



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  
第二轮审核问询函之回复

保荐人（主承销商）



（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

### 第二轮审核问询函之回复

#### 北京证券交易所：

根据贵所于 2025 年 5 月 15 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第二轮审核问询函》（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
问题 1. 主要产品竞争优势 .....	3
问题 2. 收入增长真实性及可持续性 .....	38
问题 3. 其他问题 .....	76

### 问题 1. 主要产品竞争优势

根据申请文件及问询回复：（1）报告期各期，发行人自产销售双柱举升机的金额为 8,351.36 万元、12,102.69 万元、17,119.12 万元，举升机的产能利用率分别为 66.07%、87.00%、120.82%，外购双柱举升机的金额分别为 8,621.38 万元、9,498.54 万元、15,060.38 万元，自产双柱举升机的销售价格高于外购双柱举升机，价格差异率在 7.38%-13.68%。（2）发行人举升机产品与可比公司相比在质量稳定性、可靠性、使用寿命等方面具备竞争优势，但可比公司并未披露有关举升机可靠性及使用寿命参数的披露信息；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。（3）公司拆胎机、平衡机各分为多种型号，拆胎机、平衡机收入占比约为 35%。

请发行人：（1）说明外采与自产双柱举升机的具体型号及对应的销售单价、成本、毛利率差异情况，结合南通新生产基地建设及实际投产进度、订单交易时点库存情况等，说明在 2022 年-2023 年举升机产能未达产的情况下，大额外采双柱举升机的原因及合理性，是否存在空置生产线对外采购的情形，产能利用率计算方式是否准确。结合后续公司举升机项目的募投进展，说明与举升机供应商的后续合作安排，是否仍会继续大额采购。（2）结合产品型号，说明自产双柱举升机销售价格高于外购双柱举升机的原因，并从产品价格、性能参数等方面分析公司自产双柱举升机竞争优势的具体体现，是否存在被同行业公司替代的风险。（3）结合举升机产品的具体型号，说明公司举升机产品较可比公司在质量稳定性、可靠性、使用寿命等方面具备竞争优势的具体体现及依据，与境外厂商相比具有较高的性价比优势的具体体现及依据。（4）说明报告期各期拆胎机、平衡机各种型号的销量、单价、收入及占比，并区分各类产品型号，说明公司产品与可比公司同类产品价格在价格、工作效率、精准度、使用寿命等方面竞争优势的具体体现。

请保荐机构核查上述事项并发表明确意见。

#### 【回复】

一、说明外采与自产双柱举升机的具体型号及对应的销售单价、成本、毛利率差异情况，结合南通新生产基地建设及实际投产进度、订单交易时点库存

情况等，说明在 2022 年-2023 年举升机产能未满足的情况下，大额外采双柱举升机的原因及合理性，是否存在空置生产线对外采购的情形，产能利用率计算方式是否准确。结合后续公司举升机项目的募投进展，说明与举升机供应商的后续合作安排，是否仍会继续大额采购

**（一）说明外采与自产双柱举升机的具体型号及对应的销售单价、成本、毛利率差异情况**

2021 年至 2024 年，公司因举升机产能有限，自有产能不能满足订单需求，公司将举升机产能优先满足毛利率较高的小剪举升机和大剪举升机，小剪举升机和大剪举升机不存在外购情形。对于毛利率较低的双柱举升机，公司通过外购弥补自有产能的不足。

2021 年至 2024 年，公司自产各类举升机产量、收入占比、毛利率具体情况如下：

单位：套

分类	2021 年			2022 年		
	产量	产品收入占自产举升机收入比例	毛利率	产量	产品收入占自产举升机收入比例	毛利率
小剪举升机	8,428	35.57%	18.68%	6,586	31.71%	20.84%
大剪举升机	1,745	16.31%	17.68%	1,344	14.02%	23.56%
双柱举升机	10,236	32.10%	7.30%	11,697	38.99%	13.88%
四柱举升机	1,393	8.07%	14.90%	1,272	8.98%	24.31%
其他举升机	4,417	7.95%	21.44%	2,885	6.30%	25.74%
<b>合计</b>	<b>26,219</b>	<b>100.00%</b>	<b>14.78%</b>	<b>23,784</b>	<b>100.00%</b>	<b>19.13%</b>

续上表

分类	2023 年			2024 年		
	产量	产品收入占自产举升机收入比例	毛利率	产量	产品收入占自产举升机收入比例	毛利率
小剪举升机	7,205	27.36%	29.20%	9,444	24.56%	29.93%
大剪举升机	1,704	13.94%	27.69%	2,217	12.74%	30.30%
双柱举升机	17,588	44.61%	18.37%	25,124	48.31%	23.53%
四柱举升机	1,517	9.02%	32.02%	1,979	8.82%	38.15%
其他举升机	3,306	5.08%	31.45%	4,731	5.57%	37.59%
<b>合计</b>	<b>31,320</b>	<b>100.00%</b>	<b>24.53%</b>	<b>43,495</b>	<b>100.00%</b>	<b>28.04%</b>

公司外购双柱举升机主要系为了解决公司举升机产能不足的问题。在产能

不足的情况下，公司优先保障对产品开发和技术创新水平要求相对较高的、具有差异化竞争优势的产品以及客户个性化定制要求较高的产品，而对于相对普通、常规的产品，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。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合格。

与自产双柱举升机相比，外购双柱举升机型号配置相对普通，对汽车车型的适用范围相对较常规，且主要用于外销。2021 年度、2022 年度、2023 年度和 2024 年度，公司外购双柱举升机中外销占比分别为 94.41%、96.32%、97.29% 和 94.49%，外购双柱举升机的举升重量大多为 4.0 吨。自产举升机型号配置相对较高，对汽车车型的适用范围更广，外销和内销比例均衡。2021 年度、2022 年度、2023 年度和 2024 年度，公司自产双柱举升机中，外销占比分别为 61.71%、64.07%、58.37% 和 61.44%，内销占比分别为 38.29%、35.93%、41.63% 和 38.56%，自产双柱举升机主要的举升重量除了 4.0 吨，还包括对车型适用范围更广的 4.2 吨。外购和自产双柱举升机产品性能参数的具体比较参见本题“二、结合产品型号，说明自产双柱举升机销售价格高于外购双柱举升机的原因，并从产品价格、性能参数等方面分析公司自产双柱举升机竞争优势的具体体现，是否存在被同行业公司替代的风险”。

公司外购双柱举升机主要用于外销，自产双柱举升机外销和内销比例均衡。由于市场竞争情况不同，举升机内销和外销市场价格水平不同，因此，将双柱举升机分为外销和内销后，分别比较双柱举升机外购、自产的主要型号的情况。

### 1、外购、自产双柱举升机外销的主要型号及对应的销售单价、成本、毛利率差异情况

2021 年度、2022 年度、2023 年度和 2024 年度，公司外购、自产双柱举升机外销的主要型号及对应的收入、占比、销售单价、成本、毛利率情况如下：

单位：万元、元/套

年度	项目	产品型号	配置	收入	占比	销售单价	单位成本	毛利率
2024 年度	外购	第一大型号	*	4,965.70	34.89%	6,739.55	5,834.82	13.42%
		第二大型号	*	2,317.80	16.29%	5,595.84	4,994.17	10.75%

年度	项目	产品型号	配置	收入	占比	销售单价	单位成本	毛利率
		第三大型号	*	1,943.55	13.66%	5,374.86	4,934.27	8.20%
		第四大型号	*	721.04	5.07%	6,069.36	5,703.82	6.02%
		第五大型号	*	646.40	4.54%	6,489.96	5,612.49	13.52%
		小计		<b>10,594.48</b>	<b>74.45%</b>	<b>6,120.44</b>	<b>5,423.76</b>	<b>11.38%</b>
	自产	第一大型号	*	1,704.66	16.21%	8,557.51	5,411.25	36.77%
		第二大型号	*	1,660.57	15.79%	6,231.04	4,739.67	23.93%
		第三大型号	*	1,047.07	9.95%	8,533.59	5,611.43	34.24%
		第四大型号	*	903.09	8.59%	12,138.26	8,580.66	29.31%
		第五大型号	*	888.98	8.45%	7,123.26	5,004.69	29.74%
		小计		<b>6,204.37</b>	<b>58.99%</b>	<b>7,877.56</b>	<b>5,450.17</b>	<b>30.81%</b>
	2023年度	外购	第一大型号	*	2,871.03	31.07%	6,714.29	5,867.29
第二大型号			*	1,432.58	15.50%	5,844.89	4,994.37	14.55%
第三大型号			*	1,174.05	12.70%	5,649.92	5,075.33	10.17%
第四大型号			*	403.59	4.37%	6,467.85	5,815.68	10.08%
第五大型号			*	354.31	3.83%	10,390.37	10,036.35	3.41%
小计				<b>6,235.57</b>	<b>67.48%</b>	<b>6,382.36</b>	<b>5,622.07</b>	<b>11.91%</b>
自产		第一大型号	*	1,552.79	21.98%	6,641.55	5,456.53	17.84%
		第二大型号	*	1,142.76	16.18%	8,579.28	5,934.61	30.83%
		第三大型号	*	680.31	9.63%	7,601.24	5,616.47	26.11%
		第四大型号	*	593.65	8.40%	8,492.78	6,373.88	24.95%
		第五大型号	*	549.91	7.78%	12,700.04	9,471.15	25.42%
小计		<b>4,519.42</b>	<b>63.98%</b>	<b>7,932.99</b>	<b>6,011.12</b>	<b>24.23%</b>		
2022年度	外购	第一大型号	*	2,278.10	27.43%	6,070.07	5,392.27	11.17%
		第二大型号	*	1,794.26	21.61%	7,094.73	6,316.78	10.97%
		第三大型号	*	1,512.74	18.22%	6,232.95	5,506.45	11.66%
		第四大型号	*	361.31	4.35%	6,948.26	6,188.29	10.94%
		第五大型号	*	356.18	4.29%	6,452.62	5,657.73	12.32%
		小计		<b>6,302.58</b>	<b>75.90%</b>	<b>6,443.70</b>	<b>5,716.95</b>	<b>11.28%</b>
	自产	第一大型号	*	1,417.54	26.49%	7,356.18	6,841.52	7.00%
		第二大型号	*	844.53	15.78%	8,320.51	6,854.32	17.62%
		第三大型号	*	551.02	10.30%	9,048.02	7,188.20	20.56%
		第四大型号	*	481.43	9.00%	8,998.62	7,374.02	18.05%

年度	项目	产品型号	配置	收入	占比	销售单价	单位成本	毛利率
		第五大型号	*	480.58	8.98%	6,273.90	5,564.98	11.30%
		小计		<b>3,775.10</b>	<b>70.55%</b>	<b>7,780.50</b>	<b>6,744.90</b>	<b>13.31%</b>
2021年度	外购	第一大型号	*	1,849.38	23.33%	6,553.44	6,109.80	6.77%
		第二大型号	*	1,798.07	22.68%	5,566.79	5,386.12	3.25%
		第三大型号	*	1,401.94	17.68%	5,236.97	5,140.07	1.85%
		第四大型号	*	499.80	6.30%	6,286.85	6,011.86	4.37%
		第五大型号	*	446.85	5.64%	5,989.96	5,511.62	7.99%
		小计		<b>5,996.05</b>	<b>75.63%</b>	<b>5,838.41</b>	<b>5,578.39</b>	<b>4.45%</b>
	自产	第一大型号	*	1,174.23	27.97%	5,815.88	6,045.98	-3.96%
		第二大型号	*	1,039.08	24.76%	7,573.50	6,697.11	11.57%
		第三大型号	*	446.92	10.65%	7,705.60	7,216.40	6.35%
		第四大型号	*	384.48	9.16%	11,144.25	10,324.56	7.36%
		第五大型号	*	304.04	7.24%	8,129.29	6,935.97	14.68%
		小计		<b>3,348.75</b>	<b>79.78%</b>	<b>7,140.18</b>	<b>6,766.91</b>	<b>5.23%</b>

由上表可见，2021 年度、2022 年度、2023 年度和 2024 年度，公司外销双柱举升机中，自产双柱举升机主要型号平均的销售单价、单位成本、毛利率高于外购双柱举升机。将外销主要型号相同举升重量的举升机进行对比来看，外购双柱举升机举升重量主要为 4.0 吨，与同为 4.0 吨举升重量的自产双柱举升机相比，自产双柱举升机销售单价、毛利率总体上高于外购双柱举升机。

2021 年和 2022 年，自产外销前五大型号产品合计毛利率与外购外销前五大型号产品合计毛利率差异较小，主要原因系：

(1) 自产外销第一大型号产品毛利率较低，该型号为最基础配置型号，国外市场较为集中且为公司重要市场，为了维护公司产品在当地市场的竞争优势，对该产品定价相对较低

具体原因说明已申请豁免披露。

若剔除 U-T40 产品影响，2021 年和 2022 年，公司自产外销主要型号产品的合计毛利率分别为 10.70%和 17.11%，明显高于外购外销主要型号的合计毛利率 4.45%和 11.28%。

(2) 在产品单位成本影响因素中，自产产品单位成本与外购产品相比多

了产量因素，2021 年和 2022 年，公司自产举升机产量较低，自产举升机分摊的单位固定成本较高，从而导致自产举升机毛利率较低

自产和外购产品单位成本影响因素不同，自产产品单位成本主要受原材料价格、产量影响，外购产品单位成本主要受原材料价格影响，因此，相对于外购产品来说，自产产品单位成本多了产量因素。2021 年和 2022 年，公司自产举升机产量较低，分摊的单位固定成本较高，从而导致毛利率较低。

在 2021 年举升机新产线已经投产的情况下，受生产人员数量的限制以及新增生产人员还需经过培训以熟悉生产过程，2021 年和 2022 年，公司设备产能无法完全释放，导致双柱举升机产量较低，从而导致单位产品分摊的固定成本较高，造成自产产品毛利率较低。2023 年和 2024 年，随着举升机设备产能逐步释放，双柱举升机产量大幅提升，单位产品分摊的固定成本下降，毛利率随之提升。

2021 年至 2024 年，自产双柱举升机产量及毛利率具体变动情况如下：

项目	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
产量（套）	10,236	11,697	17,588	25,124
毛利率	7.30%	13.88%	18.37%	23.53%

## 2、外购、自产双柱举升机内销的主要型号及对应的销售单价、成本、毛利率差异情况

2021 年度、2022 年度、2023 年度和 2024 年度，公司外购、自产双柱举升机内销的主要型号及对应的收入、占比、销售单价、成本、毛利率情况如下：

单位：万元、元/套

年度	项目	产品型号	配置	收入	占比	销售单价	单位成本	毛利率
2024 年度	外购	第一大型号	*	608.03	73.31%	5,210.16	4,619.85	11.33%
		第二大型号	*	88.15	10.63%	6,121.61	5,484.39	10.41%
		第三大型号	*	73.79	8.90%	49,196.00	42,413.62	13.79%
		第四大型号	*	38.67	4.66%	6,554.37	5,394.19	17.70%
		第五大型号	*	12.50	1.51%	6,249.98	6,267.25	-0.28%
		小计		<b>821.14</b>	<b>99.01%</b>	<b>5,844.43</b>	<b>5,167.92</b>	<b>11.58%</b>
	自	第一大型号	*	2,652.37	40.18%	5,574.54	4,715.37	15.41%

年度	项目	产品型号	配置	收入	占比	销售单价	单位成本	毛利率
	产	第二大型号	*	1,020.21	15.46%	6,599.00	6,732.98	-2.03%
		第三大型号	*	830.96	12.59%	6,674.38	4,965.91	25.60%
		第四大型号	*	481.57	7.30%	5,128.52	4,520.87	11.85%
		第五大型号	*	432.18	6.55%	5,686.63	4,466.67	21.45%
		小计		<b>5,417.28</b>	<b>82.07%</b>	<b>5,857.79</b>	<b>5,046.20</b>	<b>13.85%</b>
2023 年度	外购	第一大型号	*	155.30	60.37%	5,193.93	4,800.02	7.58%
		第二大型号	*	83.04	32.28%	6,150.77	5,478.07	10.94%
		第三大型号	*	15.30	5.95%	5,667.72	5,505.88	2.86%
		第四大型号	*	3.04	1.18%	7,610.62	5,399.35	29.06%
		第五大型号	*	0.57	0.22%	5,706.83	6,418.25	-12.47%
		小计		<b>257.25</b>	<b>100.00%</b>	<b>5,520.42</b>	<b>5,045.97</b>	<b>8.59%</b>
	自产	第一大型号	*	2,890.30	57.36%	5,836.63	5,167.30	11.47%
		第二大型号	*	632.96	12.56%	6,627.85	5,261.01	20.62%
		第三大型号	*	476.18	9.45%	5,356.31	4,965.50	7.30%
		第四大型号	*	312.64	6.20%	5,921.18	5,077.70	14.25%
		第五大型号	*	247.11	4.90%	6,554.73	6,663.57	-1.66%
小计			<b>4,559.19</b>	<b>90.48%</b>	<b>5,920.25</b>	<b>5,222.73</b>	<b>11.78%</b>	
2022 年度	外购	第一大型号	*	113.17	35.64%	5,263.59	4,711.92	10.48%
		第二大型号	*	83.03	26.14%	6,150.11	5,339.89	13.17%
		第三大型号	*	77.78	24.49%	6,481.82	5,947.13	8.25%
		第四大型号	*	29.44	9.27%	6,846.43	6,465.77	5.56%
		第五大型号	*	7.75	2.44%	7,745.25	6,743.79	12.93%
		小计		<b>311.16</b>	<b>97.98%</b>	<b>5,949.53</b>	<b>5,340.48</b>	<b>10.24%</b>
	自产	第一大型号	*	1,887.69	62.92%	6,568.15	5,671.77	13.65%
		第二大型号	*	288.75	9.62%	7,998.67	6,696.06	16.29%
		第三大型号	*	255.45	8.51%	6,010.61	5,445.98	9.39%
		第四大型号	*	201.97	6.73%	6,578.90	5,687.57	13.55%
		第五大型号	*	147.90	4.93%	7,432.12	6,035.72	18.79%
小计			<b>2,781.76</b>	<b>92.72%</b>	<b>6,677.30</b>	<b>5,756.05</b>	<b>13.80%</b>	
2021 年度	外购	第一大型号	*	222.02	47.28%	6,416.75	5,998.21	6.52%
		第二大型号	*	102.63	21.85%	7,227.17	6,700.82	7.28%
		第三大型号	*	45.58	9.70%	5,996.82	5,874.94	2.03%

年度	项目	产品型号	配置	收入	占比	销售单价	单位成本	毛利率
		第四大型号	*	44.42	9.46%	6,941.36	6,596.24	4.97%
		第五大型号	*	33.96	7.23%	5,391.13	4,722.61	12.40%
		小计		<b>448.61</b>	<b>95.53%</b>	<b>6,492.19</b>	<b>6,068.13</b>	<b>6.53%</b>
	自产	第一大型号	*	1,156.00	44.39%	6,344.68	5,649.98	10.95%
		第二大型号	*	377.06	14.48%	5,695.81	5,490.00	3.61%
		第三大型号	*	337.56	12.96%	7,671.80	6,489.54	15.41%
		第四大型号	*	184.84	7.10%	5,740.42	5,503.16	4.13%
		第五大型号	*	162.28	6.23%	6,170.46	5,577.87	9.60%
		小计			<b>2,217.75</b>	<b>85.16%</b>	<b>6,320.17</b>	<b>5,706.20</b>

对于公司内销的双柱举升机，自产和外购产品的主要客户群体不同，因此，直接比较不具有可比性。公司自产的双柱举升机内销客户主要为国内经销商等，最终在国内市场销售。公司外购的双柱举升机内销客户主要是国内的外贸出口公司、国外客户在国内的采购主体等，最终大多销往国外市场。在少数情况下，外购双柱举升机最终在国内市场销售，主要包括：①部分小众型号，市场需求较少，公司不产；②公司在 2021 年和 2022 年临时性生产紧张又面临订单急于交付的情况下，外购了少量类似型号的双柱举升机销售给经销商。

为了增强可比性，针对外购举升机内销的主要型号，在自产举升机内销中选取类似型号并且销售给与外购举升机同类客户的部分进行对比。公司外购双柱举升机型号主要为举升重量 4.0 吨系列；公司自产双柱举升机内销型号主要为具有差异化竞争优势的举升重量 4.2 吨系列，而较常规的举升重量 4.0 吨系列较少。因此，在进行对比时，针对外购双柱举升机 4.0 吨举升重量型号，优先选择同吨位举升重量的自产型号，在当年无同吨位举升重量自产型号的情况下，选择 4.2 吨举升重量的自产型号进行对比。

2021 年度、2022 年度、2023 年度和 2024 年度，公司内销的双柱举升机中，外购前五大型号的销售情况与自产类似型号面向同类客户的销售具体对比情况已申请豁免披露。

2021 年度、2022 年度、2023 年度和 2024 年度，公司内销双柱举升机中，外购双柱举升机主要型号的销售单价、毛利率总体上低于自产双柱举升机类似

型号同类客户的销售单价、毛利率。

外购内销前五大型号与自产类似型号面向同类客户的销售单价、毛利率差异具体原因已申请豁免披露。

综上，公司自产双柱举升机的具体型号及对应的销售单价、成本、毛利率总体高于外购双柱举升机，主要原因系公司自产双柱举升机的产品配置相对较高、对不同车型的适用范围更广，差异具有合理性。

(二) 结合南通新生产基地建设及实际投产进度、订单交易时点库存情况等，说明在 2022 年-2023 年举升机产能未满产的情况下，大额外采双柱举升机的原因及合理性，是否存在空置生产线对外采购的情形，产能利用率计算方式是否准确

