

**立信会计师事务所（特殊普通合伙）
关于常州环能涡轮动力股份有限公司
公开发行股票并在北交所上市
申请文件的审核问询函的回复**

信会师函字[2026]第 ZF159 号

北京证券交易所：

由国投证券股份有限公司转来贵所《关于常州环能涡轮动力股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的审核问询函》（以下简称“问询函”）收悉。立信会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”或“我们”）对此作了认真研究，并根据问询函的要求，对常州环能涡轮动力股份有限公司（以下简称“发行人”、“公司”或“环能涡轮”）补充实施了若干检查程序，并对相关事项说明如下：

一、业务与技术

问题 1. 技术先进性及业务披露充分性

根据申请文件：（1）发行人主营业务为涡轮增压器零部件及整机的研发、生产与销售，主要面向国际汽车后市场，并逐步拓展汽车前装市场。涡轮增压器后市场竞争主要由原装配件供应商和独立售后品牌构成。依据行业经验，汽车在车龄达到 8-10 年左右，涡轮增压器替换率会大幅提升。（2）发行人实现了从按图加工到自主品牌的转型，即从早期的 OEM 销售模式转为以 ODM 和 OBM 为主、OEM 为辅的销售模式。（3）发行人核心技术均系自主研发，拥有专利 44 项，其中发明专利 17 项。发行人共有研发人员 42 人，占当期末员工总数比例为 13.13%；报告期各期，发行人研发投入分别为 899.32 万元、1,189.21 万元、1,482.22 万元、1,302.68 万元，占当期营业收入比重分别为 3.12%、3.38%、3.48%、3.19%。

请发行人：（5）说明机芯、涡轮、叶轮等主要细分产品的收入构成及毛利率情况；说明 OBM、ODM、OEM 业务模式下分别的客户类型及前五大客户，销售模式及占比，收入及利润占比，是否存在较大变动及合理性；说明进入主要 ODM 客户的供应商名录的情况，包括但不限于进入时间和过程、获取订单方式、各主要 ODM 客户对供应商认证的条件、合作期限、是否具有排他性或优先权。

请申报会计师对事项（5）进行核查并发表明确意见。

【发行人说明与披露】

五、说明机芯、涡轮、叶轮等主要细分产品的收入构成及毛利率情况；说明 OBM、ODM、OEM 业务模式下分别的客户类型及前五大客户，销售模式及占比，收入及利润占比，是否存在较大变动及合理性；说明进入主要 ODM 客户的供应商名录的情况，包括但不限于进入时间和过程、获取订单方式、各主要 ODM 客户对供应商认证的条件、合作期限、是否具有排他性或优先权

(一) 说明机芯、涡轮、叶轮等主要细分产品的收入构成及毛利率情况

报告期内，公司涡轮增压器机芯、涡轮、叶轮等主要细分产品的收入构成、占比及毛利率情况如下：

单位：万元、%

产品名称		2025 年度			2024 年度			2023 年度		
		主营收入	主营收入占比	毛利率	主营收入	主营收入占比	毛利率	主营收入	主营收入占比	毛利率
涡轮增压器零件	机芯	21,713.81	39.58	46.33	16,667.43	40.07	47.80	14,332.51	41.89	49.50
涡轮增压器零件	涡轮	5,863.07	10.69	48.78	5,040.04	12.12	43.99	5,098.35	14.90	43.12
	叶轮	1,820.66	3.32	53.83	2,035.84	4.89	55.10	1,963.98	5.74	53.27
涡轮增压器整机		10,996.87	20.04	31.85	5,955.41	14.32	33.71	2,401.56	7.02	39.08
总计		40,394.40	73.63	43.08	29,698.71	71.39	44.83	23,796.40	69.55	47.39

(二) 说明 OBM、ODM、OEM 业务模式下分别的客户类型及前五大客户，销售模式及占比，收入及利润占比，是否存在较大变动及合理性

报告期各期，公司各业务模式的主营业务收入金额、占比情况如下：

单位：万元、%

业务模式	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	主营收入金额	主营收入占比	主营收入金额	主营收入占比	主营收入金额	主营收入占比
OBM	28,165.84	51.34	22,091.84	53.11	19,491.11	56.97
ODM	22,467.06	40.95	17,148.49	41.22	13,452.05	39.32
OEM	4,228.33	7.71	2,359.11	5.67	1,270.96	3.71
合计	54,861.23	100.00	41,599.43	100.00	34,214.12	100.00

公司 ODM 业务模式下主要客户以汽车零部件品牌商为主，OBM 业务模式下主要客户以经销商为主，OEM 业务模式下以涡轮增压器前装客户为主，亦包括涡轮发动机、压缩机领域相关客户。

公司各业务模式下前五大客户销售模式及占比、收入及利润占比等情况如下：

(1) OBM 业务模式

1) 2025 年

公司 2025 年度 OBM 模式前五名客户主营收入金额及占比、主营利润占比情况如下：

单位：万元、%

客户名称	客户类型	销售模式	主营收入金额	主营收入占比	主营利润占比
AGROMARKET (注 1)	经销商	经销商	5,798.50	10.57	*
Company Turbonaizer (注 2)	经销商	经销商	2,126.43	3.88	*
BR Turbo SPB LTD	经销商	经销商	1,808.86	3.30	*
Depros S.R.L.	经销商	经销商	1,640.35	2.99	*
MOTORSAN MOTORLU ARACLAR	经销商	经销商	1,262.31	2.30	*
小计			12,636.45	23.03	*

注 1：AGROMARKET 包括 AHROMARKET TOVARYSTVO Z OBMEZHENOIU VIDPOVIDALNISTIU NAUKOVO VYROBNYCHE PIDPRYEMSTVO、E&E TURBO SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCI；

注 2：Company Turbonaizer 包括 Company Turbonaizer、Limited Liability Company "TURBONIZER COMPANY" 及 LLC GROUP OF COMPANIES «TN»。

2) 2024 年

公司 2024 年度 OBM 模式前五名客户主营收入金额及占比、主营利润占比情况如下：

单位：万元、%

客户名称	客户类型	销售模式	主营收入金额	主营收入占比	主营利润占比
AGROMARKET	经销商	经销商	3,114.44	7.49	*
Company Turbonaizer	经销商	经销商	1,650.11	3.97	*
BR Turbo SPB LTD	经销商	经销商	1,583.56	3.81	*
Depros S.R.L.	经销商	经销商	1,583.12	3.81	*
MOTORSAN MOTORLU ARACLAR	经销商	经销商	1,312.06	3.15	*
小计			9,243.30	22.22	*

3) 2023 年

公司 2023 年度 OBM 模式前五名客户主营收入金额及占比、主营利润占比情况如下：

单位：万元、%

客户名称	客户类型	销售模式	主营收入 金额	主营收入 占比	主营利润 占比
AGROMARKET	经销商	经销商	2,887.82	8.44	*
Depros S.R.L.	经销商	经销商	1,505.82	4.40	*
Company Turbonaizer	经销商	经销商	1,347.58	3.94	*
BR Turbo SPB LTD	经销商	经销商	1,234.40	3.61	*
MOTORSAN MOTORLU ARACLAR	经销商	经销商	844.94	2.47	*
小计			7,820.56	22.86	*

报告期内，公司 OBM 业务模式中前五名客户主营收入占比分别为 22.86%、22.22% 和 23.03%，主营利润占比分别为*、*和*，整体较为稳定，不存在较大变动。

(2) ODM 业务模式

1) 2025 年

公司 2025 年度 ODM 模式前五名客户主营收入金额及占比、主营利润占比情况如下：

单位：万元、%

客户名称	客户类型	销售 模式	主营收入 金额	主营收入 占比	主营利润 占比
ROLMAR Trade Sp.z.o.o (注 1)	汽车零部件品牌商	直销商	2,924.37	5.33	*
BORG AUTOMOTIVE SPAIN,S.L.U.	汽车零部件品牌商	直销商	1,643.13	3.00	*
客户 D	汽车零部件品牌商	直销商	1,640.61	2.99	*
客户 B	汽车零部件品牌商	直销商	1,487.12	2.71	*
RECOTURBO LIMITED	汽车零部件品牌商	直销商	1,327.17	2.42	*
小计			9,022.40	16.45	*

注 1：公司客户 KODE S.K.A.的性质为品牌商。客户 KODE S.K.A.的实际控制人因个人身体原因，决定将 KODE S.K.A.的 100.00%股权于 2024 年 12 月转让予 ROLMAR Trade Sp.z.o.o.。自 2025 年 1 月 1 日起，由股权收购方 ROLMAR Trade Sp.z.o.o.承接与公司的业务合作。

2) 2024 年

公司 2024 年度 ODM 模式前五名客户主营收入金额及占比、主营利润占比情况如下：

单位：万元、%

客户名称	客户类型	销售模式	主营收入金额	主营收入占比	主营利润占比
KODE S.K.A.	汽车零部件品牌商	直销商	3,471.71	8.35	*
RECOTURBO LIMITED	汽车零部件品牌商	直销商	1,772.43	4.26	*
BORG AUTOMOTIVE SPAIN,S.L.U.	汽车零部件品牌商	直销商	993.48	2.39	*
客户 D	汽车零部件品牌商	直销商	705.51	1.70	*
MECATRANS	汽车零部件品牌商	直销商	541.40	1.30	*
小计			7,484.54	17.99	*

3) 2023 年

公司 2023 年度 ODM 模式前五名客户主营收入金额及占比、主营利润占比情况如下：

单位：万元、%

客户名称	客户类型	销售模式	主营收入金额	主营收入占比	主营利润占比
KODE S.K.A.	汽车零部件品牌商	直销商	4,420.34	12.92	*
客户 F	汽车零部件品牌商	直销商	635.14	1.86	*
ALÍ YEDEK PARÇA VE OTOMOTİV SANAYİ DIŞTİCARET LİMİTED ŞİRKETİ	汽车零部件品牌商	直销商	550.55	1.61	*
客户 E	汽车零部件品牌商	直销商	535.07	1.56	*
GOLDPOWER OTOMOTİV SANAYİ VE TİCARET ANONİM ŞİRKETİ	汽车零部件品牌商	直销商	532.71	1.56	*
小计			6,673.82	19.51	*

报告期内，公司 ODM 业务模式中前五名客户主营收入占比分别为 19.51%、17.99% 和 16.45%，主营利润占比分别为*、*和*，呈下降趋势，主要与 KODE S.K.A. 的业务量逐年下降有关。客户 KODE S.K.A. 的实际控制人因为身体原因，2024

年12月将 KODE S.K.A.的 100.00%股权转让予 ROLMAR Trade Sp.z.o.o.;自 2025 年 1 月 1 日起,由股权收购方 ROLMAR Trade Sp.z.o.o.承接与公司的业务合作,截至 2025 年末,ROLMAR Trade Sp.z.o.o 的在手订单金额为 665.31 万元,期末在手订单金额及期后订单交付情况良好,预计 2026 年该客户收入金额相比 2025 年不存在较大变动。因此,报告期内,公司 ODM 业务模式下前五名客户主营收入占比、利润占比下降,具有合理性。

(3) OEM 业务模式

1) 2025 年

公司 2025 年度 OEM 模式前五名客户主营收入金额及占比、主营利润占比情况如下:

单位:万元、%

客户名称	客户类型	销售模式	主营收入 金额	主营收入 占比	主营利润 占比
客户 A (注)	贸易商	贸易商	3,754.39	6.84	*
盖瑞特动力科技(上海)有限公司	OEM 客户	直销商	108.44	0.20	*
格力博(江苏)股份有限公司	园林机械品牌商	直销商	91.08	0.17	*
上海菱重增压器有限公司	OEM 客户	直销商	52.64	0.10	*
山东联信动力科技有限公司	OEM 客户	直销商	52.52	0.10	*
小计			4,059.07	7.40	*

注:客户 A 包括公司 A 和公司 B。

2) 2024 年

公司 2024 年度 OEM 模式前五名客户主营收入金额及占比、主营利润占比情况如下:

单位:万元、%

客户名称	客户类型	销售模式	主营收入 金额	主营收入 占比	主营利润 占比
客户 A	贸易商	贸易商	1,611.04	3.87	*
奕森科技(江苏)有限公司	OEM 客户	直销商	185.91	0.45	*
广东威灵电机制造有限公司	OEM 客户	直销商	134.03	0.32	*
格力博(江苏)股份有限公司	园林机械品牌商	直销商	103.56	0.25	*
盖瑞特动力科技(上海)有限公司	OEM 客户	直销商	71.43	0.17	*
小计			2,105.96	5.06	*

3) 2023 年

公司 2023 年度 OEM 模式前五名客户主营收入金额及占比、主营利润占比情况如下：

单位：万元、%

客户名称	客户类型	销售模式	主营收入 金额	主营收 入占比	主营利润 占比
客户 A	贸易商	贸易商	723.74	2.12	*
广东威灵电机制造有限公司	OEM 客户	直销商	238.59	0.70	*
奕森科技（江苏）有限公司	OEM 客户	直销商	160.43	0.47	*
客户 G	OEM 客户	直销商	29.01	0.08	*
客户 H	OEM 客户	直销商	20.66	0.06	*
小计			1,172.44	3.43	*

报告期内，公司 OEM 业务模式中前五名客户主营收入占比分别为 3.43%、5.06% 和 7.40%，主营利润占比分别为*、*和*，呈现增长态势，主要系客户 A 因下游客户需求增长从而提升采购规模所致。

（三）说明进入主要 ODM 客户的供应商名录的情况，包括但不限于进入时间和过程、获取订单方式、各主要 ODM 客户对供应商认证的条件、合作期限、是否具有排他性或优先权。

公司从 2014 年开始逐步拓展 ODM 客户，报告期内，公司销售收入合计金额超过 100 万元的 ODM 客户共计为 54 家。报告期内，公司前五名 ODM 客户的相关情况如下表所示：

序号	客户名称	报告期收入合计 (万元)	进入合格 供应商目 录的时间	进入合格供应商名录的背景及过程	获取订单方式	ODM 客户对供应 商认证的条件	合作期限	是否具 有排他 性或优 先权
1	KODE S.K.A. (注)	7,890.77	2014 年	KODE S.K.A. 成立于 2014 年，是波兰当地有名的汽车零部件品牌商。2014 年，客户通过网络与公司接触，当年公司产品就已经通过客户验收并开始合作。双方在合作期间形成稳定的合作关系。2024 年末 KODE S.K.A. 发生股权变更，双方已于 2024 年末终止合作，并由股权收购方 ROLMAR Trade Sp.z.o.o. 承接与公司的业务合作。	主动与环能联系	(1) 通过 IATF16949 认证； (2) 通过样品测试认证	2014 年以后合作至 2024 年末	否
2	RECOTURBO LIMITED	3,335.95	2017 年	RECOTURBO LIMITED 成立于 2010 年，是英国排名前列的汽车零部件品牌商。2017 年客户在展会上认识公司并接触，当年公司产品就已经通过客户验收并开始合作。目前，双方已形成稳定的合作关系。	展会	(1) 通过 IATF16949 认证 (2) 通过样品测试认证	2017 年以后合作至今	否
3	.BORG AUTOMOTIVE SPAIN,S.L.U.	3,091.04	2020 年	BORG AUTOMOTIVE SPAIN,S.L.U. 前身 Turbo Motor Inyección S.L 于 2004 年开始从事涡轮增压器的再制造业务。2020 年，该公司被欧洲领先的独立汽车零部件再制造商 BORG Automotive 集团收购，成为其子公司 BORG AUTOMOTIVE SPAIN, S.L.U.，并作为集团在西班牙的重要生产基地继续运营。目前，双方已形成稳定的合作关系。	主动与环能联系	(1) 通过 IATF16949 认证 (2) 通过样品测试认证	2020 年以后合作至今	否
4	ROLMAR Trade Sp.z.o.o (注)	2,924.37	2025 年	ROLMAR Trade Sp.z.o.o 成立于 1989 年，是波兰当地有名的汽车零部件品牌商。ROLMAR Trade Sp.z.o.o 在 2024 年 12 月收购 KODE S.K.A. 的股权后，主动与公司联系，自 2025 年 1 月 1 日起与公司开始合作。	主动与环能联系	(1) 通过 IATF16949 认证 (2) 客户现场审核	2025 年合作至今	否

序号	客户名称	报告期收入合计 (万元)	进入合格 供应商目 录的时间	进入合格供应商名录的背景及过程	获取订单方式	ODM 客户对供应 商认证的条件	合作期限	是否具 有排他 性或优 先权
5	客户 D	2,698.96	2022 年	**	展会	(1) 通过 IATF16949 认证 (2) 通过样品测试 认证	2022 年以后合作至今	否

注：公司客户 KODE S.K.A.的性质为品牌商。客户 KODE S.K.A.的实际控制人因个人身体原因，于 2024 年 12 月将 KODE S.K.A.的 100.00% 股权转让予 ROLMAR Trade Sp.z.o.o.；自 2025 年 1 月 1 日起，由股权收购方 ROLMAR Trade Sp.z.o.o.承接与公司的业务合作。

【会计师说明】

（一）核查程序

针对以上事项，申报会计师主要执行了以下核查程序包括（但不限于）：

- （1）访谈公司市场部负责人，了解公司进入主要 ODM 客户的供应商名录的情况；
- （2）获取公司主要 ODM 客户相关合同，分析合同主要条款；
- （3）获取公司报告期内的收入成本匹配表，统计并分析机芯、涡轮、叶轮等主要细分产品的收入构成及毛利率情况，分析 OBM、ODM、OEM 等业务模式下收入利润占比波动的合理性。

（二）核查结论

经核查，我们认为发行人补充说明的机芯、涡轮、叶轮等主要细分产品的收入构成及毛利率情况符合公司实际经营情况；公司 ODM 业务模式下主要客户以汽车零部件品牌商为主，OBM 业务模式下主要客户以经销商为主，OEM 业务模式下主要客户以前装客户为主。报告期内 OBM、OEM 业务模式下前五名客户主营收入金额及占比、主营利润占比整体较为稳定，不存在较大变动。报告期内，公司 OEM 业务模式中前五名客户主营收入占比和主营利润占比呈现增长态势，主要系客户 A 因下游客户需求增长从而提升采购规模所致，具有合理性。发行人补充说明的进入主要 ODM 客户的供应商名录的情况符合公司实际经营情况。

二、公司治理与独立性

问题 3.财务内控规范性

根据申请文件：（1）发行人存在现金收付款、关联方代收货款、第三方回款等情形。现金收款主要系处置废料收入，现金付款主要系以现金支付员工差旅费、办公用品采购和员工福利品采购等。（2）2022年至2023年，发行人关联方环能公司（马绍尔）分别代收货款380.47万美元和352.30万美元，2023年末已转回发行人。2024年及2025年1-9月，发行人未再发生关联方代收货款的情形。2025年3月，环能公司（马绍尔）已被注销。（3）发行人各期第三方回款金额分别为3,951.72万元、6,161.40万元、9,337.18万元和4,632.47万元，回款占当期营业收入的比重分别为13.71%、17.50%、21.89%和11.35%。发行人第三方回款比例高于同行业可比公司。部分客户在相同期间通过多个回款方回款，且部分客户回款主体相同。（4）发行人各期末应收账款余额分别为3,493.43万元、5,684.05万元、5,769.24万元和7,286.53万元。

请发行人：（1）列表梳理第三方回款的销售区域、回款原因、回款主体类型及相应的内控措施，分析第三方回款比例高于同行业可比公司的合理性；说明报告期各期通过第三方付款的客户名称、客户性质（直销客户、贸易商、经销商）、客户类型（汽车零部件品牌商、涡轮增压器专业修理厂、汽车修理商、汽配连锁店、贸易商、经销商等）、对应的付款方、回款金额及占当期收入的比例，分析第三方回款与销售收入的匹配性、是否可验证，资金流、实物流与合同约定及商业实质是否一致；说明境内外第三方回款中代付协议的签订情况，客户与第三方关于资金收付、业务费用等的约定方式及执行情况；说明未约定代付方、未签订代付协议的回款识别、收入验证程序及有效性。（2）结合相关客户所在区域外汇管理政策、客户特征等说明第三方回款的必要性、商业合理性、合法合规性，第三方回款的比例及原因与同行业可比公司、同销售区域公司是否存在差异。（3）说明部分客户在相同期间通过多个回款方回款的原因，多家客户通过相同主体（包括自然人）回款的合理性。（4）就第三方回款的内控措施及实际执行情况，说明发行人及其实际控制人、董监高（原监事）及其他关联方与第三方回款的支付方是否存在关联关系或其他利益安排，第三方回款的真实性、是否存在虚构交易或调节账龄情形，是否存在资金体外循环。（5）结合存在外汇管制或限制的境外销售地区相关客户的应收账款余额、回款能力及回款安排、回款周期及变动情况、客户期后合作趋势等，进一步分析相关区域客户是否存在回款风险，应收账款坏账准备计提是否充分，并说明发行人的具体应对措施及效果。（6）说明关联方代收货款的原因、业务实质，所涉款项转回日期及金额、转回周期、利息收取、影响测算、相关会计处理合规性，结合前述情况说明是否系资金占用，相关内控制度是否健全并有效执行，是否存在代垫成本费用或资金体外循环。

请申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见，说明核查方式、范围、依据及结论。（2）按照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第2号》（以下简称《2号指引》）2-12 第三方回款的要求核查并发表明确意见，说明取得各期第三方回款客户代付的原因以及与其代付方关系的支持性材料具体内容、覆盖比例、核查证据的有效性及其结论；针对未取得第三方回款声明文件的主要客户采取的细节测试等替代程序的执行情况及核查结论。（3）结合发行人实际控制人及其亲属、董监高（原监事）及其亲属对外投资情况、报告期内关联方注销情况等，核查说明发行人关联方、关联交易的披露是否真实、准确、完整，是否存在利益输送或资金体外循环情形。（4）按照《2号指引》2-18 资金流水核查的要求，提交资金流水核查专项说明，详细说明对发行人及关键主体资金流水的核查情况，是否存在异常及核查程序、结论等；说明现金分红的具体流向，是否存在资金体外循环等情况。

回复：

【发行人说明与披露】

一、列表梳理第三方回款的销售区域、回款原因、回款主体类型及相应的内控措施，分析第三方回款比例高于同行业可比公司的合理性；说明报告期各期通过第三方支付付款的客户名称、客户性质（直销客户、贸易商、经销商）、客户类型（汽车零部件品牌商、涡轮增压器专业修理厂、汽车修理商、汽配连锁店、贸易商、经销商等）、对应的付款方、回款金额及占当期收入的比例，分析第三方回款与销售收入的匹配性、是否可验证，资金流、实物流与合同约定及商业实质是否一致；说明境内外第三方回款中代付协议的签订情况，客户与第三方关于资金收付、业务费用等的约定方式及执行情况；说明未约定代付方、未签订代付协议的回款识别、收入验证程序及有效性。

