保有依据合同追索经济损失的权利。

综上所述，公司因客户单方面取消在手订单导致产生重大损失的风险很低。

（3）公司在手订单能够反映发行人业务获取持续性

报告期各期末，发行人在手订单金额分别为 3,817.16 万元、7,468.85 万元和 7,919.63 万元，在手订单金额持续上升，与发行人报告期内主营业务收入持续上升的趋势保持一致，能够反映发行人业务获取持续性。

截至 2025 年 4 月 21 日，公司在手订单金额为 7,686.73 万元，其中外销在手订单金额 3,954.27 万元、内销在手订单金额 3,732.46 万元，金额相对较大。2025 年 1-3 月，公司主营业务收入金额为 22,406.90 万元、同比上升 7.56%，与在手订单变动趋势保持一致；实现扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润

2,755.66 万元、同比上升 9.33%，增长情况良好。

整体而言，公司在手订单金额较大、新增在手订单情况良好，能够对公司未来业绩构成稳定支持并反映公司业务获取的可持续性。

（三）说明发行人在产品性价比、定制化开发程度、售后服务响应速度、综合服务能力、供货稳定性及及时性等方面的具体竞争优势，是否具备境外业务拓展及持续竞争能力，说明发行人是否存在下游行业主要客户需求下降导致期后持续经营能力受到重大不利影响的风险。

1、发行人在产品性价比、定制化开发程度、售后服务响应速度、综合服务能力、供货稳定性及及时性等方面的具体竞争优势

与国际知名竞争对手（瑞典企业安百拓、山特维克）相比，公司在产品性价比、供应及时性、服务及时性等方面具有显著竞争优势；与国内竞争对手相比，公司在技术积累、服务能力、核心部件自产、生产稳定性等方面也具有显著竞争优势。

（1）相较于安百拓、山特维克等知名国际竞争对手，公司在产品性价比、供应稳定性及时性、服务速度等方面具有显著竞争优势

项目	产品（D460）						产品（D480）					
	安百拓	山特维克	山河智能	开山重工	红五环	志高机械	安百拓	山特维克	山河智能	开山重工	红五环	志高机械
产品名称	FlexiROC D55	Leopard DI550	SWDE138B F	KT12	B10	ZEGA D460	FlexiROC D60	Leopard DI650i	SWDE165B F	KT25	B16	ZEGA D480
主要性能 1-主要用途	采矿、采石	采矿、采石	采矿、采石	采矿、采石	采矿、采石	采矿、采石	采矿、采石	采矿、采石	采矿、采石	采矿、采石	采矿、采石	采矿、采石
主要性能 2-打孔方式	潜孔	潜孔	潜孔	潜孔	潜孔	潜孔	潜孔	潜孔	潜孔	潜孔	潜孔	潜孔
主要性能 3-孔径（mm）	88.9-152.4	90-165	115-152	115-152	138-165	115-152	116.84-177.8	115-203	138-180	152-203	140-225	138-203
主要性能 4-驾驶舱	是	是	是	是	是	是	是	是	是	是	是	是
主要性能 5-发动机（KW）	328.11	328	264	264.00	264.00	264-294	354.21	403	343	372.00	410.00	412
供货及时性（出厂天数）	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
产品单价（市场价、不包含服务费）	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

（接上表）

项目	产品（D490）						产品（R8100L）					
	安百拓	山特维克	山河智能	开山重工	红五环	志高机械	安百拓	山特维克	山河智能	开山重工	红五环	志高机械
产品名称	FlexiROC D65	Leopard DI650i	SWDE200B F	KT30	不生产该类 产品	ZEGA D490	DML	DR410i	SWDRT250	不生产该类 产品	不生产该类 产品	ZEGA R8100L
主要性能 1-主要用途	采矿、采石	采矿、采石	采矿、采石	采矿、采石		采矿、采石	旋转钻孔	旋转钻孔	旋转钻孔			旋转钻孔

主要性能 2-打孔方式	潜孔	潜孔	潜孔	潜孔		潜孔	旋转和潜孔	旋转和潜孔	旋转和潜孔		旋转和潜孔
主要性能 3-孔径（mm）	116.84-203.2	115-203	152-230	195-254		190-220	-	152-251	165-250		149-270
主要性能 4-驾驶舱	是	是	是	是		是	是	是	是		是
主要性能 5-发动机（KW）	402.68	403	447	563.00		563	-	-	-		-
主要性能 6-钻压（weight on bit）（磅）	-	-	-	-		-	60,000	58,000	-		60,000
供货及时性（出厂天数）	-	-	-	-		-	-	-	-		-
产品单价（市场价、不包含服务费）	-	-	-	-		-	-	-	-		-

注：公司一体式钻机收入金额占外销钻机收入金额的比例分别为 94.62%、86.06%、80.82%，占比很高；上述四类产品占外销一体式钻机的比例分别为 78.90%、77.21%和 90.63%，占比很高。

发行人及竞争对手的出厂天数、产品单价、服务速度、售后服务收费情况等属于商业机密，已申请豁免披露。

由上可知，公司在产品性价比、售后服务响应速度、综合服务能力、供货稳定性及及时性等方面具有显著竞争优势。

（2）与国内竞争对手相比，志高机械可实现核心零部件高频高压液压凿岩机的自产，在技术积累、服务能力、核心部件自产、生产稳定性等方面具有显著竞争优势

与此同时，与国内竞争对手相比志高机械可实现核心零部件高频高压液压凿岩机的自产，在技术积累、服务能力、核心部件自产、生产稳定性等方面也具有显著竞争优势。高频高压液压凿岩机是地下钻机核心部件，其在钻孔施工中主要实现冲击、回转两大功能，同时还兼有对冲击回转部件进行润滑以及对岩孔进行冲洗的作用。地下钻机具有凿孔速度快，效率高、能耗少、噪声小、无污染、安全、单机单人操作、自动化和智能化程度高等优点，但整机结构复杂、价格高。根据受中国工业和信息化部装备工业司委托并由中国工程机械工业协会编制的《工程机械行业十四五发展规划》，“凿岩机械及气动工具行业”的发展目标包括“以液压凿岩机和遥控智能全液压钻车产品为突破口，不断提高产品的可靠性和稳定寿命……”，其中即包括了高频高压液压凿岩机的突破以及智能钻机的发展方向。

相较于其他竞争对手，志高机械核心部件不受制于外部供应商，能够根据自身订单需求及时安排生产，更具有供应稳定性、及时性和性价比优势。

（3）公司针对主要外销客户持续开展定制化开发，具有良好的开发能力

针对主要外销市场，公司充分运用现有技术储备和开发能力，持续开展定制化开发工作，更好的契合了下游客户的需求、提升了满意度。针对俄罗斯、沙特阿拉伯、哈萨克斯坦等海外市场需求客户，公司结合客户所在国当地的气候环境、工况条件、合规要求等，在设备参数、遥控功能、安全措施等方面在已有产品类型的基础上进行定制化开发，使得设备更加符合所在国的作业要求，有效加强了客户粘性。

综上所述，相较于安百拓、山特维克等知名国际竞争对手，公司在产品性价比、供应稳定性与及时性、服务及时性等方面具有显著竞争优势；志高机械可实现核心零部件高频高压液压凿岩机的自产，在技术积累、核心部件自产、供应稳定性与及时性等方面也具有显著竞争优势；同时公司持续开展定制化开发工作，具有良好的开发能力，为公司打开海外市场奠定坚实基础。

2、公司具备境外业务拓展及持续竞争能力

钻机、螺杆机产品下游应用领域广泛、潜在客户遍布全球，因此在重视国内市场的前提下，加大对于境外市场的业务开拓对于公司未来发展具有重要意义。报告期内公司持续拓展境外业务，同时着力提升参与境外市场的持续竞争能力，具体如下：

（1）公司积极开发境外优质经销商资源，逐步推动实现销售区域多元化

借助于行业发展的主旋律和契机并基于在研发技术、产品性能、产品系列等方面的积累，公司不断拓展海外客户、丰富销售网络。2022 年以来公司将授权经销区域扩展至俄罗斯、沙特阿拉伯、哈萨克斯坦等有较高工程机械设备需求的“一带一路”沿线国家，主要向其供应定制化开发的高端一体式钻机等产品。上述经销客户熟悉了解当地市场和客户需求，在采矿挖掘、工程建设等领域积累了一批优质客户资源。与此同时，公司也积极在“一带一路”沿线国家的优质经销商客户网络资源，进一步实现销售区域的多元化。2024 年公司在蒙古国、南非、吉尔吉斯斯坦等国家新增签约经销商，2025 年公司进一步在越南、土耳其、柬埔寨等国家新增签约经销商。2024 年、2025 年 1-4 月，公司 2024 年以来新增经销商合计贡献收入金额分别为 753.77 万元、1,332.81 万元，增长情况良好并成为公司外销收入金额增长的重要支撑。