### 1、南通新生产基地建设及实际投产进度

公司于 2017 年取得了南通新生产基地的建设用地，并于 2018 年开始开工建设；截至 2020 年，南通新生产基地厂房逐步建设完工。2020 年至 2021 年一季度，公司原有举升机生产线的部分设备逐步搬迁至南通新生产基地，同时，新购入部分举升机生产设备亦陆续到场完成安装、调试并验收。自 2021 年二季度起，公司南通新生产基地的举升机生产线全部建设完成并投入生产。

### 2、订单交易时点库存情况

由于公司收到的客户订单为日常持续滚动发生，因此，选取 2022 年和 2023 年每月末公司举升机库存数量与在手订单数量进行比较，具体情况如下：

项目	举升机			其中：双柱举升机		
	月末库存数量(套)	月末在手订单数量(套)	月末库存占在手订单的比例	月末库存数量(套)	月末在手订单数量(套)	月末库存占在手订单的比例
2022.01	2,093	11,118	18.83%	381	8,424	4.52%
2022.02	2,289	11,546	19.83%	493	8,962	5.50%
2022.03	3,211	11,509	27.90%	974	8,777	11.10%
2022.04	3,020	11,953	25.27%	1,034	9,306	11.11%
2022.05	3,129	12,516	25.00%	1,270	10,289	12.34%
2022.06	2,589	11,405	22.70%	972	9,170	10.60%
2022.07	2,483	9,641	25.75%	943	7,510	12.56%
2022.08	1,576	8,252	19.10%	335	5,771	5.80%

项目	举升机			其中：双柱举升机		
	月末库存数量（套）	月末在手订单数量（套）	月末库存占在手订单的比例	月末库存数量（套）	月末在手订单数量（套）	月末库存占在手订单的比例
2022.09	1,419	6,425	22.09%	217	4,324	5.02%
2022.10	1,769	7,129	24.81%	526	4,968	10.59%
2022.11	2,486	6,770	36.72%	1,380	4,822	28.62%
2022.12	2,383	6,266	38.03%	1,176	4,367	26.93%
2023.01	1,896	5,070	37.40%	955	3,503	27.26%
2023.02	1,890	6,330	29.86%	837	4,437	18.86%
2023.03	1,756	7,124	24.65%	617	4,948	12.47%
2023.04	2,186	7,811	27.99%	1,020	5,526	18.46%
2023.05	2,147	8,271	25.96%	993	5,818	17.07%
2023.06	1,899	8,364	22.70%	789	5,954	13.25%
2023.07	2,015	8,272	24.36%	830	6,029	13.77%
2023.08	1,376	7,522	18.29%	554	5,488	10.09%
2023.09	999	6,831	14.62%	552	4,975	11.10%
2023.10	1,460	8,109	18.00%	786	5,906	13.31%
2023.11	1,345	9,710	13.85%	745	7,529	9.90%
2023.12	1,015	11,505	8.82%	483	8,953	5.39%

注：上述月末库存数量及在手订单数量不含发出商品。

由上表，2022 年及 2023 年，公司举升机尤其是双柱举升机的月末库存数量较少，占月末在手订单数量的比例较低，无法满足客户的订单需求。

### 3、在 2022 年-2023 年举升机产能未满产的情况下，大额外采双柱举升机的原因及合理性

2022 年及 2023 年，公司在举升机产能未满产的情况下，大额外购双柱举升机的原因系：虽然公司南通新生产基地已于 2021 年建成投产，设备产能得到提升，但举升机生产人员人数增长未能与设备产能提升相匹配，同时，新增的生产人员还需经过培训以熟悉生产过程，此外，2022 年受上游原材料和零部件供应不及时导致生产节奏放缓，上述主要因素导致公司 2022 年及 2023 年的举升机设备产能未得到完全释放，公司实际产量无法满足销售订单的需求。

2020 年至 2024 年，公司举升机产能及生产人员变动情况如下：

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2021 年度	2020 年度
举升机产能（套）	36,000	36,000	36,000	32,900	15,600

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2021 年度	2020 年度
举升机产能利用率	120.82%	87.00%	66.07%	79.69%	124.06%
年度加权平均举升机生产人员（人）	217	184	181	179	153

由上表可见，公司产能从 2020 年的 15,600 套提升到 2021 年的 32,900 套，但是生产人员人数仅从 2020 年的 153 人提升到 2021 年的 179 人，生产人员人数增长未能与设备产能提升相匹配。公司自新生产基地建成以来持续招聘生产人员，2021 年至 2023 年举升机生产人员分别为 179 人、181 人和 184 人，公司举升机生产人员年度加权平均人数没有大幅增长，主要原因系：（1）公司举升机生产基地南通巴兰仕位于江苏启东，当地招工市场适合公司举升机生产要求的人员数量有限；（2）公司举升机生产岗位具有一定的流动性，存在部分生产人员在入职后较短时间内便离职的情况；（3）2022 年因受外部环境影响，招工情况更加困难。

在 2021 年举升机新产线已经投产的情况下，2021 年至 2023 年主要受生产人员数量的限制以及新增生产人员还需经过培训以熟悉生产过程，设备产能无法完全释放，导致实际产量无法满足订单需求，其中，2022 年因订单短期波动而出现的自产产能虽能满足需求，但考虑到切换导致的效率成本等影响，而采取了延续原来的采购、自产策略，因此，公司举升机产能利用率不足 100% 的情况下大额外采举升机。

2021 年至 2024 年，公司举升机自产数量、生产人员数量、外购举升机数量和新增订单数量具体情况如下：

项目	举升机产量（套）	年度加权平均举升机生产人员（人）	外购举升机数量（套）	新增举升机订单数量（套）
2021 年度	26,219	179	14,728	45,106
2022 年度	23,784	181	13,071	31,686
2023 年度	31,320	184	14,950	53,039
2024 年度	43,495	217	25,280	68,215

2022 年，公司产能利用率和举升机产量较低，除了受生产人员数量限制外，还受上游原材料和零部件供应不及时影响导致生产节奏放缓，从而进一步阻碍产能释放。2022 年上半年，因上海等地工业生产无法正常运行及国内物流运输受阻，公司上游的举升机原材料及零部件无法及时供应，导致公司举升机生产

节奏放缓，2022 年上半年举升机产量 11,254 套，低于 2021 年上半年产量 11,989 套。2022 年，公司销售订单量下降，2022 年新增举升机订单较上年下降 13,420 套。在 2022 年销售订单量下降的情况下，公司未将部分外购产品切换为自产，主要原因系外购产品主要型号与自产主要型号不同，公司将外购型号转为自产需要经过生产准备过程，包括开模具、工艺和设备调试、生产人员熟悉型号的生产过程等，由于公司预计 2022 年销售订单下降是受当时外部环境因素暂时性的影响，预计未来销售订单回升后，公司产能仍然需要一个逐步释放的过程，短期内仍然需要外购成品补充需求缺口，因此，公司在 2022 年订单量下降的情况下未将外购产品切换为自产。

2023 年，公司产能利用率提升，主要由于 2023 年下半年，公司对部分工序完成自动化改造，对生产人员的依赖减少，举升机产能进一步释放，产量明显提升，2023 年举升机产量 31,320 套，较 2022 年增加 7,536 套。同时，随着下游市场需求恢复，公司 2023 年订单增长，2023 年新增举升机订单 53,039 套，超过了 2021 年和 2022 年的新增举升机订单量。由于 2023 年公司订单增长较快，新增订单量仍然超过产能的释放，公司举升机产量仍然不能满足全部订单需求，因此，公司 2023 年仍然需要外购举升机补充订单量缺口。

2024 年，随着公司生产过程自动化率提高和生产人员增加，举升机产能得到充分释放，产量明显提升，2024 年举升机产量 43,495 套，较 2023 年增加 12,175 套。但是，由于 2024 年公司订单增长，2024 年新增举升机订单为 68,215 套，新增订单量超过公司产能，因此，公司 2024 年持续外购举升机补充订单量缺口。

因此，在 2022 年至 2023 年举升机产能未满产的情况下，公司大额外采双柱举升机具有合理性。

#### **4、公司不存在空置生产线对外采购的情形**

2022 年及 2023 年，公司举升机生产线包括一条柱式举升机生产线及一条剪式举升机生产线，两条举升机生产线均正常生产，公司不存在空置生产线的情形。

#### **5、产能利用率计算方式准确**

报告期内，公司举升机的产能利用率系以举升机实际产量除以理论产能计算得出，其中，举升机理论产能主要根据其瓶颈设备的生产能力测算得出。

公司根据举升机生产工艺，分析了限制产能的瓶颈因素，并以喷涂工序作为举升机生产的瓶颈工序，以喷涂设备作为喷涂工序的瓶颈设备，以喷涂设备在给定期间内所能够达到的最大产出作为产能计算依据，具体计算方法为：各期产能=Σ（各台瓶颈设备日产能\*每年工作天数）。

公司上述产能利用率计算方式是在分析了生产工艺、设备实际运行等基础上审慎选取的，计算结果客观、真实地反映了公司的产能利用情况，公司的产能利用率计算方式准确。

综上，2022 年及 2023 年，公司在举升机产能未满产的情况下大额外购双柱举升机的原因系：虽然公司南通新生产基地已于 2021 年建成投产，设备产能得到提升，但举升机生产人员人数增长未能与设备产能提升相匹配，同时，新增的生产人员还需经过培训以熟悉生产过程，此外，2022 年受上游原材料和零部件供应不及时导致生产节奏放缓，上述主要因素导致公司 2022 年及 2023 年的举升机设备产能未得到完全释放，公司实际产量无法满足销售订单的需求；公司不存在空置生产线的情形；公司的产能利用率计算方式准确。

### **（三）结合后续公司举升机项目的募投进展，说明与举升机供应商的后续合作安排，是否仍会继续大额采购**

公司举升机募投项目为“举升设备智能化工厂项目”，项目建设期拟定为 1 年，项目进度计划内容包括项目前期准备、建筑装修、设备采购、安装及调试、人员招聘及培训、竣工验收。该募投项目主要涉及固定资产投资，公司目前处于前期准备阶段，正在与主要设备的供应商进行前期洽谈，对产线的方案进行设计与论证，尚未建成生产线。

公司与举升机供应商的后续合作将根据公司举升机募投项目产能释放情况，以及举升机的市场需求和订单情况进行综合考虑。公司预计该募投项目 2026 年建成，根据达产计划将于建成后三年内产能逐步释放，即：预计于建成后运营期第一年达产 50%，第二年达产 70%，第三年达产 100%，最终在 100%达产后形成新增 40,000 台汽车举升机/年的生产能力。募投项目为数字化、智能化生产

线，新产线需要逐步磨合调试，生产人员需要逐步招聘培训，因此募投项目产能逐年释放。报告期内，公司举升机新增订单持续增长，报告期各期举升机新增订单分别为 24,885.00 万元、41,113.73 万元和 51,329.09 万元。未来几年，若后续举升机的订单大于现有自产和募投项目已达产产能，公司仍需要继续外购举升机。

综上所述，公司自产双柱举升机的具体型号及对应的销售单价、成本、毛利率总体高于外购双柱举升机，主要原因系公司自产双柱举升机的产品配置相对较高、对不同车型的适用范围更广，差异具有合理性。2022 年及 2023 年，公司在举升机产能未达产的情况下大额外购双柱举升机的原因系：虽然公司南通新生产基地已于 2021 年建成投产，设备产能得到提升，但举升机生产人员人数增长未能与设备产能提升相匹配，同时，新增的生产人员还需经过培训以熟悉生产过程，此外，2022 年受上游原材料和零部件供应不及时导致生产节奏放缓，上述主要因素导致公司 2022 年及 2023 年的举升机设备产能未得到完全释放，公司实际产量无法满足销售订单的需求。公司不存在空置生产线的情形，公司产能利用率计算方式准确。公司举升机募投项目将于建成后三年逐步达产，若后续举升机的订单大于现有自产和募投项目已达产产能，发行人仍需要继续外购举升机。

**二、结合产品型号，说明自产双柱举升机销售价格高于外购双柱举升机的原因，并从产品价格、性能参数等方面分析公司自产双柱举升机竞争优势的具体体现，是否存在被同行业公司替代的风险**

公司自产双柱举升机的价格高于外购双柱举升机的主要原因系公司自产双柱举升机的产品配置相对较高、对汽车车型的适用范围更广，外购双柱举升机的产品配置相对普通、对汽车车型的适用范围相对常规。

外购双柱举升机与自产双柱举升机的主要性能参数差异体现在托臂配置差异与适配车型、举升高度、柱间宽及通车宽度等方面。以外购 4.0T（举升重量为 4.0 吨）系列双柱举升机与自产 4.0T 系列及 4.2T（举升重量为 4.2 吨）系列双柱举升机的典型可比型号为例，产品性能参数的具体比较如下：

序号	性能参数指标	指标与产品性能的关系	外购 4.0T 系列双柱举升机	自产 4.0T 系列双柱举升机	自产 4.2T 系列双柱举升机
----	--------	------------	-----------------	-----------------	-----------------

1	举升重量 (吨/T)	即额定举升质量，在有效工作行程范围内，能够安全举升或降下的最大允许质量，越重举升车型越广泛。	4.0T	4.0T	4.2T
2	托臂配置与适配车型	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。	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。	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。	
3	举升高度 (mm)	举升平台升至最高点时距地面高度，举升高度越高，车辆下方的高度空间越大，车辆底盘检修越方便。若在托臂的末端配置可调节支撑托盘，可以更好适配不同底盘高度的车型。	1,930~1,965 (配置有高度 35mm 二节可调节支撑托盘)	1,910~1,985 (配置有高度 75mm 三节可调节支撑托盘)	
4	柱间宽 (mm)	举升机两个立柱内侧宽度，柱间宽越大，更能兼容宽体车辆（如 SUV、MPV）通过，更方便维修人员开启车门，减少车门碰撞风险。	2,780	2,890	
5	通车宽度 (mm)	允许通过举升机的车辆的最大宽度，通车宽度越大，更能兼容宽体车辆通过	2,500	2,616	

由上表可以看出，公司自产双柱举升机主要系列相较于外购双柱举升机在托臂配置与适配车型、举升高度、柱间宽及通车宽度等主要性能参数上具有一定优势，因此，自产双柱举升机的价格高于外购双柱举升机。

公司自产双柱举升机的优势系公司紧跟汽车产业发展变化对举升机不断进行优化升级，并体现公司产品差异化竞争形成的优势。国内汽车产业高速发展，

新车型层出不穷，特别是新能源汽车发展迅速。为了适应不断出现的新车型，公司举升机在举升高度、柱间宽度、通车宽度以及托臂的配置等方面进行不断改进，适应更多宽度和底盘高度的车型。同时，为了适应新能源车车身较重的特点，公司在 4.0T 系列双柱举升机基础上进一步优化产品设计和提高设备举升重量，研发出 4.2T 系列双柱举升机，对新能源汽车具有更好的兼容性。

与外购双柱举升机相比，公司自产双柱举升机的上述竞争优势来自公司在举升机结构设计技术、全车型举升机技术、二柱类新能源车举升技术等自身核心技术。公司凭借自身核心技术，与外购双柱举升机相比，公司自产同类产品在产品配置、对汽车车型的适用范围等方面形成了自身差异化竞争优势，因此，公司被同行业公司替代的风险较低。

综上所述，公司自产双柱举升机的价格高于外购双柱举升机的主要原因系公司自产双柱举升机的产品配置相对较高、对汽车车型的适用范围更广，外购双柱举升机的产品配置相对普通、对汽车车型的适用范围相对常规。公司凭借自身核心技术，与外购双柱举升机相比，公司自产同类产品在产品配置、对汽车车型的适用范围等方面形成了自身差异化竞争优势，因此，公司被同行业公司替代的风险较低。

**三、结合举升机的具体型号，说明公司举升机产品较可比公司在质量稳定性、可靠性、使用寿命等方面具备竞争优势的具体体现及依据，与境外厂商相比具有较高的性价比优势的具体体现及依据**

**（一）结合举升机的具体型号，说明公司举升机产品较可比公司在质量稳定性、可靠性、使用寿命等方面具备竞争优势的具体体现及依据**

经过二十年的技术积累，公司举升机拥有液压油缸容积同步设计技术、自动调平、一键排气及下降缓冲技术等七项核心技术，公司举升机产品较可比公司在质量稳定性、可靠性、使用寿命等方面具备一定的竞争优势。报告期各期，发行人双柱举升机、小剪举升机、大剪举升机三个类别合计收入占举升机销售收入比例在 85% 以上，因此，分别选取双柱举升机、小剪举升机、大剪举升机中的典型机型与同行业同类可比机型进行比较，具体如下：

### **1、双柱举升机同行业竞品对比情况**

选取双柱举升机中举升重量为 4.0 吨的主流机型，将发行人与同行业可比公司对标型号产品进行比较。根据第三方检测机构上海量远检测技术有限公司出具的检测报告以及可比公司官网及产品手册，公司双柱举升机主流型号与同行业可比公司竞争对手 1、竞争对手 2 的对标型号比较情况如下：

序号	性能参数指标	指标与产品性能的关系	公司产品 1	竞品 1	竞品 2	比较结果
1	举升重量 (吨/T)	即额定举升质量，在有效工作行程范围内，能够安全举升或降下的最大允许质量，越重举升车型越广泛。	4.0T	4.0T	4.0T	三者相等
2	托臂配置与适配车型	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。	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	配置 4 个二节托臂，其中，2 个二节托臂的调节范围为 890mm-1,390mm，2 个二节托臂的调节范围为 800mm-1,100mm	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 850mm-1,360mm，2 个三节托臂的调节范围为 580mm-1,100mm	巴兰仕产品的托臂调节范围最大，最优
3	柱间宽 (mm)	举升机两个立柱内侧宽度，柱间宽越大，更方便宽体车辆(如 SUV)驶入，减少车门碰撞风险。	2,890	2,830	2,750	巴兰仕产品最优
4	通车宽度 (mm)	允许通过举升机的车辆最大宽度，通车宽度越大，能兼容更宽车辆通过。	2,616	2,558	2,486	巴兰仕产品最优
5	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） (mm)	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。（举升机行业标准为 ≤15mm，无负荷或额定举升状态下）	左偏差 1mm； 右偏差 1mm； (无负荷状态下)	左偏差 10mm； 右偏差 8mm； (无负荷状态下)	左偏差 2mm； 右偏差 2mm； (无负荷状态下)	巴兰仕产品最优
6	不同重量举升机下	不同举升载荷（即举升重量）状态下，举升机	1T 载荷下降速度：34.2mm/s；	1T 载荷下降速度：	1T 载荷下降速度：64.6mm/s；	巴兰仕产品最优

	降速度 (mm/s)	平台下降速度的差异情况，差异越小说明举升机的运行速度越稳定，安全性和可靠性越高，同时，下降过程中的冲击力越小，从而延长举升机的使用寿命。巴兰仕举升机通过压力补偿机制来控制液压油路的流量，能够有效降低不同重量下降时产生不同压力对举升机下降速度的影响，保持举升机下降速度的相对恒定。	3T 载荷下降速度：30.2mm/s； 3T 载荷与 1T 载荷的下降速度相差：4mm/s	19.48mm/s； 3T 载荷下降速度：31.6mm/s； 3T 载荷与 1T 载荷的下降速度相差：12.12mm/s	3T 载荷下降速度： 104.9mm/s； 3T 载荷与 1T 载荷的下降速度相差：40.3mm/s	
7	钢丝绳预拉伸处理工艺	双柱举升机钢丝绳连接两侧托臂，主要作用系保持举升和下降时左右托臂高度一致和同步平衡，钢丝绳预拉伸工艺处理，可以有效释放一部分内部应力，有助于钢丝绳的捻制结构更加紧密和稳定，提升举升机的质量稳定性和可靠性。测试该指标通常用一定重量负载，单边锁定托臂，测量钢丝绳的拉伸量（mm），拉伸量越小说明预拉伸工艺越到位。	1T 负载单边锁定托臂，钢丝绳的拉伸量： 15mm	1T 负载单边锁定托臂，钢丝绳的拉伸量： 40mm	1T 负载单边锁定托臂，钢丝绳的拉伸量： 42mm	巴兰仕产品最优

注：上海量远检测技术有限公司成立于 2017 年 4 月，是一家可以从事工业设备产品参数检测的综合性工业企业技术服务公司。上海量远检测技术有限公司与发行人不存在关联关系。下同。

由上表可见，发行人双柱举升机在托臂配置与适配车型、柱间宽、通车宽度、托臂式举升机各支承面的相对高度差、不同重量举升机下降速度、钢丝绳预拉伸处理工艺等方面优于同行业可比公司竞争对手 1、竞争对手 2 的同类产品。因此，巴兰仕双柱举升机产品在质量稳定性、可靠性、使用寿命等指标上较可比公司竞争对手 1、竞争对手 2 的同类产品具有竞争优势。

## 2、小剪举升机同行业竞品对比情况

选取小剪举升机中举升重量为 4.0 吨的主流机型，将发行人与同行业可比公司对标型号产品进行比较。根据第三方检测机构上海量远检测技术有限公司出具的检测报告以及可比公司官网及产品手册，公司小剪举升机主流型号与同行业可比公司竞争对手 1、竞争对手 3 的对标型号比较情况如下：

