

目 录

一、收入增长真实性及可持续性·····	第 1—34 页
二、其他问题·····	第 35—45 页

关于上海巴兰仕汽车检测设备股份有限公司 公开发行股票审核问询函中有关财务事项的说明

天健函〔2025〕495号

北京证券交易所：

由国金证券股份有限公司转来的《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》（以下简称审核问询函）奉悉。我们已对审核问询函所提及的上海巴兰仕汽车检测设备股份有限公司（以下简称巴兰仕、巴兰仕公司或公司）财务事项进行了审慎核查，现汇报如下。

一、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。（审核问询函第二条）

（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，公司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。

2021-2024 年公司主要境外客户主要产品的价格调整情况已申请豁免披露。

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. 公司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	79,134.73	58,273.64	48,248.83	100.00	100.00	100.00

[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 ODPOWIEDZIALNOSCIA	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 LTDA	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%

[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；上述主要产品系升降机、

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 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：

① 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。

② 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。

③ 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。

④ 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。

(三) 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公司在手订单构成、发货期限等，说明公司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 月末期后实现销售订单	实现销售的订单占比
内销	2,925.07	2,349.87	80.34%
外销	17,887.77	15,955.23	89.20%
合计	20,812.84	18,305.10	87.95%

截至 2025 年 4 月 30 日，公司 2024 年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. 截至问询回复日公司在手订单构成、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%
合计	27,946.57	20,812.84	34.28%

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%
合计	4,439.62	100.00%	23,506.95	100.00%	27,946.57	100.00%

3. 公司与报告期内主要外销客户的合作具有持续性

公司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	8,365.80	7,323.57	15,689.37

[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，公司凭借产品技术优势、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，公司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%。截至本说明出具日，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。

公司已在招股说明书“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。除公司外，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。

截至本说明出具日，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。

① 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%。

② 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公司的交易额下降，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。

(四) 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，公司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，具体情况本说明回复一（三）4之说明。

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。

公司已在招股说明书“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

截至本说明出具日，境内外市场竞争情况未发生较大变化，详见本说明回复一（三）4之说明。

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。

公司已在招股说明书“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，具体情况详见本说明回复一（三）4之说明。

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。

公司已在招股说明书“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。

公司已在招股说明书“重大事项提示”之“五、特别风险提示”之“（七）公司业绩和境外销售下滑的风险”以及“第三节风险因素”之“一、经营风险”之“（四）公司业绩和境外销售下滑的风险”揭示了相关风险。

（5）公司竞争优势

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

① 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。

公司已在招股说明书“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。

② 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。

公司已在招股说明书“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，公司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，公司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。

公司已在招股说明书“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 2022 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 14.9 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 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和平衡机等，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. 公司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：

1) 2025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，具体情况详见本说明回复一（三）4之说明。

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1关于业绩增长的可持续性之“一、（三）1.（1）”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。

3) 2025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。

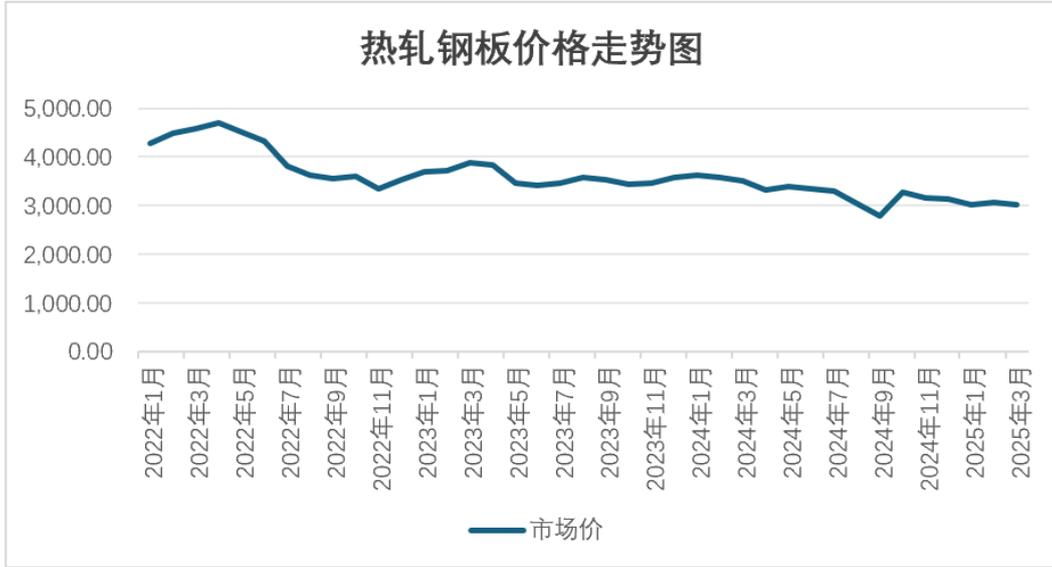
4) 2025年1-3月，主要原材料钢材价格仍然保持下降

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。

5) 2025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
举升机	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，公司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，公司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。上述因素影响详见本说明回复一（四）1之说明。

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。公司已在招股说明书“重大事项提示”之“五、特别风险提示”之“（八）毛利率下降的风险”以及“第三节风险因素”之“二、财务风险”之“（一）毛利率下降的风险”、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。

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，公司期后业绩存在下滑的风险。

(五) 结合以上情况，进一步完善招股说明书风险揭示

公司已结合前述情况，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

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。”

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。”

（六）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

（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,分析公司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,分析公司是否存在期后业绩下滑的风险。

2. 核查结论

(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) 公司与报告期内主要外销客户的合作具有持续性；公司存在因贸易政策变动导致部分客户无法继续合作的风险，公司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) 公司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，公司期后业绩存在下滑的风险；

(5) 公司已结合前述情况，对招股说明书风险揭示进行完善。

(七) 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 4 关于经销收入真实性之“四、(三)1.(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 3 关于境外销售增长稳定性之“三、(四)4.(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。

(八) 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

我们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详见本说明回复一（七）1 之说明。

(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

我们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的情况；

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，我们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，我们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公司产品推广、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。我们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。

二、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。(审核问询函第三条)

(一) 说明公司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,公司提货、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. 说明公司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) 公司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,公司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) 公司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，公司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%
	小计	13,474.58	94.29%
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%
	小计	8,184.30	96.02%
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%

	小计	7,625.74	90.50%
--	----	----------	--------

2) 客户

报告期各期，公司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%
	Expromt-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	6,098.40	37.61%
2023 年度	REDATS SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA	2,100.49	20.86%
	Expromt-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	3,786.47	37.60%
2022 年度	REDATS SPOLKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOSCIA	1,662.68	16.02%
	Expromt-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	3,330.91	32.10%

2. 公司提货、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) 公司提货、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，公司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公司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负责人的角色。

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) 风险揭示充分性。请公司：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、公司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、公司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”；

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“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”；

8. 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 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”；

9. 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”；

10. 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”；

11. 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”；

12. 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”；

13. 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”；

14. 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”；

15. 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”。

（三）核查程序和结论

1. 核查程序

(1) 获取并查阅公司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) 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，并复核公司修改后的重大事项提示和风险因素内容。

2. 核查结论

(1) 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) 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，公司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

我们已对照《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。

专此说明，请予察核。

天健会计师事务所（特殊普通合伙）



中国注册会计师：

费方华



中国注册会计师：

彭香莲



二〇二五年五月三十日