（2）公司具有良好的定制化开发能力，能够深度契合海外经销商的定制化需求

针对主要外销市场，公司充分运用现有技术储备和开发能力，持续开展定制化开发工作，更好的契合了下游客户的需求、提升了满意度。针对俄罗斯、沙特阿拉伯、哈萨克斯坦等海外市场需求客户，公司结合客户所在国当地的气候环境、工况条件、合规要求等，在设备参数、遥控功能、安全措施等方面在已有产品类型的基础上进行定制化开发，使得设备更加符合所在国的作业要求，深度契合海外经销商的定制化需求。

从公司开发能力来看，近年来公司开发了多臂掘进钻机、地下掘进钻机、自动潜孔钻机等多类钻机产品，公司研发的高频高压液压凿岩机彻底打破了外资企业技术垄断，逐步形成了露天一体式潜孔钻机、露天一体式顶锤钻机、露天一体

式牙轮钻机以及地下矿用钻机、地下建筑钻机等较为多元化的产品体系，目前已开发超过 30 种一体式钻机型号，可以满足海外下游客户多场景的应用需求。

未来，公司将继续加大钻机尤其是一体式钻机的研发，提升产品的自动化和智能化水平并基于海外市场的客户结构、区域结构不断多元化的特点不断开发契合海外客户下游需求的新产品。

（3）相较知名国际竞争对手，公司在产品性价比、服务速度等方面具有显著竞争优势，能够持续参与国际竞争

与国际知名竞争对手（瑞典企业安百拓、山特维克）相比，公司在产品性价比、供应及时性、服务及时性等方面具有显著竞争优势，具体内容参见本题之“一、（三）、2”相关内容。

3、说明发行人是否存在下游行业主要客户需求下降导致期后持续经营能力受到重大不利影响的风险

（1）公司外销业务发展情况良好、在手订单金额较大，外销市场需求下降导致期后持续经营能力受到重大不利影响的风险很低

受益于国家“一带一路”战略的持续推动以及公司对海外市场的积极拓展，公司紧密契合国内工程机械行业“出海”的发展主旋律，积极拓展海外市场和客户并加强与“一带一路”沿线国家的合作，不断提升公司产品在质量、性价比、稳定供应等方面的比较竞争优势，持续建设境外销售渠道，推动外销收入快速增长。公司深耕“一带一路”沿线国家工程机械市场，目前已拥有一定的市场知名度，相关国家前景广阔，拥有丰富的潜在市场需求。报告期各期，公司外销业务收入分别为 10,058.01 万元、18,876.11 万元和 22,736.04 万元，实现较快增长。

发行人期后外销业务活动开展正常，2025 年 1-3 月公司实现外销收入 4,713.32 万元、同比上升 10.09%。公司在手订单金额较高，为公司后续外销业务进一步增长提供了有力的订单支持。截至 2025 年 4 月 21 日，公司在手订单金额为 7,686.73 万元，其中外销在手订单金额为 3,954.27 万元、金额较大。俄罗斯及哈萨克斯坦地区客户需求情况良好，沙特阿拉伯地区客户短期内需求规模有所下降，但整体而言外销市场需求规模依然较大而且公司 2024 年以来积极拓展了

较多海外地区客户并实现收入，因外销市场需求迅速下降从而导致公司期后持续经营能力受到重大不利影响的风险很低。

（2）公司内销业务收入 2024 年已实现企稳回升，随着国内稳经济政策出台，主要客户需求下降导致期后持续经营能力受到重大不利影响的风险有限

报告期内，公司内销钻机和螺杆机合计收入分别为 64,214.84 万元、57,695.59 万元和 60,726.93 万元，2023 年、2024 年分别同比变动-10.15%、5.25%。受益于中央和地方政府持续出台相关经济刺激政策，2024 年下半年起工程机械下游行业整体景气度有所提升，并带动发行人工程类产品收入有所回升。同时 2024 年 12 月召开的中央经济工作会议明确要求，2025 年要实施更加积极有为的宏观政策、扩大国内需求。随着国内稳经济的增量政策进一步出台，国内宏观经济以及工程机械等行业的景气度有望进一步企稳回升，对公司产品下游市场、以及公司内销业务回升构成有力支持。

发行人期后内销业务活动开展正常，2025 年 1-3 月公司实现内销收入 17,693.58 万元、同比上升 6.91%。公司在手订单金额较高，为公司后续内销业务进一步增长提供了有力的订单支持，截至 2025 年 4 月 21 日公司内销在手订单金额为 3,732.46 万元、金额相对较大，内销下游行业主要客户需求下降导致期后持续经营能力受到重大不利影响的风险很低。

综合以上，发行人因下游行业主要客户需求下降导致期后持续经营能力受到重大不利影响的风险很低。

（四）说明报告期内及期后国内外可比公司出口结构变化情况，与发行人对比是否具有的一致性和可比性

公司境内可比上市公司为山河智能（002097.SZ）、开山股份（300257.SZ）、鑫磊股份（301317.SZ）、东亚机械（301028.SZ），境外可比对象为安百拓、山特维克。上述公司在报告期内（未公开披露期后数据）的出口结构变化情况以及与发行人自身出口情况对比的一致性和可比性情况如下：

1、国内可比公司在报告期内和期后的出口结构变化情况

同行业可比上市公司报告期内外销收入比例的具体情况如下：

公司名称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
山河智能	61.98%	56.80%	43.62%
开山股份	44.95%	45.36%	43.94%
鑫磊股份	26.03%	28.98%	40.83%
东亚机械	5.69%	5.72%	5.82%
平均值	34.66%	34.22%	33.55%
发行人	25.82%	23.37%	12.80%

报告期内，可比上市公司的外销收入占其主营业务收入的平均比例分别为 33.55%、34.22%和 34.66%，变动趋势与公司保持一致、整体呈上升趋势，公司外销主要区域为俄罗斯、哈萨克斯坦、沙特阿拉伯，上述国家地区合计收入金额占外销收入金额的比例分别为 95.40%、88.32%和 84.91%，占比很高。前述可比上市公司未在年度报告等公开披露文件中披露对俄罗斯、哈萨克斯坦、沙特阿拉伯等国家的具体销售金额和比例，但根据其披露的年度报告，山河智能和开山股份分别于 2021 年和 2024 年在俄罗斯设立子公司开展业务，开山股份于 2022 年在中东的迪拜成立开山 MEA 公司开展业务，上述可比公司与公司主要外销区域具有一致性。

部分可比公司或工程机械行业上市公司在公开信息渠道或者证券研究机构出具的研究报告中亦涉及对俄罗斯、沙特阿拉伯等地区的出口情况，具体如下：

（1）经检索公开市场信息，部分工程机械行业上市公司在公开信息渠道中的其他披露内容涉及对俄罗斯等国家的出口金额情况，具体情况如下：

公司名称	主要产品	披露内容	内容来源
铁拓机械 (873706.BJ)	沥青混合料搅拌设备、沥青混合料厂拌热再生设备、RAP 柔性破碎筛分设备、骨料整形制砂设备	2020 年度、2021 年度、2022 年度和 2023 年 1-6 月，公司外销收入占主营业务收入比例分别为 28.58%、39.90%、30.70%和 47.57%，出口产品主要销往俄罗斯、东南亚等国家和地区。其中，对俄罗斯地区占比较高，分别达到 14.02%、18.78%、19.28%和 35.00%，2023 年金额及占比上升幅度明显。	《招股说明书》
山河智能 (002097.SZ)	挖掘机械，桩工机械，高空机械，起重机械，凿岩机械，矿山设备及油气管道设备	2023 年公司中东市场实现销售收入 2.17 亿元，同比增长 81.10%。	《关于对 2023 年年报问询函回复的公告》

公司名称	主要产品	披露内容	内容来源
南方路机 (603280.SH)	破碎筛分设备、建筑垃圾再生处理设备、工程搅拌设备等	2022 年公司在俄罗斯的市场销售翻了好几倍，2023 年的销售仍持续稳中有升。公司在俄罗斯已经有稳定的经销渠道，与当地经销商建立了可信任的合作关系，对未来俄罗斯市场的稳定发展打下了坚实的基础。	《南方路机 2023 年 11 月 23 日投资者关系活动记录表》

(2) 部分证券公司研究机构撰写的研究报告中也涉及国内工程机械厂商在俄罗斯、沙特、哈萨克斯坦等国家和地区的业务拓展情况，具体如下：

公司名称	主要产品	披露内容	内容来源
三一重工 (600031.SH)	混凝土机械、挖掘机械、起重机械、桩工机械、路面机械等	2023 年前三季度，三一重工对俄罗斯的销售额同比增长超过 100%	华泰证券研究报告《三一重工研究报告：具备长期成长性的工程机械龙头》
山推股份 (000680.SZ)	推土机、压路机、装载机、混凝土机械及零部件	受国际地缘政治冲突和“一带一路”带来的市场机会影响，公司自 2021 年起快速扩张海外业务规模，主要销售地区为俄语片区、东南亚和非洲等	财通证券研究报告《推土机行业领军企业，奋楫扬帆再谱新篇》