序号	性能参数指标	指标与产品性能的关系	公司产品 2	竞品 3	竞品 4	比较结果
1	举升重量 (吨/T)	即额定举升质量, 在有效工作行程范围内, 能够安全举升或降下的最大允许质量, 越重举升车型越广泛。	4.0T	4.0T	4.0T	三者相等
2	最低高度 (mm)	又称为上车高度, 指举升机处于最低位置时, 承载平台表面距地面的垂直距离, 最低高度越低越有利于低底盘的汽车开上举升平台; 最低高度较小的超薄剪式举升机可以地面直接安装, 不用挖地坑。	115	130	115	巴兰仕产品与竞品 4 最低高度相等, 优于竞品 3
3	举升平台的调平方式	调平指的是通过调节举升机液压油路油量, 消除液压油路环境温度、液压损耗等因素导致的举升平台不同步, 通常包括手动调平和自动调平。手动调平是通过人工手动调节液压球阀, 从而调节各油缸的液压油量, 依赖人工判断和操作人员经验; 自动调平则不需要人工调节, 举升机液压油缸可以实现自动调节各油缸的液压油量。相较于手动调平, 自动调平在调平效率和精度方面更具优势, 提升了产品的可靠性。	自动调平	手动调平	自动调平	巴兰仕产品和竞品 4 优于竞品 3
4	下降缓冲技术	剪式举升机在降到低位时, 通常下降速度会加快, 产生较大冲击力, 巴兰仕剪式举升机拥有下降缓冲技术, 可以使得举升机在降到低位时较平稳地下降, 有效减少冲击对设备结构的损害, 提高设备的质量可靠性和稳定性, 也	有	无	无	巴兰仕产品最优

		能延长举升机的使用寿命。				
5	不同重量举升机下降速度 (mm/s)	不同举升载荷（即举升重量）状态下，举升机平台下降速度的差异情况，差异越小说明举升机的运行速度越稳定，安全性和可靠性越高，同时，下降过程中的冲击力越小，有利于延长举升机的使用寿命。巴兰仕举升机通过压力补偿机制来控制液压油路的流量，能够有效降低不同重量下降时产生不同压力对举升机下降速度的影响，保持举升机下降速度的相对恒定。	1T 载荷下降速度：35.65mm/s； 3T 载荷下降速度：31.65mm/s； 3T 载荷与 1T 载荷的下降速度相差：4.0mm/s	1T 载荷下降速度：29.2mm/s； 3T 载荷下降速度：54.4mm/s； 3T 载荷与 1T 载荷的下降速度相差：25.2mm/s	1T 载荷下降速度：20.0mm/s； 3T 载荷下降速度：33.27mm/s； 3T 载荷与 1T 载荷的下降速度相差：13.27mm/s	巴兰仕产品最优

由上表可见：①发行人小剪举升机在最低高度方面优于同行业竞争对手 1 的同类产品；②发行人小剪举升机在不同举升重量举升机下降的速度指标上优于同行业竞争对手 1、竞争对手 3 的同类产品，发行人产品运行稳定性和质量可靠性较高，下降过程中的冲击力较小，能够延长举升机的使用寿命；③发行人小剪举升机应用了自动调平技术，自动调平相较手动调平在举升机平台的调平效率和精度方面具有优势，有利于提升举升机的质量可靠性，同行业可比公司竞争对手 1 采用的是手动调平，因此发行人产品优于竞争对手 1 的同类产品；④发行人小剪举升机应用了下降缓冲技术，下降缓冲技术能够减少设备下降过程中的冲击，提高设备的质量可靠性和稳定性，同时能延长举升机的使用寿命，而同行业可比公司竞争对手 1、竞争对手 3 同类产品未应用下降缓冲技术，因此发行人产品优于竞争对手 1、竞争对手 3 的同类产品。

因此，发行人小剪举升机产品与同行业可比公司竞争对手 1、竞争对手 3 的同类产品相比在质量稳定性、可靠性、使用寿命等方面具有竞争优势。

### 3、大剪举升机同行业竞品对比情况

选取大剪举升机中举升重量为 4.0 吨的主流机型，将发行人与同行业可比公司对标型号产品进行比较。根据第三方检测机构上海量远检测技术有限公司

出具的检测报告以及可比公司官网及产品手册，公司大剪举升机主流型号与同行业可比公司竞争对手 1、竞争对手 2 的对标型号比较情况如下：

序号	性能参数指标	指标与产品性能的关系	公司产品 3	竞品 5	竞品 6	比较结果
1	举升重量(吨/T)	即额定举升质量，在有效工作行程范围内，能够安全举升或降下的最大允许质量，越重举升车型越广泛。	母剪：4.0T 子剪：4.0T	母剪：4.0T 子剪：4.0T	母剪：4.0T 子剪：3.5T	母剪举升重量三者相同；巴兰仕产品子剪举升重量与竞品 5 相同，优于竞品 6
2	最低高度(mm)	又称为上车高度，指举升机处于最低位置时，承载平台表面距地面的垂直距离，最低高度越低越有利于低底盘的汽车开上举升平台；最低高度较小的超薄剪式举升机可以地面直接安装，不用挖地坑。	155	190	215	巴兰仕产品最低高度最低，最优
3	机械保险数量(组)	是剪式举升机的核心安全装置，其核心功能是在举升机停止运行时，通过物理锁止机构固定剪臂位置，防止因液压油泄漏、电机故障或人为误操作导致的平台意外坠落，保障操作人员和车辆安全。大剪举升机通常至少配置 2 组机械保险，而配置 4 组机械保险则更安全、更可靠。	4	2	2	巴兰仕产品最优
4	全车型举升装置	举升机拥有适配乘用车全车型的举升装置，使得举升机可以同时适应长短轴距轿车、MPV 等车型，特别是高底盘车型和带脚踏板的车型（如 SUV 及越野车等），提升了举升机的适用范围。	有	无	无	巴兰仕产品最优
5	举升平台的调平方式	调平指的是通过调节举升机液压油路油量，消除液压油路环境温度、液压损耗等因素导致的举升平台	自动调平	手动调平	手动调平	巴兰仕产品最优

		不同步，通常包括手动调平和自动调平。手动调平是通过人工手动调节液压球阀，从而调节各油缸的液压油量，依赖人工判断和操作人员经验；自动调平则不需要人工调节，举升机液压油缸可以实现自动调节各油缸的液压油量。相较于手动调平，自动调平在调平效率和精度方面更具优势，提升了产品的可靠性。				
6	下降缓冲技术	剪式举升机在降到低位时，通常下降速度会加快，产生较大冲击力，巴兰仕剪式举升机拥有下降缓冲技术，可以使得举升机在降到低位时较平稳地下降，有效减少冲击对设备结构的损害，提高设备的质量可靠性和稳定性，也能延长举升机的使用寿命。	有	无	无	巴兰仕产品最优
7	不同重量举升机下降速度（mm/s）	不同举升载荷（即举升重量）状态下，举升机平台下降速度的差异情况，差异越小说明举升机的运行速度越稳定，安全性和可靠性越高，同时，下降过程中的冲击力越小，有利于延长举升机的使用寿命。巴兰仕举升机通过压力补偿机制来控制液压油路的流量，能够有效降低不同重量下降时产生不同压力对举升机下降速度的影响，保持举升机下降速度的相对恒定。	1T 载荷下降速度：16mm/s； 3T 载荷下降速度：19.3mm/s； 3T 载荷与 1T 载荷的下降速度相差 3.3mm/s	1T 载荷下降速度：24.4mm/s； 3T 载荷下降速度：33.2mm/s； 3T 载荷与 1T 载荷的下降速度相差：8.8mm/s	1T 载荷下降速度：10.4mm/s； 3T 载荷下降速度：16.2mm/s； 3T 载荷与 1T 载荷的下降速度相差：5.8mm/s	巴兰仕产品最优
8	举升机的升降台中心	在额定举升机重量下，大剪举升机的升降台（即举升平台）	锁定状态下高度差：2mm； 未锁定状态下高	锁定状态下高度差：25mm； 未锁定状态下高	锁定状态下高度差：26mm； 未锁定状态下高	巴兰仕产品最优

两端的高度差	中心两端的高度差（举升机行业标准 $\leq 0.002L$ ，L为升降台的长度）；该高度差越小，说明举升机的制造精度越高，质量稳定性和可靠性越高，在举升过程中能更好地保证稳定性与安全性。	度差：4mm (L=4,500mm, 高度差应当 $\leq 9$ mm)	度差：10mm (L=4,500mm, 高度差应当 $\leq 9$ mm)	度差：31mm (L=4,500mm, 高度差应当 $\leq 9$ mm)	
--------	--	--	---	---	--

由上表可见：①发行人大剪举升机在子剪举升重量方面优于竞争对手 2 同类产品，在机械保险数量、最低高度、全车型举升装置方面优于竞争对手 1 和竞争对手 2 同类产品；②发行人大剪举升机的升降台中心两端的高度差参数优于竞争对手 1、竞争对手 2 同类产品，说明发行人举升机产品的质量稳定性和可靠性更高；③发行人大剪举升机应用了自动调平技术和下降缓冲技术，自动调平相较手动调平在举升机平台的调平效率和精度方面具有优势，有利于提升举升机的质量可靠性，下降缓冲技术能够减少设备下降过程中的冲击，提高设备的质量可靠性和稳定性，同时能延长举升机的使用寿命，而同行业可比公司竞争对手 1、竞争对手 2 同类产品应用的是手动调平技术、未应用下降缓冲技术，因此发行人产品优于竞争对手 1、竞争对手 2 的同类产品。

因此，发行人大剪举升机产品与同行业可比公司竞争对手 1、竞争对手 2 的同类产品相比在质量稳定性、可靠性、使用寿命等方面具有竞争优势。

综上，经比较，公司双柱举升机、小剪举升机及大剪举升机等主要举升机产品较可比公司在质量稳定性、可靠性、使用寿命等方面具备竞争优势。

## （二）与境外厂商相比具有较高的性价比优势的具体体现及依据

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，通过检索发行人前十大客户的官网，其中客户 1 和客户 2 的官网有发行人和境外厂商 1 举升机产品的对外销售价格，经比较，发行人举升机产品与境外厂商 1 在产品性能相似的情况下，产品价格较低，具有较高的性价比优势，具体情况如下：

### 1、客户 1 官网价格

单位：万货币 1 注1

举升机分类	举升重量	巴兰仕产品价格/价格范围	境外厂商 1 产品价格/价格范围
小剪汽车举升机	3.0T	8.08~10.08	22.51~24.93
大剪汽车举升机	4.5T	21.14	62.68 注2
四柱汽车举升机	4.5T	13.32	26.62~35.09 注3
	5.5T	15.28	30.49 注4

注 1：货币 1 为客户 1 所在国家的货币单位；

注 2：客户 1 官网未公示境外厂商 1 的 4.5T 大剪汽车举升机的销售价格，因此用举升重量相近的 4.2T 大剪汽车举升机的销售价格与发行人进行对比；

注 3：客户 1 官网未公示境外厂商 1 的 4.5T 四柱汽车举升机的销售价格，因此用举升重量相近的 4.0T 四柱汽车举升机的销售价格与发行人进行对比；

注 4：客户 1 官网未公示境外厂商 1 的 5.5T 四柱汽车举升机的销售价格，因此用举升重量相近的 5.0T 四柱汽车举升机的销售价格与发行人进行对比。

## 2、客户 2 官网价格

单位：万货币 2 注1

举升机分类	举升重量	巴兰仕产品价格/价格范围	境外厂商 1 产品价格/价格范围
双柱汽车举升机	4.0T	82.00~150.76	340.20
	4.2T	78.00~117.33	340.20 注2
	5.0T	204.70	221.00~344.40 注3
四柱汽车举升机	4.0T	190.00	873.50
	4.5T	242.68~267.50	873.50 注4

注 1：货币 2 为客户 2 所在国家的货币单位；

注 2：客户 2 官网未公示境外厂商 1 的 4.2T 双柱汽车举升机的销售价格，因此用举升重量相近的 4.0T 双柱汽车举升机的销售价格与发行人进行对比；

注 3：客户 2 官网未公示境外厂商 1 的 5.0T 双柱汽车举升机的销售价格，因此用举升重量相近的 4.5T 双柱汽车举升机的销售价格与发行人进行对比；

注 4：客户 2 官网未公示境外厂商 1 的 4.5T 四柱汽车举升机的销售价格，因此用举升重量相近的 4.0T 四柱汽车举升机的销售价格与发行人进行对比。

综上，经比较，公司双柱举升机、小剪举升机及大剪举升机等主要举升机产品较可比公司在质量稳定性、可靠性、使用寿命等方面具备竞争优势；经比较，公司举升机产品与境外厂商相比具有较高的性价比优势。

四、说明报告期各期拆胎机、平衡机各种型号的销量、单价、收入及占比，并区分各类产品型号，说明公司产品与可比公司同类产品在价格、工作效率、精准度、使用寿命等方面竞争优势的具体体现

(一) 报告期各期拆胎机、平衡机各种型号的销量、单价、收入及占比

## 1、拆胎机

公司拆胎机型号众多，根据产品性能及结构设计等方面的不同主要可划分为摆臂系列、后仰系列及其他。报告期各期拆胎机各系列号的销量、单价、收入及占比情况如下：

单位：套、元/套、万元

期间	产品系列	销量	单价	收入	占比
2024 年度	摆臂系列	31,384.00	3,494.67	10,967.66	43.51%
	后仰系列	17,431.00	6,188.14	10,786.55	42.79%
	其他	2,486.00	13,896.37	3,454.64	13.70%
	合计	<b>51,301.00</b>	<b>4,913.91</b>	<b>25,208.84</b>	<b>100.00%</b>
2023 年度	摆臂系列	24,012.00	3,621.33	8,695.54	42.69%
	后仰系列	13,813.00	6,217.48	8,588.21	42.16%
	其他	1,979.00	15,599.61	3,087.16	15.15%
	合计	<b>39,804.00</b>	<b>5,117.80</b>	<b>20,370.91</b>	<b>100.00%</b>
2022 年度	摆臂系列	22,394.00	3,675.92	8,231.85	49.73%
	后仰系列	10,053.00	6,275.81	6,309.07	38.11%
	其他	1,402.00	14,351.43	2,012.07	12.16%
	合计	<b>33,849.00</b>	<b>4,890.25</b>	<b>16,552.99</b>	<b>100.00%</b>

其他系列主要包括全自动拆胎机、拆平一体机、商用车拆胎机等。

## 2、平衡机

公司平衡机型号众多，根据产品性能及结构设计等不同主要可划分为基本款系列、大液晶系列、LED 系列及其他。报告期各期平衡机各种型号的销量、单价、收入及占比情况如下：

单位：套、元/套、万元

期间	产品系列	销量	单价	收入	占比
2024 年度	基本款	24,921.00	2,269.69	5,656.30	50.77%
	大液晶系列	5,251.00	5,757.91	3,023.48	27.14%
	LED 系列	2,631.00	3,461.66	910.76	8.17%
	其他	4,342.00	3,571.11	1,550.58	13.92%
	合计	<b>37,145.00</b>	<b>2,999.36</b>	<b>11,141.12</b>	<b>100.00%</b>

期间	产品系列	销量	单价	收入	占比
2023 年度	基本款	19,911.00	2,343.90	4,666.95	54.64%
	大液晶系列	3,421.00	5,792.27	1,981.54	23.20%
	LED 系列	1,678.00	3,760.54	631.02	7.39%
	其他	3,339.00	3,779.39	1,261.94	14.77%
	合计	<b>28,349.00</b>	<b>3,012.96</b>	<b>8,541.44</b>	<b>100.00%</b>
2022 年度	基本款	14,541.00	2,498.31	3,632.79	54.83%
	大液晶系列	2,771.00	5,598.34	1,551.30	23.41%
	LED 系列	1,227.00	3,688.03	452.52	6.83%
	其他	2,423.00	4,083.08	989.33	14.93%
	合计	<b>20,962.00</b>	<b>3,160.93</b>	<b>6,625.94</b>	<b>100.00%</b>

其他系列主要包括商用车平衡机、手动平衡机等。

(二) 区分各类产品型号, 说明公司产品与可比公司同类产品在价格、工作效率、精准度、使用寿命等方面竞争优势的具体体现

### 1、公司拆胎机、平衡机的价格与境外厂商相比具有较高的性价比优势

公司拆胎机、平衡机产品的价格与境外厂商相比具有较高的性价比优势。通过检索发行人前十大客户的官网, 其中客户 1 和客户 2 的官网有发行人和同行业可比境外厂商 1 和境外厂商 2 拆胎机、平衡机产品的对外销售价格, 经比较, 发行人拆胎机、平衡机产品相比同行业可比境外厂商 1 和境外厂商 2 有价格优势, 具体情况如下:

#### (1) 拆胎机

##### ①客户 1 官网价格

单位: 万货币 1

产品系列	巴兰仕产品价格/价格范围	境外厂商 1 产品价格/价格范围	境外厂商 2 产品价格/价格范围
后仰系列	5.57~9.92	7.86~25.05	22.51
摆臂系列	3.27~4.30	-	10.65~18.15
其他	12.22	27.22~80.10	-

其他系列主要包括商用车拆胎机等。

##### ②客户 2 官网价格

单位：万货币 2

产品系列	巴兰仕产品价格/价格范围	境外厂商 1 产品价格/价格范围
后仰系列	109.50~150.60	162.20~240.00
摆臂系列	64.90	137.00

## (2) 平衡机

## ①客户 1 官网价格

单位：万货币 1

产品系列	巴兰仕产品价格/价格范围	境外厂商 1 产品价格/价格范围	境外厂商 2 产品价格/价格范围
基本款	2.54	6.76~14.28	7.99
大液晶系列	5.08	20.57~45.37	18.39~26.01
其他	6.41	14.52~35.09	20.57

其他系列主要包括商用车平衡机等。

## ②客户 2 官网价格

单位：万货币 2

产品系列	巴兰仕产品价格/价格范围	境外厂商 1 产品价格/价格范围
基本款	36.80	116.13
LED 系列	40.00	147.71
大液晶系列	101.70	308.58~427.85

## 2、公司拆胎机产品与可比公司同类产品在工作效率、精准度等方面具有竞争优势

拆胎机工作效率的主要参数指标包括工作台转速、大压胎铲的压胎速度和转盘扭矩等，拆胎机精准度的参数指标主要为工作台同心度。经比较，公司拆胎机产品与可比公司竞争对手 4、竞争对手 5 的同类产品在工作效率、精准度等方面具有一定竞争优势。具体如下：

### (1) 后仰系列拆胎机的竞品比较

根据第三方检测机构上海量远检测技术有限公司出具的检测报告以及可比公司官网及产品手册，公司后仰系列拆胎机主流型号与同行业可比公司竞争对手 4、竞争对手 5 的对标型号比较情况如下：

指标	参数指标	主要含义以及数值意义	公司产品 4	竞品 7	竞品 8	比较结果
工作效率	工作台转速 (r p m)	指在保证拆胎机工作台稳定性的前提下, 工作台每分钟转动的圈数, 数值越大说明工作台转动越快, 工作效率越高。	14.97 r p m	6.11 r p m	6.25 r p m	巴兰仕产品工作台转速最快, 最优
	大压胎铲的压胎速度 (秒/s)	指拆胎机大压胎铲的压胎速度体现为完成一次压胎动作的时间长短, 越短说明工作效率越高。	3.58 s	5.28s	6.12s	巴兰仕产品大压胎铲的压胎速度最快, 最优
	转盘扭矩 (牛·米/N m)	指拆胎机工作盘旋转时输出的力矩, 反映其驱动轮胎与轮辋分离或固定的能力, 直接影响拆装效率、稳定性及对防爆胎等复杂轮胎的处理能力。	1,599.5 N m	1,118 N m	1,030.4 N m	巴兰仕产品的转盘扭矩最大, 最优
精准度	工作台同心度 (毫米/mm)	指拆胎机工作台在旋转过程中, 工作台旋转时与理论中心的偏差程度, 是衡量拆胎机在轮胎拆装过程中定位准确性的关键指标, 数值越小, 精准度越高。	≤1mm	≤1.5mm	≤1.5mm	巴兰仕产品工作台同心度最小, 最优
传动结构与性能	电机与变速箱结构布局; 传动技术和减速结构	大多数拆胎机的电机与变速箱采用分体式布局, 通过皮带驱动, 减速结构为传统的蜗轮蜗杆传动, 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; 巴兰仕产品应用的一体式电机, 将电机和变速箱组合为一个整体结构, 采用直接传动和齿轮减速, 摒弃皮带驱动, 传动过程中电机功率消耗较低, 能够提升传动效率、提高扭力输出表现和降低能耗。	一体式电机; 齿轮传动	分体式电机; 蜗轮蜗杆传动	分体式电机; 蜗轮蜗杆传动	巴兰仕产品最优
	电机功率 (kW)	拆胎机的电机功率, 在输出同样大小的扭矩的条件下, 电机功率越低, 越节能。	0.37kW	0.75kW	0.75kW	巴兰仕产品电机功率最低, 最优
	运转噪音 (dB)	拆胎机电机运转时的噪音大小, 噪音小的电机有利于改善操作者的体验。	1 米距离: 58dB	1 米距离: 64dB	1 米距离: 72dB	巴兰仕产品噪音最小, 最优

由上表可见, 公司后仰系列拆胎机产品与同行业可比公司竞争对手 4、竞

争对手 5 的同类产品相比，在工作台转速、大压胎铲的压胎速度、转盘扭矩、工作台同心度、电机与变速箱结构布局、电机功率与运转噪音等指标上表现较优。因此，公司后仰系列拆胎机产品在工作效率、精准度等方面与同行业可比公司竞争对手 4、竞争对手 5 的同类产品相比具有竞争优势。

## (2) 摆臂系列拆胎机

根据第三方检测机构上海量远检测技术有限公司出具的检测报告以及可比公司官网及产品手册，公司摆臂系列拆胎机主流型号与同行业可比公司竞争对手 4、竞争对手 5 的对标型号比较情况如下：