（一）列表梳理第三方回款的销售区域、回款原因、回款主体类型及相应的内控措施，分析第三方回款比例高于同行业可比公司的合理性

1、列表梳理第三方回款的销售区域、回款原因、回款主体类型及相应的内控措施

（1）报告期内第三方回款的销售区域分布情况

报告期内，公司第三方回款主要来自境外客户回款，其中以欧洲为主、其他国家和地区为辅，具体地区分布及收入构成情况如下：

单位：万元

销售地区	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占第三方回款比例	金额	占第三方回款比例	金额	占第三方回款比例
欧洲	3,101.27	49.68%	5,614.38	59.59%	4,027.80	62.61%
南美洲	1,211.35	19.40%	796.61	8.45%	533.61	8.29%
北美洲	876.03	14.03%	437.91	4.65%	460.54	7.16%
亚洲	808.54	12.95%	331.09	3.51%	544.67	8.47%
非洲	57.38	0.92%	77.08	0.82%	11.68	0.18%
大洋洲	23.89	0.38%	23.70	0.25%	21.77	0.34%
境内	164.41	2.63%	2,141.52	22.73%	833.39	12.95%
合计	6,242.86	100.00%	9,422.27	100.00%	6,433.47	100.00%

(2) 报告期内第三方回款原因、回款主体类型及相应的内控措施

报告期内，公司采取第三方回款的客户主要来自俄罗斯、乌克兰等国家，受俄乌冲突、金融制裁、外汇管制等多种因素影响导致存在结算或额度限制的情况，故选择委托或指定第三方代其付款。此外，部分客户出于自身资金周转及支付便利性的因素考虑，选择由其实际控制人或关联公司直接向公司支付货款。因此，第三方回款具有必要性。

报告期内，公司第三方回款主体类型情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
第三方回款金额	6,242.86	9,422.27	6,433.47
其中：境外客户指定付款	3,765.32	5,978.12	4,382.34
客户关联方或集团内财务公司统一付款	2,426.71	3,279.75	1,976.71
除上述情形外的第三方回款金额	50.82	164.40	74.42
营业收入	55,952.03	42,647.28	35,215.41
第三方回款占比	11.16%	22.09%	18.27%

报告期内，公司第三方回款主体类型主要为境外客户指定第三方，其金额占各期第三方回款总金额的比重分别为 68.12%、63.45%、60.31%。客户指定第三方回款比例较高的原因系境外销售受战争因素影响较大，俄罗斯、乌克兰地区客户无法直接付款，采取第三方回款具有合理性。

公司于2024年1月1日修订了《销售管理制度》，要求“尽量避免不合理的第三方回款”；2025年9月制定《第三方回款管理制度》，就第三方回款的识别范围、业务开展基本原则、回款授权管理、台账管理、职责划分与责任追究等方面作出明确规定，第三方回款内控制度得以健全。公司第三方回款相关业务按照《销售管理制度》、《第三方回款管理制度》等有关要求执行。

2、第三方回款比例高于同行业可比公司的合理性

经查询，公司同行业可比公司贝斯特、华培动力、威易发、德博科技均未披露第三方回款情况。公司同行业公司毅合捷与公司在业务模式及销售区域等方面较为相近，其亦存在第三方回款的情况。报告期内，公司与毅合捷的第三方回款对比如下：

单位：万元

公司	项目	2025年度	2024年度	2023年度
毅合捷	第三方回款金额	—	2,350.95	2,826.21
	营业收入占比	—	6.63%	4.48%
环能涡轮	第三方回款金额	6,242.86	9,422.27	6,433.47
	营业收入占比	11.16%	22.09%	18.27%

注：毅合捷2024年第三方回款为2024年1-6月数据，因毅合捷只披露至2024年1-6月第三方回款情况，故2025年度未列入对比。

公司第三方回款金额及占比高于毅合捷，主要系公司的俄罗斯及乌克兰客户的业务比重高于毅合捷所致，具体而言，2023年及2024年1-6月，毅合捷对俄罗斯、乌克兰地区客户合计销售收入占主营业务收入比例分别为11.98%和10.55%，而报告期内公司对俄罗斯、乌克兰地区客户合计销售收入占比主营业务收入比例分别为19.11%、15.41%和13.51%。且公司开立人民币外销银行结算账户时间较晚，故公司第三方回款高于毅合捷具有合理性。

(二) 说明报告期各期通过第三方支付的客户名称、客户性质（直销客户、贸易商、经销商）、客户类型（汽车零部件品牌商、涡轮增压器专业修理厂、汽车修理商、汽配连锁店、贸易商、经销商等）、对应的付款方、回款金额及占当期收入的比例，分析第三方回款与销售收入的匹配性、是否可验证，资金流、实物流与合同约定及商业实质是否一致

1、说明报告期各期通过第三方支付的客户名称、客户性质（直销客户、贸易商、经销商）、客户类型（汽车零部件品牌商、涡轮增压器专业修理厂、汽车修理商、汽配连锁店、贸易商、经销商等）、对应的付款方、回款金额及占当期收入的比例

报告期内，公司各期通过第三方支付的前五大客户情况如下：

单位：万元

客户名称	对付款方	客户性质	客户类型	第三方回款金额	第三方回款占该客户当期收入比例
2025 年					
AHROMARKET TOVARYSTVO Z OBMEZhENOIU VIDPOVIDALNISTIU NAUKOVO VYROBNYCHE PIDPRYEMSTVO	USA SYSTEMS ENTERPRISES INC	经销	经销商	2,121.21	87.78%
KODE S.K.A	ROLMAR TRADE SPOLKA Z OGRANICZONA O	直销非贸易	汽车零部件品牌商	613.44	(注)
Kuber Turbo Tech	HONGKONG QIHANG TECHNOLOGY CO., LIM	经销	经销商	152.71	109.33%
	PT NEX GLOBAL MOVE			321.31	
	PT. DYNASTY TRADING ASIA			24.58	
	TRADE COM SDN. BHD.			50.20	
客户 K	WINNING TRADING SA	直销	汽车零部件品牌商	482.85	89.43%
Turbos All Tunning S.A de C.V.	AIDE BERMEJO RODRIGUEZ	经销	经销商	399.60	63.93%
2024 年					
AHROMARKET TOVARYSTVO Z OBMEZhENOIU VIDPOVIDALNISTIU NAUKOVO VYROBNYCHE PIDPRYEMSTVO	HENGXIN INTERNATIONAL ENTERPRISE LIMITED	经销	经销商	71.14	103.11%
	SBG GROUP, INC			2,578.71	
客户 A	*	贸易	贸易商	2,112.46	131.12%
OBSCHESTVO S OGRANICHENNOY OTVETSTVENNOSTYU "KOMPANIYA TURBONAYZER"	EAGER CONSULTANT LIMITED	经销	经销商	140.78	61.57%
	HK RICH CHUNG INDUSTRIAL LIMITED			155.47	
	PAZARLAMA VE DIS TICARET LIMITED			27.55	
	KIAS CORPORATION LIMITED			322.50	
	SUPERTOY TRADING CO.,LTD.			105.34	
	ZHIDA INDUSTRY CO., LIMITED			72.18	

客户名称	对付款方	客户性质	客户类型	第三方回款金额	第三方回款占该客户当期收入比例
	*			162.05	
BR Turbo SPB LTd	EAGER CONSULTANT LIMITED	经销	经销商	97.56	37.98%
	KIAS CORPORATION LIMITED			326.88	
	SUPERTOY TRADING CO.,LTD.			14.34	
	SYNERGY RESOURCES INTERNATIONAL LIMITED			109.72	
	*			52.90	
Turbos y Partes Importaciones S.A.S	PROMOTORA VARONIL	经销	经销商	53.14	66.64%
	AIZEN SA DE CV SOFO RICARDO			18.54	
	ASESORES JATENA S DE RL DE CV			89.94	
	ASISTENCIA INTEGRAL JURIDICA			28.49	
	GUARDAPELOS TEXTILES S. DE R.L. DE POOCATEPETL			39.91	
	HAMZA KHALIL MOHAMED BEN KHALIL			21.32	
	ROMMER MARKET C			35.34	
	KAIZEN SA DE CV SOFO RICARDO			28.95	
	SERVICIOS DE LIMPIEZA CONSTRUCCION CIRCUITO			6.53	
	SMASHPROMOS S DE RL DE CV			42.76	
	VIZZUTT COMPANY S DE RL DE CV			44.58	
2023 年					
AHROMARKET TOVARYSTVO Z OBMEZHENOIU VIDPOVIDALNISTIU NAUKOVO VYROBNYCHE PIDPRYEMSTVO	MIRILLIA INTERNATIONAL S.R.O.	经销	经销商	579.49	98.41%
	ALMEX FLAT			227.54	
	CARGO VENDOR SPOLKA Z OGRANICZONA O			83.05	
	CONCORD INTERNATIONAL TRADE			169.01	

客户名称	对应付款方	客户性质	客户类型	第三方回款金额	第三方回款占该客户当期收入比例
	Grussen Sale Limited RM			172.88	
	IGORIA TRADE SPOLKA AKCYJNA			71.11	
	JADE DRAGON BUSINESS CO.,LTD.			76.39	
	KANG TAO CO., LTD			71.82	
	OIG TRADE INC.			475.06	
	PT. STAR ASIA TRADE			320.38	
	QIANHO TRADING LIMITED			10.90	
	RAZM TRADE LTD			64.74	
	UNDERGATE TRADING SDN BHD			253.41	
客户 A	*	贸易	贸易商	814.88	112.59%
Kuber Turbo Tech	CASTLE GROUP INTERNATIONAL CO.,LT	经销	经销商	81.27	88.01%
	MATRIX DESTINATION SOLUTIONS PTE. L			30.61	
	MONEYTECH LIMITED			44.88	
	PT NEX GLOBAL MOVE			83.88	
	PT WORLDWIDE SUCCESS SOLUTIONS			10.44	
	XPRESS SEWA PTY LTD			46.00	
Turbos y Partes Importaciones S.A.S	I.P.A.S.A. COMERCIO LATINO S.A. DE	经销	经销商	162.38	47.14%
	SABDEK DE MEXICO SA DE CV			28.52	
	SERVICIOS DE LIMPIEZA CONSTRUCCION			41.30	
	WHALE INTERNACIONAL CORP			33.54	
BR Turbo SPB LTd	*	经销	经销商	239.72	19.42%

注：客户 KODES.K.A 在 2025 年的第三方回款系前期应收款，由于当期没有业务收入，故不展开收入占比情况。

2、分析第三方回款与销售收入的匹配性、是否可验证

(1) 报告期各期第三方回款前五大客户回款金额与销售金额的匹配情况如下

单位：万元

序号	客户名称	期初应收/预 售账款余额 (A)	本期销售 金额 (B)	第三方回 款金额 (C)	直接回 款金额 (D)	期末应收账款余额 (F=A+B-C-D-E)	应收账款余额表 中的期末余额	汇兑损益 及差异	差异解释
2025 年度									
1	AHROMARKET TOVARYSTVO Z OBMEZhENOIU VIDPOVIDALNISTIU NAUKOVO VYROBNYCHE PIDPRYEMSTVO	15.24	2,416.52	2,121.21	259.31	51.25	46.97	4.28	主要为汇兑损益
2	KODES.K.A	614.82	-1.29	613.44		0.10	-	0.10	主要为汇兑损益
3	Kuber Turbo Tech	155.25	501.96	548.80	34.27	74.14	60.10	14.04	主要为应收应付 对冲
4	客户 K	230.05	539.92	482.85	285.00	2.13	-	2.13	主要为汇兑损益
5	Turbos All Tuning S.A de C.V.	139.49	625.05	399.60	269.33	95.62	92.59	3.03	主要为汇兑损益
2024 年度									
1	AHROMARKET TOVARYSTVO Z OBMEZhENOIU VIDPOVIDALNISTIU NAUKOVO VYROBNYCHE PIDPRYEMSTVO	182.68	2,569.81	2,649.85	94.37	8.26	15.24	-6.98	主要为汇兑损益
2	客户 A	-118.27	1,814.41	2,112.46		-416.32	-416.32	-	
3	OBSHESTVO S OGRANICHENNOY OTVETSTVENNOSTYU "KOMPANIYA TURBONAYZER"	287.32	1,602.54	985.87	421.96	482.02	487.45	-5.42	主要为返利计提 调整及汇兑损益

4	BR Turbo SPB LTd	129.37	1,585.20	601.40	939.96	173.21	175.90	-2.70	主要为返利计提调整及汇兑损益
5	Turbos y Partes Importaciones S.A.S	61.21	614.53	409.50	268.03	-1.80	-	-1.8	主要为汇兑损益
2023 年度									
1	AHROMARKET TOVARYSTVO Z OBMEZhENOIU VIDPOVIDALNISTIU NAUKOVO VYROBNYCHE PIDPRYEMSTVO	143.61	2,617.50	2,575.78		185.33	182.68	2.65	主要为汇兑损益
2	客户 A	-62.45	759.06	814.88		-118.27	-118.27	-	
3	Kuber Turbo Tech	-0.05	337.85	297.07		40.74	39.78	0.96	主要为汇兑损益
4	Turbos y Partes Importaciones S.A.S	164.20	563.74	265.74	398.36	63.84	61.21	2.63	主要为汇兑损益
5	BR Turbo SPB LTd	53.06	1,234.40	239.72	945.98	101.77	129.37	-27.60	主要为返利计提调整及汇兑损益

(2) 第三方回款是否可验证

申报会计师查阅了主要第三方回款单位的中信保报告、企业信用报告，相关回款单位的第三方回款金额占当期第三方回款总额的比例分别为 16.39%、34.35% 和 43.80%，同时核查了公司及其实际控制人、控股股东、董监高等关键主体与第三方回款的支付方及其关键主体是否存在关联关系或其他利益安排；获取了客户指定第三方进行货款支付的验证文件，了解客户与回款方的关系；获取了报告期内的第三方回款台账，查阅了报告期内主要较大金额的第三方回款相关的银行流水、销售合同提单等资料。除此之外，中介机构通过函证回函信息、走访访谈信息等，确认第三方回款所涉及销售的真实性。

报告期内，公司第三方回款对应交易均基于真实的业务背景，公司根据合同约定向客户交付产品、收取相应货款，合同未明确约定付款单位。第三方回款金额与对应客户的销售金额基本匹配，相关回款具有可验证性。

3、资金流、实物流与合同约定及商业实质是否一致

报告期内，公司向客户销售的相关产品已按照合同约定履行出库、报关等程序，并交付于客户，主要的第三方回款已取得委托第三方进行货款支付的声明或与委托付款第三方关联关系确认的声明等确认性文件，结合银行回单及发票的检查，公司的资金流和实物流具有真实的交易背景。

公司已建立健全客户销售及收款的内控制度体系，并持续完善业务控制措施和流程管理，以保证回款与销售的一致性并控制第三方回款风险，经核实，公司第三方回款资金流、实物流与合同约定及商业实质具备一致性。报告期内，公司未因第三方回款事宜与客户发生纠纷，公司第三方回款情形未对公司财务内控造成重大影响，未违反相关法律法规。

(三) 说明境内外第三方回款中代付协议的签订情况，客户与第三方关于资金收付、业务费用等的约定方式及执行情况

关于境内外第三方回款中代付协议情况，由于涉及客户商业信息等原因，目前公司仅获得客户 AGROMARKET 的 2025 年、Company Turbonaizer 的 2024 年与第三方签订的协议。其中获取的 AGROMARKET 占 2025 年第三方回款的占比为 33.98%，该协议中明确约定由协议中第三方代 AGROMARKET 向发行人支付合同款项；该协议中未包含业务费用等内容的约定。Company Turbonaizer 与第

三方代付机构于 2024 年签订代付协议，约定由协议中代付机构代 Company Turbonaizer 向发行人支付合同款项，该协议中对业务费用具体金额进行了约定。

（四）说明未约定代付方、未签订代付协议的回款识别、收入验证程序及有效性

为规范第三方回款行为、确保销售交易的真实性与收入确认的准确性，公司建立了覆盖回款全流程的内部控制机制，具体如下：

1、回款前沟通与信息确认机制

针对存在第三方回款情形的客户，公司已建立明确的事前沟通与信息确认流程：

客户在通过第三方主体支付货款前，通过微信、WhatsApp、邮件等可追溯的沟通渠道，与公司相关业务人员完成事前确认，并向公司提供完整的回款明细资料，明确付款主体、对应订单编号、付款金额等关键信息，确保回款来源与交易背景可追溯、可验证。

2、回款后匹配与收入归属确认流程

公司财务部门收到银行回款后，及时将实际到账时间、金额等回款信息整理打包，以邮件形式同步至市场部；市场部业务员根据事前确认的回款信息，对该笔回款进行逐笔核实，并完成对应客户、订单及销售 PI 的匹配工作，确认交易归属的准确性。

财务部收到市场部反馈的匹配确认完成的回款信息后，基于经业务端核实的完整交易信息，按照会计准则要求进行收入确认及账务处理，确保收入确认与实际交易、资金回款一一对应。

综上，针对公司第三方回款中未约定代付方、未签订代付协议的回款识别、收入验证程序具有有效性。

二、结合相关客户所在区域外汇管理政策、客户特征等说明第三方回款的必要性、商业合理性、合法合规性，第三方回款的比例及原因与同行业可比公司、同销售区域公司是否存在差异。

（一）结合相关客户所在区域外汇管理政策、客户特征等说明第三方回款的必要性、商业合理性、合法合规性

1、报告期内公司第三方回款客户所在区域情况：

报告期内，公司第三方回款金额及占营业收入比例按客户所在区列示如下：
单位：万元

地区	2025 年		2024 年		2023 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
乌克兰	2,121.21	3.79%	2,649.85	6.21%	2,575.78	7.31%
俄罗斯	138.95	0.25%	2,306.20	5.41%	971.71	2.76%
印度	548.80	0.98%	108.90	0.26%	297.07	0.84%
哥伦比亚	234.70	0.42%	409.50	0.96%	272.87	0.77%
巴西	675.63	1.21%	132.86	0.31%	95.13	0.27%
其他	2,523.57	4.51%	3,814.94	8.95%	2,220.91	6.31%
合计	6,242.86	11.16%	9,422.27	22.09%	6,433.47	18.27%

如上表所示，公司采取第三方回款的客户来自俄罗斯、乌克兰、印度等国家的占比较高，受俄乌冲突、金融制裁、外汇管制等多种因素影响导致存在结算或额度限制的情况，故选择委托或指定第三方代其付款。因此，第三方回款具有必要性。

2、第三方回款客户特征

公司第三方回款客户主要为因经济制裁外汇管制而聘请第三方代为付款或同一控制下体系内主体代为回款两种特征。

公司第三回款客户所在国家集中于欧洲，其俄罗斯、乌克兰的客户占比较高，因战争、经济制裁、外汇管制、外汇储备不足、政府对外汇管理有较高的监管要求等政策性因素，导致无法支付外汇或存在支付困难。以存在第三方回款金额较多的客户 Agromarket 所在乌克兰为例，由于俄乌战争，俄罗斯和乌克兰受到金融封锁，导致俄罗斯和乌克兰的美元结算路径中断，公司客户无法及时取得外汇支付货款。

另外公司部分客户为集团型企业或同一控制下存在多家企业，组织层次相对复杂，出于自身资金结算便利性、节省操作流程和财务费用等因素考虑，对供应商的付款由集团财务中心统一支付、安排集团内其他公司或由公司实际控制人个人支付。

综上所述，报告期内公司境外第三方回款符合行业惯例及客户经营特点，具有必要性和商业合理性，合法合规，公司不存在因境外第三方回款而受到外汇、税收行政处罚的情形。

(二) 第三方回款的比例及原因与同行业可比公司、同销售区域公司是否存在差异

1、第三方回款的比例及原因与同行业可比公司对比情况

经查询，公司同行业可比公司贝斯特、华培动力、威易发、德博科技均未披露第三方回款情况。公司同行业公司毅合捷与公司在业务模式及销售区域等方面较为相近，其亦存在第三方回款的情况。报告期内，公司与毅合捷的第三方回款对比如下：

公司简称	第三方回款原因	第三方回款占营业收入比例
毅合捷	<p>报告期公司第三方回款主要系部分境外客户出于内部资金周转安排、支付便利、降低付汇成本等原因，回款方以客户实际控制人或其亲属、客户集团内公司或实际控制人控制的其他公司等客户的关联主体为主，也存在客户通过下游客户、货运代理人、外汇结算机构或客户指定的其他方向公司支付货款</p> <p>.....</p> <p>2024年1-6月第三方回款比例有所上升，主要受阿根廷及俄罗斯客户付款政策限制的影响：（1）阿根廷由于国家外汇储备短缺，阿根廷央行通过发行债券帮助进口商偿还海外供应商债务，相关款项由指定机构进行支付，形成第三方回款，涉及第三方回款金额为454.60万元；（2）受西方国家对俄罗斯的制裁进一步收紧，国内主要银行对来自俄罗斯客户的收款审核周期长，且部分银行存在款项无法入账的情况，为加快货款回收，降低资金风险，通过第三方回款方式收取部分货款，涉及第三方回款金额为762.31万元。</p>	<p>2024年1-6月：6.63%；</p> <p>2023年：4.48%；</p>
环能涡轮	<p>公司采取第三方回款的客户主要来自俄罗斯、乌克兰等国家，受俄乌冲突、金融制裁、外汇管制等多种因素影响导致存在结算或额度限制的情况，故选择委托或指定第三方代其付款</p>	<p>2025年：11.16%；</p> <p>2024年：22.09%；</p> <p>2023年：18.27%</p>