综上所述，根据国内各可比公司的公开披露文件以及市场研究机构出具的相关研究报告内容，发行人可比公司以及部分工程机械行业上市公司于报告期内的出口结构变化变化趋势与发行人一致。

2、国外可比公司在报告期内和期后的出口结构变化情况

安百拓、山特维克于报告期对于部分地区的出口情况如下：

(1) 安百拓

安百拓于 2017 年由阿特拉斯·科普柯集团下包括矿山与岩石开挖技术业务领域等相关业务板块分拆成立。安百拓专注于研发并生产创新的凿岩钻机、岩石开挖和建筑设备及工具并且能够提供优质的服务及自动化解决方案，为露天和地下采矿、基础设施、土建工程、水井钻进和地质工程勘测等领域提供可持续生产力，与发行人具有可比性。

根据安百拓发布的年度报告，2021 年以来安百拓对于部分主要地区的出口情况如下：

单位：百万瑞典克朗

主要区域	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2021 年度
俄罗斯	-	-	1,249	2,421
中东	2,549	2,853	2,441	1,904
哈萨克斯坦	990	997	933	801

注 1：因俄罗斯地区业务收入较小，安百拓自 2023 年起将俄罗斯区域收入全部划归至“欧洲地区-其他地区”；

注 2：中东地区收入选取“非洲-中东区域收入”中剔除主要非洲国家的“其他地区”收入。

2022 年以来以安百拓为代表的国际巨头纷纷退出俄罗斯市场，安百拓在俄罗斯区域的业务收入大幅下滑。包括志高机械在内的国内企业在产品性价比、定制化开发程度、售后服务响应速度、综合服务能力、供货稳定性和及时性等方面具有良好的竞争优势，近年来俄罗斯地区实现收入规模不断增长。

报告期内安百拓在哈萨克斯坦地区实现收入整体保持相对稳定、变化幅度相对较小。中东区域实现收入情况呈先升后降，2023 年收入规模较大且 2024 年有所下降，与发行人对沙特阿拉伯的地区的销售收入变化趋势一致。

安百拓期后未披露按国别分类的收入情况。

（2）山特维克

山特维克于 1862 年成立于瑞典斯德哥尔摩，是一家全球化的工程集团，业务覆盖矿山和岩石开挖，金属切削与材料科技。山特维克矿山和岩石开挖业务主要生产矿山和建筑用机械，包括凿岩机、钻机、矿物装载运输设备、破碎和筛选设备、破拆和循环利用设备以及散货装卸设备，与发行人具有可比性。

2021 年度山特维克向俄罗斯地区销售收入为 3,536 百万瑞典克朗，2022 年度销售规模为 1,230 百万瑞典克朗。山特维克在年度报告中明确描述退出俄罗斯市场的决定同时自 2023 年起该公司未再列示俄罗斯地区销售收入金额。

山特维克期后未披露按国别分类的收入情况。

综上所述，根据上述可比对象公开披露的报告和相关报道、研究报告等，除国外可比公司于 2022 年退出俄罗斯市场外，报告期内国内外可比公司出口结构变化与发行人具有一致性，相关可比公司出口内容与发行人具有可比性。

（五）结合以上情况，完善招股说明书风险揭示。存在主要客户不再与发行人继续合作、或已具有明显迹象的，请在招股说明书中充分揭示风险。

公司已在招股说明书之“重大事项提示”之“五、特别风险提示”和“第三节 风险因素”之“一、财务风险”补充披露外销客户业务合作稳定性的风险提示，具体内容如下：

“（三）外销客户业务合作稳定性风险

受益于国家“一带一路”战略的持续推动以及公司对海外市场的积极拓展，公司紧密契合国内工程机械行业“出海”的发展主旋律，积极拓展海外市场和客户并加强与“一带一路”沿线国家的合作，持续建设境外销售渠道，推动外销收入快速增长。报告期内公司成功开发了俄罗斯、哈萨克斯坦和沙特阿拉伯等区域的主要境外客户同时陆续开发蒙古国、土耳其、南非等境外客户。但如外销业务出现不利因素如宏观经济政策发生变动或部分外销客户自身经营情况波动或新竞争对手进入当地市场等，可能对公司与外销客户的业务合作稳定性造成不利影响。”

二、关于内销业务增长的合理性和真实性

（一）说明 2024 年对中国中铁销售额大幅下降的原因及合理性，期后销售实现及销售回款的同期对比情况。

1、2024 年度公司对中国中铁销售金额大幅下降的原因及合理性

报告期各期，公司对中国中铁交易情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
销售收入	1,601.79	2,117.08	2,866.76
应收账款余额	3,707.67	3,545.92	2,809.01

中国中铁系集勘察设计、施工安装、工业制造、房地产开发、资源利用、金融投资和其他新兴业务于一体的特大型企业集团，系全球最大的建筑工程承包商之一，该客户主营业务收入包括基础设施建设收入、房地产开发收入等。公司与其合作时间较长，期末应收账款金额相对较大且受多因素影响其回款进度相对较

慢，公司在一体式钻机产能相对受限的情况下，优先向回款情况相对良好的境外主要客户进行供货并相应向其降低了发货金额。2024 年起为进一步控制应收账款规模，公司采取对方回款的基础上才进行发货的销售政策。上述因素综合影响导致 2024 年起公司向该客户的供货金额有所下降，具有合理性。

2、期后销售实现及销售回款的同期对比情况

2025 年 1-3 月，公司对中国中铁未进行发货，当期回款金额为 193.22 万元。期后销售实现情况和销售回款的同期对比情况如下：

单位：万元

科目	2025 年 1-3 月	2024 年 1-3 月
销售金额	-	1,526.57
回款金额	193.22	500.13

综上所述，2024 年起公司与中国中铁的合作逐步减少系公司基于客户的回款情况、一体式钻机产能紧张等多种因素的主动选择，具有合理性。

（二）说明境内主要客户的下游需求及主要应用场景、建设项目情况，境内业务是否存在进一步萎缩的风险，并视情况在招股说明书中补充揭示风险。

1、境内主要客户的下游需求及主要应用场景、建设项目情况

报告期内，公司向各年前五名境内客户销售情况如下：

序号	公司名称	需求类型/应用场景及部分应用项目
1	嘉德耐特（北京）工业设备有限公司	矿山开采：河北矾山磷矿等
2	蒙阴县飞达矿山工程机械有限公司	地下水勘探和矿山开采：山东地区水井打孔等
3	费县正腾工程机械有限公司	水利工程：抽水蓄能电站等
4	成都金旭贸易有限公司	基础设施建设：川藏线公路项目等
5	中国中铁股份有限公司	地下洞库建设：安庆石油洞库等
6	乌鲁木齐志高兴赣机械设备有限公司	矿山开采、光伏建设：新疆中绿电若羌光伏项目等
7	重庆市健利机电设备有限公司	矿山开采/蓄能电站：乌仁都西煤矿等
8	成都万亨机械有限责任公司	水利工程、基础设施建设：双江口水电站等

注：根据经销协议重庆市健利机电设备有限公司为内蒙古乌海地区经销商。

报告期内，境内主要客户需求为矿山开采、基础设施建设、光伏建设项目等，代表性项目为各类矿山开发、水电站建设、道路建设、光伏等项目，境内需求场景类型多样。

2、境内业务是否存在进一步萎缩的风险，并视情况在招股说明书中补充揭示风险

（1）2024 年度公司钻机、螺杆机的内销收入同比上升，不存在境内业务持续萎缩的情形

报告期各期，公司钻机、螺杆机的内销、外销业务收入情况如下：

单位：万元

产品	区域	2024 年度		2023 年度		2022 年度
		收入金额	变动	收入金额	变动	收入金额
钻机	内销	28,652.79	8.64%	26,374.89	-11.52%	29,807.82
螺杆机	内销	32,074.14	2.41%	31,320.71	-8.97%	34,407.02
内销合计		60,726.93	5.25%	57,695.59	-10.15%	64,214.84
钻机	外销	18,676.77	14.53%	16,307.84	71.07%	9,532.61
螺杆机	外销	691.25	-8.23%	753.24	4,919.96%	15.00
外销合计		19,368.02	13.52%	17,061.08	78.69%	9,547.62

报告期内，公司内销钻机和螺杆机收入分别为 64,214.84 万元、57,695.59 万元和 60,726.93 万元，2023 年、2024 年分别同比变动-10.15%和 5.25%，2024 年公司内销业务收入金额同比有所上升且钻机、螺杆机均同比增长，公司内销业务不存在持续萎缩的情形。