指标	参数指标	主要含义以及数值意义	公司产品 5	竞品 9	竞品 10	比较结果
工作效率	工作台转速 (r p m)	指在保证拆胎机工作台稳定性的前提下，工作台每分钟转动的圈数，数值越大说明工作台转动越快，工作效率越高。	7.49 r p m	6.2 r p m	6.18 r p m	巴兰仕产品工作台转速最快，最优
	大压胎铲的压胎速度 (秒 /s)	指拆胎机大压胎铲的压胎速度体现为完成一次压胎动作的时间长短，越短说明工作效率越高。	3.75s	5.45s	6.07s	巴兰仕产品大压胎铲的压胎速度最快，最优
	转盘扭矩 (牛 米 /N m)	指拆胎机工作盘旋转时输出的力矩，反映其驱动轮胎与轮辋分离或固定的能力，直接影响拆装效率、稳定性及对防爆胎等复杂轮胎的处理能力。	1,446.6N m	1,146.5N m	1,180N m	巴兰仕产品的转盘扭矩最大，最优
精准度	工作台同心度 (毫米/mm)	指拆胎机工作台在旋转过程中，工作台旋转时与理论中心的偏差程度，是衡量拆胎机在轮胎拆装过程中定位准确性的关键指标，数值越小，精准度越高。	≤1mm	≤1.5mm	≤1.5mm	巴兰仕产品工作台同心度最小，最优
传动结构与性能	电机与变速箱结构布局；传动技术和减速结构	大多数拆胎机的电机与变速箱采用分体式布局，通过皮带驱动，减速结构为传统的蜗轮蜗杆传动，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；巴兰仕产品应用的一体式电机，将电机和变速箱组	一体式电机； 齿轮传动	分体式电机； 蜗轮蜗杆传动	分体式电机； 蜗轮蜗杆传动	巴兰仕产品最优

		合为一个整体结构，采用直接传动和齿轮减速，摒弃皮带驱动，传动过程中电机功率消耗较低，能够提升传动效率、提高扭力输出表现和降低能耗。				
电机功率 (kW)		拆胎机的电机功率，在输出同样大小的扭矩的条件下，电机功率越低，越节能。	0.37kW	1.1kW	1.1kW	巴兰仕产品电机功率最低，最优
运转噪音 (dB)		拆胎机电机运转时的噪音大小，噪音小的电机有利于改善操作者的体验。	1 米距离： 59dB	1 米距离： 69dB	1 米距离： 68dB	巴兰仕产品噪音最小，最优

由上表可见，公司摆臂系列拆胎机产品与同行业可比公司竞争对手 4、竞争对手 5 的同类产品相比，在工作台转速、大压胎铲的压胎速度、转盘扭矩、工作台同心度、电机与变速箱结构布局、电机功率与运转噪音等指标上表现较优。因此，公司摆臂系列拆胎机产品在工作效率、精准度等方面与同行业可比公司竞争对手 4、竞争对手 5 的同类产品相比具有竞争优势。

### 3、公司平衡机产品与可比公司同类产品在工作效率、精准度等方面具有竞争优势

公司平衡机产品主要包括基本款、大液晶系列和 LED 系列等。公司基本款平衡机销售占比较高，但是其定位主要面向汽保设备市场对平衡机的最基本需求。大液晶屏系列和 LED 系列属于中高端平衡机产品，随着市场消费需求的不断提升和行业新技术的应用，平衡机产品未来向中高端产品升级逐渐成为行业发展趋势。公司主要在大液晶屏系列和 LED 系列中高端产品上进行不断研发和升级，所以，公司在中高端平衡机产品上形成了一定的竞争优势。同时，发行人也不断向市场推广两大系列中高端产品，报告期内，发行人平衡机产品中大屏系列和 LED 系列销售收入占比分别为 30.24%、30.59%、35.31%，呈上升趋势。

平衡机测量精准度的主要参数指标包括平衡精度、重复测试参数等，平衡机工作效率的主要参数指标包括平衡周期等，公司平衡机产品与可比公司同类产品的具体对比情况如下：

#### (1) 基础款平衡机对比情况

与可比公司竞争对手 5 相比，在平衡精度方面，公司基本款平衡机与竞争对手 5 的同类产品处于相同水平；但在重复测试参数方面，公司基本款平衡机优于竞争对手 5 的同类产品。公司基本款平衡机主流型号与可比公司竞争对手 5 的对标型号的比较情况如下：

参数指标	主要含义以及数值意义	公司产品 6	竞品 11
重复测试参数 (g)	又叫二次拆装参数，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 <sup>注</sup>

注：数据来源于可比公司的官网或产品手册等公开信息。

由上表可见，公司基本款平衡机产品与同行业可比公司竞争对手 5 的同类产品相比在重复测试参数指标上表现较优。因此，公司基本款平衡机产品在精准度方面与同行业可比公司竞争对手 5 的同类产品相比具有一定的竞争优势。

## (2) 大液晶屏系列平衡机对比情况

根据第三方检测机构上海量远检测技术有限公司出具的检测报告以及可比公司官网或产品手册，公司大液晶屏系列平衡机主流型号与同行业可比公司竞争对手 4 的对标型号比较情况如下：

指标	参数	主要含义以及数值意义	公司产品 7	竞品 12	比较结果
精准度	平衡精度 (g)	指平衡机测量轮胎不平衡量的精确程度，用于衡量测量结果与轮胎真实不平衡量的接近程度，反映了平衡机在检测轮胎不平衡量时的准确能力，该数值的绝对值越小，说明平衡机的测量精度越高；同时，轮胎内圈与外圈测试结果的一致性越高，说明平衡机的测量精度越高。	内圈≤1g 外圈≤1g	内圈≤1g 外圈≤10g	巴兰仕产品较优
	重复测试参数 (g)	又叫二次拆装参数，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；同时，轮胎内圈与外圈测	重复 3 次， 内圈≤3g 外圈≤3g	重复 3 次， 内圈≤5g 外圈≤10g	巴兰仕产品较优

		试结果的一致性越高，说明平衡机的测量精度越高。			
工作效率	平衡周期 (s)	指从轮胎加速至检测转速、系统开始采集数据起，至系统计算并显示出轮胎不平衡量的大小和位置（即完成不平衡点检测）为止的时间。反映了平衡机测量与计算不平衡量的时间长短，平衡周期越短，工作效率越高。	3.35s	4.11s	巴兰仕产品较优

由上表可见，公司大液晶屏系列平衡机产品与同行业可比公司竞争对手 4 的同类产品相比，在平衡精度、重复测试参数、平衡周期等指标上表现较优。因此，公司大液晶屏系列平衡机产品在工作效率、精准度等方面与同行业可比公司竞争对手 4 的同类产品相比具有竞争优势。

### (3) LED 系列平衡机对比情况

根据第三方检测机构上海量远检测技术有限公司出具的检测报告以及可比公司官网或产品手册，公司 LED 系列平衡机主流型号与同行业可比公司竞争对手 4、竞争对手 5 的对标型号比较情况如下：

指标	参数	主要含义以及数值意义	公司产品 8	竞品 13	竞品 14	比较结果
精准度	平衡精度 (g)	指平衡机测量轮胎不平衡量的精确程度，用于衡量测量结果与轮胎真实不平衡量的接近程度，反映了平衡机在检测轮胎不平衡量时的准确能力，该数值的绝对值越小，说明平衡机的测量精度越高；同时，轮胎内圈与外圈测试结果的一致性越高，说明平衡机的测量精度越高。	内圈≤1g 外圈≤1g	内圈≤1g 外圈≤10g	内圈≤1g 外圈≤10g	巴兰仕产品平衡精度最高
	重复测试参数 (g)	又叫二次拆装参数，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；同时，轮胎内圈与外圈测试结果的一致性越高，说明平衡机的测量精度越	重复 3 次， 内圈≤3g 外圈≤3g	重复 3 次， 内圈≤10g 外圈≤10g	重复 3 次， 内圈≤5g 外圈≤5g	巴兰仕产品重复测试参数最小

		高。				
工作效率	平衡周期 (s)	指从轮胎加速至检测转速系统开始采集数据起，至系统计算并显示出轮胎不平衡量的大小和位置（即完成不平衡点检测）为止的时间。反映了平衡机测量与计算不平衡量的时间长短，平衡周期越短，工作效率越高。	2.9s	3.85s	3.81s	巴兰仕产品平衡周期最短

由上表可见，公司 LED 系列平衡机产品与同行业可比公司竞争对手 4、竞争对手 5 的同类产品相比，在平衡精度、重复测试参数、平衡周期等指标上表现较优。因此，公司 LED 系列平衡机产品在工作效率、精准度等方面与同行业可比公司竞争对手 4、竞争对手 5 的同类产品相比具有竞争优势。

综上，公司平衡机产品与同行业可比公司竞争对手 4、竞争对手 5 的同类产品相比在工作效率、精准度方面具有一定的竞争优势。

综上，经比较，公司拆胎机、平衡机产品与境外厂商相比具有较高的性价比优势；经比较，公司拆胎机和平衡机产品与可比公司的同类产品相比在工作效率、精准度等方面具有竞争优势。

## 五、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，保荐机构执行了以下核查程序：

1、获取发行人的收入成本明细表，对外购与自产双柱举升机的具体型号及对应的销售单价、成本、毛利率差异情况及差异原因进行分析，统计报告期各期拆胎机、平衡机各种型号的销量、单价、收入及占比；

2、获取发行人南通新生产基地的土地出让合同、土地证及建筑施工许可证；访谈发行人管理层，了解南通新生产基地的建设完工进度及实际投产进度，了解举升机生产工序、限制产能的瓶颈因素以及产能利用率计算方式；

3、获取发行人 2022 年及 2023 年各月末举升机在手订单及库存数量，计算发行人举升机及双柱举升机库存数量占在手订单数量的比例；

4、查阅发行人举升机生产人员花名册，了解举升机生产人员的变动情况，

并与举升机产能及产能利用率的变动情况进行对比，分析发行人外采举升机的原因及合理性；

5、获取募投项目“举升设备智能化工厂项目”的可行性研究报告和投资测算底稿，查阅项目投资概况、投资明细、预计建设周期、达产进度测算等情况；

6、获取发行人报告期各期的新增举升机订单，分析公司举升机订单的变动情况，了解发行人与举升机供应商的后续合作安排；

7、访谈发行人高级管理人员和核心技术人员，了解发行人自产双柱举升机销售价格高于外购双柱举升机的原因，从产品价格、性能参数等方面了解公司自产双柱举升机的竞争优势；了解发行人举升机产品较可比公司在质量稳定性、可靠性、使用寿命等方面具备的竞争优势；了解发行人拆胎机和平衡机产品与可比公司同类产品价格在价格、工作效率、精准度、使用寿命等方面具备的竞争优势；

8、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，查阅发行人产品手册、同行业可比公司的公开披露信息，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；

9、查阅第三方检测机构关于发行人举升机、拆胎机和平衡机产品与可比公司同类产品的对比测试结果出具的报告，分析发行人举升机、拆胎机和平衡机产品与可比公司同类产品有关参数的比较情况；

10、检索发行人可比公司的公开披露信息，获取其产品介绍及价格和性能参数信息，比较发行人与可比公司同类产品在价格和性能参数的有关情况。

## （二）核查结论

经核查，保荐机构认为：

1、公司自产双柱举升机的具体型号及对应的销售单价、成本、毛利率总体高于外购双柱举升机，主要原因系公司自产双柱举升机的产品配置相对较高、对不同车型的适用范围更广，差异具有合理性；在 2022 年至 2023 年举升机产能未达产的情况下，公司大额外采双柱举升机具有合理性，公司不存在空置生产线的情形，公司产能利用率计算方式准确；公司举升机募投项目将于建成后

三年逐步达产，若后续举升机的订单大于现有自产和募投项目已达产产能，公司仍需要继续外购举升机。

2、公司自产双柱举升机的价格高于外购双柱举升机的主要原因系公司自产双柱举升机的产品配置相对较高、对汽车车型的适用范围更广，外购双柱举升机的产品配置相对普通、对汽车车型的适用范围相对常规。公司凭借自身核心技术，与外购双柱举升机相比，公司自产同类产品在产品配置、对汽车车型的适用范围等方面形成了自身差异化竞争优势，因此，公司被同行业公司替代的风险较低。

3、经比较，公司双柱举升机、小剪举升机及大剪举升机等主要举升机产品较可比公司在质量稳定性、可靠性、使用寿命等方面具备竞争优势；经比较，公司举升机产品与境外厂商相比具有较高的性价比优势。

4、经比较，公司拆胎机、平衡机产品与境外厂商相比具有较高的性价比优势；经比较，公司拆胎机和平衡机产品与可比公司的同类产品相比在工作效率、精准度等方面具有竞争优势。

## 问题 2. 收入增长真实性及可持续性

(1) 境外品牌商是否实现终端销售。根据申请文件及问询回复：①发行人收入主要来源于外销，报告期各期外销收入占比分别为 75.91%、74.06%、75.59%，外销收入增长率分别为 20.78%、35.80%，主要系公司产品在欧洲等国外市场的性价比优势进一步显现。②发行人境外主要客户均为贴牌客户，品牌商向公司下达采购订单，为买断式销售，品牌商通过自有渠道实现产品的最终销售，其销售区域主要集中在贴牌客户所在地。③境外销售促销策略包括赠品、折扣及返利，其中返利系公司与部分境外客户协商。报告期各期，公司计提返利金额分别为 71.91 万元、252.93 万元、766.07 万元。④期末库存期后结转率与客户备货政策存在差异，如第一大客户 REDATS SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA 备货政策为 2 个月，截至 2025 年 2 月 28 日，期末库存期后结转率为 56.44%。请发行人：①说明与主要境外客户的定价、调价机制及调价周期，是否存在年降要求或价格下降压力，产品价格下降的影响因素以及与返利大幅增加之间的关系，发行人是否存在部分产品销售依赖于促销、返利的情形，如是，量化分析影响并补充揭示风险。②按境外客户类型（4S 店、维修保养设备品牌商等）补充说明报告期内境外销售金额、占比、终端客户类型；进一步说明主要品牌商的各期末库存水平，包括采购量、采购变动幅度、期末库存金额、占比、库存变动幅度、库龄情况，是否存在长库龄产品未销售的情况，主要客户采购量、库存量与市场需求变动、客户订单的匹配关系，期后退货情况，是否存在品牌商配合囤货、突击业绩的情形。

(2) 进一步说明业绩可持续性。根据申请文件及问询回复：①报告期内，发行人营业收入分别为 64,263.82 万元、79,425.97 万元、105,712.79 万元，变动率分别为-13.61%、23.59%、33.10%；净利润分别为 3,003.55 万元、8,055.36 万元、12,940.49 万元，变动率分别为-50.41%、168.19%、60.64%。②发行人 2022 年收入下降主要系下游市场需求下降、工厂停工所致；2023 年起，下游市场需求恢复、汽车维修保养市场需求增长，同时公司产品性价比优势进一步显现、举升机产能逐步释放，业绩大幅增长。③发行人毛利率上升主要系汇率变动、主要原材料钢材价格下降、产量提升带来单位成本下降所致。除举升机外，其他主要产品经销毛利率呈下降趋势，受促销活动和返利影响较

大。请发行人：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、发货期限等，说明发行人与报告期内主要外销客户的合作是否持续，是否存在因贸易政策、境内外市场供需变动等导致部分客户无法继续合作的风险。②补充说明风险因素中“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、外汇管制、公司竞争优势、主要客户的市场地位和自身发展等各方面因素影响”可能导致期后持续经营能力受到重大不利影响的具体情况，分析汽车维修保养市场需求增长的驱动因素是否稳定可持续，发行人是否存在期后业绩下滑的风险。③结合以上情况，进一步完善招股说明书风险揭示。

请保荐机构、申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见，说明核查程序、核查比例、核查结论。（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，更新涉及走访、穿透核查情况的统计表。（3）进一步说明对境外非终端销售收入的核查过程，对相关客户下游的终端客户样本走访范围及样本选取方式，是否考虑数量、规模、区域分布、样本代表性，是否覆盖异常主体以及异常变动，终端客户信息获取方式、访谈的具体方式及获取的实质证据，结合核查情况，说明获取证据是否充分、有效并足以验证境外非终端销售收入真实性。

### 【回复】

一、请发行人：①说明与主要境外客户的定价、调价机制及调价周期，是否存在年降要求或价格下降压力，产品价格下降的影响因素以及与返利大幅增加之间的关系，发行人是否存在部分产品销售依赖于促销、返利的情形，如是，量化分析影响并补充揭示风险。②按境外客户类型（4S 店、维修保养设备品牌商等）补充说明报告期内境外销售金额、占比、终端客户类型；进一步说明主要品牌商的各期末库存水平，包括采购量、采购变动幅度、期末库存金额、占比、库存变动幅度、库龄情况，是否存在长库龄产品未销售的情况，主要客户采购量、库存量与市场需求变动、客户订单的匹配关系，期后退货情况，是否存在品牌商配合囤货、突击业绩的情形

(一) 说明与主要境外客户的定价、调价机制及调价周期，是否存在年降要求或价格下降压力，产品价格下降的影响因素以及与返利大幅增加之间的关系，发行人是否存在部分产品销售依赖于促销、返利的情形，如是，量化分析影响并补充揭示风险

**1、说明与主要境外客户的定价、调价机制及调价周期，是否存在年降要求或价格下降压力**

公司未和主要境外客户约定价格年降要求等条款，实际执行中，公司通常根据客户所在区域消费水平、原材料价格以及汇率情况进行定价，并不定期结合原材料价格、汇率以及客户采购量等波动情况与客户协商对价格进行调整，以 2021-2024 年为例，公司主要境外客户主要产品的价格调整情况如下：

已申请豁免披露。

整体来看，在原材料价格上升、美元汇率下降情况等情况下，公司与客户会协商调高产品价格；在原材料价格下降、美元汇率上升、客户采购量上升等情况下，公司与客户会协商降低产品价格。因此，公司根据上述相关情况与客户协商调价，不存在价格下降压力。

**2、产品价格下降的影响因素以及与返利大幅增加之间的关系**

公司与主要客户不定期结合原材料、汇率、客户采购量等波动情况对价格进行协商调整，调整的主要方式包括直接降价和给予返利等。相对于直接降价，给予返利更能激励客户回款，在设定任务额等条件以及未来政策调整方面更有弹性。

报告期内，公司主要境外客户返利情况如下：

已申请豁免披露。

综上，公司产品价格下降的影响因素包括原材料、汇率和客户采购量等；报告期内返利金额上升，主要系在原材料价格下降、美元汇率上升以及客户采购量上升的背景下，面对主要客户提出降价需求时，公司在直接降价之外，采取的更能促进客户回款和更具弹性的方式。

### 3、发行人是否存在部分产品销售依赖于促销、返利的情形，如是，量化分析影响并补充揭示风险

公司在考虑成本因素并保持一定利润空间的情况下，报告期内综合采取直接降价、促销以及返利等方式保持公司在外销市场上的产品竞争力。相对于直接降价，促销是更加针对具体产品销售的市场营销方式，并具有短期性、灵活性的特点；返利是针对个别客户，具有激励客户回款并在设定任务额等条件以及未来政策调整方面更有弹性的方式。促销和返利两种方式均属于公司重要的市场策略，但不存在依赖于促销、返利的情形，具体分析如下：

#### (1) 公司不存在部分产品销售依赖于促销情形

公司促销活动主要包括赠品、折扣两种方式，具体为客户购买指定产品时附赠其他产品、配件或者对指定产品价格给予一定折扣。报告期内公司促销情况如下：

单位：万元

项目	2024年	2023年	2022年
外销促销折扣金额	1,315.95	1,085.26	448.23
外销促销对应的销售额	13,743.06	12,585.59	5,344.75
外销收入金额	79,134.73	58,273.64	48,248.83
外销促销折扣金额占外销收入比	1.66%	1.86%	0.93%
外销促销对应的销售额占外销收入比	17.37%	21.60%	11.08%

报告期内，公司外销不同产品参与促销活动对应的销售占比情况如下：

产品	2024年外销参与促销活动对应的销售占比	2023年外销参与促销活动对应的销售占比	2022年外销参与促销活动对应的销售占比
举升机	14.86%	16.62%	8.81%
拆胎机	22.20%	26.29%	9.31%
平衡机	20.47%	31.03%	21.13%
养护类设备	28.11%	36.78%	24.07%

公司外销促销折扣金额相对较低，各类产品外销促销对应的销售额占比不高，因此公司不存在主要产品依赖于促销的情况。

#### (2) 公司不存在部分产品销售依赖于返利情形

公司外销返利通常设定采购额等条件，大多依据客户回款额计算返利并以银行转账方式直接支付对方，报告期内公司不存在部分产品销售依赖于返利情形，具体如下：

单位：万元

项目	2024年	2023年	2022年
外销返利金额	766.07	252.93	71.91
外销收入金额	79,134.73	58,273.64	48,248.83
占比	0.97%	0.43%	0.15%
享受返利的客户数量	7	2	2

报告期内公司返利金额占比较低，且涉及客户较少，因此公司外销不存在依赖于返利的情形。

综上，公司外销不存在主要产品依赖于促销、返利的情形。

（二）按境外客户类型（4S店、维修保养设备品牌商等）补充说明报告期内境外销售金额、占比、终端客户类型；进一步说明主要品牌商的各期末库存水平，包括采购量、采购变动幅度、期末库存金额、占比、库存变动幅度、库龄情况，是否存在长库龄产品未销售的情况，主要客户采购量、库存量与市场需求变动、客户订单的匹配关系，期后退货情况，是否存在品牌商配合囤货、突击业绩的情形

1、按境外客户类型（4S店、维修保养设备品牌商等）补充说明报告期内境外销售金额、占比、终端客户类型

报告期内，各类境外客户类型的境外销售金额、占比情况如下：

项目	销售收入（万元）			占比（%）		
	2024年	2023年	2022年	2024年	2023年	2022年
维修保养设备品牌商	72,605.08	51,887.66	42,508.14	91.75	89.04	88.10
维修保养设备贸易商	6,219.76	6,229.86	5,666.05	7.86	10.69	11.74
汽车修理店等	178.80	50.12	41.62	0.23	0.09	0.09
其他	131.09	106.00	33.03	0.16	0.18	0.07
合计	<b>79,134.73</b>	<b>58,273.64</b>	<b>48,248.83</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>