如上表所示，公司第三方回款原因与毅合捷不存在明显差异；公司金额及占比高于毅合捷主要系公司的俄罗斯及乌克兰客户的业务比重高于毅合捷所致。

2、第三方回款比例及原因与同销售区域公司对比情况

经检索公开市场案例，除公司外，亦存在其他上市公司或拟上市公司因销售区域在俄罗斯、乌克兰、印度等地，因受金融制裁、外汇管制等因素采取第三方回款的情况，具体如下：

公司简称	第三方回款原因	第三方回款占销售收入比例
中策橡胶（603049.SH）	<p>2022年第三方回款金额较2021年快速增长的具体原因如下：（一）地缘因素导致俄罗斯地区客户第三方回款金额增长因地缘因素影响，俄罗斯在金融、贸易等方面受到了诸多限制。俄罗斯客户为了降低交易风险及交易成本，开始逐渐减少对西方国家的国际贸易业务，对中国的贸易量随之增加。同时，受到西方国家金融制裁的影响，俄罗斯客户使用美元等外汇货币跨境交易的成本、风险也有所增加。在贸易量增加以及付款环境变化的双重影响下，公司俄罗斯客户2022年的第三方回款金额较2021年增加。……（三）对部分非洲地区客户销量增长导致第三方回款金额增长非洲当地客户往往面临外汇管制及储备不足、汇款出境手续繁琐、手续费高等问题，直接由合同签订方按照公司要求的币种向公司回款存在一定障碍，通常由客户实控人控制的其他地区的企业向公司回款。公司2022年对非洲地区部分重要客户的销售额较2021年增加，导致2022年公司第三方回款金额也相应增加。</p>	<p>①第三方回款占营业收入比例：2024年：4.22%；2023年：3.49%；2022年：3.55%。 ②第三方回款占外销比例：2024年：8.73%；2023年：7.27%；2022年：7.57%。</p>
威马农机（301533.SZ）	<p>报告期内，公司第三方回款的主要原因为：一是部分客户所在国家（如伊朗、乌克兰等）存在外汇管制或外汇限制，存在结算不便利、额度限制、周期长等问题，从而通过客户自身关联方或其他第三方付款机构代为支付货款；二是部分客户由其实际控制人代为支付货款，或者通过同一控制下其他关联公司代付货款的情形；三是部分客户基于自身资金安排，通过指定相关方代为付款。</p>	<p>①第三方回款占营业收入比例：2022年：21.57%；2021年18.88%；2020年：24.96%。 ②第三方回款占外销比例：2022年：27.81%；2021年：24.20%；2020年：33.21%。</p>
荣鹏股份（北交所已问询）	<p>公司第三回款客户所在国家集中于发展中国家，其中俄罗斯、白俄罗斯、阿根廷、阿尔及利亚等国家均存在因经济制裁、外汇管制、外汇储备不足、政府对外汇管理有较高的监管要求等政策性因素，导致无法支付外汇或存在支付困难，客户通过第三方付款具有必要性和合理性。以存在第三方回款金额较多的客户所在国俄罗斯、白俄罗斯、阿根廷为例，由于西方制裁导致俄罗斯和白俄罗斯受到金融封锁，导致俄罗斯和白俄罗斯的美元/欧元结算路径中断，同时，由于俄罗斯企业在西方银行的外汇账户被冻结，也导致了其美元/欧元支付能力枯竭……</p>	<p>①第三方回款占营业收入比例：2024年：5.04%；2023年：4.91%；2022年：6.83%。 ②第三方回款占外销比例：2024年：7.40%；2023年：6.97%；2022年：9.50%。</p>

公司简称	第三方回款原因	第三方回款占销售收入比例
信胜科技（北交所过会）	①部分客户所在国家（如印度、巴基斯坦等）对于直接采购进口生产设备予以贷款利息补贴、关税优惠等，其终端客户直接向公司付款；②部分客户所在国家（如巴基斯坦、伊朗、埃及、摩洛哥等）因外汇管制存在结算不便利、额度限制、周期长等问题，客户指定具有跨境外汇支付能力的第三方支付；③部分客户基于支付便利、资金安排等考虑，由其控股股东、实际控制人及其亲属、同一控制下关联方、业务经办人员付款；④部分存在融资租赁需求的客户，因申请补贴政策要求，需与公司签订销售合同，并与融资租赁公司签订售后回租协议，融资租赁公司根据风控要求直接向公司支付款项	①第三方回款占营业收入比例：2025年：10.44%；2024年：15.28%；2023年：15.15%。 ②第三方回款占外销比例：2025年：29.38%；2024年：47.53%；2023年：34.85%。
晨光电机(874468.BJ)	报告期内，公司第三方回款客户主要为外销客户，.....公司外销主要销往伊朗、俄罗斯、土耳其等存在外汇管制或国际结算不便的国家或地区，因外汇管制或结算不便，部分境外客户委托第三方向公司支付货款，是公司第三方回款的主要原因	①第三方回款占营业收入比：例 2025年 1-6月：3.61%；2024年：4.90%；2023年：5.77%。 ②第三方回款占外销比例：2025年 1-6月：26.05%；2024年：38.39%；2023年：45.02%。
环能涡轮	公司采取第三方回款的客户主要来自俄罗斯、乌克兰等国家，受俄乌冲突、金融制裁、外汇管制等多种因素影响导致存在结算或额度限制的情况，故选择委托或指定第三方代其付款	①第三方回款占营业收入比：2025年：11.16%；2024年：22.09%；2023年：18.27%。 ②第三方回款占外销比例：2025年：11.97%；2024年：24.75%；2023年：19.66%。

如上表所示，公司与存在相同销售区域的可比公司的第三方回款的原因不存在明显差异；回款比例存在差异主要系各家公司销售区域的业务比重不同所致。

综上，公司第三方回款原因与同行业公司、同销售区域公司不存在差异，第三方回款占比因自身俄罗斯、乌克兰等地的客户占比较高，略高于同行业公司，公司第三方回款具有合理性。

三、说明部分客户在相同期间通过多个回款方回款的原因，多家客户通过相同主体（包括自然人）回款的合理性。

（一）说明部分客户在相同期间通过多个回款方回款的原因

报告期内，公司部分客户存在相同期间通过多个回款方回款的情况，主要系单一第三方无法满足客户全部外汇需求或处于便利性考虑所致。报告期内，公司各期前五大客户对应回款方个数的具体情况及变化如下：

单位：个

简称	2025	2024	2023
AHROMARKET TOVARYSTVO Z OBMEZhENOIU VIDPOVIDALNISTIU NAUKOVO VYROBNYCHE PIDPRYEMSTVO	1	2	13
Company Turbonaizer	1	7	1
BR Turbo SPB LTd	1	5	1
Turbosy Partes Importaciones S.A.S	6	11	4
Kuber Turbo Tech	4	3	6

2023 年以来，公司按照第三方回款控制制度严格执行，与客户沟通最大程度直接付款的前提下，第三方回款中降低回款方数量，以确保资金安全及规范运作，报告期内，公司客户在相同期间通过多个回款方回款的情形有所改善。

（二）多家客户通过相同主体（包括自然人）回款的合理性

报告期内，公司存在多家客户通过相同主体回款的情况，主要系回款主体所在的货运代理公司为环能涡轮多个客户提供服务，其中部分客户通过该货运代理公司人员向公司回款；相关货运代理公司通过参与展会、客户之间互相介绍、主动联系等方式与公司下游领域多家企业存在合作关系。报告期各期该情况金额分别为 583.84 万元、1,444.71 万元和 113.76 万元，占各期第三方回款比重分别为 9.08%、15.33%和 1.82%，总体金额及占比较小。因此，公司多家客户通过相同主体（包括自然人）回款具有合理性。

四、就第三方回款的内控措施及实际执行情况，说明发行人及其实际控制人、董监高（原监事）及其他关联方与第三方回款的支付方是否存在关联关系或其他利益安排，第三方回款的真实性、是否存在虚构交易或调节账龄情形，是否存在资金体外循环。

（一）就第三方回款的内控措施及实际执行情况，说明发行人及其实际控制人、董监高（原监事）及其他关联方与第三方回款的支付方是否存在关联关系或其他利益安排

1、发行人第三方回款的内控措施及实际执行情况

公司于2024年1月1日修订了《销售管理制度》，要求“尽量避免不合理的第三方回款”；2025年9月制定《第三方回款管理制度》，就第三方回款的识别范围、业务开展基本原则、回款授权管理、台账管理、职责划分与责任追究等方面作出明确规定，第三方回款内控制度得以健全。公司第三方回款相关业务按照《销售管理制度》、《第三方回款管理制度》等有关要求执行。

2、发行人及其实际控制人、董监高（原监事）及其他关联方与第三方回款的支付方是否存在关联关系或其他利益安排

公司及其实际控制人、董监高（原监事）及其他关联方与第三方回款的支付方不存在关联关系或其他利益安排。

（二）第三方回款的真实性、是否存在虚构交易或调节账龄情形，是否存在资金体外循环

报告期内公司第三方回款主要来自俄罗斯、乌克兰等国家，受俄乌冲突、金融制裁、外汇管制等多种因素影响导致存在结算或额度限制的情况，故选择委托或指定第三方代其付款。客户主要选择境外指定第三方、体系内公司或关联方回款。

收到货款后，公司将每笔第三方回款与销售订单进行匹配，并将与客户沟通的记录、发货单、发票等进行交叉核验，确保回款对应的客户归属，验证其与已确认收入的交易是否存在对应关系，确保收入确认的真实性与准确性。因此，第三方回款行为具有合理的商业理由，相关收入真实，不存在虚构交易或调节账龄的情形，不存在资金体外循环。

五、结合存在外汇管制或限制的境外销售地区相关客户的应收账款余额、回款能力及回款安排、回款周期及变动情况、客户期后合作趋势等，进一步分析相关区域客户是否存在回款风险，应收账款坏账准备计提是否充分，并说明发行人的具体应对措施及效果。

（一）存在外汇管制或限制的境外销售地区相关客户的应收账款余额、回款能力及回款安排、回款周期及变动情况、客户期后合作趋势

报告期内公司业务所涉及的外汇管制或限制的境外销售地区主要为乌克兰、俄罗斯、印度，来自三个地区的第三方回款金额占各期第三方回款总额的比例均在45%以上。

报告期内，公司上述主要第三方回款销售地区主要客户的应收账款余额、坏账准备余额、应收账款周转率情况如下：

单位：万元

2025					
客户名称	地区	应收账款余额	坏账准备金额	应收账款周转率	占第三方回款比例
AHROMARKET TOVARYSTVO Z OBMEZhENOIU VIDPOVIDALNISTIU NAUKOVO VYROBNYCHE PIDPRYEMSTVO	乌克兰	46.97	2.35	77.69	33.98%
Kuber Turbo Tech	印度	60.10	3.00	4.66	8.79%
2024					
客户名称	地区	应收账款余额	坏账准备金额	应收账款周转率	占第三方回款比例
AHROMARKET TOVARYSTVO Z OBMEZhENOIU VIDPOVIDALNISTIU NAUKOVO VYROBNYCHE PIDPRYEMSTV	乌克兰	15.24	0.76	25.97	28.12%
OBSHESTVO S OGRANICHENNOY OTVETSTVENNOSTYU "KOMPANIYA TURBONAYZER"	俄罗斯	487.45	24.37	4.13	10.46%
BR Turbo SPB LTD	俄罗斯	175.90	8.80	10.37	6.38%
Kuber Turbo Tech	印度	155.25	7.76	3.31	1.16%

2023					
客户名称	地区	应收账款余额	坏账准备金额	应收账款周转率	占第三方回款比例
AHROMARKET TOVARYSTVO Z OBMEZhENOIU VIDPOVIDALNISTIU NAUKOVO VYROBNYCHE PIDPRYEMSTV	乌克兰	182.68	9.13	16.04	40.04%
BR Turbo SPB LTD	俄罗斯	129.37	6.47	9.04	3.73%
OBSHESTVO S OGRANICHENNOY OTVETSTVENNOSTYU "KOMPANIYA TURBONAYZER"	俄罗斯	287.32	14.37	8.78	1.71%
Kuber Turbo Tech	印度	39.78	1.99	16.97	4.62%

上表可见，报告期内，存在外汇管制或限制的境外主要销售地区的公司主要客户的应收账款余额总体可控并已计提坏账准备，应收账款周转率较高、回款能力稳定，回款周期未出现明显延长的情况。报告期后，公司与上述客户的合作保持稳定发展。

（二）进一步分析相关区域客户是否存在回款风险，应收账款坏账准备计提是否充分，并说明发行人的具体应对措施及效果

1、相关区域客户是否存在回款风险，应收账款坏账准备计提是否充分

公司上述客户应收账款历史上尚未实际发生损失，且报告期各期末应收账款账龄均在1年内，整体回款风险较小。报告期内，公司对应相关区域客户的应收账款坏账准备计提充分。

2、发行人的具体应对措施及效果

为防范境外应收账款无法收回的风险，公司已建立健全《销售授权审批制度》、《客户应收款核对制度》、《第三方回款管理制度》。通过收集并审核客户基本经营情况及信用情况合理划分客户信用期，并按客户信用期及时催收货款，针对货款无故拖延的情况严控后续发货等措施应对应收账款无法收回的风险。此外，公司通过在俄罗斯联邦外贸银行开立账户进行收款等方式积极催收俄罗斯地区货款并降低该地区第三方回款比例。

报告期内，公司相关制度及措施执行有效，公司第三方回款金额有所下降。报告期各期末，公司不存在大额应收账款难以收回的情形。

六、说明关联方代收货款的原因、业务实质，所涉款项转回日期及金额、转回周期、利息收取、影响测算、相关会计处理合规性，结合前述情况说明是否系资金占用，相关内控制度是否健全并有效执行，是否存在代垫成本费用或资金体外循环。

(一)说明关联方代收货款的原因、业务实质，所涉款项转回日期及金额、转回周期、利息收取、影响测算、相关会计处理合规性

1、说明关联方代收货款的原因、业务实质

2023年度，公司存在通过关联方环能公司（马绍尔）的银行账户代收货款的情况，主要系公司原先收取境外客户货款的银行将前述相关客户所属国家墨西哥、哥伦比亚等列为敏感地区，对相关地区客户大额货款的资金收取审核手续繁琐且周期较长，不便于公司及时收到相关货款；而环能公司（马绍尔）所开立的华侨银行账户审核周期较短，相关货款通过该账户代收更为方便。因此，公司通过关联方银行账户代收货款具有必要性、合理性和真实性。

公司及子公司2023年期间尚未开立华侨银行账户，故通过关联方代收。2024年，公司子公司开立华侨银行账户后，不再通过关联方银行账户代为收取货款，相关客户货款改由公司子公司的华侨银行账户收取。2025年3月，环能公司（马绍尔）已被注销，公司未再发生关联方代收货款的情况。

2、所涉款项转回日期及金额、转回周期、利息收取、影响测算、相关会计处理合规性

(1) 所涉款项转回日期及金额、转回周期

报告期各期，公司通过关联方银行账户代收款项的具体情况如下：

单位：万美元

项目	2025年度	2024年度	2023年度
本期代收金额	-	-	352.30

公司关联方代收的货款在各期转回公司的转账时间及转账金额情况如下：

单位：万美元

所属期间	转回日期	转账金额	转回后环能公司（马绍尔）银行账户余额
2023年度	2023.12.27	300.00	401.51
	2023.12.29	401.50	0.00

公司关联方代收的货款的转回无明确固定的周期。

(2) 所涉款项利息收取、影响测算、相关会计处理合规性

环能公司（马绍尔）华侨银行账户设立目的系为帮助公司收取部分海外客户货款，除此之外未用作其他用途。报告期内，该银行账户的资金流出仅为转回公司的货款，未发生账户内资金流向其他主体、用作其他用途的情况；流入该银行账户的资金仅为代收货款，及部分到期的定期存款本金及利息收回，已全部转回至公司。

综合考虑代收货款银行账户的设立目的及资金流水的往来情况，公司上述关联方代收货款不构成资金占用，亦不涉及收取利息的情况。

若假定公司涉及资金占用，则利用银行账户各月期初和期末平均余额以及当月的一年期 LPR 计算当月资金占用费，可计算出公司 2023 年度的模拟资金占用费为 18.00 万美元，合人民币 127.49 万元，金额较小，对公司财务状况和经营成果影响有限。

公司与关联方代收货款相关的会计处理具体如下：

1) 环能公司（马绍尔）代收客户款项时，公司账务处理：

借：其他应收款（代收款）

贷：应收账款（对应客户）

2) 环能公司（马绍尔）向公司支付代收款时，公司账务处理：

借：银行存款

贷：其他应收款（代收款）

综上，公司关联方代收货款及转回相关的会计处理符合《企业会计准则》的规定。

(二) 结合前述情况说明是否系资金占用，相关内控制度是否健全并有效执行，是否存在代垫成本费用或资金体外循环

1、结合前述情况说明是否系资金占用

环能公司（马绍尔）华侨银行账户设立目的系为帮助公司收取部分海外客户货款，除此之外未用作其他用途。报告期内，该银行账户的资金流出仅为转回公司的货款，未发生账户内资金流向其他主体、用作其他用途的情况；流入该银行账户的资金仅为代收货款，及部分到期的定期存款本金及利息收回，已全部转回至公司。

综合考虑代收货款银行账户的设立目的及资金流水的往来情况，公司上述关联方代收货款不构成资金占用。

2、相关内控制度是否健全并有效执行，是否存在代垫成本费用或资金体外循环

根据中国证监会的有关规定，“上市公司不得以下列方式将资金直接或者间接地提供给控股股东、实际控制人及其他关联方使用：（一）为控股股东、实际

控制人及其他关联方垫支工资、福利、保险、广告等费用、承担成本和其他支出；
（二）有偿或者无偿地拆借公司的资金（含委托贷款）给控股股东、实际控制人及其他关联方使用，但上市公司参股公司的其他股东同比例提供资金的除外。前述所称‘参股公司’，不包括由控股股东、实际控制人控制的公司；（三）委托控股股东、实际控制人及其他关联方进行投资活动；（四）为控股股东、实际控制人及其他关联方开具没有真实交易背景的商业承兑汇票，以及在无商品和劳务对价情况下或者明显有悖商业逻辑情况下以采购款、资产转让款、预付款等方式提供资金；（五）代控股股东、实际控制人及其他关联方偿还债务；（六）中国证监会监督管理委员会（以下简称中国证监会）认定的其他方式。”

公司通过关联方代收货款系基于真实的业务需求，具有必要性、合理性，不存在上述规定所提及的情形。综合考虑代收货款银行账户的设立目的及资金流水的往来情况，公司关联方代收款项不涉及代垫成本费用及资金体外循环。所代收货款已于 2023 年年末全部转回至公司，且后续未再发生代收货款的情形。

公司已制定了包括《关联交易管理制度》《财务内控制度》在内的全套财务管理制度，财务内控体系健全完整。公司财务部等有关部门已严格按照《会计法》《企业会计准则》及内部制度的规定履行相应职能，财务内控制度得到有效执行。

【会计师说明】

一、核查上述事项并发表明确意见，说明核查方式、范围、依据及结论

（一）核查程序

针对以上事项，申报会计师实施的主要核查程序包括（但不限于）：

- 1、获取公司报告期内第三方回款明细表，分析第三方回款方的类型、地区、回款原因及涉及第三方回款客户具体情况等。
- 2、实地走访涉及主要第三方的主要外销客户，就第三方回款情况进行访谈，了解第三方回款的商业背景。
- 3、查阅报告期内公司台账，对主要境外第三方回款客户报告期内销售金额、回款金额、应收账款余额进行勾稽，验证第三方回款与销售收入是否具有可验证。
- 4、根据主要客户的国家及地区的分布情况，并通过公开渠道查询境外收入来源主要国家的贸易政策及外汇政策变动情况，匹配第三方回款客户的客户类型，分析其第三方回款的必要性、商业合理性及合法合规性通过公开检索等方式查询

同行业公司以及同销售区域公司第三方回款的比例及其原因，分析公司第三方回款与上述公司的异同。

5、查阅公司《销售授权审批制度》、《客户应收款核对制度》、《第三方回款管理制度》等内控管理政策，并访谈公司总经理了解其具体内控执行情况；

6、通过取得第三方回款客户出具关联关系的声明、客户访谈的方式确认第三方回款客户与回款方与发行人之间的关系；同时通过函证的方式核查客户应收账款余额、第三方回款余额等与实际是否存在差异。

7、会计师对单笔回款金额较大的交易与相应的销售订单进行匹配，并对相应销售订单进行收入细节测试，以确认第三方回款对应销售收入的真实性，验证相关交易是否具有商业实质。同时，对于第三方回款金额较大的客户，会计师获取了其出具的指定第三方进行货款支付的验证文件（包含第三方关联关系确认函、指定第三方回款申明及客户与第三方代付机构签订的代付协议等）以及客户与公司之间历史上就付款事项的沟通记录。

8、获取并查阅公司关联方清单及实际控制人、董事、监事、高级管理人员的调查表，确认第三方回款的支付方与相关主体不存在关联关系。

9、访谈市场部负责人，了解公司主要客户群体所在区域的外汇管制情况，了解公司通过第三方代收货款的原因，报告期内部分客户在相同期间通过多个回款方回款、多家客户通过相同主体（包括自然人）回款的原因及合理性，以及公司通过关联方代收货款的原因及商业合理性。

10、获取公司应收账款明细表及账龄分析表、坏账准备计提表。检查是否存在大额逾期款项，并结合账龄、期后回款情况及历史损失率判断坏账计提的充分性。

11、获取公司期后回款明细表，关注客户的期后回款情况。

12、取得环能公司（马绍尔）的华侨银行资金流水及公司的回款台账，了解通过关联方代收款项明细，对环能公司（马绍尔）的华侨银行执行函证程序，并获取环能公司（马绍尔）的注销资料；

13、针对公司报告期内关联方代收款项对应销售收入执行了收入细节测试、函证、实地访谈等核查程序。

（二）核查结论

经核查，我们认为：

1、因公司以外销为主，部分境外客户出于支付额度受限等因素考虑指定其他第三方付款，第三方回款与相关销售收入勾稽，具有可验证性，相关资金流、实物流实质上与合同约定一致、收入验证程序有效、具有商业实质；公司第三方回款的代付关系可以得到验证。

2、报告期内公司第三方回款具有必要性和商业合理性，合法合规，公司不存在因境外第三方回款而受到外汇、税收行政处罚的情形，第三方回款比例及其相关原因符合公司主要外销国家或地区的业务实际。

3、公司已建立了切实有效的内控措施，公司及其实际控制人、董监高及其他关联方与第三方回款的支付方不存在关联关系或其他利益安排；公司涉及第三方回款的相关交易均基于真实的业务合同而开展，第三方回款真实，不存在虚构交易或调节账龄情形，不存在资金体外循环。

4、报告期内公司第三方回款部分客户与代付第三方签订了代付协议，对回款资金用途等进行约定。

5、存在外汇管制或限制的境外销售地区相关客户应收账款余额披露准确，应收账款坏账准备计提充分，公司对客户回款风险应对措施执行有效，我们未识别到客户回款存在明显障碍的情形。

6、公司相关代收货款不构成资金占用，且已于 2023 年底全部转回至公司，2024 年以来公司未再发生关联方代收货款的情况，相关事项得以规范；

7、公司通过关联方代收货款具有合理性，不涉及代垫成本费用及资金体外循环。

8、公司已制定了包括《关联交易管理制度》《财务内控制度》在内的全套财务管理制度，财务内控体系健全完整。公司财务部等有关部门已严格按照《会计法》《企业会计准则》及内部制度的规定履行相应职能，财务内控制度得到有效执行。

二、按照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 2 号》（以下简称《2 号指引》）2-12 第三方回款的要求核查并发表明确意见，说明取得各期第三方回款客户代付的原因以及与其代付方关系的支持性材料具体内容、覆盖比例、核查证据的有效性结论；针对未取得第三方回款声明文件的主要客户采取的细节测试等替代程序的执行情况及核查结论。

(一) 照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 2 号》(以下简称《2 号指引》) 2-12 第三方回款的要求核查并发表明确意见, 说明取得各期第三方回款客户代付的原因以及与其代付方关系的支持性材料具体内容、覆盖比例、核查证据的有效性及其结论

1、按照《2 号指引》2-12 第三方回款的要求核查并发表明确意见

申报会计师根据《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 2 号》2-12 第三方回款的相关核查要求逐项进行了如下核查:

(1) 第三方回款的真实性, 是否存在虚构交易或调节账龄的情形

公司涉及第三方回款的相关交易均基于真实的业务合同而开展。针对第三方回款的真实性, 执行了以下程序:

①获取发行人报告期内第三方回款明细表, 抽取每年度主要第三方回款对应的客户, 核查该年度公司与客户的相关合同/订单、提单、发票、资金流水凭证等。

②对各期存在第三方回款的主要客户进行函证、访谈及发送确认函, 核查第三方回款的真实性

③取得报告期各期第三方回款客户代付原因以及与其代付方关系的支持性材料, 包括代付声明或关联关系证明材料、原始沟通记录、其他可验证两者关系的资料等, 核实和确认委托付款的真实性、代付金额的准确性及付款方与委托方之间的关系等。

经核查, 发行人第三方回款真实, 不存在虚构交易或调节账龄的情形。

(2) 第三方回款形成收入占营业收入的比例

报告期内, 发行人第三方回款金额及其发生原因、第三方回款金额占营业收入比例情况如下:

单位: 万元

代付原因	2025		2024		2023	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
战争因素、地缘政治、 外汇金融封锁	3,212.77	5.74%	5,978.12	14.02%	4,382.34	12.44%
客户体系内及关联方	2,426.71	4.34%	3,279.75	7.69%	1,976.71	5.61%

代付原因	2025		2024		2023	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
回款						
其他	603.38	1.08%	164.40	0.39%	74.42	0.21%
合计	6,242.86	11.16%	9,422.27	22.09%	6,433.47	18.27%

报告期内，在公司营业收入规模的增长背景下，公司第三方回款占营业收入的比例呈波动下降趋势。第三方回款产生的主要原因为战争限制。因为公司海外销售比例高、海外客户集中在乌克兰、俄罗斯、印度等地区，该类客户所在国家或地区存在因战争导致的外汇管制或限制政策。公司针对第三方回款采取了较为严格的内控管理措施，第三方回款相关金额及比例处于合理可控范围。

(3) 第三方回款的原因、必要性及商业合理性

第三方回款的原因、必要性及商业合理性参见本问题“二、结合相关客户所在区域外汇管理政策、客户特征等说明第三方回款的必要性、商业合理性、合法合规性，第三方回款的比例及原因与同行业可比公司、同销售区域公司是否存在差异”相关回复。

经核查，公司第三方回款具有必要性和商业合理性

(4) 发行人及其实际控制人、董事、监事（如有）、高级管理人员或其他关联方与第三方回款的支付方是否存在关联关系或其他利益安排

公司及其实际控制人、董监高（原监事）及其他关联方与第三方回款的支付方不存在关联关系或其他利益安排

(5) 境外销售涉及境外第三方的，其代付行为的商业合理性或合法合规性参见本题“二/（一）结合相关客户所在区域外汇管理政策、客户特征等说明第三方回款的必要性、商业合理性、合法合规性”相关回复。

经核查，境外销售涉及境外第三方回款具有商业合理性，合法合规，公司不存在因境外第三方回款而受到外汇、税收行政处罚的情形。

(6) 报告期内是否存在因第三方回款导致的货款归属纠纷

申报会计师核查了发行人报告期内诉讼情况、对主要客户进行访谈、进行网络公开检索等。

经核查，发行人报告期内不存在因第三方回款导致的货款归属纠纷。

(7) 如签订合同时已明确约定由第三方付款，该交易安排是否具有合理原因

参见本题“一/（三）说明境内外第三方回款中代付协议的签订情况，客户与第三方关于资金收付、业务费用等的约定方式及执行情况”相关回复。

(8) 资金流、实物流与合同约定及商业实质是否一致

参见本题“一/（二）说明报告期各期通过第三方付款的客户名称、客户性质（直销客户、贸易商、经销商）、客户类型（汽车零部件品牌商、涡轮增压器专业修理厂、汽车修理商、汽配连锁店、贸易商、经销商等）、对应的付款方、回款金额及占当期收入的比例，分析第三方回款与销售收入的匹配性、是否可验证，资金流、实物流与合同约定及商业实质是否一致”相关回复。

经核查，第三方回款与相关的销售收入勾稽，具有可验证性；公司按照合同指定情况或约定情况发货给客户指定地点，实物流与合同约定一致；客户的回款由客户指定的第三方代付方转回至发行人，合同具备商业实质。

(9) 抽样选取不一致业务的明细样本和银行对账单回款记录，追查至相关业务合同、业务执行记录及资金流水凭证，获取相关客户代付款确认依据，以核实和确认委托付款的真实性、代付金额的准确性及付款方和委托方之间的关系。

公司涉及第三方回款的相关交易均基于真实的业务合同而开展。针对第三方回款的真实性，申报会计师执行了以下程序：

①根据业务合同/订单及银行对账单等核验公司第三方回款统计明细表，并抽选报告期各期第三方回款对应的主要客户，核查该年度公司与客户的相关合同/订单、提单、发票、银行回单等。

②对各年度主要第三方回款客户进行函证、对主要客户进行访谈，核查第三方回款是否具有真实性。

③取得报告期各期主要第三方回款客户采用代付的原因以及与其代付方关系的支持性材料，包括代付声明或关联关系证明材料、原始沟通记录及其他可验证两者关系的资料等，核实和确认委托付款的真实性、代付金额的准确性及付款方与委托方之间的关系等。

经核查，相关客户委托付款真实，付款方和委托方之间的关系可得到验证。

(10)说明合同签订方和付款方存在不一致情形的合理原因及第三方回款统计明细记录的完整性，并对第三方回款所对应营业收入的真实性发表明确意见。

①合同签订方和付款方存在不一致情形的合理原因

合同签订方和付款方存在不一致情形的合理原因见前述“(3)第三方回款的原因、必要性及商业合理性”的相关回复。

②第三方回款统计明细记录的完整性

为保证第三方回款统计明细的完整性，相关控制措施如下：

公司将销售回款信息记录纳入日常内控管理，对收到的每笔银行回款的交易日期、回款对象、回款金额、回款账户、币种等信息进行记录，该回款信息在系统中流转至销售部门，由销售人员匹配到具体客户及具体订单，从而生成完整的销售回款信息。经比对银行回款单的回款对象与合同订单的签约方，并排除存在同一客户名称变更、回款方为实际交易对象、回款银行账户相同等情形，确定最终的第三方回款明细。

③第三方回款所对应营业收入的真实性

第三方回款对应的营业收入的真实性核查参见上述“(9)抽样选取不一致业务的明细样本和银行对账单回款记录，追查至相关业务合同、业务执行记录及资金流水凭证，获取相关客户代付款确认依据，以核实和确认委托付款的真实性、代付金额的准确性及付款方和委托方之间的关系”的相关回复。

经核查，第三方回款所对应的营业收入真实。

综上所述，我们对上述主要核查事项均已落实，核查充分。

2、说明取得各期第三方回款客户采用代付的原因以及与其代付方关系的支持性材料具体内容、覆盖比例、核查证据的有效性及其结论

报告期各期第三方回款客户采用代付的原因以及与其代付方关系的支持性材料具体内容、覆盖比例如下：

单位：万元

代付原因	取得支持性材料 具体内容	2025 年度			2024 年度			2023 年度		
		第三方回款 金额	取得支持性资料 对应的回款金额	覆盖比例	第三方回款 金额	取得支持性资 料对应的回款 金额	覆盖比例	第三方回款 金额	取得支持性 资料对应的 回款金额	覆盖比例
战争因素、地缘 政治、外汇金融 封锁	客户出具的第三 方关联关系声明、 指定第三方代付	3,212.77	2,759.40	85.89%	5,978.12	5,741.32	96.04%	4,382.34	4,197.27	95.78%
客户体系内及 关联方回款	确认函、代付协议 等	2,426.71	1,372.25	56.55%	3,279.75	2,529.96	77.14%	1,976.71	1,305.71	66.05%
其他	-	603.38	-	-	164.40	23.98	14.58%	74.42	-	-
合计		6,242.86	4,131.64	66.18%	9,422.27	8,295.25	88.04%	6,433.47	5,502.98	85.54%

经核查，上述支持性材料能够验证代付原因及客户与代付方的关系，支持性材料具有有效性。

(二) 针对未取得第三方回款声明文件的主要客户采取的细节测试等替代程序的执行情况及核查结论。

1、取得主要第三方回款客户的销售合同/订单、提单、销售发票、公司收款银行明细等证明材料等；

报告期内，公司与存在第三方回款的客户均签订了销售订单。实际回款金额与对应的订单金额具有匹配性，公司第三方回款相关实物流与合同约定及商业实质一致，第三方回款具有可验证性，涉及第三方回款的销售具备真实性。

2、获取了报告期内主要第三方回款客户针对第三方回款的确认函，对其报告期内存在第三方代其支付款项事宜、与代付方的关系、代付原因等事项进行确认，了解代付方的具体身份和代付行为的原因，确认第三方回款具有必要性及商业合理性。

三、结合发行人实际控制人及其亲属、董监高（原监事）及其亲属对外投资情况、报告期内关联方注销情况等，核查说明发行人关联方、关联交易的披露是否真实、准确、完整，是否存在利益输送或资金体外循环情形。

(一) 发行人实际控制人及其亲属、董监高（原监事）及其亲属对外投资情况等

1、发行人实际控制人及其亲属、董监高（原监事）及其亲属对外投资情况

截至本问询函回复之日，根据《北京证券交易所股票上市规则》的规定，发行人的实际控制人及其亲属、董事、监事（如有）、高级管理人员及其亲属直接对外投资情况具体如下：

姓名	与发行人关联关系	对外投资单位名称	持股比例
章景初	实际控制人、董事长、核心技术人员	毅屹实业	10.00%
		俱立实业	33.00%
		BravoBridgeCo.,Ltd	100.00%
裴腊妹	实际控制人、核心技术人员	毅屹实业	10.00%
		俱立实业	57.26%

姓名	与发行人关联关系	对外投资单位名称	持股比例
		北京德金企业管理中心（有限合伙）	2.04%
唐云冰	实际控制人、董事、总经理、核心技术人员	俱荣实业	56.23%
章璟璇	实际控制人	毅屹实业	40.00%
章璟琳	实际控制人、董事会秘书	毅屹实业	40.00%
张静思	实际控制人、董事会秘书章璟琳的配偶	扬州游邦网络科技有限公司	100.00%
汪晓伍	职工代表董事、副总经理、核心技术人员	俱荣实业	6.73%
汪培根	职工代表董事、副总经理、核心技术人员汪晓伍的父亲	常州思高	90.00%
王光惜	独立董事	-	-
赵成磊	独立董事	-	-

上述实际控制人及其亲属、董监高（原监事）及其亲属对外投资企业的经营业务与发行人不存在相同或相近的情况，除常州思高外，且不属于发行人的上下游行业

2、报告期内关联方注销情况

经查阅实际控制人、董监高人员的调查表并通过互联网公开渠道进行查询，报告期内关联方的注销情况如下：

序号	企业姓名	注销时间	关联关系	存续期间主要经营业务
1	Global Turbo Co.,Ltd.	2023年10月	实际控制人章景初直接持股100.00%	股权投资
2	特博动力科技（常州）有限公司	2023年12月	实际控制人通过毅屹实业间接持股100%	涡轮毛坯铸造加工
3	特博动力科技（香港）有限公司	2024年4月	实际控制人通过毅屹实业间接持股100%	股权投资
4	环能公司（马绍尔）	2025年3月	实际控制人章璟璇、章璟琳分别持股50.00%	未实际开展业务

（二）核查说明发行人关联方、关联交易的披露是否真实、准确、完整，是否存在利益输送或资金体外循环情形

申报会计师执行了以下核查程序：

1、获取并查阅实际控制人、董监高人员调查表，核查实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其亲属的对外投资情况，了解已注销的关联方情况，根据

《北京证券交易所股票上市规则》《企业会计准则第 36 号——关联方披露》《企业会计准则解释第 13 号》中关于关联方的认定标准，识别发行人关联方。

2、通过国家企业信用信息公示系统、企查查检索实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其亲属的对外投资企业情况及已注销关联方的情况。

3、查阅控股股东、实际控制人境外投资主体的相关投资协议、股东名册以及相关上市公司的信息公告文件。

4、查阅会议文件、公司章程和关联交易管理制度，了解公司制定的关联交易审批程序及执行情况。

5、获取发行人报告期内关联交易相关合同凭证，分析关联交易和对应产品非关联交易的单价对比情况、以及关联交易占同类型交易的金额和比重等情况，确定关联交易的商业合理性和价格公允性。

6、核查发行人及其实际控制人、董事、监事和高级管理人员等关键人员的银行流水及相关资料，是否存在资金体外循环、利益输送情形。

经核查，我们认为：结合发行人实际控制人及其亲属、董监高及其亲属对外投资情况、报告期内关联方注销情况等，发行人关联方、关联交易的披露真实、准确、完整，不存在利益输送或资金体外循环情形。

四、按照《2 号指引》2-18 资金流水核查的要求，提交资金流水核查专项说明，详细说明对发行人及关键主体资金流水的核查情况，是否存在异常及核查程序、结论等；说明现金分红的具体流向，是否存在资金体外循环等情况。

（一）按照《2 号指引》2-18 资金流水核查的要求，提交资金流水核查专项说明，详细说明对发行人及关键主体资金流水的核查情况，是否存在异常及核查程序、结论等

会计师主要执行的核查程序如下：

1、访谈发行人财务总监，查阅《财务内控制度》《筹资内控制度》《采购管理制度》等资金管理相关内控制度文件，抽样核查资金收支记录，了解发行人的资金管理内控制度的建立情况，主要内容包含货币资金管理、票据管理、保证金及保函管理，评估与测试与货币资金有关的内控设计的合理性和执行的有效性，并。同时，访谈主要客户和供应商，了解其与发行人及其实际控制人、董事、原

监事、高级管理人员等关键人员及发行人主要关联方是否存在关联关系和资金往来。

2、对发行人及其子公司资金流水执行的核查程序

(1) 实地前往发行人及其子公司银行账户开户行，打印《已开立银行结算账户清单》和报告期内的银行账户交易流水，确保所有银行流水账户均亲自获取，并与发行人银行资金流水对账单、银行记账和相关自然人主体的资金流水交叉核对，核查是否存在银行开立账户清单以外的账户，以确保上述主体提供资金流水的完整性，并确认是否存在银行账户不受发行人控制或未在发行人财务核算中全面反映的情况；

(2) 核查发行人及其子公司资金流水是否存在异常情形，将大额流水记录与财务系统账务记录进行双向核对，并抽取发票、订单等支持性单据确认大额交易背景真实性，核实是否存在大额购买无实物形态资产或服务的情形，是否与发行人的经营活动、资产购置、对外投资等相匹配，核查与关联方、客户、供应商是否存在异常的大额资金往来。

(3) 发行人及其子公司银行流水核查范围具体如下：

1) 法人主体 常州环能涡轮动力股份有限公司：中国银行常州新北支行银行、交通银行股份有限公司常州新区支行银行、中信银行股份有限公司常州新北支行银行、招商银行股份有限公司常州新北支行银行、浙商银行股份有限公司常州分行银行、中国民生银行股份有限公司常州支行银行、俄罗斯外贸银行公众股份公司上海分行银行、渣打银行(中国)有限公司上海分行银行、兴业银行股份有限公司常州新北支行银行、中国工商银行股份有限公司常州新区支行；

2) 法人主体 常州飞渡进出口有限公司：中国银行常州新北支行银行；

3) 法人主体 EANDE Turbo-Power Co., Limited：交通银行股份有限公司常州新区支行银行、恒生银行；

4) 法人主体 E AND E TURBO HONGKONG CO., LIMITED：交通银行股份有限公司常州新区支行银行、华侨银行、渣打银行(中国)有限公司上海分行银行；

5) 法人主体 常州飞泓动力科技有限公司：兴业银行股份有限公司常州新北支行银行；

6) 法人主体 常州飞羿动力科技有限公司：兴业银行股份有限公司常州新北支行银行、中信银行股份有限公司常州新北支行银行。

3、对发行人主要人员资金流水执行的核查程序

对发行人实际控制人及其父母、配偶、董事、原监事、高级管理人员、关键岗位人员等自然人的资金流水，执行了如下核查程序：

(1) 通过云闪付查询所有核查对象的已开立银行账户；

(2) 陪同上述自然人前往 6 家国有大型商业银行（中国银行、农业银行、工商银行、建设银行、邮储银行、交通银行），9 家上市股份制银行（招商银行、浦发银行、中信银行、光大银行、华夏银行、民生银行、兴业银行、平安银行、浙商银行），上述自然人常住地的主要区域性银行（江苏银行、江南农村商业银行等），以及云闪付查询结果显示开立账户的银行，现场查询银行账户开立情况，并打印相应账户的流水；

(3) 通过交易对手方及账户相互勾稽核对的方式，进一步核查资金流水账户完整性；

(4) 将单笔 5 万元人民币或 1 万美元及以上的流水记录的交易对手方，与发行人、发行人关联方、报告期内发行人员工、报告期内发行人客户供应商以及其现有和历史的股东、实际控制人、董事、原监事、高级管理人员进行核对，核查是否存在重叠，是否存在异常的情形；

(5) 分析流水记录中单笔 5 万元人民币或 1 万美元及以上的流水性质，核查是否存在异常情形，访谈相关人员，获取股权收购协议、分红相关决议、购买理财保险记录、借款借据及还款记录等支持性单据，并实地查看消费的美容院、相关企业经营场所；

(6) 获取核查对象关于银行账户完整性及个人银行卡相关事项的承诺函。

4、对发行人关联法人资金流水执行的核查程序

对于受实际控制人及其父母、配偶控制、曾经控制、施加重大影响的主要关联方：常州毅屹实业发展有限公司、常州俱立实业投资合伙企业（有限合伙）、常州俱荣实业投资合伙企业（有限合伙）等主要关联企业的资金流水，执行了如下核查程序：

(1) 获取上述关联企业截至注销前或截至 2025 年 12 月的银行账户开户清单，据此获取上述企业报告期内的银行流水；

(2) 通过交易对手方及账户相互勾稽核对的方式，进一步核查资金流水账户完整性；

(3) 将单笔 50 万元人民币或 7 万美元及以上的流水记录的交易对手方，与发行人、发行人关联方、报告期内发行人员工、报告期内发行人客户供应商以及其现有和历史的股东、实际控制人、董事、原监事、高级管理人员进行核对，核查是否存在重叠，是否存在异常的情形；

(4) 分析流水记录中单笔 50 万元人民币或 7 万美元及以上的流水性质，核查是否存在异常情形，访谈相关人员并获取入账凭证、发票、销售或采购订单、租赁协议、借款协议等支持性单据。

(5) 发行人关联法人银行流水核查范围具体如下：

1) 法人主体 常州俱立实业投资合伙企业（有限合伙）：兴业银行股份有限公司常州新北支行银行；

2) 法人主体 常州俱荣实业投资合伙企业（有限合伙）：兴业银行股份有限公司常州新北支行银行；

3) 法人主体 常州毅屹实业发展有限公司：交通银行股份有限公司常州新区支行银行、中信银行股份有限公司常州新北支行银行、招商银行股份有限公司常州新北支行银行、兴业银行股份有限公司常州新北支行银行、中国民生银行股份有限公司常州新北支行；

4) 法人主体 马绍尔公司：华侨银行。

会计师已按照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 2 号》之“2-18 资金流水核查”的相关要求进行核查，核查过程未发现异常，相关账户完整，不存在需要扩大资金流水核查范围的情形。报告期内，发行人内部控制健全有效，不存在体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形。

(二) 说明现金分红的具体流向，是否存在资金体外循环等情况。

发行人控股股东毅屹实业于 2023 年收到发行人 2022 年度的分红，共计 7,466.67 万元，毅屹实业收到环能涡轮分红款的资金最终流向如下：

单位：万元

主体	收到分红款项目	分行款金额	主要具体用途
毅屹实业	2023/1/11	600.00	1、偿还发行人借款； 2、实控人借款（后已归还）
毅屹实业	2023/3/30	866.67	用于购买理财
毅屹实业	2023/7/7	500.00	用于购买大额存单
毅屹实业	2023/9/18	5,500.00	1、用于购买理财； 2、实控人借款（后已归还）
合计		7,466.67	

发行人报告期内不存在其他分红事项。综上，毅屹实业取得的分红款，主要用于购买理财及关联方资金拆借（均已归还），不存在资金体外循环的情况。

三、财务会计信息与管理层分析

问题 4.销售收入真实性及准确性

根据申请文件：（1）报告期发行人以外销为主，各期境外销售收入分别为 26,583.95 万元、32,728.66 万元、38,074.89 万元、38,273.48 万元，占营业收入的比例分别为 92.22%、92.94%、89.28%、93.78%。发行人产品出口主要以欧洲为主、其他国家和地区为辅。（2）报告期内，发行人采用直销、经销相结合的销售模式，直销模式下发行人直接销往品牌商、贸易商、汽配零售店、汽车维修厂等客户，各期直销收入占比分别为 73.22%、64.94%、67.51%和 66.37%，经销收入占比分别为 26.78%、35.06%、32.49%和 33.63%。

（1）境外销售真实性。请发行人：①说明报告期各期在不同国家或地区实现的收入金额及占比、业务模式（OBM、ODM、OEM）、销售模式（直销、贸易、经销）、客户类型（汽车零部件品牌商、涡轮增压器专业修理厂、汽车修理商、汽配连锁店、贸易商、经销商）及数量分布情况，分析各主要销售区域收入变化的原因，与当地汽车前装及后装市场需求、竞争格局、车辆保有率、平均车龄或报废年限、涡轮装配及维修情况等终端需求的匹配性，与同行业可比公司境外销售占比、分布及变动趋势是否一致。②说明不同销售区域的主要客户基本情况、经营规模、合作历史、订单获取方式、销售内容、金额及占比、毛利率、发行人供货份额、应收账款期末余额及回款情况、是否通过第三方回款，如为非终端客户，请说明对应终端客户的基本情况及其经营规模等。③按照销售区域、合作年限、销售金额分层说明报告期内不同销售模式、客户类型的数量、收入金额及占比、毛利率情况，分层分类说明新老客户、不同销售金额层级客户对发行人业绩增长的贡献情况；说明不同销售区域新增客户的合作背景及订单获取方式、终端客户情况，销售内容及价格、毛利率、信用政策、回款情况等与存量客户是否存在显著差异及合理性。④说明对境内外不同类型客户的销售返利政策及相关内控情况，各期预提、实际返利金额及变化原因，与销售收入的匹配性、相关会计处理及合规性，是否符合行业惯例，是否存在通过返利政策刺激销售、调节业绩情形；说明销售合同中是否存在其他可变对价、特殊质量保证、重大融资成分、非现金对价、应付客户对价等条款。⑤说明境外销售不同贸易模式的收入金额、占比、收入确认时点及依据；结合运输方式变更、各贸易模式下费用构成及承担主体情况，分析运输方式的转变对收入确认周期、相关成本费用构成、定价、收

入确认等影响。⑥结合各期存量客户、新增客户的合作情况，产品在主要销售国家或地区的竞争优势、销售渠道优势等，分析发行人境外销售的稳定性及可持续性，是否存在业绩大幅下滑、被竞争对手替代风险，并进行充分的风险揭示。