（2）公司钻机、螺杆机内销业务对应的下游应用行业 2024 年逐步有所复苏，进一步萎缩的风险较小

公司内销收入集中于一体式钻机、分体式钻机和工程螺杆机，上述三类产品的销售收入占各期整机主营业务收入的比例分别为 80.83%、86.51%和 88.29%，占比很高。上述产品主要用于矿山开采、基础设施建设和房地产开发等领域，为报告期内公司内销收入金额变动的主要影响因素。2024 年以来上述业务所在行业的发展情况如下：

2024 年以来中央政府发布多项政策文件推动经济回升。在工程机械及矿山开采行业，2024 年 2 月工信部等七部门联合印发《关于加快推动制造业绿色化发展的指导意见》，提出加快工程机械等行业的绿色低碳转型。2024 年 3 月国务院发布了《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》以推动工程机械等领域的设备更新和以旧换新工作；在基础设施建设领域，除政府工作报告提出的推进保障性住房建设、“平急两用”公共基础设施建设、城中村改造等重点工作外，2024 年政府继续扩大地方政府专项债券额度、同时发行超长期特别国债用于支持重点基础设施项目建设；在房地产开发领域，中央和地方政府出台多项政策包括放开限购、降低首付比例及贷款利率等，以促进房地产市场平稳发展。

在上述政策的共同作用下，国内经济复苏向好并带动工程机械行业逐步复苏发展，不存在持续萎缩的情形。受益于中央及地方政府的上述一揽子稳经济政策，国内工程机械行业整体景气度有所改善，以工程机械领域具有代表性的挖掘机为例，根据中国工程机械工业协会数据，2023 年、2024 年度国内整体销量为 9.0 万台、10.1 万台，2024 年同比上升 11.74%，实现止跌回升、增长情况良好。2025 年 1-3 月，国内销量为 3.66 万台、同比上升 38.30%，增长及恢复态势良好。

随着政府进一步强化宏观经济逆周期调节力度、实施更加积极的财政政策和适度宽松的货币政策，预计国内工程机械行业和下游基础设施建设等行业将缓慢复苏，发行人境内业务所处行业进一步萎缩的风险较小。

（3）境内业务在手订单金额稳定增长，能为公司境内业务增长提供有力支持，公司境内业务进一步萎缩的风险很低

公司产品的销售以经销模式为主、直销模式为辅，经销商为减少自身备货规模、降低对其资金的占用，其一般在有订单需求时才会向发行人下单进行采购、一般采取临时订单模式，因此报告期各期末公司在手订单金额相对较小，具有合理性。2024 年末公司境内业务客户在手订单金额为 3,395.70 万元，相较于 2023 年末境内业务客户在手订单金额同比上升 18.82%、增长情况良好，与公司整体主营业务收入的变动情况保持一致。截至 2025 年 4 月 21 日，公司内销业务在手订单规模为 3,732.46 万元，金额相对较大，能够对公司境内业务未来增长构成有力支持，公司境内业务进一步萎缩的风险较小。

(4) 2024 年至今公司已获取国内多项知名工程项目订单并成功与多家大型建设企业、矿山企业签署框架协议/进入合格供应商名录，为内销收入增长奠定基础

公司积极参与境内知名工程项目，2024 年以来通过招投标等入围并获取订单的部分代表性工程项目举例如下：

序号	客户名称	项目名称	中标时间	中标金额 (万元)	产品类型	产品型号及数量
1	中国电建集团水电十五局	湖北潘口抽水蓄能电站项目	2025 年 4 月	128.8	一体式钻机	1 台 UJ21C 地下单臂凿岩台车
2	铜陵有色金属集团有限公司	庐江矿业项目	2024 年 9 月	103	一体式钻机	1 台 UJ21D 地下单臂凿岩台车
3		安庆铜矿项目	2024 年 5 月	77.6	工程螺杆机	3 台 185SDYT 工程螺杆机
4	安徽中核井巷商贸股份有限公司	山东烟台海阳核电站隧道掘进台车项目	2024 年 5 月	232	一体式钻机	2 台 UJ21C 地下单臂凿岩台车
5	中国葛洲坝集团股份有限公司	罗田平坦原抽水蓄能电站项目	2024 年 3 月	270	一体式钻机	2 台 UJ21C 地下单臂凿岩台车

同时发行人露天一体式钻机、地下一体式钻机、工程螺杆机产品已成功入围多家大型建设企业、矿山企业公司并已签署框架协议/进入合格供应商名录。具体情况如下：

序号	客户名称	签署时间/入围时间	产品类型	主要产品型号
1	中国电力建设集团有限公司	2024 年 12 月	一体式钻机	T640、UJ22、UJ33
2	中国能源建设集团有限公司	2024 年 11 月	一体式钻机	D440A、D460A、D470B、D480A、D454
3	安徽海螺股份有限公司	2024 年 4 月	一体式钻机	D440A、D460A、D480A、D490R
4	中国中铁股份有限公司	2024 年 12 月	工程螺杆机	全系列
5	中国交通建设集团有限公司	2024 年 12 月	工程螺杆机	全系列

上述代表性工程项目订单的获取及知名大型建设企业、矿山企业框架合格供应商名录的进入，有助于进一步提升发行人的市场影响力、知名度，为发行人内销收入的增长奠定了良好的客户基础。

(5) 在招股说明书中补充揭示境内业务进一步萎缩的风险

公司已在招股说明书之“重大事项提示”之“五、特别风险提示”和“第三节 风险因素”之“一、财务风险”补充披露内销业务收入下滑的风险提示，具体内容如下：

“(二) 内销业务收入下滑风险

受宏观经济波动、基础设施投资规模及房地产开发规模有所下降或增速放缓、下游工业行业需求下降等多因素影响，报告期内公司内销业务收入分别为 68,496.90 万元、61,903.72 万元和 65,333.87 万元，占主营业务收入金额的比例分别为 87.20%、76.63%、74.18%，2023 年收入金额及占比有所下降。公司部分内销客户回款速度较慢，公司从业务发展、回款安全等角度出发适当控制了对部分内销客户的发货规模，并将较为饱和的产能适当倾斜于回款较快的外销业务。如未来下游行业需求未明显提升、下游客户回款速度未能改善，则发行人内销收入存在进一步下滑的风险。”

三、保荐机构核查意见

(一) 核查程序

保荐机构主要执行了以下核查程序：

1、获取发行人收入成本表，分析报告期内各类型产品以及其主要客户收入变动情况；与发行人销售负责人访谈，了解其变动原因、与下游行业需求变动情况的匹配性及主要外销客户合作的可持续性；

2、获取发行人在手订单统计表，核实在手订单转化情况；获取主要客户的在手订单对应合同，了解在手订单在发货期限、货款支付、货物运输安排等方面的权责条款内容；

3、与发行人实际控制人访谈，了解公司产品相较于国内外可比公司的竞争优势劣势，以及主要外销客户收入变动原因；与发行人销售负责人访谈，了解公司境外业务拓展能力和持续竞争能力，分析是否存在下游行业主要客户需求下降导致期后持续经营能力受到重大不利影响的风险；

4、与发行人销售负责人访谈，关注下游行业及主要客户的需求变化情况；查阅可比公司定期报告，关注可比公司报告期内及期后的出口结构变化情况；

5、查阅可比公司官方网站，获取可比公司公开披露的年度报告，分析可比公司出口结构变化情况；

6、与发行人实际控制人访谈，了解发行人与中国中铁的合作情况及变化原因；查阅公司货币资金序时账，获取中国中铁回款相关凭证，统计其回款金额；

6、获取发行人主要客户出具的说明文件，了解其购买发行人产品的主要应用方向和项目情况；查阅主流研究机构的研究报告，了解宏观经济和下游行业的景气度恢复情况；与发行人销售负责人访谈，了解公司内销业务是否存在进一步萎缩风险。

（二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、发行人与 OOO AltaiBurMash、QUANTUM SYSTEMS KAZAKHSTAN LLP 主要外销客户的合作具有可持续性；发行人在手订单因对方单方面取消而造成重大损失的风险很低；公司在手订单金额较大、新增在手订单情况良好，能够对公司未来业绩构成稳定支持并反映公司业务获取的可持续性。

2、发行人具备境外业务拓展及持续竞争能力，因下游行业主要客户需求下降导致期后持续经营能力受到重大不利影响的风险很低。

3、除国外可比公司于 2022 年退出俄罗斯市场外，报告期内国内外可比公司出口结构变化与发行人具有一致性，相关可比公司出口内容与发行人具有可比性。

4、2024 年起公司与中国中铁的合作逐步减少系公司基于客户的回款情况、一体式钻机产能紧张等多种因素的主动选择，具有合理性。

5、2024 年度公司钻机、螺杆机的内销收入同比上升，不存在境内业务持续萎缩的情形；公司钻机、螺杆机内销业务对应的下游应用行业 2024 年逐步有所复苏，公司代表性工程项目订单的获取及知名大型建设企业、矿山企业框架采购协议的签署，有助于进一步提升发行人的市场影响力、知名度，为发行人内销收