注 1：其他主要系自行修车或改装的消费者等；

注 2：汽车修理店等及其他终端用户中存在部分终端用户要求公司贴上其品牌的情形。

报告期内，公司境外客户以维修保养设备品牌商为主，占比在 90%左右；采购公司自有品牌产品并对外出售的客户为贸易商客户，占比在 10%左右；汽车修理店和其他客户是使用公司产品的最终用户，用于其自身进行汽车修理，该类客户较为分散且单体采购量较小，总体占比较小。

汽保设备品牌商或贸易商采购公司产品后，部分对外销售系直接零售给汽车修理店等最终用户，形成客户的零售业务，在这种情况下，品牌商和贸易商客户就是公司产品的销售终端；同时，规模较大的品牌商或贸易商还对外销售给下游分销商或零售商，通过下游的零售商将公司产品零售给最终用户，在这种情况下，品牌商和贸易商客户下游渠道最末端的零售商是公司产品的销售终端。

**2、进一步说明主要品牌商的各期末库存水平，包括采购量、采购变动幅度、期末库存金额、占比、库存变动幅度、库龄情况，是否存在长库龄产品未销售的情况，主要客户采购量、库存量与市场需求变动、客户订单的匹配关系**

(1) 主要品牌商的各期末库存水平，包括采购量、采购变动幅度、期末库存金额、占比、库存变动幅度情况，主要客户采购量、库存量与市场需求变动、客户订单的匹配关系具体如下：

单位：万元

序号	客户名称	客户主要产品采购金额					客户主要产品库存金额					客户主要产品库存金额占采购金额比例			客户主要产品订单金额					
		2024年	2023年	2022年	2024年较2023年变动幅度	2023年较2022年变动幅度	2024年	2023年	2022年	2024年较2023年变动幅度	2023年较2022年变动幅度	2024年	2023年	2022年	2024年	2023年	2022年	2024年订单占采购比例	2023年订单占采购比例	2022年订单占采购比例
1	REDATS SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIAL NOSCIA	8,843.56	6,433.26	4,091.97	37.47%	57.22%	2,180.48	1,113.88	1,522.46	95.76%	-26.84%	24.66%	17.31%	37.21%	9,723.88	7,648.93	3,307.16	109.95%	118.90%	80.82%
2	Master plus Ltd	7,924.25	5,907.08	4,385.82	34.15%	34.69%	1,207.86	737.28	2,488.35	63.83%	-70.37%	15.24%	12.48%	56.74%	8,266.69	5,306.37	3,455.05	104.32%	89.83%	78.78%
3	TWIN BUSCH GmbH	5,379.26	4,491.81	3,654.48	19.76%	22.91%	448.56	317.73	304.96	41.17%	4.19%	8.34%	7.07%	8.34%	5,250.48	4,781.57	3,857.95	97.61%	106.45%	105.57%
4	SUMINISTROS DAMA-RL SPAIN SOCIEDAD LIMITADA	3,043.15	1,873.99	1,779.56	62.39%	5.31%	商业机密	商业机密	商业机密	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	3,379.69	2,118.83	1,640.59	111.06%	113.06%	92.19%
5	LKQ CZ s.r.o.	2,449.94	1,176.08	1,875.32	108.31%	-37.29%	986.64	562.91	1,318.29	75.28%	-57.30%	40.27%	47.86%	70.30%	2,227.68	1,594.44	1,680.99	90.93%	135.57%	89.64%
6	MAHOVI INDUSTRIA E COMERCIO DE EQUIPAMENTOS	1,368.09	1,189.13	529.18	15.05%	124.71%	136.10	63.18	52.74	115.41%	19.80%	9.95%	5.31%	9.97%	1,549.24	1,613.60	206.71	113.24%	135.70%	39.06%

LTDA																			
------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

注：客户主要产品采购金额为公司对该客户主要产品的销售金额；客户主要产品库存金额=客户提供的各类主要产品的库存数量数据\*客户各类主要产品平均销售单价之和；客户主要产品库存金额占采购金额比例=客户主要产品库存金额/客户主要产品采购金额；订单占采购之比=客户主要产品订单金额/客户主要产品采购金额；上述主要产品系举升机、拆胎机、平衡机及养护类设备。

## ①主要客户主要产品采购金额与库存金额的匹配关系

报告期内，上述境外主要客户采购金额变动幅度与库存金额变动幅度趋势大部分一致。其中 REDATS SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA（波兰）和 Master plus Ltd（俄罗斯）在 2023 年采购金额上升，而期末库存金额有所下降，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。

报告期内，境外主要客户主要产品库存金额占采购金额比例合理。其中 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占比，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，上述客户根据下游市场需求，在年末时需要保持一定的库存量。此外 LKQ CZ s.r.o.期末库存占比高于 Master plus Ltd、REDATS SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA，主要原因系 LKQ CZ s.r.o.拥有 100 家以上连锁直营零售店，基于其特有的经营模式及业务需求，LKQ CZ s.r.o.除总部仓库外还需在各零售店维持合理库存水平，以确保其终端销售网络的正常运营。

同时，LKQ CZ s.r.o.主要产品库存金额占采购金额比例逐年下降，主要原因系该客户被美国纳斯达克上市公司 LKQ Corporation 收购后，其内部管理和运营经历了调整优化，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。

## ②主要客户报告期末库存与客户备货政策差异及期后结转情况

境外主要客户 2024 年末库存可用周期与客户备货政策和期后销售情况如下：

序号	客户名称	备货政策	测算的 2024 年末库存可用周期 注	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
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%

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。

由上表可见，主要境外客户中，除 REDATS SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA 外，其他客户 2024 年末库存可用周期在客户备货政策范围内。

REDATS SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA 在 2024 年末的库存截至 2025 年 5 月 15 日已经全部销售完毕，期后结转率为 100%。该客户 2024 年末库存的可用周期长于备货政策，主要由于客户的备货政策 2 个月为日常备货周期，一方面，该客户所在国家波兰在年末时处于冬季更换雪季轮胎市场需求旺季，公司备货相应的较日常有所增多；另一方面，客户销售情况稳定增长，报告期内，该客户采购额分别为 4,357.97 万元、6,610.41 万元和 9,262.64 万元，考虑到其未来的业务增长，客户相应增加备货。

LKQ CZ s.r.o.备货政策为 7 个月，备货周期较长的原因主要系：①该客户拥有 100 家以上连锁直营零售店，基于其特有的经营模式及业务需求，除总部仓库外还需在各零售店维持合理库存水平，以确保其终端销售网络的正常运营；②该客户所在国家捷克冬天需更换冬季轮胎，每年四季度和一季度是当地市场旺季，客户通常在下半年向公司采购较多，为整个旺季进行备货，上半年采购少于下半年，从而整体备货周期较长。该客户 2023 年和 2024 年，下半年采购额占其全年采购额的比例分别为 67.49%和 67.70%。

### ③主要客户主要产品采购金额与客户订单金额的匹配关系

报告期内，上述境外主要客户的主要产品订单金额占主要产品采购金额比例整体波动较小，波动原因主要系从下订单到采购存在时间性差异。报告期内主要客户中，MAHOVI INDUSTRIA E COMERCIO DE EQUIPAMENTOS LTDA 在 2022 年主要产品订单金额占主要产品采购金额比例为 39.06%，主要原因系该客户 2022 年部分采购系在 2021 年第四季度下单具有合理性。

#### ④主要客户采购量与市场需求变动的匹配关系

报告期内，境外主要客户采购金额总体趋势增长，一方面得益于公司产品的性价比优势，使其在上述客户所在市场份额稳步提升；另一方面得益于上述客户所在市场需求增长。上述客户所在市场区域的市场需求变动情况具体如下：

A、REDATS SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA、TWIN BUSCH GmbH 和 SUMINISTROS DAMA-RL SPAIN SOCIEDAD LIMITADA 的主要业务区域位于全欧洲市场

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，2024 年欧洲汽车产销量分别为 1,723.17 万辆和 1,870.07 万辆，相比 2022 年的增长率为 7.6%和 24.01%。根据欧洲汽车制造商协会公布的相关数据，2019 年末欧洲乘用车保有量为 28,014.86 万辆，到 2023 年末欧洲乘用车保有量已经达 29,448.09 万辆，以年均 1.26%的增长率持续增长。

报告期内，上述客户采购额逐年上升，与欧洲市场需求变动增长情况相匹配，具有商业合理性。

B、Master plus Ltd 的主要业务区域位于俄罗斯市场

根据世界汽车组织 OICA 公布的相关数据，2024 年俄罗斯汽车产销量分别为 98.27 万辆和 183.39 万辆，相比 2022 年的增长率为 61.34%和 126.79%。据俄罗斯联邦统计局公布的相关数据，2022 年末俄罗斯汽车保有量为 5,742 万辆，2023 年末俄罗斯汽车保有量为 5,918 万辆，增长率为 3.07%。

报告期内，Master plus Ltd 采购额逐年上升，与俄罗斯市场需求变动增长情况相匹配，具有商业合理性。

C、LKQ CZ s.r.o.的主要业务区域位于捷克市场

根据世界汽车组织 OICA 公布的相关数据，2024 年捷克汽车产销量分别为 145.89 万辆和 26.39 万辆，相比 2022 年的增长率为 19.15% 和 20.39%。根据欧洲汽车制造商协会公布的相关数据，2019 年末捷克乘用车保有量为 598.95 万辆，到 2023 年末捷克乘用车保有量已经达 659.78 万辆，以年均 2.45% 的增长率持续增长。

报告期内，LKQ CZ s.r.o.2023 年采购额有所下降，与捷克市场需求变动趋势不同，主要原因系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 年采购额有所下降。LKQ CZ s.r.o.2024 年采购额上升，与捷克市场需求变动增长情况相匹配，具有商业合理性。

D、MAHOVI INDUSTRIA E COMERCIO DE EQUIPAMENTOS LTDA 的主要业务区域位于巴西市场

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，2024 年巴西汽车产销量分别为 254.96 万辆和 263.49 万辆，相比 2022 年的增长率为 7.59% 和 25.21%。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%。

报告期内，MAHOVI INDUSTRIA E COMERCIO DE EQUIPAMENTOS LTDA 采购额逐年上升，与巴西市场需求变动增长情况相匹配，具有商业合理性。

#### (2) 库龄情况，是否存在长库龄产品未销售的情况

根据客户提供的信息，上述境外主要客户存货库龄主要为 1 年以内，不存在长库龄产品未销售的情况。

综上所述，报告期内，境外主要客户采购金额、库存金额与市场需求变动、客户订单具有匹配关系。

### 3、期后退货情况，是否存在品牌商配合囤货、突击业绩的情形

报告期内，产品保修期内公司提供免费配件维修，境外期后销售无退换货情况。

综上，报告期内，公司境外客户以维修保养设备品牌商为主，占比在 90% 左右。报告期内，境外主要客户采购金额变动幅度与库存金额变动幅度趋势大部分一致；境外主要客户主要产品订单金额占主要产品采购金额比例整体波动较小；境外主要客户主要产品库存金额占比合理。境外主要客户存货库龄主要为 1 年以内，不存在长库龄产品未销售的情况。报告期内，境外主要客户采购金额、库存金额与市场需求变动、客户订单具有匹配关系；境外期后销售无退换货情况。公司境外销售不存在品牌商配合囤货、突击业绩的情形。

二、请发行人：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、发货期限等，说明发行人与报告期内主要外销客户的合作是否持续，是否存在因贸易政策、境内外市场供需变动等导致部分客户无法继续合作的风险。②补充说明风险因素中“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、外汇管制、公司竞争优势、主要客户的市场地位和自身发展等各方面因素影响”可能导致期后持续经营能力受到重大不利影响的具体情况，分析汽车维修保养市场需求增长的驱动因素是否稳定可持续，发行人是否存在期后业绩下滑的风险。③结合以上情况，进一步完善招股说明书风险揭示。

（一）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、发货期限等，说明发行人与报告期内主要外销客户的合作是否持续，是否存在因贸易政策、境内外市场供需变动等导致部分客户无法继续合作的风险。

#### 1、2024 年年末内销业务、外销业务在手订单期后消化情况较好

截至 2025 年 4 月 30 日，2024 年年末内销业务、外销业务在手订单期后实现销售情况如下：

单位：万元

项目	2024 年年末在手订单	截至 2025 年 4 月末	实现销售的订单占比
----	--------------	----------------	-----------

		期后实现销售订单	
内销	2,925.07	2,349.87	80.34%
外销	17,887.77	15,955.23	89.20%
<b>合计</b>	<b>20,812.84</b>	<b>18,305.10</b>	<b>87.95%</b>

截至 2025 年 4 月 30 日，公司 2024 年末在手订单期后实现销售金额占比为 87.95%，占比较高，在手订单期后消化情况较好。

部分年末内销在手订单尚未实现销售主要原因系：一方面，比亚迪项目产品验收流程较长，相关销售发货并完成安装调试后，通常还需要试运行 3 个月后方启动最终验收；另一方面，部分客户订单为集中采购项目，终端用户为全国的 4S 店，通常客户下单后需要等安装场地布置完成后再通知公司发货，时间相对较长。

部分年末外销在手订单尚未实现销售主要原因系部分客户根据自身的销售情况推迟订单发货时间。

## 2、截至问询回复日发行人在手订单构成、发货期限

### （1）在手订单构成

截至 2025 年 4 月末，公司在手订单构成情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 4 月末在手订单	2024 年末在手订单	变动幅度
内销	4,439.62	2,925.07	51.78%
外销	23,506.95	17,887.77	31.41%
<b>合计</b>	<b>27,946.57</b>	<b>20,812.84</b>	<b>34.28%</b>

截至 2025 年 4 月末，公司在手订单 27,946.57 万元，其中内销在手订单金额 4,439.62 万元、外销在手订单金额 23,506.95 万元，在手订单较充裕。

### （2）在手订单发货期限

公司订单的交货期限通常在 2 个月左右。公司生产周期约为 1-4 周，公司从产品入库到完成销售一般在 3-6 周，故公司产品从排产到发货通常也在 2 个月左右。

截至 2025 年 4 月 30 日，公司在手订单发货期限主要集中在 2 个月内，具体情况如下：

单位：万元

项目	内销		外销		合计	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
发出商品对应订单	1,155.14	26.02%	4,165.66	17.72%	5,320.81	19.04%
2 个月内发货订单	3,199.12	72.06%	16,345.47	69.54%	19,544.59	69.94%
2 个月以上发货订单	85.36	1.92%	2,995.81	12.74%	3,081.17	11.02%
<b>合计</b>	<b>4,439.62</b>	<b>100.00%</b>	<b>23,506.95</b>	<b>100.00%</b>	<b>27,946.57</b>	<b>100.00%</b>

### 3、发行人与报告期内主要外销客户的合作具有持续性

发行人与报告期内主要外销客户的合作具有持续性，具体原因如下：

#### (1) 公司外销在手订单较充裕，在手订单发货期限与公司的订单交付周期匹配

截至 2025 年 4 月末，公司外销在手订单为 23,506.95 万元，较 2024 年末增长 31.41%，在手订单较充裕。

截至 2025 年 4 月末，公司外销在手订单中，发出商品和 2 个月内发货订单金额占在手订单总额的比例为 87.26%，在手订单发货期限主要集中在 2 个月内，与公司的订单交付周期匹配。

#### (2) 期后公司外销收入同比上升，外销业务开展情况良好

2025 年 1-4 月，公司外销收入为 22,547.81 万元，同比上升 8.82%，外销业务收入开展情况良好，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-4 月	2024 年 1-4 月	变动幅度
外销	22,547.81	20,720.88	8.82%

注：2025 年 1-4 月数据未经会计师审计或审阅。

#### (3) 公司主要的外销客户期后销售及在手订单情况良好

截至 2025 年 4 月 30 日，公司与报告期各期前五名外销客户的销售收入和在手订单情况如下：

单位：万元

客户	2025年1-4月 收入	2025年4月 末在手订单	收入与在手 订单合计
REDATS SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA	3,142.56	3,298.48	6,441.04
Master plus Ltd	1,786.06	1,027.93	2,813.99
TWIN BUSCH GmbH	1,784.93	1,413.29	3,198.22
SUMINISTROS DAMA-RL SPAIN SOCIEDAD LIMITADA	484.71	557.47	1,042.18
LKQ CZ s.r.o.	423.20	242.33	665.53
MAHOVI INDUSTRIA E COMERCIO DE EQUIPAMENTOS LTDA	744.34	784.08	1,528.42
小计	<b>8,365.80</b>	<b>7,323.57</b>	<b>15,689.37</b>

注：2025年1-4月数据未经审计或审阅。

由上表可见，公司主要的外销客户期后销售及在手订单整体情况良好。

Master plus Ltd 收入与在手订单金额相对较小，主要原因系 2025 年，美国对俄罗斯制裁尤其是能源制裁的力度进一步加大，能源出口产业是俄罗斯经济的支柱产业，2025 年第一季度，俄罗斯国内生产总值增长 1.4%，较去年同期 5.4% 的增长有所放缓，其汽车销量较上年同期下降 27.87%，导致客户暂时观望，订单有所减少。截至 2025 年 5 月 22 日，该客户 5 月的新增订单为 683.93 万元，已经超过了 2024 年 5 月全月的新增订单 237.29 万元。

#### （4）公司与主要的外销客户建立了稳定的合作关系，合作具有持续性

公司与主要的外销客户合作时间均在 5 年以上，合作时间较长，合作情况较为稳定。公司主要外销客户为当地汽车维修保养设备品牌商，在当地市场均有一定的行业地位，发行人凭借产品技术优势、质量较稳定、性价比较高，以及产品品类较丰富、规格型号较齐全等竞争优势，与主要的外销客户建立了稳定的合作关系，合作具有持续性。

综上，发行人与报告期内主要外销客户的合作具有持续性。

### 4、是否存在因贸易政策、境内外市场供需变动等导致部分客户无法继续合作的风险

#### （1）贸易政策

报告期内，公司对外销售中受到进出口贸易政策影响的国家或地区主要是美国和土耳其，公司对上述地区客户的销售占比较小。报告期各期，公司对美国客户的销售收入占营业收入比例分别为 0.22%、0.30%、0.29%，对土耳其客户的销售收入占营业收入比例分别为 1.14%、1.86%、1.08%。截至本回复出具日，土耳其贸易政策较为稳定，美国贸易政策发生变动。

2025 年，美国对原产中国产品数次加征关税。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 3 月 3 日，美国总统再次发布行政令将对华加征关税从 10% 调高至 20%（“芬太尼关税”）。2025 年 4 月 2 日，美国总统签署行政令，宣布将针对全球各国的进口商品实施所谓的“对等关税”政策，其中，中国被加征 34% 的关税。2025 年 4 月 8 日，美国总统再次签署行政令，将此前宣布的对中国输美产品加征 34% 的所谓“对等关税”，进一步提高至 84%。2025 年 4 月 9 日，在中国推出一系列反制措施后，美国政府再次加码，继续对中国产品的“对等关税”提高至 125%。叠加此前的“芬太尼关税”，部分商品综合税率上升至 145%。2025 年 5 月 12 日，中美双方发布的《中美日内瓦经贸会谈联合声明》，美国修改 2025 年 4 月 2 日行政令中规定的对中国商品加征的“对等关税”，其中，24% 的关税在初始的 90 天内暂停实施，同时保留按该行政令的规定对这些商品加征剩余 10% 的关税，此外，美国取消根据 2025 年 4 月 8 日和 2025 年 4 月 9 日行政令对这些商品的加征关税。由此，2025 年，美国对中国加征的关税由 145% 降至 30%。

2025 年 1-3 月，公司美国和土耳其地区客户收入分别为 200.33 万元和 376.14 万元，占营业收入比例分别为 0.94% 和 1.77%。如果未来美国或全球其他地区的贸易政策进一步收紧，对进口产品征收畸高关税，可能导致部分客户无法继续合作的风险。

发行人已在招股说明书第三节“风险因素”之“一、经营风险”之“（六）主要销售国政策与国内政策风险”揭示了相关风险。

## （2）境内外市场供需变动

### ①供给端

国内市场：国内汽车维保设备市场处于持续稳步发展的阶段，主要供应商

相对稳定。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。除发行人外，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。

全球市场：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的市场，主要国际品牌供应商占据较大的市场份额。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。

截至本回复出具日，境内外市场竞争情况未发生较大变化。

## ②需求端

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。汽车保有量受新增汽车销量与汽车报废数量的影响，进而影响汽车维修保养需求。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。

### A.国内市场

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%。根据中国汽车工业协会数据，2025 年 1-3 月，国内汽车销量为 747 万辆，较上年同期增长 11.16%。

### B.国外市场

2022 年度、2023 年度和 2024 年度，世界汽车销量分别为 8,299 万辆、9,285 万辆、9,531 万辆，年均增长率为 7.17%。根据 MarkLines 全球汽车信息平台数据，2025 年 1-3 月，公司国外主要客户所在地区市场的汽车销量情况如下：

单位：万辆

国家	2025年1-3月汽车销量	较上年同期变动
波兰	16.52	1.66%
俄罗斯	28.39	-27.87%
德国	73.64	-5.13%
西班牙	32.57	13.70%
捷克	6.63	0.74%
巴西	55.17	7.22%

2025年1-3月，俄罗斯市场汽车销量下滑明显，巴西、西班牙市场汽车销量增长较多，波兰、德国、捷克市场汽车销量保持平稳。俄罗斯市场汽车销量下降较多，主要原因系2025年，美国对俄罗斯制裁尤其是能源制裁的力度进一步加大，能源出口产业是俄罗斯经济的支柱产业，2025年第一季度，俄罗斯国内生产总值增长1.4%，较去年同期5.4%的增长有所放缓，俄罗斯地区的市场需求受其宏观经济影响有所下滑。巴西市场汽车销量增长较多，主要原因系巴西作为新兴汽车市场近年来发展较快，2023年和2024年，巴西汽车销量较上年分别增长9.7%和14.13%，2025年1-3月保持了较高的增长水平，此外，新能源汽车在当地快速普及，2023年和2024年，巴西地区新能源汽车销量较上年分别增长530.15%和320.63%，进一步带动了巴西地区汽车维保设备的更新换代。