(2) 终端销售实现情况。请发行人：①结合涡轮增压器汽车后市场特征、竞争格局、销售渠道分布、同行业可比公司经销商和贸易商销售的比例情况，说明发行人采用经销、贸易模式销售的合理性；结合客户管理制度、合同条款等，说明经销商和贸易商的划分标准和主要差异，分析同时采用经销和贸易模式销售的商业合理性；补充披露经销商管理制度的建立及执行有效性。②列示各期不同销售模式主要客户的基本情况、经营规模、销售内容、金额及占比、毛利率、应收账款期末余额及回款情况（回款比例、是否通过第三方回款及原因）、向发行人的采购规模及占比、各期采购金额与其经营规模及终端客户需求是否匹配，是否存在关联关系，与上述客户的合作背景、合作历史、订单获取方式、在手订单情况，报告期内收入变化的原因及合理性；说明各类销售模式客户的采购频率、单次采购金额、备货周期与进销存数据的匹配情况、销售返利、各期退换货情况，其采购情况是否与发行人产品“多品种、多批次、小批量”特征、终端客户需求及消费特征相匹配。③说明各期不同类型客户中是否存在成立时间较短或报告期内注销、非法人实体、经营范围与涡轮或汽车维修业务无关、专门采购发行人产品、由发行人（前）员工或其近亲属设立或持股等特殊情形，如存在，请说明原因及合理性，销售真实性、定价公允性，是否存在非经营性往来、利益输送情形。④说明报告期境内外经销商、贸易商数量及变动、收入金额及占比、终端客户所在区域市场需求等情况；结合经销商和主要贸易商的进销存情况、是否存在期末存货规模较大、期后销售异常或大额退货情形、终端销售实现情况、经销商和贸易商的应收账款及回款、较直销客户的差异及合理性等因素，说明是否存在通过经销商、贸易商压货扩大收入的情形。⑤结合贸易商的开拓方式、贸易商与终端客户的合作模式等，说明报告期内贸易商数量较少且采购金额高于毅合捷等同行业公司的合理性；说明主要贸易商客户 A 采购金额持续上涨、毛利率水平与其他同类客户和非贸易商客户存在差异的合理性。

(3) 收入确认准确性及其他披露事项。请发行人：①披露三类产品的销售区域分布、销售模式、主要客户情况；披露主营业务收入-其他、其他业务收入

的类型、构成、毛利率情况。②说明废料产生环节、报告期废料率及变动情况，与业务规模的匹配性。③说明不同销售区域各销售模式的收入确认时点、依据及合理性，收入确认内外部证据及关键要素齐备性，证据缺失或要素不齐全对应的主要客户、收入金额及占比情况，关于收入确认时点、确认金额准确性的内控措施及执行情况。

请申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见，说明核查方式、过程、范围和结论。（2）按照《2号指引》2-13 境外销售的要求，具体说明对境外销售真实性、公允性所采取的核查程序、比例及核查结论。列表说明对境内外客户走访的具体情况，包括但不限于具体走访客户的名单、方式、对象、时间、获取的核查证据等，说明未对部分境外客户实地走访的原因、替代性核查程序及有效性。具体说明报告期各期直接客户及终端客户走访范围及样本选取方式，抽样样本与客户总体样本特征的匹配情况，相关核查比例是否充分；说明未对部分境外客户实地走访的原因，采取的替代措施及有效性。（3）结合《2号指引》2-15 经销模式的要求，说明针对经销商核查样本的选取依据及是否合理、充分，实地走访、视频走访、替代措施的具体形式、覆盖比例、获取的证据及有效性，并更新专项说明；针对经销商、贸易商及终端销售核查的样本选取依据及充分性，核查手段及覆盖范围能否支持销售真实性的核查结论。

请申报会计师根据《2号指引》2-13 境外销售的要求说明核查情况并发表明确意见。

【发行人说明与披露】

一、境外销售真实性

（一）说明报告期各期在不同国家或地区实现的收入金额及占比、业务模式（OBM、ODM、OEM）、销售模式（直销、贸易、经销）、客户类型（汽车零部件品牌商、涡轮增压器专业修理厂、汽车修理商、汽配连锁店、贸易商、经销商）及数量分布情况，分析各主要销售区域收入变化的原因，与当地汽车前装及后装市场需求、竞争格局、车辆保有率、平均车龄或报废年限、涡轮增压器及维修情况等终端需求的匹配性，与同行业可比公司境外销售占比、分布及变动趋势是否一致

1、说明报告期各期在不同国家或地区实现的收入金额及占比、业务模式（OBM、ODM、OEM）、销售模式（直销、贸易、经销）、客户类型（汽车零部件品牌商、涡轮增压器专业修理厂、汽车修理商、汽配连锁店、贸易商、经销商）及数量分布情况，分析各主要销售区域收入变化的原因

(1)报告期各期在不同国家或地区实现的收入金额及占比、业务模式(OBM、ODM、OEM)、销售模式(直销、贸易、经销)、客户类型(汽车零部件品牌商、涡轮增压器专业修理厂、汽车修理商、汽配连锁店、贸易商、经销商)及数量分布情况

报告期内，公司境外销售地区以欧洲为主、其他国家和地区为辅，在不同地区实现的收入金额及占比情况如下：

单位：万元

销售地区	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占主营业务 收入比例	金额	占主营业务 收入比例	金额	占主营业务 收入比例
欧洲	35,675.78	65.03%	28,080.16	67.50%	23,237.91	67.92%
南美洲	3,991.60	7.28%	2,948.74	7.09%	2,485.13	7.26%
北美洲	3,909.50	7.13%	2,940.56	7.07%	3,475.12	10.16%
亚洲（不包括中国 大陆地区）	5,207.69	9.49%	1,533.21	3.69%	1,410.57	4.12%
非洲	1,903.38	3.47%	1,279.81	3.08%	740.90	2.17%
大洋洲	612.57	1.12%	462.94	1.11%	731.14	2.14%
合计	51,300.52	93.51%	37,245.41	89.53%	32,080.76	93.76%

报告期内，公司在不同地区涉及的业务模式(OBM、ODM、OEM)实现的收入情况如下：

单位：万元

销售地区	业务 模式	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
		金额	占主营业务 收入比例	金额	占主营业务 收入比例	金额	占主营业务 收入比例
欧洲	OBM	19,934.00	36.34%	15,656.03	37.64%	13,606.88	39.77%
	ODM	15,741.79	28.69%	12,424.13	29.87%	9,631.03	28.15%
	合计	35,675.78	65.03%	28,080.16	67.50%	23,237.91	67.92%
南美洲	OBM	2,519.52	4.59%	1,675.14	4.03%	1,660.32	4.85%
	ODM	1,472.08	2.68%	1,273.61	3.06%	824.81	2.41%
	合计	3,991.60	7.28%	2,948.74	7.09%	2,485.13	7.26%
北美洲	OBM	2,412.84	4.40%	1,906.02	4.58%	2,288.01	6.69%
	ODM	1,496.67	2.73%	1,034.54	2.49%	1,187.11	3.47%
	合计	3,909.50	7.13%	2,940.56	7.07%	3,475.12	10.16%

销售地区	业务模式	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
		金额	占主营业务 收入比例	金额	占主营业务 收入比例	金额	占主营业务 收入比例
亚洲（不包括 中国大陆地区）	OBM	1,459.27	2.66%	1,161.07	2.79%	1,045.84	3.06%
	ODM	427.03	0.78%	372.14	0.89%	364.73	1.07%
	OEM	3,321.40	6.05%	-	-	-	-
	合计	5,207.69	9.49%	1,533.21	3.69%	1,410.57	4.12%
非洲	OBM	1,476.70	2.69%	1,279.81	3.08%	740.90	2.17%
	ODM	426.69	0.78%	-	-	-	-
	合计	1,903.38	3.47%	1,279.81	3.08%	740.90	2.17%
大洋洲	OBM	8.14	0.01%	5.99	0.01%	6.69	0.02%
	ODM	604.43	1.10%	456.94	1.10%	724.45	2.12%
	合计	612.57	1.12%	462.94	1.11%	731.14	2.14%
合计	51,300.52	93.51%	37,245.41	89.53%	32,080.76	93.76%	

报告期内，公司在不同地区涉及的销售模式（直销、贸易、经销）实现的收入情况如下：

单位：万元

销售地区	销售模式	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
		金额	占主营业务 收入 比例	金额	占主营业务 收入 比例	金额	占主营业务 收入 比例
欧洲	直销	19,820.10	36.13%	16,547.81	39.78%	13,591.96	39.73%
	经销	15,560.73	28.36%	11,096.57	26.67%	9,557.87	27.94%
	贸易	294.95	0.54%	435.78	1.05%	88.08	0.26%
	合计	35,675.78	65.03%	28,080.16	67.50%	23,237.91	67.92%
南美洲	直销	2,787.79	5.08%	2,063.28	4.96%	1,610.16	4.71%
	经销	1,110.53	2.02%	884.32	2.13%	874.97	2.56%
	贸易	93.27	0.17%	1.14	0.00%	-	-
	合计	3,991.60	7.28%	2,948.74	7.09%	2,485.13	7.26%
北美洲	直销	2,774.95	5.06%	2,081.94	5.00%	2,356.80	6.89%
	经销	995.24	1.81%	761.30	1.83%	1,051.47	3.07%
	贸易	139.32	0.25%	97.32	0.23%	66.84	0.20%
	合计	3,909.50	7.13%	2,940.56	7.07%	3,475.12	10.16%

销售地区	销售模式	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
		金额	占主营业务收入比例	金额	占主营业务收入比例	金额	占主营业务收入比例
亚洲（不包括中国大陆地区）	直销	1,307.61	2.38%	1,153.31	2.77%	1,061.62	3.10%
	经销	530.58	0.97%	379.90	0.91%	348.95	1.02%
	贸易	3,369.50	6.14%	-	-	-	-
	合计	5,207.69	9.49%	1,533.21	3.69%	1,410.57	4.12%
非洲	直销	1,153.12	2.10%	927.64	2.23%	592.24	1.73%
	经销	742.54	1.35%	352.17	0.85%	148.66	0.43%
	贸易	7.73	0.01%	-	-	-	-
	合计	1,903.38	3.47%	1,279.81	3.08%	740.90	2.17%
大洋洲	直销	612.57	1.12%	462.94	1.11%	731.14	2.14%
	经销	-	-	-	-	-	-
	贸易	-	-	-	-	-	-
	合计	612.57	1.12%	462.94	1.11%	731.14	2.14%
合计		51,300.52	93.51%	37,245.41	89.53%	32,080.76	93.76%

报告期内，公司在不同地区涉及的客户类型（汽车零部件品牌商、涡轮增压器专业修理厂、汽车修理商、汽配连锁店、贸易商、经销商）实现的收入情况如下：

单位：万元

销售地区	销售模式	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
		金额	占主营业务收入比例	金额	占主营业务收入比例	金额	占主营业务收入比例
欧洲	汽车零部件品牌商	15,399.08	28.07%	12,039.79	28.94%	9,358.20	27.35%
	涡轮增压器专业修理厂	2,616.43	4.77%	2,958.32	7.11%	2,651.20	7.75%
	汽车修理商	700.95	1.28%	946.58	2.28%	793.71	2.32%
	汽配连锁店	767.06	1.40%	224.40	0.54%	525.38	1.54%
	贸易商	294.95	0.54%	435.78	1.05%	88.08	0.26%
	经销商	15,560.73	28.36%	11,096.57	26.67%	9,557.87	27.94%
	其他	336.58	0.61%	378.73	0.91%	263.47	0.77%

销售地区	销售模式	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
		金额	占主营业务收入比例	金额	占主营业务收入比例	金额	占主营业务收入比例
	合计	35,675.78	65.03%	28,080.16	67.50%	23,237.91	67.92%
南美洲	汽车零部件品牌商	1,676.86	3.06%	1,445.04	3.47%	966.97	2.83%
	涡轮增压器专业修理厂	396.79	0.72%	323.98	0.78%	361.35	1.06%
	汽车修理商	545.05	0.99%	280.74	0.67%	266.02	0.78%
	汽配连锁店	169.09	0.31%	13.51	0.03%	15.82	0.05%
	贸易商	93.27	0.17%	1.14	0.00%	-	-
	经销商	1,110.53	2.02%	884.32	2.13%	874.97	2.56%
	其他	-	-	-	-	-	-
	合计	3,991.60	7.28%	2,948.74	7.09%	2,485.13	7.26%
北美洲	汽车零部件品牌商	2,260.03	4.12%	1,726.50	4.15%	1,794.36	5.24%
	涡轮增压器专业修理厂	94.75	0.17%	20.69	0.05%	44.35	0.13%
	汽车修理商	217.26	0.40%	174.92	0.42%	175.70	0.51%
	汽配连锁店	162.38	0.30%	152.97	0.37%	288.92	0.84%
	贸易商	139.32	0.25%	97.32	0.23%	66.84	0.20%
	经销商	995.24	1.81%	761.30	1.83%	1,051.47	3.07%
	其他	40.53	0.07%	6.87	0.02%	53.47	0.16%
	合计	3,909.50	7.13%	2,940.56	7.07%	3,475.12	10.16%
亚洲（不包括中国大陆地区）	汽车零部件品牌商	423.44	0.77%	435.55	1.05%	443.42	1.30%
	涡轮增压器专业修理厂	431.48	0.79%	356.45	0.86%	341.40	1.00%
	汽车修理商	444.67	0.81%	340.27	0.82%	264.86	0.77%
	汽配连锁店	3.75	0.01%	13.96	0.03%	1.86	0.01%
	贸易商	3,369.50	6.14%	-	-	-	-
	经销商	530.58	0.97%	379.90	0.91%	348.95	1.02%
	其他	4.28	0.01%	7.08	0.02%	10.08	0.03%

销售地区	销售模式	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
		金额	占主营业务收入比例	金额	占主营业务收入比例	金额	占主营业务收入比例
	合计	5,207.69	9.49%	1,533.21	3.69%	1,410.57	4.12%
非洲	汽车零部件品牌商	1,062.04	1.94%	796.23	1.91%	484.77	1.42%
	涡轮增压器专业修理厂	25.58	0.05%	14.56	0.03%	9.64	0.03%
	汽车修理商	65.49	0.12%	79.52	0.19%	62.28	0.18%
	汽配连锁店	-	-	-	-	-	-
	贸易商	7.73	0.01%	-	-	-	-
	经销商	742.54	1.35%	352.17	0.85%	148.66	0.43%
	其他	-	-	37.32	0.09%	35.55	0.10%
	合计	1,903.38	3.47%	1,279.81	3.08%	740.90	2.17%
大洋洲	汽车零部件品牌商	604.43	1.10%	456.94	1.10%	724.45	2.12%
	涡轮增压器专业修理厂	8.14	0.01%	5.99	0.01%	6.69	0.02%
	汽车修理商	-	-	-	-	-	-
	汽配连锁店	-	-	-	-	-	-
	贸易商	-	-	-	-	-	-
	经销商	-	-	-	-	-	-
	其他	-	-	-	-	-	-
	合计	612.57	1.12%	462.94	1.11%	731.14	2.14%
合计	51,300.52	93.51%	37,245.41	89.53%	32,080.76	93.76%	

报告期内，公司在不同地区的客户数量分布情况如下：

单位：家数

销售地区	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	数量	占境外客户数量比	数量	占境外客户数量比	数量	占境外客户数量比
欧洲	177	43.49%	182	47.03%	178	47.59%
南美洲	64	15.72%	53	13.70%	52	13.90%
北美洲	45	11.06%	54	13.95%	53	14.17%

销售地区	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	数量	占境外客户数量比	数量	占境外客户数量比	数量	占境外客户数量比
亚洲（不包括中国大陆地区）	87	21.38%	65	16.80%	64	17.11%
非洲	22	5.41%	20	5.17%	15	4.01%
大洋洲	12	2.95%	13	3.36%	12	3.21%
合计	407	100.00%	387	100.00%	374	100.00%

（2）各主要销售区域收入变化的原因

报告期内，公司在欧洲区域的销售收入分别为 23,237.91 万元、28,080.16 万元和 35,675.78 万元，销售收入呈现逐年增长趋势，主要原因系客户类型为汽车零部件品牌商和经销商的销售额逐年增长，其中以存量客户 E&E TURBO SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCI、RECOTURBO LIMITED 和 BR Turbo SPB LTD 等采购规模增长为主。

报告期内，公司在南美洲区域的销售收入分别为 2,485.13 万元、2,948.74 万元和 3,991.60 万元，销售收入呈现逐年增长趋势，主要原因系公司加大该区域业务开拓，新增多家客户，各期客户数量分别为 52 家、53 家和 64 家。

报告期内，公司在北美洲区域的销售收入分别为 3,475.12 万元、2,940.56 万元和 3,909.50 万元，整体保持平稳。

报告期内，公司在亚洲区域（不包括中国大陆地区）的销售收入分别为 1,410.57 万元、1,533.21 万元和 5,207.69 万元，其中，2025 年度公司亚洲区域销售收入增长较多，主要系客户 A2025 年的部分销售收入由中国大陆地区转为该区域外销所致。

报告期内，公司在非洲区域和大洋洲区域的合计销售收入占营业收入比例低于 5%，对公司营业收入整体影响较小。

2、与当地汽车前装及后装市场需求、竞争格局、车辆保有率、平均车龄或报废年限、涡轮装配及维修情况等终端需求的匹配性

公司境外销售区域以欧洲为主，其他国家和地区为辅。报告期内，公司在欧洲及美洲市场的收入占比超过 80%。公司业务发展与欧洲市场及美洲市场当地汽车前装及后装市场需求、竞争格局、车辆保有率、平均车龄或报废年限、涡轮装

配及维修情况等对公司产品需求的影响如下：

(1) 欧洲及美洲汽车前装及后装市场需求、竞争格局

1) 欧洲市场

①汽车前装及后装市场需求

报告期内，公司欧洲市场各期销售占比均超过 60%。根据 Global Market Insights 的统计数据及预计情况，2024 年欧洲涡轮增压器市场规模为 78 亿美元，预计 2025 年至 2034 年 CAGR（复合增长率）达 4.6%，欧洲市场对涡轮增压器产品的需求较高，且后续将保持增长趋势。

一方面，欧洲市场涡轮增压技术发展较早，宝马、奔驰、大众、奥迪、沃尔沃等知名汽车品牌较早地在发动机上应用涡轮增压技术，随着车辆使用年限的增加，涡轮增压器的替换需求增加；另一方面，欧洲地区车辆保有率较高且车辆平均使用年限较长，车龄整体处于较高水平，而装配涡轮增压器的汽车在 8-10 年后会进入涡轮增压器更换、维修高峰期，因此欧洲的汽车涡轮增压器后市场规模巨大；此外，欧洲在产品流通阶段形成了包括前装配件经销商、独立售后品牌商、汽配连锁店、独立售后品牌经销商、贸易商在内的多渠道供应格局，前装和后装市场成熟度均较高，市场规模较大。综合上述市场环境的影响，公司在欧洲地区的产品销售规模增长较快。

②竞争格局

欧洲汽车工业发达，汽车保有量较多，涡轮增压器后市场规模较大。由于欧洲国家众多，不同国家市场情况存在差异。

波兰：波兰涡轮增压器后市场独立售后品牌参与者较多，包括环能涡轮、毅合捷、凤城太平洋神龙增压器有限公司、Melett 等公司。以 2023 年公司和毅合捷在波兰的销售收入为例，公司在波兰的销售收入为 5,923.05 万元，毅合捷在波兰的销售收入为 3,659.04 万元，公司在波兰的市场份额高于毅合捷。

俄罗斯：俄罗斯受制裁影响，涡轮增压器产品主要系通过向中国进口来满足当地市场需求。俄罗斯涡轮增压器后市场独立售后品牌参与者主要包括环能涡轮、毅合捷等公司。以 2023 年公司和毅合捷在俄罗斯的销售收入为例，公司在俄罗斯的销售收入为 3,920.30 万元，毅合捷在俄罗斯的销售收入为 6,569.23 万元，公司在俄罗斯的市场份额低于毅合捷，公司在俄罗斯市场占据一定的市场份额。

乌克兰：乌克兰涡轮增压器后市场独立售后品牌参与者主要包括环能涡轮、毅合捷等公司。以 2023 年公司和毅合捷在乌克兰的销售收入为例，公司在乌克兰的销售收入为 2,617.50 万元，根据披露数据，毅合捷在乌克兰的销售收入测算为 969.12 万元，公司在乌克兰的市场份额高于毅合捷；经公司乌克兰主要客户及终端客户访谈确认，在乌克兰当地，公司的涡轮增压器品牌影响力较大，占据

当地市场份额的前列。

意大利：意大利涡轮增压器后市场独立售后品牌参与者主要包括环能涡轮、毅合捷、Melett 等公司。以 2023 年公司和毅合捷在意大利的销售收入为例，公司在意大利的销售收入为 2,662.89 万元，毅合捷在意大利的销售收入为 5,889.13 万元，公司在意大利的市场份额低于毅合捷，公司在意大利市场占据一定的市场份额。

英国：英国涡轮增压器后市场独立售后品牌主要包括环能涡轮、Melett、毅合捷、凤城太平洋神龙增压器有限公司等公司，其中 Melett 为英国本土品牌，居于领先地位。以 2023 年公司和毅合捷在英国的销售收入为例，公司在英国的销售收入为 1,591.29 万元，毅合捷在英国的销售收入为 2,733.90 万元，公司在英国的市场份额低于毅合捷。公司在英国有一定的品牌知名度，但是市场份额有限。

2) 美洲市场

①汽车前装及后装市场需求

北美地区是全球范围内重要的汽车生产消费市场，居于行业领导地位的跨国整车及零部件制造商均已在北美投资建设生产基地。近年来，由于北美当地劳动力成本高昂和进口配件技术含量提升等因素，北美零部件企业逐渐将零部件的生产制造环节向亚太地区转移，使得北美地区对海外零部件进口需求的增加。

墨西哥作为公司在北美洲区域的主要销售国家，对汽车零部件的需求旺盛。根据《北美自由贸易协定》规定，进口汽车中若有 62.5%的零部件来自北美则可以免税，《美墨加新贸易协定》将前述比例进一步提高至 75%，并附加了其他规定，这给汽车制造商带来了新的压力，迫使它们从美国、加拿大和墨西哥采购零部件，而相对于美国、加拿大，墨西哥更具备成本优势。此外，由于墨西哥整体海拔较高，空气相对稀薄，而涡轮增压器可通过压缩空气提升发动机效率，公司产品在当地具有稳定的市场需求。

南美洲地区经济发展水平相对较低，汽车消费需求更加注重性价比，当地的涡轮增压器维修需求旺盛，公司产品在南美洲的销售区域主要为哥伦比亚和巴西。

②竞争格局

墨西哥（北美洲）：墨西哥涡轮增压器后市场独立售后品牌参与者主要为环能涡轮、毅合捷。以 2023 年公司和毅合捷在墨西哥的销售收入为例，公司在墨西哥的销售收入为 2,102.65 万元，根据披露数据，毅合捷在墨西哥的销售收入测算低于 2,500 万元，公司在墨西哥的市场份额与毅合捷相当，公司在墨西哥市场占据一定的市场份额。