入的增长奠定了良好的客户基础，公司境内业务进一步萎缩的风险很低；公司已经在招股说明书中补充揭示境内业务进一步萎缩的风险。

问题 3.关于募投项目预期收益

根据申请文件及问询回复文件，（1）发行人拟募集资金 39,500.00 万元，其中 30,728.00 万元用于“年产 300 台智能化钻机生产线建设项目”，该项目将年新增 300 台一体式钻机生产能力，第五年达产后预计将增加营业收入 41,270.00 万元，实现净利润 7,752.38 万元。（2）“年产 300 台智能化钻机生产线建设项目”达产产能包括露天自动潜孔钻机 216 台，预计单价 70.19 万元，智能化地下凿岩机 84 台，预计单价 310.83 万元。报告期内，公司钻机类产品的单位价格分别为 29.76 万元/台、31.62 万元/台和 35.45 万元/台；螺杆机类产品的单位价格分别为 1.92 万元/台、2.43 万元/台和 2.96 万元/台。（3）2024 年末公司境内业务客户在手订单金额为 3,395.70 万元，境外业务在手订单金额为 4,523.94 万元。发行人产品销售以经销模式为主、直销模式为辅，经销商为减少自身备货规模、降低对其资金的占用，其一般在有订单需求时才会向发行人下单进行采购、一般采取临时订单模式，报告期各期末公司在手订单金额相对较小。

请发行人：（1）补充说明募投产品在产品类型、技术路线、实际用途、市场定位等方面与报告期内主要产品的异同，整体单价较报告期内主要产品较高的原因及合理性。（2）补充说明募投产品的潜在客户情况及需求变动趋势，发行人产能消化措施，预期收益的测算依据及可实现性。

请保荐机构核查并发表明确意见。

一、补充说明募投产品在产品类型、技术路线、实际用途、市场定位等方面与报告期内主要产品的异同，整体单价较报告期内主要产品较高的原因及合理性

（一）补充说明募投产品在产品类型、技术路线、实际用途、市场定位等方面与报告期内主要产品的异同

本次募投项目中“年产300台智能化钻机生产线建设项目”拟扩产的产品主要为露天自动潜孔钻机、智能化地下凿岩机等一体式钻机，其用途、主要型号、设计生产数量情况如下：

具体类型	产品用途	主要型号	设计生产数量
露天自动潜孔钻机	潜孔钻机为凿岩机构的冲击器安装在钻杆底部、潜入孔底钻凿岩石的钻机，适用于多种工程领域的凿岩需求	D440、D450、D460、D470、D480、D490	176 台
		T640、T645	40 台
智能化地下凿岩机	地下凿岩机为主要用于地下井巷、隧道钻爆掘进时钻凿岩孔和锚杆孔的掘进凿岩设备	UJ18、UJ21、UJ33	56 台
		UM18、UM21	28 台

上述产品均属于一体式钻机且均已实现成熟生产和销售，公司募投产品的产品类型、技术路线、实际用途、市场定位等情况如下：

序号	型号	产品	细分类型	技术路线	实际用途	市场定位	报告期内合计销售数量 （台）	2024 年实际 销售单价 （万元/台）
1	D440	露天一体 式钻机	一体式自动 潜孔钻机	配备自动换钎、冷却恒温控制系统及安全舒适的全天候空调驾驶室，可满足钻机在不同工作环境下的单人单机操作	露天环境使用，应用于大中型有色金属、黑色金属、水泥矿山的爆破孔钻凿等。同时也广泛适用于工程建筑、房地产等领域	中高端产品	81	-
2	D450					中高端产品	31	-
3	D460					中高端产品	98	-
4	D470					中高端产品	25	-
5	D480					中高端产品	157	-
6	D490					中高端产品	7	-
7	T640		顶锤钻机			中高端产品	88	-
8	T645					中高端产品	1	-
9	UJ18	地下一体 式钻机	掘进钻机	采矿系列：配置组合铰链式底盘及防落物安全认证驾驶室，使钻机在狭窄巷道中能安全灵活地转场和凿岩作业； 建筑系列（UJ33）：配置重型轮式四驱多档位行走系统及独立操纵自动平行大臂，实现了整机精准定位及高效率运行	适用于老式矿山改造掘进及小型引水洞等建筑施工使用	中高端产品	12	-
10	UJ21				适用于地下矿山开拓、小型隧道掘进及锚杆孔的加固工程	中高端产品	55	-
11	UJ33				适用于公路、铁路、水电、洞库等地下工程和隧道施工	中高端产品	16	-
12	UM18		锚杆钻机		适用于地下中小型矿山锚杆支护施工	中高端产品	5	-
13	UM21				适用于地下中大型矿山锚杆支护施工	中高端产品	2	-

发行人具体型号产品单价属于商业机密，已申请豁免披露。

报告期内，“年产 300 台智能化钻机生产线建设项目”相关产品均已实现销售，各期销售金额占一体式钻机收入的比例分别为 64.13%、72.07%和 71.54%，占钻机收入的比例分别为 49.64%、56.05%和 58.05%，占比较高、不断上升，为公司主营业务收入的重要来源。“年产 300 台智能化钻机生产线建设项目”为公司报告期内主要产品的进一步扩产，募投产品在产品类型、技术路线、实际用途方面与报告期内主要产品不存在显著差异。

产品定位方面，本次募投项目新增产能涉及的露天自动潜孔钻机与地下凿岩钻机均为公司较高端的产品。以 D460、D480 等潜孔钻机为例，其在整机重量、孔径范围、钻杆长度等方面均处于较高水平，产品单价也更高。

综上所述，“年产 300 台智能化钻机生产线建设项目”为公司报告期内主要产品的进一步扩产，募投产品在产品类型、技术路线、实际用途方面与报告期内主要产品不存在显著差异。募投产品整机重量、孔径范围、钻杆长度等方面均处于较高水平，市场定位相对较为高端、产品单价也更高。

（二）整体单价较报告期内主要产品较高的原因及合理性

本次募投项目扩产产品单价显著高于报告期内钻机产品单价的原因及合理性如下：

1、公司产品型号众多、价格差异较大

公司主要产品包括钻机和螺杆机，其中钻机按照设计结构可以区分为一体式钻机、分体式钻机，主要应用于矿山开采施工、基础设施建设施工、房屋建筑施工等场景中且类型较为丰富。本次募投产品均为一体式钻机，一般而言一体式钻机设计较为复杂、性能参数较高，相比分体式钻机价格显著较高。报告期内，公司一体式钻机平均产品单价分别为 55.98 万元、62.27 万元和 65.31 万元；分体式钻机平均产品单价分别为 11.42 万元、11.62 万元和 11.95 万元，由上可见一体式钻机产品单价显著较高。

具体至一体式钻机，报告期内公司销售的一体式钻机超过 30 个型号，不同型号产品在整机重量、孔径范围、钻杆长度等方面也存在较大差异，因此即便均

属于一体式钻机，不同细分产品的价格也存在较大差异。价格差异也较大。发行人具体型号产品单价属于商业机密，已申请豁免披露。

2、募投产品主要为性能参数高、使用场景广、成本较高的中高端产品，其单价较高

本次募投产品均属于公司中高端产品，以露天一体式钻机部分产品为例，募投产品与报告期内其他型号主要产品（报告期内合计销售额在 1,000 万元以上的型号）在参数、成本等方面对比如下：

类型	主要型号	整机重量	孔径范围	钻杆长度	2024 年平均成本
募投产品	D440、D450、D460、D470、D480、D490	14.8-38.9 吨	90-220m m	4,000-9,000mm	-
主要非募投一体式钻机产品	ZGYX421、ZGYX452、ZGYX453、ZGYX454	7.2-15.6 吨	90-152m m	3,000-5,000mm	-

发行人具体型号产品成本属于商业机密，已申请豁免披露。

由上表可知，相比其他同类型主要产品，D460、D490 等募投产品整机重量更大且在最大孔径、最大钻杆长度等方面均存在显著优势，能够更好适应大中型有色金属、黑色金属、水泥矿山等爆破孔钻凿需求以及应用于复杂的大型建筑工程施工场景，其生产成本以及单位价格均相对更高。

3、募投测算价格与报告期内同型号细分产品实际销售价格不存在显著差异

各募投产品测算价格与 2024 年度同型号产品实际销售价格对比情况如下：

单位：万元/台

序号	型号	产品系列	募投项目测算单价(不含税)	2024 年实际销售单价
1	UJ18	地下一体式钻机	-	-
2	UJ21		-	-
3	UJ33		-	-
4	UM18		-	-
5	UM21		-	-
6	D440	露天一体式钻机	-	-

序号	型号	产品系列	募投项目测算单价(不含税)	2024 年实际销售单价
7	D450		-	-
8	D460		-	-
9	D470		-	-
10	D480		-	-
11	D490		-	-
12	T640		-	-
13	T645		-	-