2025年1-4月，公司外销收入（未经审计）为22,547.81万元，较上年同期增长8.82%，其中，俄罗斯地区收入2,266.30万元，较上年同期下降25.88%，巴西地区收入1,875.98万元，较上年同期上升66.84%。从外销市场构成来看，俄罗斯地区收入占主营业务收入比例从2024年的10.79%下降至2025年1-4月的7.48%，巴西地区收入占主营业务收入比例从2024年的4.24%上升至2025年1-4月的6.19%。2025年1-4月，受市场需求变动影响，公司对俄罗斯地区收入同比下滑，对巴西地区收入同比上升，总体外销收入仍有所上升。

2025年1-4月，公司外销收入具体情况如下：

单位：万元

地区	2025年1-4月收入	2024年1-4月收入	变动金额	变动幅度
外销	22,547.81	20,720.88	1,826.93	8.82%
其中：俄罗斯	2,266.30	3,057.57	-791.27	-25.88%

巴西	1,875.98	1,124.45	751.53	66.84%
----	----------	----------	--------	--------

注：2025年1-4月数据未经审计或审阅。

截至2025年5月22日，俄罗斯地区客户5月的新增订单为709.47万元，已经超过了2024年5月全月的新增订单439.43万元。

综上，2025年1-3月，俄罗斯市场需求下滑，导致俄罗斯地区客户与发行人的交易额下降，但俄罗斯地区的市场需求依然存在。除俄罗斯外，国内外主要客户所在地区市场汽车销量保持稳定或有所提升，其中，巴西地区市场需求随当地汽车产业发展明显上升，从而，公司2025年1-4月外销收入同比稳定增长。因国内外供需市场变动导致部分客户无法继续合作的风险较低。

（二）补充说明风险因素中“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、外汇管制、公司竞争优势、主要客户的市场地位和自身发展等各方面因素影响”可能导致期后持续经营能力受到重大不利影响的具体情况，分析汽车维修保养市场需求增长的驱动因素是否稳定可持续，发行人是否存在期后业绩下滑的风险。

1、补充说明风险因素中“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、外汇管制、公司竞争优势、主要客户的市场地位和自身发展等各方面因素影响”可能导致期后持续经营能力受到重大不利影响的具体情况

#### （1）宏观经济及产品市场需求

##### ①宏观经济情况

根据国家统计局数据，2025年1-3月，国内GDP较上年同期增长5.4%，2024年1-3月，国内GDP较上年同期增长5.3%。

根据欧盟统计局数据，2025年1-3月，欧盟GDP较上年同期增长1.4%，较2024年1-3月的0.5%有所提升。根据俄罗斯联邦统计局数据，2025年1-3月，俄罗斯GDP较上年同期增长1.4%，较2024年1-3月的5.4%增速放缓。

##### ②产品市场需求情况

2025 年 1-3 月，除俄罗斯外，国内外主要客户所在地区市场汽车销量保持稳定或有所提升，具体情况参见“问题 2、二、（一）、4、（2）境内外市场供需变动”。

③可能导致期后持续经营能力受到重大不利影响的具体情况

公司主要产品销往国内外，市场需求受国内外宏观经济环境的影响，当宏观经济周期下滑时，可能出现公司产品需求下滑，对公司经营业绩带来不利影响。

2025 年以来，美国政府签署“对等关税”行政令向全球贸易伙伴出口至美国的产品征收对等关税，这可能会对某些国家的宏观经济造成不利影响，从而对当地汽车产业的发展和汽车维保设备的市场需求带来不利影响。2025 年，美国对俄罗斯制裁尤其是能源制裁的力度进一步加大，能源出口产业是俄罗斯经济的支柱产业，2025 年第一季度，俄罗斯国内生产总值增长 1.4%，较去年同期 5.4% 的增长明显放缓，公司在俄罗斯地区的市场需求受其宏观经济影响有下滑的风险，俄罗斯 2025 年 1-3 月新车销量为 28.39 万辆，相比 2024 年 1-3 月下降 27.87%。俄罗斯 2025 年一季度宏观经济增长放缓和新车销量下滑，对汽车维保设备市场需求带来不利影响，从而对公司经营业绩带来不利影响，公司 2025 年 1 月至 4 月在俄罗斯地区的销售收入（未经审计）较上年同期下降约 25%。如果未来美国或全球其他地区的贸易政策进一步收紧，或对进口产品施加更高额的税收政策，可能会对全球或某些国家的宏观经济和汽车维保设备市场需求带来不利影响，从而对公司经营业绩带来不利影响。

发行人已在招股说明书“重大事项提示”之“五、特别风险提示”之“（十一）宏观经济和市场需求风险”和“第三节 风险因素”之“一、经营风险”之“（九）宏观经济和市场需求风险”揭示了相关风险。

**（2）市场竞争情况**

①市场竞争情况

截至本回复出具日，境内外市场竞争情况未发生较大变化，具体情况参见“问题 2、二、（一）、4、（2）境内外市场供需变动”。

②可能导致期后持续经营能力受到重大不利影响的具体情况

随着汽车后市场的快速发展，汽车维修保养行业的市场空间也在不断扩大，这使得更多企业进入这个行业，同时也加剧了企业之间的竞争。中低端市场上的同质化竞争使得企业积累利润的速度减慢。公司如果不能适应不断变化的市场并保持较强的竞争力，则市场竞争加剧可能会对公司业务产生冲击。

发行人已在招股说明书“重大事项提示”之“五、特别风险提示”之“（一）市场竞争加剧的风险”和“第三节 风险因素”之“一、经营风险”之“（一）市场竞争加剧的风险”揭示了相关风险。

### （3）外销区域贸易政策

#### ①贸易政策

报告期内，公司对外销售中受到进出口贸易政策影响的国家或地区主要是美国和土耳其。公司对上述地区客户的销售占比较小。报告期后，土耳其贸易政策较为稳定，美国贸易政策发生变动，具体情况参见“问题 2、二、（一）、4、（1）贸易政策”。

#### ②可能导致期后持续经营能力受到重大不利影响的具体情况

如果未来美国或全球其他地区的贸易政策进一步收紧或对进口产品施加更高额的税收政策，可能会导致公司产品在国外市场面临需求下滑的风险。

发行人已在招股说明书第三节“风险因素”之“一、经营风险”之“（六）主要销售国政策与国内政策风险”揭示了相关风险。

### （4）外汇管制

#### ①外汇管制情况

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。

#### ②可能导致期后持续经营能力受到重大不利影响的具体情况

如果未来主要境外客户受到结算限制等不利因素持续存在，公司可能面临无法正常回款，从而对公司造成不利影响。

发行人已在招股说明书“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”揭示了相关风险。

### **（5）公司竞争优劣势**

#### **①公司竞争优势情况**

公司的竞争优势主要包括：技术研发优势、生产和质量管理优势、品牌优势、营销网络优势以及管理团队优势。公司的竞争劣势主要包括：融资渠道相对单一，产品类别需要扩充。

#### **②可能导致期后持续经营能力受到重大不利影响的具体情况**

##### **A. 技术研发优势**

若公司未来在技术发展过程中遇到如下问题：不能正确判断技术、产品和市场的发展趋势，不能及时掌握行业发展所需关键技术，在新产品研发方向、核心产品技术进步和质量控制等方面不能适应市场需求；公司未来在技术人才吸引、培养、激励等方面落后于同行业内其他竞争对手；未来公司掌握的核心技术发生泄密。以上情况将对公司的技术研发优势造成不利影响。

发行人已在招股说明书“重大事项提示”之“五、特别风险提示”之“（四）技术人员短缺和流失的风险”、“（五）核心技术泄密的风险”以及“第三节风险因素”之“三、技术风险”揭示了相关风险。

##### **B. 生产和质量管理优势**

若公司未来因产品设计、制造的缺陷导致产品质量问题，公司将承担相应的赔偿责任，从而对公司造成经济损失、客户流失以及口碑下降的影响。

发行人已在招股说明书第三节“风险因素”之“五、法律风险”之“（二）质量不合格带来的索赔风险”揭示了相关风险。

### **（6）主要客户的市场地位和自身发展**

#### **①主要客户情况**

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。

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。在贴牌模式下，公司并不能贴上自己品牌，终端用户也不能直接获取公司产品信息。

报告期内，发行人国内销售的经销收入占比较高，保持经销商稳定对公司业务持续发展具有重要意义。

## ②可能导致期后持续经营能力受到重大不利影响的具体情况

如果公司未来主要贴牌客户出现收入规模大幅下降、经营不善等问题，或公司不能达到主要客户产品开发或质量要求，亦或出现其他强有力的竞争对手，而导致主要贴牌客户与公司减少合作或出现订单下降的情况，公司将面临因主要客户需求变化带来的经营业绩波动甚至业绩大幅下滑的风险。

未来公司若不能保持与现有经销商的合作关系，无法有效地管理经销商，与经销商产生合作纠纷或发生售后服务不当行为；或者现有经销商销售额降低，以及公司无法开发新的经销商，将对公司的业务品牌、经营情况产生一定的不利影响。

发行人已在招股说明书“重大事项提示”之“五、特别风险提示”之“（三）贴牌销售模式风险”以及“第三节风险因素”之“一、经营风险”之“（三）贴牌销售模式风险”、“（七）经销商模式风险”揭示了相关风险。

## 2、分析汽车维修保养市场需求增长的驱动因素是否稳定可持续

汽车维修保养市场需求增长的主要驱动因素汽车保有量稳定增长、汽车具有老龄化趋势，其中，汽车保有量主要受新车销量等因素影响，此外，新能源汽车的普及推动新车销售的增长，并促进汽车维修保养设备迭代升级。上述驱动因素稳定可持续，具体如下：

### （1）新车销量的持续增长带动汽车保有量上升，进而带动汽车维修保养设备市场需求增长

汽车维保设备市场需求与汽车保有量呈正相关关系，汽车保有量受新增汽车销量等因素影响。

新车销量的持续增长带动汽车保有量上升，进而带动汽车维保设备市场需求增长。从汽车销量来看，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%；全球汽车销量分别为 8,299 万辆、9,285 万辆、9,531 万辆，年均增长率为 7.17%。从汽车保有量来看，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，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%。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。

### **(2) 汽车老龄化趋势带动汽车维修保养设备市场需求增加**

全球存量汽车已渐渐进入老龄化，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的市场需求增长。

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。截至 2023 年底，整个欧洲的乘用车平均车龄超过 12 年，其中，波兰的乘用车平均车龄最大，为 15.1 年。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。

### **(3) 新能源汽车的普及推动新车销售的增长，并促进汽车维修保养设备迭代升级**

近年来新能源车销售快速增长。2022 年度、2023 年度和 2024 年度，国内新能源汽车保有量分别为 1,310 万辆、2,041 万辆、3,140 万辆，年均增长率约为 54.82%。2022 年度、2023 年度和 2024 年度，全球新能源汽车保有量分别约为 2,600.00 万辆、4,000 万辆、6,400 万辆，年均增长率约为 56.89%。

新能源汽车与传统燃油车相比，具有汽车重量大、轮胎尺寸大、装配电池等特征，从而需要载重吨位更大的举升机、专用电池举升机以及箱体加大加宽的拆胎机等，从而促进汽车维修保养设备迭代升级。

综上，汽车维修保养市场需求增长的驱动因素稳定可持续。

### **3、发行人是否存在期后业绩下滑的风险**

**(1) 2025年1-3月，公司经营业绩保持同比增长**

2025年1-3月，公司营业收入同比增长6.33%，归属于母公司所有者的净利润同比增长6.04%，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润同比增长7.86%，毛利率由2024年1-3月的28.37%增长至28.51%，经营业绩情况良好，具体如下：

单位：万元

项目	2025年1-3月	2024年1-3月	变动幅度
营业收入	21,236.51	19,971.38	6.33%
归属于母公司所有者的净利润	2,663.27	2,511.52	6.04%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	2,634.55	2,442.53	7.86%
毛利率	28.51%	28.37%	-

注：2025年1-3月数据已经会计师审阅。

2025年1-3月，公司经营业绩保持同比增长，主要原因为营业收入增长及毛利率上升，各方面影响因素分析如下：

①2025年1-3月，市场需求总体保持稳定

2025年1-3月，除俄罗斯外，国内外主要客户所在地区市场汽车销量保持稳定或有所提升，市场需求总体保持稳定，具体情况参见“问题2、二、（一）、4、（2）境内外市场供需变动”。

②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，公司具有发展空间

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。公司举升机、拆胎机和平衡机产品的全球市场占有率约为4.07%、5.90%和1.27%，具体详见第一轮问询回复之“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。

③2025年1-3月，美元汇率仍然保持上升

报告期内，公司外销收入占当期主营业务收入比例分别为 75.91%、74.06% 和 75.59%，外销主要采用美元进行结算。美元汇率波动直接影响产品人民币价格，从而影响产品毛利率。

报告期内及 2025 年 1-3 月美元平均汇率波动情况如下：

项目	2025 年 1-3 月		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	变动幅度	平均汇率
美元兑人民币中间价	7.18	0.99%	7.11	0.86%	7.05	5.04%	6.71

由上表，报告期内，美元平均汇率总体呈现上升的趋势，2025 年 1-3 月，美元平均汇率仍然保持上升。

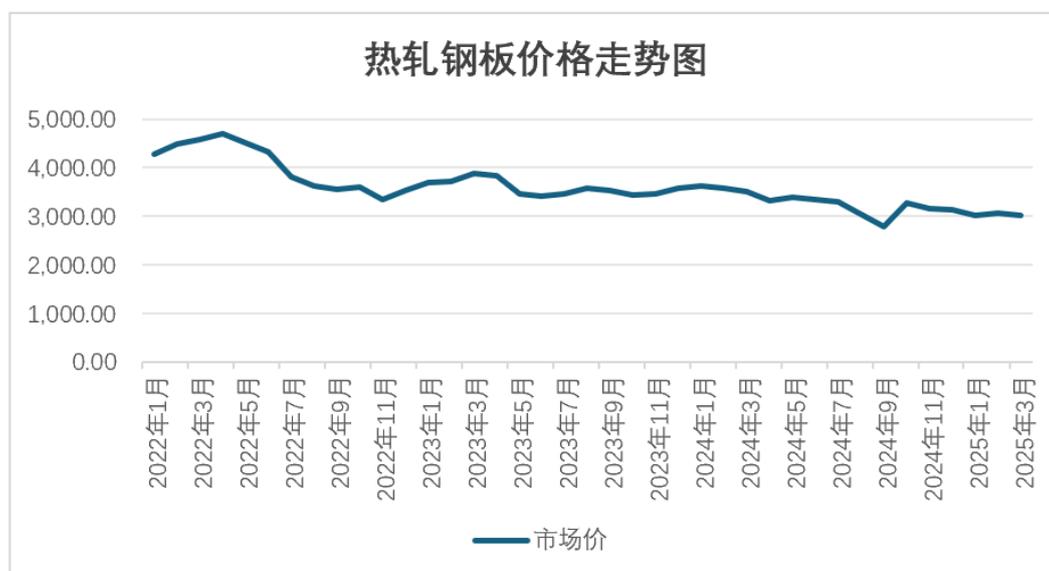
参考 2024 年汇率波动对公司的业绩影响测算，若未来美元兑人民币汇率下降 1%，公司主营业务毛利率将下降约 0.48 个百分点，净利润将下降约 4.46%，对公司的经营业绩产生不利影响。

#### ④2025 年 1-3 月，主要原材料钢材价格仍然保持下降

公司主要原材料系钢材、成品和部件，其中，主要成品和部件的采购价格亦受钢材价格影响。

选取公司主要的采购钢材热轧钢板，报告期内及 2025 年 1-3 月市场价格波动情况如下：

单位：元/吨



数据来源：同花顺 IFIND，热轧普通板卷(4.75-11.5mm,Q235)

由上图，报告期内，钢材价格总体呈现下降的趋势，2025年1-3月，钢材价格仍然保持下降。2025年1-3月，公司钢材平均采购价格为3,471.22元/吨，较2024年钢材平均采购价格下降6.45%，与钢材市场价格波动趋势一致。

参考2024年钢材价格波动对公司的业绩影响测算，若未来钢材价格上涨1%，公司主营业务毛利率将下降约0.19个百分点，净利润将下降约1.24%，对公司的经营业绩产生不利影响。

⑤2025年1-3月，公司主要产品产量维持在较高水平

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，随着订单增长及产能逐步释放，公司主要产品产量逐年提升，具体情况如下：

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
升降机	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

2025年1-3月，公司主要产品产量保持了上年同期水平，具体如下：

单位：套

项目	2025年1-3月	2024年1-3月	变动
升降机	9,463	9,182	3.06%
拆胎机	11,387	11,529	-1.23%
平衡机	8,094	8,322	-2.74%

参考2024年主要产品产量变动对公司的业绩影响测算，若未来主要产品产量下降1%，公司主营业务毛利率将下降约0.10个百分点，净利润将下降约0.70%，对公司的经营业绩产生不利影响。

**(2) 如果未来公司营业收入及毛利率的影响因素发生较大变化，发行人期后业绩存在下滑的风险**

如果未来公司营业收入及毛利率的影响因素发生较大变化，发行人期后业绩存在下滑的风险。

公司营业收入变动主要受宏观经济、市场竞争情况、产品市场需求、外销区域贸易政策、外汇管制、公司竞争优势、主要客户的市场地位和自身发展等各方面因素影响，如果未来上述因素发生较大变化，可能对公司的经营业绩产生不利影响。上述因素影响具体情况参见“问题 2、二、（二）、1、补充说明风险因素中“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、外汇管制、公司竞争优势、主要客户的市场地位和自身发展等各方面因素影响”可能导致期后持续经营能力受到重大不利影响的具体情况”。

公司毛利率变动主要受美元汇率、原材料价格、主要产品产量等各方面因素影响。如果未来发生美元汇率下降、原材料价格上升、主要产品产量下降等情况，可能导致公司产品毛利率下降，进而对公司的经营业绩产生不利影响。发行人已在招股说明书“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”、招股说明书“重大事项提示”之“五、特别风险提示”之“（二）原材料价格波动风险”以及“第三节风险因素”之“一、经营风险”之“（二）原材料价格波动风险”、招股说明书“重大事项提示”之“五、特别风险提示”之“（九）汇率波动的风险”以及“第三节风险因素”之“二、财务风险”之“（四）汇率波动的风险”中对相关风险进行揭示。

发行人已在招股说明书“重大事项提示”之“五、特别风险提示”之“（七）经营业绩下滑的风险”和“第三节 风险因素”之“一、经营风险”之“（四）经营业绩下滑的风险”对于期后业绩下滑的风险进行揭示。

综上，2025 年 1-3 月，公司经营业绩保持同比增长；如果未来宏观经济、市场竞争情况、产品市场需求、外销区域贸易政策、外汇管制、公司竞争优势、主要客户的市场地位和自身发展以及美元汇率、原材料价格、主要产品产量等因素发生较大不利变化，发行人期后业绩存在下滑的风险。

### **（三）结合以上情况，进一步完善招股说明书风险揭示。**

发行人已结合前述情况，对招股说明书风险揭示进行完善，具体如下：

#### **1、招股说明书“重大事项提示”之“五、特别风险提示”新增“（十一）**

宏观经济和市场需求风险”和“第三节 风险因素”之“一、经营风险”新增“（九）宏观经济和市场需求风险”如下：

“公司主要产品销往国内外，市场需求受国内外宏观经济环境的影响，当宏观经济周期下滑时，可能出现公司产品需求下滑，对公司经营业绩带来不利影响。

2025 年以来，美国政府签署“对等关税”行政令向全球贸易伙伴出口至美国的产品征收对等关税，这可能会对某些国家的宏观经济造成不利影响，从而对当地汽车产业的发展和汽车维保设备的市场需求带来不利影响。2025 年，美国对俄罗斯制裁尤其是能源制裁的力度进一步加大，能源出口产业是俄罗斯经济的支柱产业，2025 年第一季度，俄罗斯国内生产总值增长 1.4%，较去年同期 5.4% 的增长明显放缓，公司在俄罗斯地区的市场需求受其宏观经济影响有下滑的风险，俄罗斯 2025 年 1-3 月新车销量为 28.39 万辆，相比 2024 年 1-3 月下降 27.87%。俄罗斯 2025 年一季度宏观经济增长放缓和新车销量下滑，对汽车维保设备市场需求带来不利影响，从而对公司经营业绩带来不利影响，公司 2025 年 1 月至 4 月在俄罗斯地区的销售收入（未经审计）较上年同期下降约 25%。如果未来美国或全球其他地区的贸易政策进一步收紧，或对进口产品施加更高额的税收政策，可能会对全球或某些国家的宏观经济和汽车维保设备市场需求带来不利影响，从而对公司经营业绩带来不利影响。”

2、招股说明书“第三节 风险因素”之“一、经营风险”之“（六）主要销售国政策与国内政策风险”修改如下：

“报告期内，公司产品主要出口国际市场。美国、土耳其等少数国家对汽车维修保养设备产品加征进口关税等税收。报告期各期，公司对美国客户的销售收入占营业收入比例分别为 0.22%、0.30%、0.29%，对土耳其客户的销售收入占营业收入比例分别为 1.14%、1.86%、1.08%。

根据美国总统于 2025 年 2 月 1 日和 2025 年 3 月 3 日签署的行政令，美国对自中国进口的升降机、拆胎机、平衡机、抽接油机、稀油加注机及相关配件加征 20% 的关税；根据美国总统于 2025 年 4 月 2 日签署的行政令和 2025 年 5 月 12 日中美双方发布的《中美日内瓦经贸会谈联合声明》，美国对自中国进口