哥伦比亚（南美洲）：哥伦比亚涡轮增压器后市场独立售后品牌参与者主要包括环能涡轮、毅合捷等公司。以 2023 年公司和毅合捷在哥伦比亚的销售收入为例，公司在哥伦比亚的销售收入为 1,055.27 万元，根据披露数据，毅合捷在哥伦比亚的销售收入测算低于 1,700 万元，公司在哥伦比亚的市场份额与毅合捷相当，公司在哥伦比亚市场占据一定的市场份额。

巴西（南美洲）：巴西涡轮增压器后市场独立售后品牌参与者主要包括环能涡轮、Master Power、宁波摩多进出口有限公司、凤城太平洋神龙增压器有限公司和毅合捷等公司，其中 Master Power 为巴西本土品牌，占据领先地位；宁波摩多进出口有限公司为其他品牌厂商 ODM，占据一定市场份额。以 2023 年公司和毅合捷在巴西的销售收入为例，公司在巴西的销售收入为 679.91 万元，毅合捷在巴西的销售收入为 1,970.31 万元，公司在巴西的市场份额低于毅合捷，公司在巴西市场占有率相对较低。

（2）欧洲及美洲车辆保有率、平均车龄或报废年限、涡轮装配及维修情况

1）欧美市场车辆保有率、平均车龄

欧美市场主要国家车辆保有率、平均车龄等情况如下所示：

区域	国家	乘用车				商用车			
		汽车保有量① (万台)	总人口② (万人) (注 3)	汽车保有率 (%) =①/②	平均车龄 (年)	汽车保有量① (万台)	总人口② (万人)	汽车保有率=①/ ② (%)	平均车龄 (年)
欧洲	俄罗斯	5,155.4(注 4)	14,382.61	35.84%	15.20	679.60	14,382.61	4.73%	/
	乌克兰	1,443.00(注 5)	4,104.88	35.15%	16.20	/	4,104.88	/	16.20
	英国	3,829.92	6,922.60	55.32%	11.00	664.85	6,922.60	9.60%	9.90
	欧盟	25,599.94	45,022.82	56.86%	12.70	3,797.57	45,022.82	8.43%	13.07(注 6)
	意大利	4,134.05	5,895.27	70.12%	13.00	573.23	5,895.27	9.72%	15.00
	波兰	2,049.76	3,655.92	56.07%	15.00	334.11	3,655.92	9.14%	14.80
	西班牙	2,646.95	4,884.88	54.19%	15.00	483.24	4,884.88	9.89%	14.70
北美	美国	9,741.33 (注 7)	34,011.10	28.64%	14.50	19,085.13	34,011.10	56.11%	11.90
	墨西哥	1,965.60(注 8)	13,086.10	15.02%	16.20	1,544.40	13,086.10	11.80%	16.20
南美洲	哥伦比亚	1,348.00(注 9)	5,173.79	26.05%	21.00	/	5,173.79	/	21.00
	巴西	3,900.67(注 10)	21,199.86	18.40%	10.92	907.42	21,199.86	4.28%	10.92

注 1：欧洲统计范围覆盖公司报告期合计收入为前五名的国家，北美洲和南美洲统计范围覆盖报告期内在该大洲合计收入为前两名的国家；

注 2：英国、欧盟、意大利、波兰、西班牙汽车保有量、平均车龄数据为截至 2024 年数据，数据来源“VEHICLES ON EUROPEAN ROADS”，ACEA，2026 年；

注 3：总人口数据取自世界银行集团，除特殊说明外，各个国家人口统计数据均为截至 2024 年数据；

注 4：俄罗斯人口、汽车保有量和平均车龄统计口径为 2023 年；汽车保有量数据来源 Kommersant；平均车龄数据来源 AUTOSTAT；

注 5：乌克兰汽车保有量为该国总体汽车保有量数据，平均车龄未区分乘用车和商用车，且汽车保有量和人口统计口径为 2022 年，平均车龄统计口径为 2024 年；汽车保有量数据来源 巨人肩膀网；平均车龄数据来源 Automotive Market Research Institute；

注 6：欧盟商用车平均车龄是由商用车构成占比加权计算而来；

注 7：美国汽车保有量和平均车龄数据均为截至 2024 年数据，汽车保有量数据来源 Federal Highway Administration；平均车龄数据来源 S&P Global Mobility；

注 8：墨西哥汽车保有量和平均数据均为截至 2024 年，数据来源 INTEGRATE DATA FACTS，平均车龄未区分乘用车和商用车；

注 9：哥伦比亚汽车保有量为该国总体汽车保有量数据，平均车龄未区分乘用车和商用车，且汽车保有量和人口统计口径为 2022 年，平均车龄统计口径为 2023 年；汽车保有量数据来源 巨人肩膀网；平均车龄数据来源 el carro colombiano；

注 10：巴西汽车保有量和平均车龄数据均为截至 2024 年，数据来源 Relatório da Frota Circulante，平均车龄未区分乘用车和商用车；

注 11：表格中/为未找到公开数据。

2) 欧美市场报废年限、涡轮装配及维修情况

目前，全球乘用车平均报废年限超过 15 年，公司主要销售区域或国家汽车报废年限情况如下表所示：

分类	欧洲		美国	
	数据	说明	数据	说明（注 6）
汽车保有量（亿辆）	3.48（注 1）	2024 年，包括所有类型汽车统计国家包括：25 个欧盟成员国及冰岛、挪威、瑞士、英国 4 个国家	2.88（注 2）	2024 年，所有类型汽车
平均车龄（年）（注 3）	12.7	2024 年，欧盟成员国乘用车平均车龄	14.5（注 3）	2024 年，美国乘用车平均车龄
车辆平均报废年限（年）	西欧平均 18.1 年 东欧平均 28.4 年 （注 4）	2021 年	17.1（注 5）	2022 年

注 1：汽车保有量和平均车龄均为截至 2024 年数据，数据来源：“VEHICLES ON

EUROPEAN ROADS”，ACEA，2026 年；

注 2：数据来源：Federal Highway Administration；

注 3：数据来源：S&P Global Mobility；

注 4：数据来源：“Lifespans of passenger cars in Europe:empirical modelling of fleet turnover dynamics”，European Transport Research Review, 2021 年 1 月；

注 5：数据来源：barchart；

注 6：美洲市场仅可获得美国相关数据。

公司主要市场欧洲、美国车辆平均报废年限均超过 15 年的报废年限，车龄越长，涡轮增压器替换率越高，车龄 10-15 年是涡轮增压器维修更换高峰期，是涡轮增压器后市场主要市场。

欧美市场的涡轮增压器平均装配率如下：

区域	汽车涡轮增压器平均装配率
欧洲（注 1）	约 75%
北美洲（注 2）	约 40%
南美洲（注 3）	约 27%

注 1：欧洲市场的汽车涡轮增压器平均装配率数据来源于 Mobility Foresights；

注 2：北美洲市场的汽车涡轮增压器平均装配率数据来源于 PW Consulting；

注 3：南美洲市场的汽车涡轮增压器平均装配率数据来源于埃肯公众号：“市场动态 | 涡轮增压器行业发展前景”。

依据盖瑞特数据，2013 年全球轻型车涡轮增压器装配率约为 32.00%，到 2023 年上升至 54.00%，预计到 2026 年增长至 57.00%。随着涡轮增压器装配率提升，装配有涡轮增压器的汽车保有量稳步增长，为涡轮增压器汽车后市场未来发展提供了基础。

公司境外销售占比较高，产品出口主要在欧洲和美洲市场。欧洲、美洲等市场作为发展成熟的汽车后市场，相较于国内而言，涡轮增压器装配率和汽车车龄等指标较高，另一方面，大规模装配涡轮增压器的车型上市时间要早于中国，相应涡轮增压器后市场维修、更换高峰期要早于中国，市场需求较大。

不同车龄阶段的涡轮增压器维修或更换比例缺乏公开市场数据，公司依据经验数据进行估算，由于涡轮增压器替换率与使用年限相关，不同车龄使用不同的更换率数据。商用车通常使用强度更大，且工作条件更加严苛，其替换率也会高于乘用车。

存量汽车平均车龄	乘用车涡轮增压器每年维修或更换比例	商用车涡轮增压器每年维修或更换比例
8-11 年	2%	4%
12-15 年	3%	5%
>15 年	4%	6%

综上，公司主要销售区域包括欧洲和美洲，公司与当地汽车前装及后装市场

需求、竞争格局、车辆保有率、平均车龄或报废年限、涡轮装配及维修情况等终端需求具有匹配性

3、与同行业可比公司境外销售占比、分布及变动趋势是否一致

报告期各期，公司与同行业可比公司境外销售占比、变动趋势如下：

单位：万元、%

公司名称	内外销	2025 年度			2024 年度			2023 年度	
		金额	占营业收入比	增长率	金额	占营业收入比	增长率	金额	占营业收入比
贝斯特	境外	53,092.34	35.30	13.01	46,979.62	34.62	-1.79	47,834.02	35.61
	境内	97,301.86	64.70	9.67	88,724.91	65.38	2.58	86,490.57	64.39
	合计	150,394.20	100.00	10.82	135,704.53	100.00	1.03	134,324.59	100.00
华培动力	境外	-	-	-	42,429.16	34.21	-4.68	44,510.09	35.35
	境内	-	-	-	81,602.81	65.79	0.23	81,412.36	64.65
	合计	-	-	-	124,031.96	100.00	-1.50	125,922.45	100.00
威易发（注 1）	境外	1,787.76	11.96	73.34	1,031.37	7.73	116.72	475.90	4.47
	境内	13,164.20	88.04	6.99	12,303.64	92.27	21.05	10,164.47	95.53
	合计	14,951.96	100.00	12.13	13,335.01	100.00	25.32	10,640.37	100.00
德博科技（注 1）	境外	-	-	-	10,482.99	32.81	221.95	3,256.08	15.46
	境内	-	-	-	21,463.01	67.19	20.55	17,803.93	84.54
	合计	-	-	-	31,946.00	100.00	51.69	21,060.01	100.00
公司（注 2）	境外	52,175.07	93.25	37.03	38,074.89	89.28	16.34	32,728.66	92.94
	境内	3,776.96	6.75	-17.40	4,572.39	10.72	83.87	2,486.75	7.06
	合计	55,952.03	100.00	31.20	42,647.28	100.00	21.10	35,215.41	100.00

注 1：威易发、德博科技数据为主营业务收入口径；

注 2：公司 2025 年度内销收入下降的主要原因系部分客户内销收入转为外销收入所致。

公司产品主要面向国际汽车后市场，而同行业可比公司贝斯特、华培动力、威易发、德博科技的产品主要面向国内汽车前装市场，主要客户为国内的整车制造厂商或一级零部件供应商，其境内销售占比相对较高。故公司境外销售占比、变动趋势与上述几家同行业可比公司存在一定差异。

报告期各期，公司与同行业公司毅合捷均以国际汽车后市场为主，境外销售占比、分布及变动趋势对比如下：

单位：万元、%

公司名称	地区	2025 年度			2024 年度			2023 年度	
		金额	占主营业务收入比	增长率 (注 2)	金额	占主营业务收入比	增长率 (注 2)	金额	占主营业务收入比
毅合捷 (注 1)	境外销售	-	-	-	32,010.10	90.34	13.13	56,590.37	89.93
	其中：欧洲	-	-	-	21,958.06	61.97	15.47	38,033.08	60.44
	南美洲	-	-	-	2,743.01	7.74	2.50	5,352.46	8.51
	北美洲	-	-	-	3,539.03	9.99	-2.34	7,247.41	11.52
	亚洲（不含港澳台地区）	-	-	-	1,015.95	2.87	13.88	1,784.24	2.84
	非洲	-	-	-	1,561.02	4.41	45.64	2,143.66	3.41
	中国港澳台地区	-	-	-	930.40	2.63	64.22	1,133.14	1.80
	大洋洲	-	-	-	262.64	0.74	-41.40	896.38	1.42
	境内销售	-	-	-	3,423.80	9.66	8.01	6,339.53	10.07
	合计	-	-	-	35,433.90	100.00	12.61	62,929.90	100.00
公司	境外销售	51,300.52	93.51	37.74	37,245.41	89.53	16.10	32,080.76	93.76
	其中：欧洲	35,675.78	65.03	27.05	28,080.16	67.50	20.84	23,237.91	67.92
	南美洲	3,991.60	7.28	35.37	2,948.74	7.09	18.66	2,485.13	7.26
	北美洲	3,909.50	7.13	32.95	2,940.56	7.07	-15.38	3,475.12	10.16
	亚洲（不包括中国大陸地区）	5,207.69	9.49	239.66	1,533.21	3.69	8.69	1,410.57	4.12
	非洲	1,903.38	3.47	48.72	1,279.81	3.08	72.74	740.90	2.17
	大洋洲	612.57	1.12	32.32	462.94	1.11	-36.68	731.14	2.14
	境内销售	3,560.71	6.49	-18.22	4,354.02	10.47	104.09	2,133.36	6.24
	合计	54,861.23	100.00	31.88	41,599.43	100.00	21.59	34,214.12	100.00

注 1：毅合捷 2024 年主营业务收入金额为 2024 年 1-6 月数据；

注 2：毅合捷 2024 年增长率为 2024 年 1-6 月主营业务收入模拟测算全年所得；

公司与同行业公司毅合捷主要面向汽车后市场，且均以欧洲市场为主，境外销售占比、分布及变动趋势不存在明显差异。

(二) 说明不同销售区域的主要客户基本情况、经营规模、合作历史、订单获取方式、销售内容、金额及占比、毛利率、发行人供货份额、应收账款期末余额及回款情况、是否通过第三方回款，如为非终端客户，请说明对应终端客户的基本情况 & 经营规模等

1、说明不同销售区域的主要客户基本情况、经营规模、合作历史、订单获取方式、销售内容、金额及占比、毛利率、发行人供货份额、应收账款期末余额及回款情况、是否通过第三方回款

报告期内，公司不同销售区域的主要客户的基本情况、经营规模、合作历史、订单获取方式如下：

区域	国家/地区	客户名称（注 1）	成立时间	业务范围	经营规模	合作建立方式	合作历史	订单获取方式
欧洲	波兰	KODE S.K.A.（注 2）	2014 年	汽车零配件销售	2024 年 12 月已将主体转让于 ROLMAR Trade Sp.z.o.o., ROLMAR Trade Sp.z.o.o.2025 年经营规模约 4,100 万美元	客户主动联系	2014 年合作至 2024 年底	商务洽谈
	乌克兰	AHROMARKET TOVARYSTVO Z OBMEZhENOIU VIDPOVIDALNISTIU NAUKOVO VYROBNYCHE PIDPRYEMSTVO（注 3）	1999 年	汽车维修及零配件销售	2025 年约 480 万美元	客户主动联系	2006 年至今保持长期稳定合作	商务洽谈
	波兰	E&E TURBO SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCI （注 3）	2023 年	汽车维修及零配件销售	2025 年约 405 万美元	客户主动联系	2023 年至今保持长期稳定合作	商务洽谈

区域	国家/地区	客户名称（注 1）	成立时间	业务范围	经营规模	合作建立方式	合作历史	订单获取方式
	英国	RECOTURBO LIMITED	2010 年	汽车零部件生产与销售	未获取相关信息	展会	2017 年至今保持长期稳定合作	商务洽谈
	意大利	Depros S.R.L.	2011 年	汽车零部件销售	2025 年约 700 万欧元	客户主动联系	2016 年至今保持长期稳定合作	商务洽谈
	俄罗斯	OBSHESTVO S OGRANICHENNOY OTVETSTVENNOSTYU "KOMPANIYA TURBONAYZER"	2018 年	汽车维修及零配件销售	2025 年约 570 万美元	客户主动联系	2018 年至今保持长期稳定合作	商务洽谈
	俄罗斯	BR Turbo SPB LTD	2013 年	汽车零部件销售	2025 年约 1,008 万美元	展会	2017 年至今保持长期稳定合作	商务洽谈
	西班牙	BORG AUTOMOTIVE SPAIN,S.L.U.	2020 年	汽车零部件销售	2025 年约 2,300 万欧元	客户主动联系	2020 年至今保持长期稳定合作	商务洽谈
	波兰	ROLMAR Trade Sp.z.o.o(注 2)	1989 年	汽车零部件销售	2025 年约 4,100 万美元	客户主动联系	2025 年合作至今, 双方保持良好关系	商务洽谈
北美洲	墨西哥	Laura Imelda Cruz Zamorano	2021 年	涡轮增压零部件维修及销售	2023 年 1-6 月约 170 万墨西哥比索	客户主动联系	2021 年至今保持长期稳定合作	商务洽谈
南美洲	哥伦比亚	TURBOS Y PARTES IMPORTACIONES SAS	2017 年	汽车零部件销售	2023 年 1-6 月约 100 万美元	客户主动联系	2017 年至今保持长期稳定合作	商务洽谈
亚洲(不包括中国大陆地区)	中国香港	公司 B (注 4)	2025 年	涡轮增压器部件、涡轮增压发动机部件等	2022 年-2024 年年均经营规模为 3,000 万元	客户主动联系	2016 年至今保持长期稳定合作	商务洽谈

注 1：主要客户范围涵盖了公司报告期各期境外销售前五名客户。北美洲、南美洲和亚洲（不包括中国大陆地区）的主要客户范围包括各自所在洲内第一名客户；

注 2：公司客户 KODE S.K.A.的性质为品牌商。客户 KODE S.K.A.的实际控制人因个人身体原因，于 2024 年 12 月将 KODE S.K.A.的 100.00%

股权转让予 ROLMAR Trade Sp.z.o.o.; 自 2025 年 1 月 1 日起, 由股权收购方 ROLMAR Trade Sp.z.o.o.承接与公司的业务合作;

注 3: AGROMARKET 包括 AHROMARKET TOVARYSTVO Z OBMEZHENOIU VIDPOVIDALNISTIU NAUKOVO VYROBNYCHE PIDPRYEMSTVO、E&E TURBO SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCI; 2023 年 AGROMARKET 拓展自身业务规模, 在波兰新成立了主体 E&E TURBO SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ DPOWIEDZIALNOŚCI, 与公司展开合作;

注 4: 客户 A 包括公司 A 和公司 B; 2023 年和 2024 年, 公司与客户 A 通过内销方式合作, 2025 年, 公司从与客户 A 内销交易逐步转移至和其受同一控制的公司 B 外销交易。客户 A2022 年-2024 年年均经营规模为 3,000 万元, 2025 年经营规模未获取相关信息。

报告期内, 公司不同销售区域的主要客户的销售内容、金额及占比、毛利率及发行人供货份额如下:

单位: 万元、%

区域	国家/地区	客户名称	销售内容	2025 年度			2024 年度			2023 年度			发行人供货份额
				销售额	占比	毛利率	销售额	占比	毛利率	销售额	占比	毛利率	
欧洲	波兰	KODE S.K.A.	涡轮增压器部件、机芯、整机	-	-	-	3,471.71	8.14	*	4,420.34	12.55	*	70%
	乌克兰/波兰	AGROMARKET	涡轮增压器部件、机芯、整机	5,798.62	10.36	*	3,114.44	7.30	*	2,887.82	8.20	*	100%
	英国	RECOTURBO LIMITED	涡轮增压器部件、机芯、整机	1,335.32	2.39	*	1,780.68	4.18	*	237.76	0.68	*	30%
	意大利	Depros S.R.L.	涡轮增压器部件、机芯、整机	1,708.17	3.05	*	1,648.63	3.87	*	1,551.60	4.41	*	95%
	俄罗斯	Company Turbonaizer(注)	涡轮增压器部件、机芯、整机	2,126.43	3.80	*	1,650.11	3.87	*	1,347.58	3.83	*	90%
	俄罗斯	BR Turbo SPB LTD	涡轮增压器部件、机芯、整机	1,808.86	3.23	*	1,583.56	3.71	*	1,234.40	3.51	*	19.30%
	西班牙	BORG AUTOMOTIVE SPAIN,S.L.U.	涡轮增压器部件、机芯、整机	1,643.13	2.94	*	993.48	2.33	*	454.43	1.29	*	70%

区域	国家/地区	客户名称	销售内容	2025 年度			2024 年度			2023 年度			发行人供货份额
	波兰	ROLMAR Trade Sp.z.o.o	涡轮增压器部件、机芯、整机	2,924.37	5.23	*	-	-	-	-	-	-	80%
北美洲	墨西哥	Laura Imelda Cruz Zamorano	涡轮增压器部件、机芯、整机	795.29	1.42	*	756.03	1.77	*	683.46	1.94	*	90%
南美洲	哥伦比亚	TURBOS Y PARTES IMPORTACIONES SAS	涡轮增压器部件、机芯、整机	827.24	1.48	*	614.53	1.44	*	563.74	1.60	*	100%
亚洲（不包括中国大陆地区）	中国香港	公司 B	涡轮增压器部件、航空发动机部件等	3,319.35	5.93	*	-	-	-	-	-	-	约 70%~80%（注 3）

注 1：同一控制下主要客户销售额、占比、毛利率情况按合并口径列示；

注 2：Company Turbonaizer 客户下包括 Company Turbonaizer、Limited Liability Company "TURBONIZER COMPANY"及 LLC GROUP OF COMPANIES «TN»。

注 3：客户 A 包括公司 A 和公司 B；客户 A2022 年~2024 年同类产品中发行人供货份额约为 70%~80%。

报告期内，公司不同销售区域的主要客户的应收账款期末余额、期后回款情况及是否涉及第三方回款如下：

单位：万元

区域	国家/地区	客户名称	信用政策	2025 年末应收账款期末余额	截止 2026 年 3 月末应收账款回款金额	是否存在第三方回款
欧洲	波兰	KODE S.K.A.	发货后 60 天内	-	-	否
	乌克兰	AHROMARKET TOVARYSTVO Z OBMEZhENOIU VIDPOVIDALNISTIU NAUKOVO VYROBNYCHE PIDPRYEMSTVO	发货后 60 天内（注 1）	46.97	46.97	是

区域	国家/地区	客户名称	信用政策	2025 年末应收账款期末余额	截止 2026 年 3 月末应收账款回款金额	是否存在第三方回款
	波兰	E&E TURBO SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCI	发货后 60 天内 (注 1)	1,974.61	732.25	是
	英国	RECOTURBO LIMITED	发货后 90 天内	509.79	250.64	否
	意大利	Depros S.R.L.	每月付款 20 万美元	160.94	160.94	否
	俄罗斯	OBSHESTVO S OGRANICHENNOY OTVETSTVENNOSTYU "KOMPANIYA TURBONAYZER"	发货后 60 天内	700.24	434.87	是
	俄罗斯	BR Turbo SPB LTD	发货后 60 天内	290.69	290.69	是
	西班牙	BORG AUTOMOTIVE SPAIN,S.L.U.	发货后 120 天内	612.23	412.08	否
	波兰	ROLMAR Trade Sp.z.o.o	发货后 60 天内	447.14	447.14	否
北美洲	墨西哥	Laura Imelda Cruz Zamorano	发货后 60 天, 客户 每月付款 8 万美元	266.69	193.89	否
南美洲	哥伦比亚	TURBOS Y PARTES IMPORTACIONES SAS	发货后 45 天内 (注 2)	1.38	1.38	是
亚洲 (不包括中国大陆地区)	中国香港	公司 B	先款后货	-	-	否