发行人具体型号产品单价属于商业机密，已申请豁免披露。通过上表对比可知，募投产品设计测算单价与同型号产品 2024 年度实际销售单价一致，不存在显著差异。

4、募投产品毛利率与报告期内一体式钻机毛利率不存在显著差异

“年产 300 台智能化钻机生产线建设项目”测算的毛利率为 35.97%，报告期内公司一体式钻机产品的毛利率为 34.70%、36.37%和 37.04%，平均值为 36.04%。项目测算毛利率与报告期内同类产品平均毛利率不存在显著差异，测算具有谨慎性、合理性。

综上所述，“年产 300 台智能化钻机生产线建设项目”募投产品整体单价较报告期内钻机产品较高，主要系一体式钻机产品单价较高、一体式钻机产品内部产品型号较多差异较大等因素影响所致，差异原因具有合理性；“年产 300 台智能化钻机生产线建设项目”产品测算价格与报告期内同型号产品实际销售价格不存在显著差异，毛利率与报告期内一体式钻机毛利率不存在显著差异，项目产品测算价格具有谨慎性、合理性。

二、补充说明募投产品的潜在客户情况及需求变动趋势，发行人产能消化措施，预期收益的测算依据及可实现性

（一）补充说明募投产品的潜在客户情况及需求变动趋势

1、募投产品的潜在客户情况

考虑公司现有客户情况及未来市场拓展计划，该募投项目达产后新增产能的

潜在销售区域及客户情况如下：

国家/地区	计划销售数量（台）	主要目标客户	客户具体情况	当地市场下游需求情况
俄罗斯	112	OOO AltaiBurMash	成立于 2017 年，2019 年开始合作。	俄罗斯位列 2024 年度我国工程机械出口目的地第 1 名；根据 Statista 的 2021 年数据，俄罗斯已探明的资源储量价值为 30 亿美元，居全球第 1 位，其中铁矿石蕴藏量 650 亿吨，居全球第 1 位，煤蕴藏量 1,604 亿吨，居全球第 2 位；俄罗斯政府制定了矿产原料基地发展战略，积极推动采矿业转型、提高产量和效率。
哈萨克斯坦	14	QUANTUM SYSTEMS KAZAKHSTAN LLP	成立于 2006 年，2022 年开始合作。	哈萨克斯坦位列 2024 年度我国工程机械出口目的地第 15 名；哈萨克斯坦钨、铬、铀矿储量均居世界第 1 位，分别占全球储量的 50%以上、30%以上和 19%，此外当地还有丰富的铜、铁、铅、锌、煤矿等矿产储备；哈萨克斯坦石油可采储量 44 亿吨，已探明储量居世界第 11 位；哈政府积极推动水利基础设施建设，计划 2025 年实施超过 90 个水利项目。
乌兹别克斯坦	8			乌兹别克斯坦石油已探明储量 1 亿吨，凝析油已探明储量 1.9 亿吨，天然气已探明储量 1.89 万亿立方米，煤储量 19 亿吨，铀储量 18.58 万吨；中乌两国经贸合作历史悠久，据乌方统计，中国对乌兹别克斯坦投融资累计超过 150 亿美元，截至 2024 年 9 月在乌中资企业 2,982 家，合作领域涵盖油气、化工、纺织、电力、煤炭、建材、农业、水利等广泛领域。
蒙古	12	GOBI TURUU LLC	成立于 2010 年，2023 年开始合作。	采矿业为蒙古国支柱产业，2023 年采矿业占工业总产值的 70.4%，占工业总销售额的 65.3%；蒙古国已探明煤炭蕴藏量约 1620 亿吨、铜约 3600 万吨、铁约 20 亿吨、磷约 2 亿吨、黄金约 3000 吨。
越南	5	DONG LOI EQUIPMENT AND SERVICES CORPORATION	成立于 2002 年，2024 年开始合作。	越南位列 2024 年度我国工程机械出口目的地第 7 名；越南已探明煤炭储量约 38 亿吨，其中优质无烟煤约 34 亿吨，原油储量约 44 亿桶，2023 年石油出口在东南亚居第 4 位；越南政府积极推动基础设施建设，计划在 2030 年完成河内、

国家/地区	计划销售数量（台）	主要目标客户	客户具体情况	当地市场下游需求情况
				胡志明市的城市轨道交通并在其他大城市展开建设、基本建成南北高速铁路网络，并建设约 5,000 公里的高速公路。
智利	12	CVMAQ S.A.	成立于 2008 年并于 2025 年开始合作。	智利矿业开采投资排全球第 4 位，拥有铜矿储量约 1.9 亿吨，为世界最大的铜生产国，此外智利还是全球唯一生产天然硝石的国家；2023 年智利纯锂产量为 4.4 万吨，同比增长 16%，产量居全球第 2 位；2019 年，智利发布矿业路线图 2.0，该路线图拟面向 2035 年，着眼于从生产率、安全、环境保护和创新等方面提高智利矿业的竞争力。
境外小计	163	-	-	-
境内	137	中国中铁、中国电力建设集团、重点水利工程领域客户	中国中铁：是集勘察设计、施工安装、工业制造、房地产开发、资源利用、金融投资和其他新兴业务于一体的特大型企业集团。中国中铁 2023 年在《财富》世界 500 强企业排名第 39 位。 中国电力建设集团：是经国务院批准，于 2011 年 9 月成立的跨国经营的综合性特大型中央企业。2024 年，中国电建位居《财富》世界 500 强第 108 位。	境内客户方面，公司主要通过向现有客户销售以及国内未来重点工程领域水利工程和电力建设领域销售的方式消化募投项目新增产能。募投项目的建设有助于结束公司在钻机产能有限的情况下将产能优先分配给外销市场的局面，为内销增长建立基础。公司未来将加强与中国中铁股份有限公司等境内直销客户的合作，持续向其输送高端一体式钻机产品。此外，公司顺应国家电力、水利基础设施建设的导向，已经与中国电力建设集团新签署战略合作协议，同时正在开拓重点水利工程领域客户。
合计	300	-	-	-

注：出口目的地排名来自中国机电产品进出口商会公布的数据

发行人客户员工人数及经营规模属于商业秘密，已申请豁免披露。

根据中国机电产品进出口商会公布的数据，上述国家和地区中，俄罗斯、越南、哈萨克斯坦分别位列我国 2024 年度工程机械出口目的地第 1 名、第 7 名和第 15 名，相关国家和地区采矿业或基建行业的发展催生了对我国工程机械的旺盛需求，为公司中高端一体式钻机产品进一步扩大境外销售规模提供良好的市场需求保障。此外，募投项目的建设有助于结束公司在钻机产能有限的情况下将产能优先分配给外销市场的局面，为内销一体式钻机收入规模增长建立良好的产能基础。公司未来将加强与境内直销客户的合作，持续向其输送高端一体式钻机产品，与此同时公司积极顺应国家电力、水利基础设施建设的导向，积极拓展重点水利工程领域客户。

2、募投产品的需求变动趋势

在国内，近年来随着我国对矿山开采、工程建设中绿色环保、安全、自动化、机械化、专业化等要求出台了一系列政策，在矿山开采、工程建设等领域中一体式钻机产品对传统手风钻、分体式钻机产品的替代逐渐加快。

在基础设施建设领域，2024 年以来，国家能源局、发改委先后印发《配电网高质量发展行动实施方案（2024-2027 年）》《水利中央预算内投资专项管理办法》等重要政策法规文件，为行业发展提供重要指导。在电力领域，构建新型电力系统重大战略部署正稳步推进，特高压工程加速推进、配电网数字化改造及新能源配套需求激增；在水利领域，水利部已明确加快推进水利基础设施建设，高质量完成“十四五”规划目标任务，中央预算内水利投资年度规模突破 3,000 亿元，较“十三五”时期增长 45%。基础设施建设行业迎来重大利好，对一体式钻机等工程机械产生新增需求。

从全球市场来看，俄罗斯、智利等矿产资源出口国政府近年来积极推动采矿业转型升级，哈萨克斯坦、越南等一带一路国家正在大力推进基础设施建设，均催生了对具备智能化、自动化特性的一体式钻机的旺盛需求。不同国家的气候环境、工况条件、合规要求等差异较大，因此下游客户在设备参数、遥控功能、防护措施等方面在已有产品类型的基础上进行定制化开发，使得设备更加符合所在国的作业要求。

综上所述，境内外市场对智能化、自动化一体式钻机需求旺盛，本次募投产品智能化、自动化水平较高具有良好的可定制性，能够较好地适应市场需求变化。

（二）发行人产能消化措施情况

“年产 300 台智能化钻机生产线建设项目”上述募投项目的建设期为 2 年，达产后第一年、第二年、第三年的达产率分别为 60%、80%、100%，项目产能存在逐步提升和达产的过程。针对未来募投项目实施之后的产能扩张情况，公司将从境外、境内两个方向为抓手推动公司产能消化，具体措施包括：