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 10% 的关税，另外该行政令中 24% 的加征关税在初始的 90 天内暂停实施。土耳其对中国进口的举升机加征 6% 的关税，拆胎机加征 10% 的关税。

目前，其他各国对于汽车维修保养设备产品贸易并未出台相关限制政策。但随着国际经济形势的不断变化，不排除未来相关国家对汽车维修保养设备产品的进口贸易政策和产品认证要求等方面发生变化的可能性，例如未来美国或全球其他地区的贸易政策进一步收紧或对进口产品施加更高额的税收政策，可能会导致公司产品在国外市场面临需求下滑的风险。另一方面，随着我国汽车后市场的快速发展，国家关于汽车维修保养行业准入标准可能进一步提高。如果公司技术储备或新产品的研发不能跟上行业发展的步伐，将对公司生产经营产生风险。”

3、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”修改如下：

“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、美元汇率下降、原材料价格上涨、主要产品产量下降、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。”

4、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”和“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”修改如下：

#### “经营业绩下滑的风险

报告期各期，发行人实现营业收入分别为 64,263.82 万元、79,425.97 万元和 105,712.79 万元，实现净利润分别为 3,003.55 万元、8,055.36 万元和 12,940.49 万元。报告期各期，发行人主营业务毛利率分别为 23.87%、27.29% 和 28.81%。报告期内，受到下游需求增长、美元汇率升值、主要原材料价格下降、产品产量上升等多重因素影响，发行人经营业绩增长。

发行人主要产品属于汽车维修、检测、保养类设备，市场需求受汽车保有

量、老龄化趋势等影响，随汽车产业发展，而汽车产业发展受全球及各个国家宏观经济影响，因此，全球或公司主要市场的宏观经济和下游市场需求波动，将对公司经营业绩产生影响。公司外销收入占主营业务收入比例约为 75%左右，外销收入受外销区域贸易政策、外汇管制以及美元汇率波动等各方面因素影响。此外，公司产品主要原材料为钢材等，钢材价格波动影响产品材料成本；产品产量变动亦会影响产品单位成本，均会对公司经营业绩产生影响。

若未来美国或全球其他地区的贸易政策进一步收紧或对进口产品施加更高额的关税政策，可能对全球或某些国家的宏观经济和汽车维保设备市场需求带来不利影响，可能导致公司产品销售收入下滑；若未来主要境外客户受到结算限制等不利因素持续存在，公司可能面临无法正常回款；若未来人民币兑美元大幅升值，未来钢材价格大幅上涨、未来产品产量大幅下降，可能导致公司毛利率下降；在上述因素的不利影响下，发行人未来可能存在经营业绩下滑的风险。”

三、请保荐机构、申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见，说明核查程序、核查比例、核查结论。（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，更新涉及走访、穿透核查情况的统计表。（3）进一步说明对境外非终端销售收入的核查过程，对相关客户下游的终端客户样本走访范围及样本选取方式，是否考虑数量、规模、区域分布、样本代表性，是否覆盖异常主体以及异常变动，终端客户信息获取方式、访谈的具体方式及获取的实质证据，结合核查情况，说明获取证据是否充分、有效并足以验证境外非终端销售收入真实性。

（一）核查上述事项并发表明确意见，说明核查程序、核查比例、核查结论

### 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）了解公司与主要境外客户的定价、调价机制及调价周期，是否存在年降要求，结合主要客户主要产品的价格调整情况以及价格下降的影响因素，分析公司是否存在价格下降压力；

(2) 了解公司返利大幅增加的原因以及与产品价格下降之间的关系，分析其合理性；

(3) 了解公司促销、返利情况，分析是否存在部分产品销售依赖于促销、返利；

(4) 获取报告期各期公司销售明细表，分析报告期内不同境外客户类型实现的收入金额及占比；访谈公司财务负责人、销售部门人员，了解境外业务的背景、境外客户类型情况；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、退换货机制的合作模式的基本情况；

(5) 访谈主要境外客户，获取主要境外客户报告期各期的库存数据，了解主要境外客户存货库存及库龄情况；获取报告期各期公司销售明细表，查阅主要境外客户的销售合同和订单，分析境外主要客户采购量、采购变动幅度、期末库存金额、占比、库存变动幅度、库龄情况，是否存在长库龄产品未销售的情况；分析主要客户采购量、库存量与市场需求变动、客户订单的匹配关系；

(6) 获取报告期各期及期后的公司销售明细表，查阅境外客户期后退货情况，分析是否存在品牌商配合囤货、突击业绩的情形；

(7) 获取 2024 年末内销业务、外销业务在手订单及期后的销售明细，分析在手订单期后消化情况；

(8) 获取截至 2025 年 4 月末在手订单及 2025 年 1-4 月的销售明细，分析发行人与报告期内主要外销客户的合作是否持续；

(9) 通过查询公开网站，了解贸易政策、境内外市场供需情况的变动，分析是否存在导致部分客户无法继续合作的风险及汽车维修保养市场需求增长的驱动因素是否稳定可持续；

(10) 结合期后公司经营业绩、宏观经济、市场竞争情况、产品市场需求、外销区域贸易政策、外汇管制、公司竞争优势、主要客户的市场地位和自身发展以及美元汇率波动、钢材价格波动、主要产品产量变动等因素，分析发行人是否存在期后业绩下滑的风险。

## 2、核查结论

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

(1) 公司未和客户约定价格年降要求等条款，实际执行中，公司通常不定期结合原材料、汇率以及客户采购量等波动情况与客户协商对价格进行调整；公司不存在价格下降压力；公司产品价格下降的影响因素包括原材料、汇率和客户采购量等；报告期内返利金额上升，主要系在原材料价格下降、美元汇率上升以及客户采购量上升的背景下，面对主要客户提出降价需求时，公司在直接降价之外，采取的更能促进客户回款和更具弹性的方式；公司外销不存在主要产品依赖于促销、返利的情形；

(2) 报告期内，公司境外客户以维修保养设备品牌商为主，占比在 90% 左右。报告期内，境外主要客户采购金额变动幅度与库存金额变动幅度趋势大部分一致，个别不一致的情况具有合理性；境外主要客户主要产品订单金额占主要产品采购金额比例整体波动较小；境外主要客户主要产品库存金额占比合理。境外主要客户库龄主要为 1 年以内，不存在长库龄产品未销售的情况。报告期内，境外主要客户采购金额、库存金额与市场需求变动、客户订单具有匹配关系。报告期内，境外期后销售无退换货情况，公司境外销售不存在品牌商配合囤货、突击业绩的情形。

(3) 发行人与报告期内主要外销客户的合作具有持续性；发行人存在因贸易政策变动导致部分客户无法继续合作的风险，发行人因国内外供需市场变动导致部分客户无法继续合作的风险较低。

(4) 发行人已补充说明可能导致期后持续经营能力受到重大不利影响的具体情况；汽车维修保养市场需求增长的驱动因素稳定可持续；2025 年 1-3 月，公司经营业绩保持同比增长，如果未来宏观经济、市场竞争情况、产品市场需求、外销区域贸易政策、外汇管制、公司竞争优势、主要客户的市场地位和自身发展以及美元汇率、原材料价格、主要产品产量等因素发生较大不利变化，发行人期后业绩存在下滑的风险。

(5) 发行人已结合前述情况，对招股说明书风险揭示进行完善。

(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

汽车维保设备市场中，销售终端包括汽保设备零售店等零售商，终端用户通常为汽车 4S 店、修理店等汽保设备使用者。

#### (1) 内销经销商走访情况

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，经销商自身就是零售商，即销售终端；同时，规模较大的经销商还向下游的汽保设备零售店销售产品，形成批发业务，这种情况下，经销商下游的零售店为销售终端。

对于经销商不同类型的业务，销售终端及终端用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，经销商系公司产品销售终端，根据经销商提供的下游终端用户（即汽修店、汽车 4S 店等）进行走访，合计走访了 222 家终端用户。②对于批发业务，经销商下游汽保设备零售店系公司产品的销售终端，根据经销商提供的下游的零售店名单进行走访，走访经销商下游零售店的金额覆盖该经销商各年批发业务金额的 50% 以上；并对走访的零售店再穿透走访其终端用户（即汽修店、汽车 4S 店等），合计实地走访了 107 家终端用户。

对于境内经销商的销售终端走访（包括已走访经销商的零售业务和对经销商批发业务穿透走访的其下游零售店），以执行走访程序的销售终端采购金额加总为分子计算的走访核查比例如下：

单位：万元

客户类型	项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
境内经销商	当期经销收入总额 A	18,305.87	16,276.02	11,740.40
	完成销售终端访谈的经销收入 B	10,779.35	10,687.41	7,943.30
	访谈占比 C=B/A	58.88%	65.66%	67.66%

注：完成销售终端访谈的经销收入=执行走访程序的经销商的零售业务金额+对经销商批发业务穿透走访的其下游零售店的采购金额。

此外，对经销商下游终端用户走访家数合计为 329 家。

## （2）外销客户走访情况

由于公司产品的最终用户（即汽车修理店等）具有广泛而分散的特点，因此，公司产品在国外市场上主要由当地品牌商通过自身销售渠道最终销售给广大用户。

品牌商客户部分对外销售系直接零售给汽车修理店等最终用户，在这种情况下，品牌商客户自身就是公司产品的销售终端；同时，规模较大的品牌商还对外销售给下游分销商或零售商，通过下游的零售商将公司产品零售给最终用户，在这种情况下，品牌商下游渠道最末端的零售商是公司产品的销售终端。

对于境外客户，销售终端走访样本的具体选样标准及选样过程如下：①对于境外客户直接销售给最终用户（即汽车修理店等）的情况，公司境外客户自身就是公司产品的销售终端，公司通过对客户实地访谈、盘点、穿透走访其下游用户等实地走访核查工作，能够核查境外客户作为销售终端实现最终销售的零售收入部分，该部分核查金额占外销收入比例在报告期各期分别为 36.42%、37.83%和 37.86%。②对于境外客户销售给下游分销商或零售商的情况，由于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，并且市场渠道和下游客户为境外客户的核心商业价值，境外客户视其下游分销商、零售商等销售终端信息为其核心商业机密，其拒绝向公司提供相关信息，因此，未能对境外客户的下游分销商、零售商进行走访。

对于境外客户的终端用户（即汽车修理店等），根据境外客户提供的其下游用户名单，项目组合计走访 79 家终端用户。

对于境外客户的穿透走访，以执行走访程序的销售终端对应的公司外销收入（即客户作为零售终端实现最终销售的金额）加总为分子计算的走访核查比例如下：

单位：万元

客户类型	项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
境外客户	当期境外收入总额 A	79,134.73	58,273.64	48,248.83
	完成销售终端访谈的外销收入 B	29,963.55	22,044.70	17,571.70
	访谈占比 C=B/A	37.86%	37.83%	36.42%

## 2、更新涉及走访、穿透核查情况的统计表

首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	更新后内容
首轮 问询 回复	问题 7.关于经销收入真实性之“三、（一）、2、”	（3）经销商终端客户访谈及进销存核查：已实地走访终端客户的经销商的经销收入占当期经销收入总额的比例分别为 74.36%、70.84%和 69.81%。	对于境内经销商进行穿透走访，以执行走访程序的销售终端采购金额加总为分子计算的走访核查比例分别为 67.66%、65.66%和 58.88%。此外，对经销商下游终端用户走访家数合计为 329 家。
首轮 问询 回复	问题 6.关于境外销售增长稳定性之“四、（四）、1”	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%。	报告期各期，对于境外客户进行穿透走访，以执行走访程序的销售终端对应的公司外销收入加总为分子计算的走访核查比例分别为 36.42%、37.83%和 37.86%。此外，对外销客户下游终端用户走访家数合计为 79 家。

（三）进一步说明对境外非终端销售收入的核查过程，对相关客户下游的终端客户样本走访范围及样本选取方式，是否考虑数量、规模、区域分布、样本代表性，是否覆盖异常主体以及异常变动，终端客户信息获取方式、访谈的具体方式及获取的实质证据，结合核查情况，说明获取证据是否充分、有效并足以验证境外非终端销售收入真实性

1、进一步说明对境外非终端销售收入的核查过程，对相关客户下游的终端客户样本走访范围及样本选取方式，是否考虑数量、规模、区域分布、样本代表性，是否覆盖异常主体以及异常变动，终端客户信息获取方式、访谈的具体方式及获取的实质证据

（1）进一步说明对境外非终端销售收入的核查过程，对相关客户下游的终端客户样本走访范围及样本选取方式

中介机构对境外非终端销售收入的核查过程及对相关客户下游的终端客户样本走访范围及样本选取方式参见本题“三、（二）、1、（2）外销客户走访情况”。

（2）是否考虑数量、规模、区域分布、样本代表性，是否覆盖异常主体以及异常变动

境外销售终端用户主要是汽车修理店等，终端用户具有数量多、规模小、区域分布广并且具有同质化的特点。根据执行了走访程序的境外客户提供的 2-3 家终端用户进行走访，合计实地走访了 79 家终端用户。

### (3) 终端用户信息获取方式

取得境外客户盖章确认的终端用户名单，获取终端用户名称、所在地址信息。

### (4) 终端用户访谈的具体方式及获取的实质证据

中介机构对终端用户访谈的具体方式系执行实地走访核查程序，获取的实质性证据情况如下：

①实地查看终端用户的办公环境及使用公司产品情况；

②记录走访过程包括：A.终端用户的主营业务；B.终端用户购买公司产品的类型、数量以及用途，与其实际业务需求是否匹配等；

③访谈结束后，访谈人与被访谈人在客户现场处合影。

针对终端用户实地走访，中介机构主要保留终端用户的走访记录、走访合影、存放或使用公司产品的现场照片、出行交通记录等资料，以保证实地走访对象、走访过程及结果的真实性、可靠性。

## **2、结合核查情况，说明获取证据是否充分、有效并足以验证境外非终端收入真实性**

除了对终端用户执行走访程序外，为了验证境外非终端收入的真实性，中介机构还执行了以下的程序：

### (1) 通过境外客户的官方媒体核查其终端用户使用公司产品情况

①对公司主要境外客户官方媒体（如 Tiktok、Facebook 等）公开视频和信息进行查询和分析，查看境外客户官网和官方社交媒体账号于报告期内发布的关于发行人产品推广、产品使用教学等视频以及在终端用户处拍摄的安装和售后服务等视频，以上视频覆盖境外客户从公司处采购的主要产品；

②在主要境外客户所在地区的主要社交媒体平台检索境外客户名称和公司产品对应的型号，查看例如公司产品终端用户等对公司产品的介绍与评价；

③检索公司主要境外客户的线上销售平台（官网、网上门店等），查看境外客户关于公司产品的线上销售信息。截至目前，已核查 29 家主要境外客户的

共计 162 条官方媒体公开视频和信息。

## (2) 出口信用保险数据的核查

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。中介机构获取了公司报告期内的中信保投保明细，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	2023 年	2022 年
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。

综上，结合以上核查情况，获取证据充分、有效并足以验证境外非终端收入真实性。

## 问题 3. 其他问题

(1) 外购成品转销的会计处理合规性。根据申请文件及问询回复：①报告期内各期产成品采购金额分别为 9,430.54 万元、10,756.87 万元、17,260.06 万元，占采购总额的比例约为 25%，该部分采购对应销售金额为 11,319.59 万元、13,184.64 万元、19,989.29 万元。②部分外购成品，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。请发行人：说明发行人委托货运公司提货方式对应的采购金额和销售金额、对应供应商及客户情况，发行人提货、验收、发货具体流程，并结合合同约定情况，对照《企业会计准则》的规定，说明目前收入确认是否合规。

(2) 关于诉讼事项。请发行人：结合《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》的相关要求，补充披露截至问询回复日，公司是否存在相关诉讼或仲裁事项，如存在，请披露案件受理情况和基本案情、诉讼或仲裁请求、判决或裁决结果及执行情况、诉讼或仲裁案件对发行人的影响等，并结合具体情况作风险揭示。

(3) 风险揭示充分性。请发行人：按照《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》的相关要求，逐项梳理风险事项的揭示是否充分、准确，删除其中包含的风险对策、发行人竞争优势及可能减轻风险因素的类似表述，针对部分需投资者特别关注的风险因素，请在“重大事项提示”中披露。

请保荐机构核查上述事项、申报会计师核查问题（1）（3）、发行人律师核查问题（2）（3）并发表明确意见。

### 【回复】

一、请发行人：说明发行人委托货运公司提货方式对应的采购金额和销售金额、对应供应商及客户情况，发行人提货、验收、发货具体流程，并结合合同约定情况，对照《企业会计准则》的规定，说明目前收入确认是否合规。

（一）说明发行人委托货运公司提货方式对应的采购金额和销售金额、对应供应商及客户情况

#### 1、发行人委托货运公司提货方式对应的采购金额和销售金额

报告期各期，发行人委托货运公司提货方式对应的成品采购金额和销售金额情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占外购成品采购或销售总额的比例	金额	占外购成品采购或销售总额的比例	金额	占外购成品采购或销售总额的比例
采购金额	14,289.86	82.79%	8,523.31	79.24%	8,426.46	89.35%
销售金额	16,216.15	81.12%	10,071.64	76.39%	10,376.11	91.67%

#### 2、发行人委托货运公司提货方式对应供应商及客户情况

##### （1）供应商

报告期各期，发行人委托货运公司提货方式对应的主要供应商情况如下：

单位：万元

期间	供应商	采购金额	占委托货运公司提货方式采购额的比例
2024 年度	启东新力机电制造有限公司	9,133.18	63.91%
	上海芮钠德实业有限公司	2,375.03	16.62%
	供应商 1	1,579.52	11.05%
	营口捷安科技有限公司	285.31	2.00%
	供应商 2	101.55	0.71%
	<b>小计</b>	<b>13,474.58</b>	<b>94.29%</b>
2023 年度	启东新力机电制造有限公司	5,549.41	65.11%
	供应商 1	1,190.91	13.97%
	上海芮钠德实业有限公司	994.62	11.67%
	上海萨逸检测设备制造股份有限公司	366.87	4.30%
	供应商 3	82.49	0.97%
	<b>小计</b>	<b>8,184.30</b>	<b>96.02%</b>
2022 年度	启东新力机电制造有限公司	4,875.86	57.86%
	上海萨逸检测设备制造股份有限公司	1,347.00	15.99%
	供应商 1	986.10	11.70%
	供应商 4	258.29	3.07%
	供应商 5	158.49	1.88%
	<b>小计</b>	<b>7,625.74</b>	<b>90.50%</b>

(2) 客户

报告期各期，发行人委托货运公司提货方式对应的主要客户情况如下：

单位：万元

期间	客户	销售金额	占委托货运公司提货方式销售额的比例
2024 年度	REDATS SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA	3,397.33	20.95%
	LKQ CZ s.r.o.	862.95	5.32%
	Exprompt-3 LTD	749.72	4.62%
	MARELLI AFTERMARKET POLAND Sp. z o.o	559.94	3.45%

	Manatec Electronics Pvt.Ltd	528.46	3.26%
	小计	<b>6,098.40</b>	<b>37.61%</b>
2023 年度	REDATS SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA	2,100.49	20.86%
	Exprompt-3 LTD	541.05	5.37%
	Coframa Sp.z o.o.	440.80	4.38%
	GEDAUTO DESARROLLO, SL	390.39	3.88%
	Limited Liability Company Technosouz	313.73	3.11%
	小计	<b>3,786.47</b>	<b>37.60%</b>
2022 年度	REDATS SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA	1,662.68	16.02%
	Exprompt-3 LTD	602.45	5.81%
	LKQ CZ s.r.o.	536.02	5.17%
	GEDAUTO DESARROLLO, SL	295.48	2.85%
	AVTOMASTER MEHDUD MESULIYYETLI CEMIYYETI	234.29	2.26%
	小计	<b>3,330.91</b>	<b>32.10%</b>

(二) 发行人提货、验收、发货具体流程，并结合合同约定情况，对照《企业会计准则》的规定，说明目前收入确认是否合规

### 1、发行人提货、验收、发货具体流程

验收流程：公司对供应商产品的采购验收主要包括：合作初期的验厂、产品验证、质检员驻场，日常合作过程中的不定期巡检，每批次产品提货前的远程抽查，提货时对包装和数量进行检查等。公司在与主要成品供应商的合作初期，发行人与该等供应商需进行长时间的实地验厂、产品验证，且公司会派遣质检员去供应商驻厂监督，对供应商生产的产品质量进行严格把控，经过合作初期长时间的产品验证，成品供应商生产流程熟练及产品质量稳定。在日常合作过程中，公司会不定期派人进行现场巡检，检查供应商机器设备和工装模具的运行状况并检查产品情况。在后续日常采购中针对每个批次的外购成品，公司在提货前，主要通过获取成品视频和照片的形式对产品情况进行抽样检验，提货时，主要通过获取装柜视频和照片的形式对产品包装和数量进行检查。此外，公司委托供应商生产的产品主要为相对普通的双柱举升机，采购的产品种类及型号较为稳定。

提货与发货流程：主要成品供应商根据发行人订单要求完成生产备货后通知公司采购人员，采购人员进行远程抽样检验合格后通知公司销售人员，销售人员与客户确认发货事宜后通知公司物流部人员提货，然后物流部人员安排货运公司进行上门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。

## 2、结合合同约定情况，对照《企业会计准则》的规定，说明目前收入确认是否合规

对于公司委托货运公司提货方式外购成品，公司主要用于出口销售，主要采用 FOB、CIF 和 C&F 的方式，公司在货物越过船舷时点确认收入，收入确认具体依据为提单和装船信息，符合企业会计准则的规定。

对公司委托货运公司提货方式外购成品，公司按总额法确认收入，符合企业会计准则的规定，结合合同约定，具体分析如下：

### (1) 公司承担了向客户转让商品的主要责任

①公司与客户、供应商分别签订销售、采购合同，公司与客户供应商之间的责任义务能够有效区分。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。