注 1: 经公司和 AHROMARKET TOVARYSTVO Z OBMEZHENOIU VIDPOVIDALNISTIU NAUKOVO VYROBNYCHE PIDPRYEMSTVO 及 E&E TURBO SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCI 友好协商, 信用政策自 2026 年 1 月 1 日起, 由发货后 60 天内结清款项变更为发货后 120 天内结清款项;

注 2: 经公司和 TURBOS Y PARTES IMPORTACIONES SAS 友好协商, 信用政策自 2026 年 1 月 1 日起, 由发货后 45 天内结清款项变更为发货后 75 天内结清款项。

2、如为非终端客户，请说明对应终端客户的基本情况与经营规模等

报告期内，公司不同销售区域的主要客户的客户性质、客户类型及销售区域如下：

区域	国家/地区	客户名称	客户性质	客户类型	业务区域
欧洲	波兰	KODE S.K.A.	直销	汽车零部件品牌商	主要在波兰境内
	乌克兰	AHROMARKET TOVARYSTVO Z OBMEZhENOIU VIDPOVIDALNISTIU NAUKOVO VYROBNYCHE PIDPRYEMSTVO	经销	经销商	主要在乌克兰境内
	波兰	E&E TURBO SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCI	经销	经销商	主要在波兰境内
	英国	RECOTURBO LIMITED	直销	汽车零部件品牌商	主要为欧洲
	意大利	Depros S.R.L.	经销	经销商	主要在意大利境内
	俄罗斯	OBSHESTVO S OGRANICHENNOY OTVETSTVENNOSTYU "KOMPANIYA TURBONAYZER"	经销	经销商	主要在俄罗斯境内
	俄罗斯	BR Turbo SPB LTD	经销	经销商	主要在俄罗斯境内
	西班牙	BORG AUTOMOTIVE SPAIN,S.L.U.	直销	汽车零部件品牌商	主要为欧洲
	波兰	ROLMAR Trade Sp.z.o.o	直销	汽车零部件品牌商	主要在波兰境内
北美洲	墨西哥	Laura Imelda Cruz Zamorano	直销	汽车零部件品牌商	主要在墨西哥境内
南美洲	哥伦比亚	TURBOS Y PARTES IMPORTACIONES SAS	经销	经销商	主要在哥伦比亚境内
亚洲（不包括中国大陆地区）	中国香港	公司 B	贸易	贸易商	主要为土耳其、摩洛哥、英国、非洲等国家欧地区

上述主要客户中，有 5 家直销商和 6 家经销商，6 家经销商对应的终端客户的基本情况和经营规模如下：

区域	国家/地区	客户名称	客户性质	终端客户		
				公司名称	基本情况	经营规模
欧洲	乌克兰	AHROMARKET TOVARYSTVO Z OBMEZHENOIU VIDPOVIDALNISTIU NAUKOVO VYROBNYCHE PIDPRYEMSTVO	经销	**	成立时间为 2008 年，商业类型属于翻新厂，主要业务区域在乌克兰境内，各年采购规模约为 150 万美元以上	未获取相关信息
				**	成立时间为 2017 年，商业类型属于翻新厂，主要业务区域在乌克兰境内，各年采购规模为 10 万美元以上	2025 年为 14 万美元
	波兰	E&E TURBO SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCI	经销	**	成立时间为 2006 年，商业类型属于翻新厂，主要业务区域为欧洲	未获取相关信息
				**	成立时间为 1999 年，商业类型属于翻新厂，主要业务区域为欧洲	2025 年约为 1,500 万波兰兹罗提
	意大利	Depros S.R.L.	经销	**	成立时间为 2007 年，主要产品为涡轮增压器，商业类型属于汽车改装店、零售商，主要业务区域为意大利	2025 年经营规模约为 70 万欧元
				**	成立时间为 1999 年，商业类型属于翻新厂，主要业务区域为意大利	2025 年经营规模约为 16 万欧元
	俄罗斯	OBSHESTVO S OGRANICHENNOY OTVETSTVENNOSTYU "KOMPANIYA TURBONAYZER"	经销	**	成立时间为 2018 年，主要业务为维修和销售汽车零部件，商业类型属于翻新厂	未获取相关信息
				**	成立时间为 2018 年，主要业务为维修和销售汽车零部件，商业类型属于翻新厂	未获取相关信息
				**	成立时间为 2016 年，主要业务为维修和销售涡轮增压器，商业类型属于翻新厂	未获取相关信息
	俄罗斯	BR Turbo SPB LTD	经销	**	成立时间为 2008 年，主要业务为涡轮增压器维修与保养、汽车服务，商业类型属于翻新厂	2025 年经营规模约为 2,000 万卢布
南美洲	哥伦比亚	TURBOS Y PARTES IMPORTACIONES SAS	经销	**	未获取相关信息	未获取相关信息

注：上述终端客户名称为公司客户所提供。

(三) 按照销售区域、合作年限、销售金额分层说明报告期内不同销售模式、客户类型的数量、收入金额及占比、毛利率情况，分层分类说明新老客户、不同销售金额层级客户对发行人业绩增长的贡献情况；说明不同销售区域新增客户的合作背景及订单获取方式、终端客户情况，销售内容及价格、毛利率、信用政策、回款情况等与存量客户是否存在显著差异及合理性

1、按照销售区域、合作年限、销售金额分层说明报告期内不同销售模式、客户类型的数量、收入金额及占比、毛利率情况，分层分类说明新老客户、不同销售金额层级客户对发行人业绩增长的贡献情况

报告期内，公司不同销售模式境外收入按照销售区域、合作年限、销售金额分层的具体情况如下：

(1) 按照销售区域分层

1) 直销客户

单位：万元、%

销售区域	2025 年度				2024 年度				2023 年度			
	客户数量	主营业务收入	占境外直销收入比	毛利率	客户数量	主营业务收入	占境外直销收入比	毛利率	客户数量	主营业务收入	占境外直销收入比	毛利率
欧洲	155	19,820.10	69.65	40.34	167	16,547.81	71.21	42.08	162	13,591.96	68.15	43.59
南美洲	57	2,787.79	9.80	41.75	48	2,063.28	8.88	44.03	48	1,610.16	8.07	48.21
北美洲	37	2,774.95	9.75	45.58	47	2,081.94	8.96	46.98	48	2,356.80	11.82	50.53
亚洲（不包括中国大陆地区）	74	1,307.61	4.60	49.22	61	1,153.31	4.96	51.92	60	1,061.62	5.32	53.48
非洲	19	1,153.12	4.05	44.14	18	927.64	3.99	47.82	13	592.24	2.97	51.01
大洋洲	12	612.57	2.15	44.30	13	462.94	1.99	52.10	12	731.14	3.67	51.16
合计	354	28,456.14	100.00	41.64	354	23,236.91	100.00	43.61	343	19,943.91	100.00	45.80

注 1：受同一实际控制人控制的主体相关数据以合并口径列示，下同；

报告期内，公司境外直销收入以欧洲市场为主，各期占比均超过 60%，其次为南美洲和北美洲市场，各期占比在 8%~10%

左右。报告期内，公司直销业务收入增长主要为欧洲市场收入的增长。

2) 经销客户

单位：万元、%

销售区域	2025 年度				2024 年度				2023 年度			
	客户数量	主营业务收入	占境外经销收入比	毛利率	客户数量	主营业务收入	占境外经销收入比	毛利率	客户数量	主营业务收入	占境外经销收入比	毛利率
欧洲	16	15,560.73	82.16	40.89	14	11,096.57	82.35	42.08	15	9,557.87	79.77	43.49
南美洲	4	1,110.53	5.86	41.04	4	884.32	6.56	45.00	4	874.97	7.30	48.18
北美洲	5	995.24	5.25	43.54	4	761.30	5.65	46.11	4	1,051.47	8.78	49.39
亚洲（不包括中国大陆地区）	5	530.58	2.80	37.86	4	379.90	2.82	37.90	4	348.95	2.91	39.24
非洲	2	742.54	3.92	38.56	2	352.17	2.61	41.15	2	148.66	1.24	43.93
大洋洲	0	-	-	-	0	-	-	-	0	-	-	-
合计	32	18,939.62	100.00	40.86	28	13,474.26	100.00	42.36	29	11,981.93	100.00	44.23

报告期内，公司境外经销收入以欧洲市场为主，各期占比为 80%左右，收入金额呈现逐年增长趋势，其次为南美洲和北美洲市场，各期占比在 5%~8%左右。报告期内，公司经销业务收入增长主要为欧洲市场收入的增长。

③贸易商客户

单位：万元、%

销售区域	2025 年度				2024 年度				2023 年度			
	客户数量	主营业务收入	占境外贸易收入比	毛利率	客户数量	主营业务收入	占境外贸易收入比	毛利率	客户数量	主营业务收入	占境外贸易收入比	毛利率
欧洲	6	294.95	7.55	38.20	1	435.78	81.57	39.03	1	88.08	56.85	42.58
南美洲	3	93.27	2.39	42.63	1	1.14	0.21	45.27	0	-	-	-
北美洲	3	139.32	3.57	55.33	3	97.32	18.22	52.03	1	66.84	43.15	41.25
亚洲（不包括中国大陆地区）	8	3,369.50	86.29	67.28	0	-	-	-	0	-	-	-
非洲	1	7.73	0.20	44.90	0	-	-	-	0	-	-	-
大洋洲	0	-	-	-	0	-	-	-	0	-	-	-
合计	21	3,904.77	100.00	64.02	5	534.24	100.00	41.41	2	154.92	100.00	42.01

报告期内，公司贸易业务增长主要为亚洲（不包括中国大陆地区）的增长。其中，2025 年增长较多，主要系客户客户 A 由内销收入转为外销所致。

(2) 按合作年限分层

1) 直销客户

单位：万元、%

合作年限	2025 年度				2024 年度				2023 年度			
	客户数量	主营业务收入	占境外直销收入比	毛利率	客户数量	主营业务收入	占境外直销收入比	毛利率	客户数量	主营业务收入	占境外直销收入比	毛利率
5 年以上	216	21,778.31	76.53	42.68	239	19,565.58	84.20	43.74	254	17,860.26	89.55	45.78
3-5 年	33	3,092.90	10.87	36.46	34	1,995.39	8.59	42.99	41	1,649.81	8.27	45.74
报告期内新增	105	3,584.93	12.60	39.80	81	1,675.94	7.21	42.88	48	433.84	2.18	46.81
合计	354	28,456.14	100.00	41.64	354	23,236.91	100.00	43.61	343	19,943.91	100.00	45.80

注 1：受同一实际控制人控制的主体相关数据以合并口径列示，下同；

注 2：上表为截至 2025 年 12 月 31 日，公司直销客户不同合作年限对应的报告期各期客户销售情况，下同。

报告期内，公司境外直销客户中，5 年以上的直销客户收入占当期境外直销收入的比例分别为 89.55%、84.20% 和 76.53%，公司直销收入主要来源于合作 5 年以上的存量客户。报告期内，公司报告期内新增境外直销客户数量分别为 48 家、81 家和 105 家，销售额分别为 433.84 万元、1,675.94 万元和 3,584.93 万元，呈现逐年增长，公司整体市场开拓稳步发展。报告期内，公司直销业务增长主要来源于不同合作年限客户均有所增长。

2) 经销客户

单位：万元、%

合作年限	2025 年度				2024 年度				2023 年度			
	客户数量	主营业务收入	占境外经销收入比	毛利率	客户数量	主营业务收入	占境外经销收入比	毛利率	客户数量	主营业务收入	占境外经销收入比	毛利率
5 年以上	24	17,172.73	90.67	40.97	23	12,471.29	92.56	42.11	24	11,025.87	92.02	44.09
3-5 年	3	386.54	2.04	45.24	3	641.67	4.76	46.51	3	895.63	7.47	45.94
报告期内新增	5	1,380.35	7.29	38.31	2	361.30	2.68	43.54	2	60.43	0.50	43.49
合计	32	18,939.62	100.00	40.86	28	13,474.26	100.00	42.36	29	11,981.93	100.00	44.23

报告期内，公司境外经销客户中，5 年以上的经销客户收入占当期境外经销收入的比例分别为 92.02%、92.56%和 90.67%，公司经销收入主要来源于合作 5 年以上的存量客户。报告期内，公司经销业务增长主要系 5 年以上合作期限合作及报告期内新增客户。

3) 贸易商客户

单位：万元、%

合作年限	2025 年度				2024 年度				2023 年度			
	客户数量	主营业务收入	占境外贸易收入比	毛利率	客户数量	主营业务收入	占境外贸易收入比	毛利率	客户数量	主营业务收入	占境外贸易收入比	毛利率
5 年以上	7	3,640.94	93.24	65.81	1	96.54	18.07	51.98	1	66.84	43.15	41.25
3-5 年	0	-	-	-	1	1.14	0.21	45.27	0	-	-	-
报告期内新增	14	263.83	6.76	39.28	3	436.56	81.72	39.07	1	88.08	56.85	42.58
合计	21	3,904.77	100.00	64.02	5	534.24	100.00	41.41	2	154.92	100.00	42.01

报告期内，公司境外贸易收入分别为 154.92 万元、534.24 万元和 3,904.77 万元。报告期内，公司贸易业务增长主要系 5 年以上合作期限客户收入增长。

(3) 按销售金额分层

报告期内，公司对客户销售金额分层的具体标准如下：

类型（注）	对客户销售金额进行分层的标准
大型客户	销售收入金额在 1,000 万元以上
中型客户	销售收入金额在 100 万元以上，但小于 1,000 万元
小型客户	销售收入金额小于 100 万元

注：报告期内，公司大型客户的分层标准为收入 1,000 万元以上，系依据公司报告期内的年均税前利润金额的 5% 后按百万数向上四舍五入取整确定；公司小型客户的分层标准为收入小于 100 万元，系依据公司报告期内的年均税前利润金额乘以 0.5% 后按百万数向上四舍五入取整确定；中型客户系收入规模介于两者之间的客户。

1) 直销客户

单位：万元、%

销售金额	2025 年度				2024 年度				2023 年度			
	客户数量	主营业务收入	占境外直销收入比	毛利率	客户数量	主营业务收入	占境外直销收入比	毛利率	客户数量	主营业务收入	占境外直销收入比	毛利率
1000 万元以上	6	10,095.03	35.48	36.90	2	5,244.15	22.57	35.52	1	4,420.34	22.16	37.49
100 万元至 1000 万元	46	12,902.94	45.34	43.38	44	12,510.06	53.84	45.00	40	10,178.70	51.04	46.81
100 万元以下	302	5,458.17	19.18	46.29	308	5,482.70	23.59	48.17	302	5,344.87	26.80	50.76
合计	354	28,456.14	100.00	41.64	354	23,236.91	100.00	43.61	343	19,943.91	100.00	45.80

注 1：受同一实际控制人控制的主体相关数据以合并口径列示，下同；

报告期内，公司年销售额 1,000 万元以上层级的境外直销客户数量分别是 1 家、2 家和 6 家，占境外直销收入比例分别为 22.16%、22.57% 和 35.48%，呈逐年增长趋势，主要系公司海外业务规模扩大，直销客户采购规模增加所致。报告期内，公司直销业务增长主要系 1,000 万元以上、100 万元至 1,000 万元两个层级客户的收入增长。

2) 经销客户

单位：万元、%

销售金额	2025 年度				2024 年度				2023 年度			
	客户数量	主营业务收入	占境外经销收入比	毛利率	客户数量	主营业务收入	占境外经销收入比	毛利率	客户数量	主营业务收入	占境外经销收入比	毛利率
1000 万元以上	5	12,636.45	66.72	40.85	5	9,221.18	68.44	41.52	4	6,975.62	58.22	44.70
100 万元至 1000 万元	14	5,830.88	30.79	40.63	13	3,734.83	27.72	44.01	12	4,557.91	38.04	43.14
100 万元以下	13	472.29	2.49	44.09	10	518.25	3.85	45.38	13	448.40	3.74	48.04
合计	32	18,939.62	100.00	40.86	28	13,474.26	100.00	42.36	29	11,981.93	100.00	44.23

报告期内，公司年销售额 1,000 万元以上层级的境外经销客户数量分别是 4 家、5 家和 5 家，占境外经销收入比例分别为 58.22%、68.44% 和 66.72%。报告期内，公司经销业务增长主要系 1,000 万元以上、100 万元至 1,000 万元两个层级客户的收入增长。

3) 贸易商客户

单位：万元、%

销售金额	2025 年度				2024 年度				2023 年度			
	客户数量	主营业务收入	占境外贸易收入比	毛利率	客户数量	主营业务收入	占境外贸易收入比	毛利率	客户数量	主营业务收入	占境外贸易收入比	毛利率
1000 万元以上	1	3,319.35	85.01	67.67	0	-	-	-	0	-	-	-
100 万元至 1000 万元	2	257.61	6.60	48.11	1	435.78	81.57	39.03	0	-	-	-
100 万元以下	18	327.81	8.40	39.59	4	98.46	18.43	51.95	2	154.92	100.00	42.01
合计	21	3,904.77	100.00	64.02	5	534.24	100.00	41.41	2	154.92	100.00	42.01

报告期内，公司贸易业务增长主要系 1,000 万元以上层级客户的收入增长。

2、说明不同销售区域新增客户的合作背景及订单获取方式、终端客户情况，销售内容及价格、毛利率、信用政策、回款情况等与存量客户是否存在显著差异及合理性

(1) 不同销售区域新增客户的合作背景及订单获取方式、终端客户情况

报告期内，公司不同销售区域主要新增客户的合作背景及订单获取方式、终端客户情况具体如下：

销售区域	国家	客户名称	客户类型	首次合作年度	订单获取方式	终端客户情况
欧洲	斯洛伐克	Eltra Trade s.r.o.	贸易商	2023 年	商务洽谈	包括 E&E TURBO SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCI 等（注 2）
	罗马尼亚	SC Remo Impex SRL	经销商	2023 年	商务洽谈	未获取相关信息
	西班牙	TALLERES DIESEL LEON S.L	经销商	2024 年	商务洽谈	**
	英国	客户 J	直销客户	2023 年	商务洽谈	-

注 1：不同销售区域的主要新增客户包括报告期合计销售额为 500 万元以上的新增客户；客户名单中已剔除原客户更换或新增业务主体与公司合作导致成立当年或次年成为公司客户的情形；

注 2：Eltra Trade s.r.o.的终端客户包括 E&E TURBO SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCI，双方基于友好协商达成合作。

报告期内，公司主要新增客户集中于欧洲，三年合计销售额超过 500 万元以上的新增客户为 4 家。公司欧洲不同国家商务拓展情况良好，通过积极的业务开拓，与当地潜在意向客户建立良好的合作关系。

(2) 新增客户销售内容及价格、毛利率、信用政策、回款情况等与存量客户是否存在显著差异及合理性

报告期内，公司不同销售区域主要新增客户的销售内容及价格、毛利率情况如下：

单位：万元、元/件、%

销售区域	国家	客户名称	销售内容	2025 年度			2024 年度			2023 年度		
				销售额	平均单价	毛利率	销售额	平均单价	毛利率	销售额	平均单价	毛利率
欧洲	罗马尼亚	SC Remo Impex SRL	涡轮增压器部件、机芯、整机	561.43	115.96	*	269.76	147.33	*	29.40	404.45	*
	西班牙	TALLERES DIESEL LEON S.L	涡轮增压器部件、机芯、整机	571.49	324.77	*	109.48	228.99	*	-	-	-
	英国	客户 J	涡轮增压器部件、机芯、整机	336.07	565.49	*	266.36	381.28	*	50.98	276.16	*
	斯洛伐克	Eltra Trade s.r.o.	涡轮增压器部件、机芯、整机	118.97	76.59	*	435.78	53.20	*	88.08	84.50	*

由于不同客户采购的产品类别不同，相应价格不同，因此各客户或各期平均单价差异较大且不具有可比性。TALLERES DIESEL LEON S.L、客户 J 等部分新客户由于业务拓展需要，毛利率略低于同区域存量客户同类产品毛利率水平。

报告期内，公司不同销售区域主要新增客户的信用政策、期末应收账款余额，期后回款情况如下所示：

单位：万元

销售区域	国家	客户名称	信用政策	2025 年末应收账款余额	截至 2026 年 3 月末回款金额
欧洲	罗马尼亚	SC Remo Impex SRL	发货后 60 天内	122.10	122.10
	西班牙	TALLERES DIESEL LEON S.L	发货后 50 天内 (注)	-	-
	英国	客户 J	发货后 60 天内	43.87	43.87
	斯洛伐克	Eltra Trade s.r.o.	发货后 60 天内	-	-

注：经公司和 TALLERES DIESEL LEON S.L 友好协商，信用政策自 2026 年 1 月 1 日起，由发货后 50 天内结清款项变更为发货后 60 天内结清款项。

上述主要新增客户信用政策与公司存量客户不存在显著差异，期后回款情况良好。

(四) 说明对境内外不同类型客户的销售返利政策及相关内控情况，各期预提、实际返利金额及变化原因，与销售收入的匹配性、相关会计处理及合规性，是否符合行业惯例，是否存在通过返利政策刺激销售、调节业绩情形；说明销售合同中是否存在其他可变对价、特殊质量保证、重大融资成分、非现金对价、应付客户对价等条款

1、说明对境内外不同类型客户的销售返利政策及相关内控情况，各期预提、实际返利金额及变化原因，与销售收入的匹配性、相关会计处理及合规性，是否符合行业惯例，是否存在通过返利政策刺激销售、调节业绩情形

(1) 说明对境内外不同类型客户的销售返利政策及相关内控情况，各期预提、实际返利金额及变化原因，与销售收入的匹配性

报告期内，公司对境内客户无销售返利政策，公司对部分境外客户存在销售返利政策。公司与客户约定特定期间交易额达到规定金额后，根据合同按照交易额的一定比例给予相应的返利或者根据某类产品的交易额的一定比例给予返利，返利金额在对账后次年的货款中进行抵扣。

公司对境外客户已建立健全《销售返利管理制度》，对销售返利的授权、管

理以及账务处理合规性进行了规范。其中针对销售返利的主要内控制度情况如下：

业务流程	相关内部控制
制定返利政策	销售人员根据客户实际情况向市场部部长提请返利申请，市场部部长审核判断是否具有可行性后将返利情况及预期效果与总经理进行沟通，返利方案达成一致意见后，销售人员根据客户情况在钉钉上发出返利申请审批，经由市场部部长审批同意后方可与客户签订返利协议。
签订返利协议	签订的返利协议由销售人员发起，财务部及市场部部长审核无误后方可签署。返利协议签署后市场部副部长需及时登记销售返利合同台账，并将返利协议发送至财务部归档。
销售返利计提	财务部应收会计确认销售金额并计提销售返利，由财务部部长、市场部副部长审核确认返利计提数据的完整性和准确性。
返利结算确认及入账	销售人员结合客户未发放销售返利余额、返利发放政策，根据返利协议约定编制返利结算单，交由市场部部长、财务部审核确认后与客户邮件确认，无误后通知财务部门进行账务处理。