（1）境外市场拓展方面

①加强大型国际展会参展力度，提升公司在海外凿岩机械领域的知名度

公司一直专注于境外市场的开拓和发展。未来公司将继续通过展会等方式进一步向海内外客户推荐公司产品，加大参展力度。公司积极参加宝马展、中国进出口商品交易会（广交会）、中国国际水泥峰会等高质量、国际化展会，在展会上了解国内外市场发展趋势以及客户需求，收集售后服务部门的反馈信息，不断开发新技术与新产品，并对现有产品进行跟踪改进、不断提升产品性能从而进一步满足客户需求，不断扩大公司在海外凿岩机械领域的知名度，积极推动公司新增产能的消化。

②加大境外销售网络的拓展力度，推动公司中高端一体式钻机产品海外销售形成新局面

2022 年以来，公司不断加大境外销售的拓展力度，拓展了多家优质境外经销商。上述境外经销商深耕当地市场多年，有相关机械设备的销售经验并积攒了大量的包括大型矿山企业等在内的优质客户资源，在海外对公司产品品牌进行了积极广泛推广，为公司中高端一体式钻机产品销售奠定了坚实的基础。此外，得益于区位优势，公司充分利用陆运资源提升物流效率并为优质境外客户提供详尽的人员培训，提升了境外客户的服务体验。未来，公司将深入了解所在国市场需求情况，加大境外销售网络的拓展力度，进一步开发“一带一路”沿线国家以及欧洲、东南亚等区域的经销商网络，精选当地资金实力雄厚、销售经验丰富、售后服务优良、销售网络全面的客户作为当地经销商，推动公司一体式钻机产品海

外销售形成新局面，顺利消化本次募投项目新增产能。

③不断开展产品研发迭代，提供定制化开发，提升产品竞争力

公司拥有良好的技术和研发积累，为提高产品竞争力、开拓海外市场提供保障。公司长期以来在产品和技术开发上持续进行投入、始终紧跟市场发展趋势，已拥有较完善的产品体系。在钻机领域，公司自研核心零部件高频高压液压凿岩机打破了外资企业技术垄断，逐步形成了地上钻机、地下采矿钻机、地下建筑钻机等较为多元化的产品体系，可以满足海外下游客户多场景的应用需求。

此外，公司针对海外市场还提供了定制化开发服务，更好的契合了下游客户的需求、提升了满意度。针对俄罗斯、沙特阿拉伯、哈萨克斯坦等海外市场需求客户，公司结合客户所在国当地的气候环境、工况条件、合规要求等，在设备参数、遥控功能、安全措施等方面在已有产品类型的基础上进行定制化开发，使得设备更加符合所在国的作业要求。

（2）境内市场拓展方面

经过多年的发展，公司已经培育起骨干销售力量支持公司业务发展。一方面，公司逐步建立并完善覆盖全国主要区域的经销商体系，不断优化经销商队伍、扩大经销业务规模；同时针对经销商队伍不断通过培训、定期会议等方式对其销售能力、售后服务水平进行培训提升；另一方面，针对部分大型直销客户，公司通过良好的服务不断提升直销客户合作粘性。

为满足公司进一步发展的需要，同时配合本次募投项目的新产能扩充，公司将进一步加大营销队伍建设，通过内部培训和外部引进等方式不断加强公司销售人才的储备，提高销售人员的业务水平；此外，公司将加强对经销商的专业能力的培训力度及市场开拓的激励力度，提升经销商对终端客户的服务能力及开拓能力；同时根据业务发展的需要补充公司内部在直销领域的销售力量，加强与下游大型建设企业的业务合作并积极拓展增量客户。

（三）预期收益的测算依据及可实现性

1、项目收益测算的依据

“年产 300 台智能化钻机生产线建设项目”未来完全达产后，预计将增加营

业收入 41,270.00 万元、实现净利润 7,752.38 万元，上述预期收益的测算依据如下：

(1) 销售收入

根据投资计划安排，年产 300 台智能化钻机生产线建设项目的建设期预计为 2 年，项目预计于第五年实现预定产能的 100%，完全达产当年可实现年销售收入约 41,270.00 万元，测算过程如下：

单位：台、万元

序号	产品型号	产品系列	2024 年度实际 平均销售价格	募投项目测算 单价（A）	募投项目设 计数量（B）	募投项目测算 收入 （C=A×B）
1	UJ18	智能化地 下凿岩机	-	-	-	900.00
2	UJ21		-	-	-	3,000.00
3	UJ33		-	-	-	8,160.00
4	UM18		-	-	-	1,600.00
5	UM21		-	-	-	1,500.00
6	D440	露天自动 潜孔钻机	-	-	-	840.00
7	D450		-	-	-	2,400.00
8	D460		-	-	-	4,600.00
9	D470		-	-	-	1,560.00
10	D480		-	-	-	11,160.00
11	D490		-	-	-	1,950.00
12	T640		-	-	-	2,550.00
13	T645		-	-	-	1,050.00
合计					300	41,270.00

发行人具体型号产品单价属于商业机密，已申请豁免披露。

年产 300 台智能化钻机生产线建设项目拟扩产钻机产品均为报告期内已经实现生产及销售的一体式钻机。一方面，项目收入测算使用的产品销售价格系结合合同类产品实际销售价格、预计生产成本等因素后综合确定，测算的各型号产品单价与公司最近一年的实际销售单价整体保持一致，不存在显著差异。另一方面，

本次募投项目新增产能涉及的各种型号产品在 2024 年度均存在对外销售、系对成熟产品的进一步扩产，不存在开发推出新产品、新产品推广可能存在较大不确定性的情形。综合上述因素，该项目产品预测价格合理、产品销售具有可实现性，销售收入测算具有合理性。

(2) 成本费用及税金

项目在第五年全部达产后，年度总成本费用估算为 31,737.57 万元，各主要构成要素的确定依据如下：

序号	要素	确定依据
1	原材料	参考公司实际生产情况及市场价格确定
2	燃料与动力	参考公司实际生产情况及市场价格确定
3	职工薪酬	按照实际人均薪酬进行估算
4	期间费用	参照实际期间费用率及未来预计情况确定
5	折旧	折旧建筑物、设备折旧年限及残值参照公司现有情况，并按照平均年限法计算
6	税金及附加	参照公司现有税率计算税费

该项目测算的毛利率为 35.97%，报告期内公司一体式钻机产品的毛利率为 34.70%、36.37%和 37.04%，平均值为 36.04%。项目测算毛利率与报告期内同类产品毛利率平均值相比差异较小、整体保持一致，测算具有谨慎性、合理性。

该项目测算的期间费用率为 14.07%，报告期内公司期间费用率为 14.37%、13.46%和 12.58%，平均值为 13.47%。项目测算期间费用率与报告期内公司期间费用率平均值相比差异较小、整体保持一致，测算具有谨慎性、合理性。

(3) 净利润

结合上述收入、成本费用及税金测算结果，项目净利润测算过程如下：

序号	项目	T+3	T+4	T+5	T+6	T+7	T+8	T+9
1	营业收入	24,910.00	33,330.00	41,270.00	41,270.00	41,270.00	41,270.00	41,270.00
2	总成本费用	20,100.93	26,078.60	31,737.57	31,649.08	31,649.08	31,630.46	31,630.46
3	税金及附加	117.12	131.47	411.98	411.98	411.98	411.98	411.98

序号	项目	T+3	T+4	T+5	T+6	T+7	T+8	T+9
5	利润总额	4,691.95	7,119.92	9,120.44	9,208.94	9,208.94	9,227.56	9,227.56
6	所得税	703.79	1,067.99	1,368.07	1,381.34	1,381.34	1,384.13	1,384.13
7	净利润	3,988.16	6,051.93	7,752.38	7,827.60	7,827.60	7,843.43	7,843.43

注：测算过程中假设达产后第一年、第二年的达产率分别为 60%、80%。

公司“年产 300 台智能化钻机生产线建设项目”的预期收益测算参考了公司历史经营情况、市场需求预期等情况，毛利率以及期间费用率与公司报告期内的整体经营情况保持一致，预期收益具有谨慎性、合理性。

2、预期收益的可实现性

募投项目预期收益具有良好的可实现性，具体分析如下：

（1）一体式钻机产品所处市场空间广阔，能够消化公司新增加产能

本次募投项目扩产钻机产品均属于凿岩机械设备，根据海关出口数据近年来与公司产品同类型的凿岩设备出口规模情况如下：

单位：万美元

项目	2023 年度	2022 年度	2021 年度
出口金额	40,110.27	37,791.37	21,773.57

注：上述数据包括自推进凿岩机（HS CODE:84303120）、钻探深度<6 千米的其他钻探机（自推进的）（HS CODE:84304129）类型产品。

由上可知，近年来国内出口的凿岩设备迅速增长，上述期间内复合增长率为 35.73%，成长迅速。与此同时，公司一体式钻机产品面临的境内市场及境外市场需求广阔。对于国内市场，根据中经产业信息研究网发布的《2023-2027 年凿岩机械市场现状调查及发展前景分析报告》，2022 年我国凿岩机械行业市场规模为 470.72 亿元，2018-2022 年我国凿岩机械市场整体呈增长的走势、年复合增长率达 3.62%。