②公司与供应商的采购合同中均无供应商指定具体客户的条款，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。

③公司与客户的销售合同中均无客户指定具体供应商的条款，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。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。

④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，公司对供应商产品的采购验收主要包括：合作初期的验厂、产品验证、质检员驻场，日常合作过程中的不定期巡检，每批次产品提货前的远程抽查，提货时对包装和数量进行检查等。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。

⑤外购成品根据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。

⑥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。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。在供应商处提货时，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。

⑦根据公司与客户的销售合同，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。

⑧根据公司与客户的销售合同，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。

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

①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。根据公司与供应商的采购合同，除约定的质保期内因供应商生产质量问题外，公司不存在无条件退货权。公司在提货前，主要通过获取成品视频和照片的形式对产品情况进行抽样检验，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，货物交付给公司，货物控制权转移给公司。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。

②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。

③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。根据采购合同和销售合同，由于公司的成品采购价格与销售价格相互独立，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原材料价格波动、客户采购量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。

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消费水平、原材料价格以及汇率情况等因素进行协商定价，日常合作中根据原材料价格波动、客户采购量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

公司采购成品合同中未约定向供应商的付款以收到客户款项为前提，公司对供应商的货款结算以及客户对公司的货款结算不存在联动关系。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，对于委托货运公司提货方式的外购成品，公司相关收入确认符合企业会计准则规定。

**二、关于诉讼事项。请发行人：结合《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》的相关要求，补充披**

露截至问询回复日，公司是否存在相关诉讼或仲裁事项，如存在，请披露案件受理情况和基本案情、诉讼或仲裁请求、判决或裁决结果及执行情况、诉讼或仲裁案件对发行人的影响等，并结合具体情况作风险揭示

（一）结合《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》的相关要求，补充披露截至问询回复日，公司是否存在相关诉讼或仲裁事项，如存在，请披露案件受理情况和基本案情、诉讼或仲裁请求、判决或裁决结果及执行情况、诉讼或仲裁案件对发行人的影响等

发行人已在招股说明书第十节“其他重要事项”之“三、可能产生重大影响的诉讼、仲裁事项”之“其他披露事项”处补充披露如下：

“截至本招股说明书签署日，除以下诉讼案件外，公司不存在其他可能产生重大影响的诉讼、仲裁事项：

#### （一）营口大力汽保设备科技有限公司诉巴兰仕侵害发明专利权纠纷案

##### 1、案件受理情况和基本案情

2025 年 4 月，上海知识产权法院通知公司，其已受理营口大力汽保设备科技有限公司（以下简称“营口大力”）起诉公司侵害发明专利权纠纷案。

根据营口大力在其《民事起诉状》中陈述的事实与理由，营口大力称其系一种轮胎气动拆装头装置相关的发明专利（专利号 ZL201310305088.3）的专利权人，并认为巴兰仕所制造、宣传、销售或许诺销售的“后仰式豪华右辅助臂轮胎拆装机（型号 U-256TPRO）”侵犯了上述专利权。营口大力认为巴兰仕因侵权获利，且未能在收到其发出的侵权警告函后停止侵权行为，故其主张适用三倍惩罚性赔偿，即：按气动拆装头装置售价 2,000 元/件的标准及案涉专利技术 20%贡献率计算每件产品的违法获利为 400 元，根据巴兰仕招股说明书（申报稿）中记载的拆胎机年生产量预估相关侵权产品的年生产量为 1 万件左右，计算巴兰仕侵权获利不低于 330 万元，适用三倍惩罚性赔偿后的赔偿金额为 990 万元。

##### 2、诉讼请求

营口大力在其《民事起诉状》中请求法院判令巴兰仕：（1）立即停止制造、使用、许诺销售、销售含有原告发明专利“气动拆装头装置”的后仰式豪华右辅助臂轮胎拆装机（型号 U-256TPRO）及其他轮胎拆装机（包括但不限于型号 U-256STPRO）；（2）支付惩罚性赔偿金 990 万元，以及为制止侵权行为发生费用 3 万元；（3）相关诉讼费用由巴兰仕承担。

### 3、判决、裁决结果及执行情况

目前该诉讼案件暂未开庭审理，因而尚不涉及判决结果及执行情况。

### 4、诉讼、仲裁案件对发行人的影响

结合营口大力在本案中的两项主要诉讼请求（即停止侵权和支付赔偿金），公司分析该诉讼案件对公司的影响如下：

（1）案涉产品系公司生产的一款免撬棍拆胎钩，主要应用于公司拆胎机产品中 U-256TPRO、U-256STPRO 等少数产品型号，应用范围较小。报告期各期，公司装有该拆胎钩的拆胎机销售收入、单独将该拆胎钩作为配件的销售收入合计分别为 682.13 万元、749.56 万元和 1,161.17 万元，占公司营业收入比例分别为 1.06%、0.94%和 1.10%，占比较小。并且，案涉产品拆胎钩的可替代性强，相关型号的拆胎机在将案涉拆胎钩更换为替代产品后仍可正常销售。因此，假设法院判令公司停止制造、使用、许诺销售、销售案涉拆胎钩，不会对公司生产经营、财务状况、未来发展产生重大不利影响。

（2）公司最近一期经审计净资产为 49,459.14 万元，假设法院判令公司支付惩罚性赔偿金 990 万元及为制止侵权行为发生费用 3 万元，则上述金额占公司最近一期经审计净资产值的比例为 2.01%，占利润总额的比例为 6.30%，占扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润的比例为 7.79%，不会对公司生产经营、财务状况、未来发展产生重大不利影响。

（3）案涉产品相关技术不属于发行人的核心技术和主要无形资产，相关诉讼对发行人持续经营不构成重大不利影响，对发行人本次发行上市不构成实质性障碍。

## （二）奈克希文股份公司诉巴兰仕侵害发明专利权纠纷案

## 1、案件受理情况和基本案情

2025年5月，上海知识产权法院通知公司，其已受理奈克希文股份公司（以下简称“奈克希文”）诉巴兰仕侵害发明专利权纠纷案，奈克希文就其以下三个专利分别对公司提起专利诉讼。

根据奈克希文在其三个案件中的《民事起诉状》中陈述的事实与理由，奈克希文称其系“用于装配和移除轮胎的机器和方法”的发明专利（专利号 ZL201510383529.0）、“用于装配和移除轮胎的机器和方法”的发明专利（专利号 ZL201510383537.5）和“轮胎安装/拆卸设备”的发明专利（专利号 200810009531.1）的专利权人，认为公司制造、销售及许诺销售 U-650 和 U-650F 型号拆胎机的行为侵犯了上述专利权。奈克希文认为公司应当承担停止侵权及赔偿损失的法律赔偿责任。

## 2、诉讼请求

奈克希文在其三个案件的《民事起诉状》中请求法院判令巴兰仕：（1）立即停止侵害第 ZL201510383529.0 号、第 ZL201510383537.5 号和第 200810009531.1 号发明专利权的行为，立即停止制造、销售、许诺销售侵犯上述专利权的拆胎机产品；（2）赔偿原告经济损失人民币共计 1,470 万元，以及原告为制止侵权行为所发生的合理支出人民币共计 30 万元，两项合计共计人民币 1,500 万元；（3）相关诉讼费用由巴兰仕承担。

## 3、判决、裁决结果及执行情况

目前该诉讼案件暂未开庭审理，因而尚不涉及判决结果及执行情况。

## 4、诉讼、仲裁案件对发行人的影响

结合奈克希文在以上案件中的主要诉讼请求（即停止侵权和支付赔偿金），公司分析该诉讼案件对公司的影响如下：

（1）案涉产品系公司生产的 U-650 及 U-650F 型号拆胎机，该等型号拆胎机销售占比较小。报告期各期，公司该等型号拆胎机的销售收入分别为 12.27 万元、164.67 万元和 152.83 万元，占公司营业收入比例分别为 0.02%、0.21% 和 0.14%，占比较小。因此，假设法院判令公司停止制造、使用、许诺销售、

销售案涉拆胎机，不会对公司生产经营、财务状况、未来发展产生重大不利影响。

(2) 公司最近一期经审计净资产为 49,459.14 万元，假设法院判令公司支付赔偿原告经济损失及为制止侵权行为发生费用合计 1,500 万元，则上述金额占公司最近一期经审计净资产值的比例为 3.03%，占利润总额的比例为 9.52%，占扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润的比例为 11.76%，不会对公司生产经营、财务状况、未来发展产生重大不利影响，相关诉讼对发行人本次发行上市不构成实质性障碍。”

## (二) 结合具体情况作风险揭示

发行人已在招股说明书“重大事项提示”之“五、特别风险提示”和第三节“风险因素”之“五、法律风险”处补充揭示如下风险：

### “（十）未决诉讼风险

截至本招股说明书签署日，发行人存在 2 起作为被告的专利诉讼，分别为“营口大力汽保设备科技有限公司诉巴兰仕侵害发明专利权纠纷案”和“奈克希文股份公司诉巴兰仕侵害发明专利权纠纷案”，案件具体情况详见本招股说明书第十节“其他重要事项”之“三、可能产生重大影响的诉讼、仲裁事项”。以上案件尚未开庭审理，诉讼结果存在不确定性，若法院判决认定公司构成侵权，则公司将无法继续生产、销售案涉机器或部件并可能支付赔偿款，公司经营业绩、财务状况可能因此受到不利影响。

除上述已发生的专利诉讼外，公司未来存在因被他人主张知识产权侵权而产生其他知识产权纠纷的可能。若公司未来发生知识产权纠纷且相关诉讼结果对公司不利，则会对公司的经营业绩、财务状况产生一定的不利影响。”

三、风险揭示充分性。请发行人：按照《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》的相关要求，逐项梳理风险事项的揭示是否充分、准确，删除其中包含的风险对策、发行人竞争优势及可能减轻风险因素的类似表述，针对部分需投资者特别关注的风险因素，请在“重大事项提示”中披露

公司已按照《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》的相关要求，逐项梳理风险事项的揭示是否充分、准确，删除了其中包含的风险对策、发行人竞争优势及可能减轻风险因素的类似表述，针对部分需投资者特别关注的风险因素，公司已在“重大事项提示”中披露，具体修改情况如下：

1、招股说明书“重大事项提示”之“五、特别风险提示”之“（一）市场竞争加剧的风险”和“第三节 风险因素”之“一、经营风险”之“（一）市场竞争加剧的风险”中删除了“虽然公司具有一定的技术优势、规模优势和营销网络优势，但是”；

2、招股说明书“重大事项提示”之“五、特别风险提示”之“（二）原材料价格波动风险”和“第三节 风险因素”之“一、经营风险”之“（二）原材料价格波动风险”中删除了“且公司产品价格未能及时调整或公司产品价格调整幅度不能覆盖原材料价格上涨幅度，或公司不能有效降低其他生产成本”；

3、招股说明书“重大事项提示”之“五、特别风险提示”之“（四）技术人员短缺和流失的风险”和“第三节 风险因素”之“三、技术风险”之“（二）技术人员短缺和流失的风险”中删除了“若公司不能及时发展、培养、储备相关人才，则”；

4、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”修改如下：

“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、**美元汇率下降**、原材料价格上涨、**主要产品产量下降**、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”；

5、招股说明书“重大事项提示”之“五、特别风险提示”新增“（十）未决诉讼风险”和“第三节 风险因素”之“五、法律风险”新增“（三）未决诉讼风险”，参见本题“一、关于诉讼事项”；

6、招股说明书“重大事项提示”之“五、特别风险提示”新增“（十一）宏观经济和市场需求风险”和“第三节 风险因素”之“一、经营风险”新增

“（九）宏观经济和市场需求风险”如下：

“公司主要产品销往国内外，市场需求受国内外宏观经济环境的影响，当宏观经济周期下滑时，可能出现公司产品需求下滑，对公司经营业绩带来不利影响。

2025 年以来，美国政府签署“对等关税”行政令向全球贸易伙伴出口至美国的产品征收对等关税，这可能会对某些国家的宏观经济造成不利影响，从而对当地汽车产业的发展和汽车维保设备的市场需求带来不利影响。2025 年，美国对俄罗斯制裁尤其是能源制裁的力度进一步加大，能源出口产业是俄罗斯经济的支柱产业，2025 年第一季度，俄罗斯国内生产总值增长 1.4%，较去年同期 5.4% 的增长明显放缓，公司在俄罗斯地区的市场需求受其宏观经济影响有下滑的风险，俄罗斯 2025 年 1-3 月新车销量为 28.39 万辆，相比 2024 年 1-3 月下降 27.87%。俄罗斯 2025 年一季度宏观经济增长放缓和新车销量下滑，对汽车维保设备市场需求带来不利影响，从而对公司经营业绩带来不利影响，公司 2025 年 1 月至 4 月在俄罗斯地区的销售收入（未经审计）较上年同期下降约 25%。如果未来美国或全球其他地区的贸易政策进一步收紧，或对进口产品施加更高额的税收政策，可能会对全球或某些国家的宏观经济和汽车维保设备市场需求带来不利影响，从而对公司经营业绩带来不利影响。

7、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”和“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”修改如下：

“经营业绩下滑的风险

报告期各期，发行人实现营业收入分别为 64,263.82 万元、79,425.97 万元和 105,712.79 万元，实现净利润分别为 3,003.55 万元、8,055.36 万元和 12,940.49 万元。报告期各期，发行人主营业务毛利率分别为 23.87%、27.29% 和 28.81%。报告期内，受到下游需求增长、美元汇率升值、主要原材料价格下降、产品产量上升等多重因素影响，发行人经营业绩增长。

发行人主要产品属于汽车维修、检测、保养类设备，市场需求受汽车保有量、老龄化趋势等影响，随汽车产业发展，而汽车产业发展受全球及各个国家

宏观经济影响，因此，全球或公司主要市场的宏观经济和下游市场需求波动，将对公司经营业绩产生影响。公司外销收入占主营业务收入比例约为 75%左右，外销收入受外销区域贸易政策、外汇管制以及美元汇率波动等各方面因素影响。此外，公司产品主要原材料为钢材等，钢材价格波动影响产品材料成本；产品产量变动亦会影响产品单位成本，均会对公司经营业绩产生影响。

若未来美国或全球其他地区的贸易政策进一步收紧或对进口产品施加更高额的关税政策，可能对全球或某些国家的宏观经济和汽车维保设备市场需求带来不利影响，可能导致公司产品销售收入下滑；若未来主要境外客户受到结算限制等不利因素持续存在，公司可能面临无法正常回款；若未来人民币兑美元大幅升值，未来钢材价格大幅上涨、未来产品产量大幅下降，可能导致公司毛利率下降；在上述因素的不利影响下，发行人未来可能存在经营业绩下滑的风险。”

8、招股说明书“第三节 风险因素”之“一、经营风险”之“（五）产能扩张风险”中删除了“尽管上述项目系公司依据自身发展需求、综合考虑市场需求和行业发展等因素，以及预计未来市场环境因素不发生重大变化所确定的投资项目，但”；

9、招股说明书“第三节 风险因素”之“一、经营风险”之“（六）主要销售国政策与国内政策风险”修改如下：

“报告期内，公司产品主要出口国际市场。美国、土耳其等少数国家对汽车维修保养设备产品加征进口关税等税收。报告期各期，公司对美国客户的销售收入占营业收入比例分别为 0.22%、0.30%、0.29%，对土耳其客户的销售收入占营业收入比例分别为 1.14%、1.86%、1.08%。

根据美国总统于 2025 年 2 月 1 日和 2025 年 3 月 3 日签署的行政令，美国对自中国进口的升降机、拆胎机、平衡机、抽接油机、稀油加注机及相关配件加征 20%的关税；根据美国总统于 2025 年 4 月 2 日签署的行政令和 2025 年 5 月 12 日中美双方发布的《中美日内瓦经贸会谈联合声明》，美国对自中国进口的升降机、拆胎机、平衡机、抽接油机、稀油加注机及相关配件加征 10%的关税，另外该行政令中 24%的加征关税在初始的 90 天内暂停实施。土耳其对自

**中国进口的举升机加征 6%的关税，拆胎机加征 10%的关税。**

目前，其他各国对于汽车维修保养设备产品贸易并未出台相关限制政策。但随着国际经济形势的不断变化，不排除未来相关国家对汽车维修保养设备产品的进口贸易政策和产品认证要求等方面发生变化的可能性，**例如未来美国或全球其他地区的贸易政策进一步收紧或对进口产品施加更高额的税收政策，可能会导致公司产品在国外市场面临需求下滑的风险。**另一方面，随着我国汽车后市场的快速发展，国家关于汽车维修保养行业准入标准可能进一步提高。如果公司技术储备或新产品的研发不能跟上行业发展的步伐，将对公司生产经营产生风险”；

10、招股说明书“第三节 风险因素”之“二、财务风险”之“（五）固定资产折旧增加导致利润下降的风险”中删除了“虽然募集资金投资项目完全达产后，预计新增营业收入和利润能够有效消化新增的折旧费用。但”；

11、招股说明书“第三节 风险因素”之“四、人力资源风险”之“（二）人力成本上升的风险”中删除了“若公司无法通过提升自动化水平、改进生产工艺、提高生产效率、持续提高营业收入及盈利水平等方式有效地消化劳动力成本上涨的影响”；

12、招股说明书“第三节 风险因素”之“四、人力资源风险”之“（三）人才流失的风险”中删除了“尽管公司通过丰富企业文化、提高福利待遇、完善薪酬方案等一系列措施力求稳定和培养更多的人才，但”；

13、招股说明书“第三节 风险因素”之“五、法律风险”之“（一）安全生产的风险”中删除了“公司严格贯彻执行国家各项安全法规、制度和标准，制定了各项安全生产规章制度，落实安全防护措施，但”；

14、招股说明书“第三节 风险因素”之“五、法律风险”之“（二）质量不合格带来的索赔风险”中删除了“公司严格按照质量体系标准的要求对公司产品从开发到生产实施全过程监测，在成品入库前还会对产品进行调试和检测。报告期内公司未发生过重大的产品质量问题，但”；

15、招股说明书“第三节 风险因素”之“六、募集资金投资项目实施无法达到预期收益的风险”中删除了“紧密围绕主营业务进行开展。公司对此进行

了充分的论证及谨慎分析，但上述论证及分析”；

16、招股说明书“第三节 风险因素”之“七、发行失败风险”中删除了“公司及主承销商在股票发行过程中将积极推进投资者推介工作，加强与投资者沟通，使投资者充分了解公司前景及投资价值，并紧密跟踪投资者动态。但”。

#### 四、请保荐机构核查上述事项、申报会计师核查问题（1）（3）、发行人律师核查问题（2）（3）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、获取并查阅发行人委托货运公司提货方式对应的采购明细和销售明细；
- 2、访谈采购人员、销售人员，了解公司对成品采购具体的质量管控措施以及成品采购和销售具体的提货、验收、发货流程；
- 3、获取并查阅成品采购对应的采购合同、销售合同，对照《企业会计准则》的规定，分析公司收入确认的合规性；
- 4、登录“中国裁判文书网”、“中国执行信息公开网”、“人民法院公告网”、“企查查”对发行人及其子公司的涉诉情况进行网络检索；
- 5、登录“上海法院诉讼服务网”，对公司及相关子公司的涉诉情况进行查询；
- 6、走访相关法院和仲裁委，询问是否存在诉讼或仲裁案件；
- 7、获取并查阅公司出具的关于涉诉、涉仲裁情况的说明；
- 8、获取并查阅仲裁委出具的有无仲裁案件的证明；
- 9、获取并查阅“营口大力汽保设备科技有限公司诉巴兰仕侵害发明专利权纠纷案”和“奈克希文股份公司诉巴兰仕侵害发明专利权纠纷案”的《民事起诉状》及原告证据；
- 10、获取并查阅“营口大力汽保设备科技有限公司诉巴兰仕侵害发明专利权纠纷案”和“奈克希文股份公司诉巴兰仕侵害发明专利权纠纷案”的案涉产

品的销售情况，测算案涉产品的营业收入及毛利占比；

11、查阅《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》第三十六条的规定，对比《招股说明书》中的重大事项提示、风险因素部分的相关信息披露是否符合规定，并复核发行人修改后的重大事项提示和风险因素内容。

## （二）核查结论

### 1、针对问题一

经核查，保荐机构和申报会计师认为：对于委托货运公司提货方式的外购成品，公司相关收入确认符合企业会计准则规定。

### 2、针对问题二

经核查，保荐机构和发行人律师认为：

（1）发行人已在招股说明书第十节“其他重要事项”之“三、可能产生重大影响的诉讼、仲裁事项”处补充披露了可能产生重大影响的诉讼、仲裁事项。包括相关案件的受理情况和基本案情、诉讼请求、判决或裁决结果及执行情况、对发行人的影响。相关案件不会对公司生产经营、财务状况、未来发展产生重大不利影响。

（2）发行人已在招股说明书“重大事项提示”之“五、特别风险提示”和第三节“风险因素”之“五、法律风险”处补充揭示了未决诉讼风险。

### 3、针对问题三

经核查，保荐机构、申报会计师和发行人律师认为：关于《招股说明书》中的重大事项提示、风险因素部分的相关信息披露，根据《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》第三十六条的规定的情况，发行人已全面梳理风险因素内容，结合公司实际情况对重大事项提示和风险因素章节进行了修订，全面补充完善了相关信息披露内容，切实提升了《招股说明书》的信息披露质量。

**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报文件》《北京证券交易所股票上市规则》等规定，如存在涉及股票公开发行并在北交所上市要求、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，不存在涉及股票公开发行并在北交所上市要求、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《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第二轮审核问询函之回复》之签署页）

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5月30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第二轮审核问询函之回复》之签署页)

保荐代表人：

王飞

王飞

储彦炯

储彦炯



## 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