对于全球市场，根据 Precedence Research 的研究数据，2023 年全球矿山机械（包括矿钻凿岩、磨碎、矿物处理、采矿等各类型设备）市场规模为 1,191 亿美元，预计 2025 年将达到 1,331 亿美元。Stellar Market Research 的数据显示，在全部矿山机械中，矿钻凿岩机械的价值量占比为 24%。结合上述数据来看，2023

年全球矿钻凿岩机械市场规模为 286 亿美元。从全球地区来看，亚太和北美地区为最主要的矿山装备市场，2022 年市场规模占比分别约为 39%、29%，其次为欧洲地区大约占 19%。根据前述数据来看，亚太地区的矿钻凿岩机械市场规模约为 112 亿美元。

综上所述，本次募投项目计划投产的一体式钻机的市场空间广阔，下游市场需求情况良好。

（2）公司客户资源储备较为充足，产品销售具有可实现性

充足的客户资源储备有助于公司未来新增产能的有效消化。公司在境内外不断拓展优化经销商网络，相关经销商长期深耕所处地区市场，具有相关机械设备的销售经验并积攒了大型矿山企业等优质企业在内的客户资源，为公司产品销售奠定了坚实的基础。在直销客户方面，公司不断加强与中国中铁股份有限公司、北京中隧隧道工程有限公司等客户的合作，不断提高客户黏性，持续向其输送高端一体式钻机产品。

公司深耕“一带一路”沿线国家工程机械市场，目前已拥有一定的市场知名度同时积极开拓潜在客户，目前除俄罗斯、沙特阿拉伯、哈萨克斯坦外也已与蒙古国、南非、土耳其区域客户实现合作，海外销售网络体系进一步完善。报告期内，本次募投项目相关产品型号出口的国家或地区数量分别 2 个、7 个和 14 个，境外市场拓展情况良好。2024 年度，募投项目相关产品实现外销收入超过 1.6 亿元，主要出口目的地包括俄罗斯、哈萨克斯坦、沙特阿拉伯、越南、南非、老挝等，客户分布广泛。

（3）公司具有良好的技术积累以及较完善的产品体系，产品具有竞争力

公司为国家级专精特新“小巨人”企业、高新技术企业，依托丰富的技术储备、高效的研发团队，公司已成为国内少数同时掌握地下钻机以及螺杆机核心部件自产能力的生产厂商。在钻机领域，公司的多臂掘进钻机、地下掘进钻机、自动潜孔钻机等多类钻机产品研发成果丰硕，获得了国内和浙江省装备制造业重点领域首台（套）产品、浙江制造精品、省级工业新产品等荣誉。

本次募投项目扩产的产品包括一体式自动潜孔钻机、顶锤式钻机、地下掘进

钻机、地下锚杆钻机，形成了多元化的产品体系，可以满足下游客户多场景的应用需求。同时公司还具有针对海外市场进行定制化开发的能力，能够更好契合下游客户的需求、提升满意度。针对俄罗斯、沙特阿拉伯、哈萨克斯坦等海外市场需求客户，公司结合客户所在国当地的气候环境、工况条件、合规要求等，在设备参数、遥控功能、安全措施等方面在已有产品类型的基础上进行定制化开发，使得设备更加符合所在国的作业要求。

良好的技术积累以及较完善的产品体系为募投产品的销售提供了坚实保障。

(4) 相关产品在报告期内均已实现生产及销售，属于成熟产品的产能拓展、不属于新产品，产品效益具有可实现性

本次募投项目扩产的产品系列在报告期内均存在生产及销售，各产品销售数量参见本题回复之“一、（一）补充说明募投产品在产品类型、技术路线、实际用途、市场定位等方面与报告期内主要产品的异同”。公司已对募投产品积累了充足的生产经验，项目成本测算以报告期内生产情况为参考，能够较好地符合实际情况，募投项目效益测算具有合理性、谨慎性，项目效益具有可实现性。

综上所述，募投产品销售具有广阔的市场空间、较为充足的客户储备、良好的产品定制化开发能力以及技术水平；相关产品在报告期内均已实现生产及销售，属于成熟产品的产能拓展、不属于新产品，产品效益具有可实现性。

三、保荐机构核查意见

（一）核查程序

保荐机构主要执行了以下核查程序：

1、根据销售明细表计算报告期内一体式钻机销售情况、单价，与募投项目产品规划进行对比；访谈发行人核心技术人员，了解募投产品在产品类型、技术路线、实际用途、市场定位等方面与报告期内主要产品的异同；访谈发行人高级管理人员，了解募投产品单价较报告期内主要产品较高的原因及合理性；

2、访谈发行人销售人员，了解募投产能的潜在客户情况、市场需求情况、产能消化措施；查询潜在客户的公开信息，了解其具体情况以及所在地市场情况等信息；查询行业统计数据、研究报告，了解募投产品的需求变动趋势；

3、获取募投项目相关效益测算底稿，了解本次募投项目预期效益测算的相关假设和测算过程；访谈发行人高级管理人员，了解产能消化措施的具体情况并分析其可实现性；结合发行人报告期内实际经营情况，分析效益测算的合理性和可实现性。

（二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、“年产 300 台智能化钻机生产线建设项目”为公司报告期内主要产品的进一步扩产，募投产品在产品类型、技术路线、实际用途方面与报告期内主要产品不存在显著差异；募投产品整机重量、孔径范围、钻杆长度等方面均处于较高水平，市场定位相对较为高端、产品单价也更高。

2、“年产 300 台智能化钻机生产线建设项目”募投产品整体单价较报告期内钻机产品较高，主要系一体式钻机产品单价较高、一体式钻机产品内部产品型号较多差异较大等因素影响所致，差异原因具有合理性；“年产 300 台智能化钻机生产线建设项目”产品测算价格与报告期内同型号产品实际销售价格不存在显著差异，毛利率与报告期内一体式钻机毛利率不存在显著差异，项目产品测算价格具有谨慎性、合理性。

3、境内外市场对智能化、自动化一体式钻机需求旺盛，本次募投产品智能化、自动化水平较高具有良好的可定制性，能够较好地适应市场需求变化，发行人产品消化措施具有可实现性；募投项目预期收益测算参考了公司历史经营情况、市场需求预期等情况，毛利率以及期间费用率与公司报告期内的整体经营情况保持一致，项目效益测算具有谨慎性、合理性；募投产品销售具有广阔的市场空间、较为充足的客户储备、良好的产品定制化开发能力以及技术水平，相关产品在报告期内均已实现生产及销售，属于成熟产品的产能拓展、不属于新产品，产品效益具有可实现性。

其他重要事项

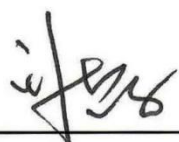
除上述问题外，请发行人、保荐机构、申报会计师、发行人律师对照《北

京 证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票注册管理办法》《公开发行证券的 公司信息披露内容与格式准则第 46 号—北京证券交易所公司招股说明书》《公开 发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 47 号—向不特定合格投资者公开发 行股票并在北京证券交易所上市申请文件》《北京证券交易所股票上市规则（试行）》等规定，如存在涉及公开发行股票并在北交所上市条件、信息披露要求以 及影响投资者判断决策的其他重要事项，请予以补充说明。

发行人、保荐机构、申报会计师、发行人律师已对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票注册管理办法》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 46 号——北京证券交易所公司招股说明书》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 47 号——向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市申请文件》《北京证券交易所股票上市规则》等规定进行了审慎核查。除已披露的信息外，不存在涉及公开发行股票并在北交所上市条件、信息披露要求以及影响投资者判断决策的其他重要事项。

（本页无正文，为浙江志高机械股份有限公司《关于浙江志高机械股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的第三轮审核问询函的回复》之签章页）

法定代表人：


谢 存



（本页无正文，为东方证券股份有限公司《关于浙江志高机械股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的第三轮审核问询函的回复》之签章页）

保荐代表人：



刘俊清



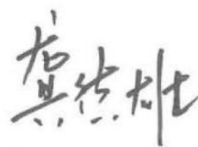
陈华明



保荐机构（主承销商）董事长声明

本人已认真阅读浙江志高机械股份有限公司本次问询意见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，问询意见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。

法定代表人、
董事长：



龚德雄



保荐机构（主承销商）总经理声明

本人已认真阅读浙江志高机械股份有限公司本次问询意见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，问询意见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。

保荐机构副总裁（主持工作）：


卢大印