公司已建立健全返利制度，严格按照返利制度完整、准确的计提返利。

报告期各期，公司返利预提金额、实际返利金额、根据收入及返利比例测算金额如下：

单位：万元

年份	按收入及返利比例测算返利金额	计提返利金额	期后实际返利金额①
2023年	59.26	59.49	59.49
2024年	106.09	106.21	106.21
2025年	165.83	165.83	101.52

报告期各期，公司计提的返利金额均较小，公司已计提的返利金额、期后实际返利金额、按收入及返利比例测算返利金额三者之间差异较小，公司返利金额计提准确且与收入存在匹配性。

（2）相关会计处理及合规性，是否符合行业惯例，是否存在通过返利政策刺激销售、调节业绩情形

公司在计提返利时，借记营业收入，贷记其他流动负债；在实际返利时，借记其他流动负债，贷记营业收入/应收账款。公司的会计处理符合《企业会计准则》的规定。公司报告期各期计提和实际发放的返利金额均较小，不存在通过返利政策刺激销售、调节业绩情形。

2、说明销售合同中是否存在其他可变对价、特殊质量保证、重大融资成分、非现金对价、应付客户对价等条款

报告期内，公司与客户所签订的销售合同中不存在其他可变对价、特殊质量

保证、重大融资成分、非现金对价、应付客户对价等条款。

(五) 说明境外销售不同贸易模式的收入金额、占比、收入确认时点及依据；结合运输方式变更、各贸易模式下费用构成及承担主体情况，分析运输方式的转变对收入确认周期、相关成本费用构成、定价、收入确认等影响

1、说明境外销售不同贸易模式的收入金额、占比、收入确认时点及依据
报告期内，公司境外销售不同贸易模式下的收入金额、占比情况如下：

单位：万元、%

贸易模式	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	销售额	占比	销售额	占比	销售额	占比
FOB 贸易模式	25,671.47	49.20	18,616.49	48.89	14,683.83	44.87
EXW 贸易模式	11,569.94	22.18	9,094.79	23.89	9,085.10	27.76
CIF 贸易模式	10,044.63	19.25	9,414.26	24.73	8,175.15	24.98
货物运至香港客户指定地点	3,319.35	6.36	-	-	-	-
其他小额贸易模式	695.14	1.33	119.87	0.31	136.68	0.42
运保费收入	874.55	1.68	829.48	2.18	647.90	1.98
总计	52,175.07	100.00	38,074.89	100.00	32,728.66	100.00

公司境外销售主要由 FOB 贸易模式、EXW 贸易模式、CIF 贸易模式以及 2025 年新增的公司运输至香港并交付客户的模式四类，四类合计收入占比各期均达到 97% 以上。

公司境外销售收入主要模式下确认时点及依据如下：

贸易条款	收入确认时点	依据
国外-EXW 贸易条款	以客户指定承运人上门提货并取得交接单据时确认收入	客户指定承运人的提货交接单据
国外-FOB、CIF 贸易条款	以货物越过船舷后获得货运提单，同时向海关办理出口申报并经审批同意后确认收入	货运提单及报关单二者孰晚的时间
货物运至香港客户指定地点	以取得的客户签收单据上所示签收时间确认收入	客户签收单据

2、结合运输方式变更、各贸易模式下费用构成及承担主体情况，分析运输方式的转变对收入确认周期、相关成本费用构成、定价、收入确认等影响

报告期内公司各贸易模式下费用构成及承担主体情况如下：

贸易条款	费用构成	承担主体
国外-EXW 贸易条款		全部由客户承担
国外-FOB、CIF 贸易条款	境内运费（公司至发运港）、境外运费（发运港至到运港、到运港至客户）	境内运费由公司承担；境外运费由客户承担
货物运至香港客户指定地点		全部为公司承担

EXW 贸易模式下，客户负责遴选与对接境内外运输商并至公司厂区自行提货，运费由客户直接与运输商结算；FOB 贸易模式下，客户负责遴选与对接境外段运输商并与其结算，公司负责遴选与对接境内段运输商并与其结算，境内段运输费用公司不单独与客户议价；CIF 贸易模式下，境内外运输商均由公司负责遴选及对接并与其结算，境外段运费由公司与客户单独议价并收取，公司不单独与客户商议并收取境内段运输对价；货物运至香港客户指定地点时，公司负责遴选与对接境内外运输商并与其结算，同时公司不单独与客户商议并收取运输对价。

公司承担的境内运输方式在报告期内未发生变更，主要为汽车运输。

由于地缘政治原因的影响，部分境外运输方式由铁路运输转为海运。由于公司在 EXW 模式下的收入确认时点为客户指定货代上门提货时、FOB 及 CIF 确认时点均为货运提单与报关单孰晚日，收入确认时点均早于境外运输开始时点，故境外运输方式的变更及境外运输时效的变化不影响公司的收入确认周期。

（六）结合各期存量客户、新增客户的合作情况，产品在主要销售国家或地区的竞争优势、销售渠道优势等，分析发行人境外销售的稳定性及可持续性，是否存在业绩大幅下滑、被竞争对手替代风险，并进行充分的风险揭示

1、各期存量客户、新增客户的合作情况，产品在主要销售国家或地区的竞争优势、销售渠道优势

（1）各期存量客户、新增客户的合作情况

报告期内，公司各期主要存量客户、新增客户的合作情况如下：

项目	销售区域	国家/地区	客户名称	合作历史
存量客户	欧洲	波兰	KODE S.K.A.（注2）	2014 年合作至 2024 年底
		乌克兰	AGROMARKET（注3）	2006 年至今保持长期稳定合作
		英国	RECOTURBO LIMITED	2017 年至今保持长期稳定合作
		意大利	Depros S.R.L.	2016 年至今保持长期稳定合作

项目	销售区域	国家/地区	客户名称	合作历史
		俄罗斯	Company Turbonaizer (注4)	2018年至今保持长期稳定合作
		俄罗斯	BR Turbo SPB LTD	2017年至今保持长期稳定合作
		西班牙	BORG AUTOMOTIVE SPAIN,S.L.U.	2020年至今保持长期稳定合作
		波兰	ROLMAR Trade Sp.z.o.o (注2)	2025年合作至今,双方保持良好关系
	北美洲	墨西哥	Laura Imelda Cruz Zamorano	2021年至今保持长期稳定合作
	南美洲	哥伦比亚	TURBOS Y PARTES IMPORTACIONES SAS	2017年至今保持长期稳定合作
	亚洲(不包括中国大陆地区)	中国香港	公司B(注5)	2016年至今保持长期稳定合作
新增客户	欧洲	罗马尼亚	SC Remo Impex SRL	2023年合作至今,双方保持良好关系
		西班牙	TALLERES DIESEL LEON S.L	2024年合作至今,双方保持良好关系
		英国	客户J	2023年合作至今,双方保持良好关系
		斯洛伐克	Eltra Trade s.r.o.	2023年合作至今,双方保持良好关系

注1: 除公司B外,上述存量客户、新增客户合作情况以合并口径列示;

注2: 公司客户KODE S.K.A.的性质为品牌商。客户KODE S.K.A.的实际控制人因个人身体原因,于2024年12月将KODE S.K.A.的100.00%股权转让予ROLMAR Trade Sp.z.o.o.;自2025年1月1日起,由股权收购方ROLMAR Trade Sp.z.o.o.承接与公司的业务合作。

注3: AGROMARKET包括AHROMARKET TOVARYSTVO Z OBMEZHENIUM VIDPOVIDALNISTIU NAUKOVO VYROBNYCHE PIDPRYEMSTVO、E&E TURBO SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCI; 2023年AGROMARKET拓展自身业务规模,在波兰新成立了主体E&E TURBO SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCI,与公司展开合作;

注4: Company Turbonaizer包括Company Turbonaizer、Limited Liability Company "TURBONIZER COMPANY";

注5: 客户A包括公司A和公司B,2023年和2024年,公司通过内销方式与客户A合作,2025年,公司从与客户A内销交易逐步转移至和其受同一控制的公司B外销交易。

报告期内,公司的新老客户合作情况良好,公司客户获取主要来源于展会、同行介绍、客户主动联系等。公司与主要客户大部分合作年限超过3年,合作稳定性强。上述主要存量客户中,直销客户为知名、有一定销售规模的独立售后品牌,经销商客户为当地从事同类产品销售、具备一定销售规模的企业,与公司合

作稳定。

(2) 产品在主要销售国家或地区的竞争优势、销售渠道优势

公司产品在主要销售国家或地区的竞争优势如下：

1) 公司涡轮增压器类产品主要面向国际汽车后市场，经过多年深耕，公司产品销售区域已覆盖全球 5 大洲 100 多个国家和地区；

2) 公司具备快速开发优势及技术优势，可以快速响应市场对新技术、新产品、新工艺的研发需求；公司旗下“E&ETURBOS”被江苏省商务厅评为“江苏省重点培育和发展的国际知名品牌”，具有较高的市场认可度；

3) 公司通过智能制造及全过程质量管理，有效提高产品生产效率、产品质量稳定性，增强了公司产品的市场竞争力；

4) 公司产品品类丰富，提供综合服务能力强。公司现有产品已覆盖全系车用（乘用车、商用车）涡轮增压器、非道路汽柴油机、工业和船舶用涡轮增压器和航空活塞发动机用涡轮增压器，产品覆盖涡轮、叶轮、中间体、机芯和整机等。公司库存零部件不仅可以最大程度满足客户差异化需求，并且拥有完备的产品基础数据库，有利于产品快速开发，从而有效满足汽车后市场“多品种、多批次、小批量”的市场需求。

公司产品在主要销售国家或地区的销售渠道优势如下：

1) 公司涡轮增压器产品主要面向海外售后市场，后市场下游客户分布较广，公司一般采取参加行业展会、存量客户推荐业务、网络营销等方式获取订单资源；

2) 公司品牌“E&ETURBOS”在全球增压器后市场行业内知名度的不断提高，部分客户亦会主动询价并与公司建立合作。

公司上述竞争优势及销售渠道优势，帮助公司积攒了大量优质客户，有效保障了公司市场竞争力，为公司收入增长及提升国际汽车后市场份额提供持续有效的支持。

2、分析发行人境外销售的稳定性及可持续性，是否存在业绩大幅下滑、被竞争对手替代风险，并进行充分的风险揭示

(1) 发行人境外销售的稳定性及可持续性

报告期内，公司境外销售保持稳定发展，预计境外销售具有稳定性及可持续性，主要系：一方面，如前所述，公司与境外主要客户合作稳定，报告期各期公司境外收入主要来源于合作年限 5 年以上的老客户，占外销主营收入比例分别为

90.25%、86.27%和 83.02%；另一方面，公司持续加强市场开拓，新增客户及收入实现均保持良好态势。此外，公司能够持续创新向市场推出产品，已在境外主要销售区域形成了良好的品牌效应及销售渠道方面的竞争优势。故公司境外销售具有稳定性及可持续性。

(2) 是否存在业绩大幅下滑、被竞争对手替代风险，并进行充分的风险揭示

结合前述内容，公司境外销售具有稳定性及可持续性，业绩大幅下滑、被竞争对手替代风险较低。

公司已在招股说明书中“第三节 风险因素”之“一、经营风险”进行了充分的风险揭示。

二、终端销售实现情况

(一) 结合涡轮增压器汽车后市场特征、竞争格局、销售渠道分布、同行业可比公司经销商和贸易商销售的比例情况，说明发行人采用经销、贸易模式销售的合理性；结合客户管理制度、合同条款等，说明经销商和贸易商的划分标准和主要差异，分析同时采用经销和贸易模式销售的商业合理性；补充披露经销商管理制度的建立及执行有效性

1、结合涡轮增压器汽车后市场特征、竞争格局、销售渠道分布、同行业可比公司经销商和贸易商销售的比例情况，说明发行人采用经销、贸易模式销售的合理性

(1) 涡轮增压器汽车后市场特征、竞争格局、销售渠道分布、同行业可比公司经销商和贸易商销售的比例情况

1) 涡轮增压器汽车后市场特征

涡轮增压器后市场具有品类、型号众多、单一产品市场空间有限的特点，且维修、更换需要在汽车修理厂完成。市场参与者需要适应“多品种、多批次、小批量”的客户需求。

2) 竞争格局

涡轮增压器后市场竞争主要由原装配件供应商和独立售后品牌构成。

原装配件供应商具有较强的技术优势及品牌认可度，主要包括盖瑞特（Garrett）、博格华纳（BorgWarner）、三菱重工（MHI）、康明斯（Cummins）、石川岛（IHI）等公司，上述企业在全全球涡轮增压器市场占据约 90% 的市场份额。涡轮增压属于技术高度密集型领域，由于涡轮增压器开发及制造难度较高，目前涡轮增压器前装市场仍被上述原装配件供应商垄断。同时，原装配件供应商凭借

较强的技术优势及品牌认可度，在涡轮增压器后市场具有较强的竞争力并占据较高的市场份额。

独立售后品牌则凭借快速反应能力、销售网络及销售价格与原装配件供应商进行竞争，成为涡轮增压器后市场的重要参与者，主要包括北美售后领先品牌 Rotomaster、南美售后领先品牌 Master Power 以及欧洲售后知名品牌 Melett 等公司。受益于涡轮增压器前装市场快速发展，后市场维修及更换需求快速增长，环能涡轮（E&ETURBOS）、毅合捷（JRUNE）、凤城神龙（SLTURBO）等少数国内企业逐步进入涡轮增压器后市场，并成为涡轮增压器后市场的重要参与者。

3) 销售渠道分布

欧洲、北美等地独立售后市场发展较早且较为成熟，在产品流通阶段形成了包括前装配件经销商、独立售后品牌商、汽配连锁店、独立售后品牌经销商、贸易商在内的多渠道供应格局。涡轮增压器属于涡轮增压发动机系统核心部件，更换、维修主要在 4S 店、汽车修理厂完成。

受售后市场的发展阶段及消费者使用习惯等因素影响，中国市场的售后产品的流通和使用阶段，目前仍以前装配件经销商及 4S 店占主导地位。

4) 同行业可比公司经销商和贸易商销售的比例情况

公司主要从事涡轮增压器核心零部件及整机的研发、生产与销售。同行业可比公司的销售模式对比情况如下：

序号	公司名称	销售模式	2024 年度销售收入占比	
			直销 (其中：贸易)	经销
1	德博科技 (834377.OC)	公司销售主要采取直销模式，同时存在部分非直销情形。公司直销模式的主要客户为涡轮增压器整机生产厂商，包括 OEM 客户和 AM 客户，对于部分客户，公司按客户要求将产品发往寄售仓；公司非直销模式的主要客户为汽车零部件贸易商和经销商。	未公开披露销售模式具体占比	
2	威易发 (872893.OC)	主要客户是涡轮增压器生产厂商。销售模式为直销模式，直销模式下对客户销售分为寄售业务和普通销售业务。	100.00% (未单独披露贸易占比)	—
3	华培动力 (603121.SH)	均采用直销模式向国内及全球客户提供产品。主要客户为涡轮增压器整机及其零部件制造商。	100.00% (未单独披露贸易占比)	—
4	贝斯特 (300580.SZ)	销售模式分为两种：第一种是直接送货至客户处；第二种是送货到中间仓，客户按实际从中间仓领用情况在信用期内付款，中间仓由客户或第三方物流商管理。	100.00% (未单独披露贸易占比)	—

注：上表所列示同行业可比公司相关信息来源于其招股说明书、公开转让说明书、定期报告等公开披露文件。

由上表可见，公司与同行业可比公司的销售模式存在一定差异，主要系与各

公司涡轮增压器类产品的下游应用市场有关，具体分析如下：

德博科技、威易发、华培动力、贝斯特的产品销售主要面向汽车前装市场，为涡轮增压器主机厂商配套。随着专业化分工和精益生产模式的推广，涡轮增压器主机厂商逐渐剥离零部件业务，与涡轮增压器配套厂商合作愈发稳定。因此德博科技、威易发、华培动力、贝斯特均以直销模式为主，符合汽车前装市场客户合作模式。

公司的产品销售主要面向汽车后市场。基于汽车后市场主要面向汽车零部件品牌商、汽车修理厂、汽配零售店等，下游客户分布较为分散的特征，为了提高销售网络覆盖范围并满足客户“多品种、多批次、小批量”的需求，行业内公司一般采用直销结合经销的业务模式，符合行业惯例。在涡轮增压器后市场领域，公司与同行业公司毅合捷业务模式等较为相近，具体对比情况如下：

序号	公司名称	销售模式	2024年度销售收入占主营业务收入比例(%)		
			直销	经销	贸易
1	毅合捷	公司采用直销与经销相结合，辅以贸易、寄售的销售模式。	58.09	36.08	3.66
2	环能涡轮	公司销售模式包括直销和经销两种模式，均为买断式销售。	60.10	32.49	7.42

注1：毅合捷按销售模式区分的销售收入占主营业务收入比例相关数据来源于其招股说明书；

注2：毅合捷未公开披露2024年度按销售模式区分的销售收入占主营业务收入比例，上表数据系2024年1-6月相关数据。

由上表可见，公司与同行业公司毅合捷均存在直销、经销、贸易的销售模式，其中经销、贸易占比不存在较大差异。

综上，公司与同行业可比公司的销售模式存在一定差异，主要系与各公司涡轮增压器类产品的下游应用市场有关。汽车后市场领域，公司经销、贸易销售比例与同行业公司毅合捷不存在较大差异。公司涡轮增压器产品主要面向汽车后市场，采用直销、经销、贸易相结合的销售模式将产品售往汽车修理厂，符合行业惯例。

（2）发行人采用经销、贸易模式销售的合理性

公司同时采用经销和贸易模式销售具备商业合理性，具体分析如下：

1) 符合行业惯例

公司涡轮增压器产品销售主要面向汽车后市场。基于汽车后市场主要面向汽车零部件品牌商、汽车修理厂、汽配零售店等，下游客户分布较为分散的特征，为了提高销售网络覆盖范围，满足客户“多品种、多批次、小批量”的需求，行业内公司一般采用直销结合经销、贸易的业务模式，符合行业惯例。

2) 符合公司业务特质

①客户类型方面

涡轮增压器为涡轮增压发动机系统核心部件,对产品的质量要求较高,更换、维修需要在汽车修理厂完成,随着需求量的增加,以包括公司在内的少数涡轮增压器独立售后品牌开始进入涡轮增压器后市场,直接销售到涡轮增压器品牌商和专业修理厂。同时,随着前装市场配置涡轮增压器的车型越来越多,涡轮增压器需求量大幅上升,公司难以覆盖所有的涡轮增压器专业修理厂,需要引进经销商、贸易商覆盖销售网络。

②市场布局方面

公司产品销售区域已覆盖全球 5 大洲 100 多个国家和地区,客户分布较为分散,除已开拓的涡轮增压器品牌商和专业修理厂外,公司需要经销商、贸易商去覆盖各个国家的涡轮增压器专业修理厂。公司采用经销与贸易模式相结合的策略,能够充分利用两种模式在渠道资源与客户群体方面的独特优势。经销模式凭借其稳定的渠道网络和长期积累的客户资源,能够高效满足终端用户对产品供应的稳定性、技术支持及售后服务的个性化需求;而贸易商模式则凭借其广泛的市场覆盖和灵活的交易机制,能够快速响应终端用户对产品多样性和即时性的采购需求。公司通过整合经销模式的区域深耕与贸易商模式的市场拓展能力,配合公司本地化经营战略和服务能力,充分发挥两种模式的差异化特点,实现区域发展战略的灵活调整与优化。

综上,公司同时采用经销和贸易模式销售符合行业惯例、业务特质,具有商业合理性。

2、结合客户管理制度、合同条款等,说明经销商和贸易商的划分标准和主要差异,分析同时采用经销和贸易模式销售商业合理性

(1) 结合客户管理制度、合同条款等,说明经销商和贸易商的划分标准和主要差异

公司经销商和贸易商的划分标准和主要差异对比情况如下:

项目	经销商	贸易商
合作模式	买断式销售	买断式销售
是否签订经销协议	是	否
主要合同条款	通常与经销商签订经销协议，经销协议中对经销商的经销区域、销售目标进行约定。	主要条款内容与直接用户不存在重大差异，无其他特殊条款。主要条款内容包括价格、货物交付、质量保证、结算、违约责任等。
市场保护机制	对经销商实施区域保护机制。在划定的经销区域内，未经经销商许可，公司不得直接或间接向该区域销售产品；同时，未经公司许可，经销商不得在经销区域外直接或间接销售公司产品。	贸易商根据自身客户资源，自主决策销售区域。公司不对贸易商销售区域进行限制。
管控情况	根据经销商合作意愿、经营业务、资金实力、商业信誉、销售能力、销售区域等方面筛选经销商，对经销商存在准入或退出管理；关注经销商的库存及销售情况。	不对贸易商实施准入与退出、销售渠道、对外销售价格、库存情况进行约定和管理。
年度销售目标	有明确的年度销售目标，销售目标的达成情况作为公司考核经销商的重要指标，公司对经销商进行年度考核与评估。	对贸易商的销售目标不进行约定。
定价情况	① 定价依据： 以成本为基础制定产品基础价格，在产品基础价格的基础上协商定价； ② 向下游客户销售定价： 在限定的区域内，经销商自主决定向下游客户销售定价，但若经销商销售价格明显过低，公司会要求经销商进行调整。	① 定价依据： 以成本为基础制定产品基础价格，在产品基础价格的基础上协商定价； ② 向下游客户销售定价： 自主决定销售价格。
销售返利	对经销商推广公司产品的行为给予支持。在达到一定销售额或销售量的情况下，可对客户进行返利。	对贸易商推广公司产品的行为给予支持。在达到一定销售额或销售量的情况下，可对客户进行返利。
物流方式	根据经销商要求进行发货，与客户性质没有直接关系。	根据贸易商要求进行发货，与客户性质没有直接关系。

由上表可见，公司经销商和贸易商的主要区别在于：

经销商：公司制定了《经销商管理制度》，对经销商的准入与退出等方面进行了规定，同时与经销商签订的经销协议中对经销商销售区域、销售目标等做出约定和限制；

贸易商：公司与贸易商签订常规的销售协议，未对销售区域、销售目标等进行限定，公司也未对贸易商进行其他方面的管理。

综上，公司经销商、贸易商在客户管理制度、合同条款存在明显差异，公司制定了较为完善的《经销商管理制度》并有效执行，能够准确划分经销商及贸易商的客户性质。

(2) 分析同时采用经销和贸易模式销售商业合理性

公司同时采用经销和贸易模式销售具备商业合理性，具体分析，参见本问询函回复“问题 4.销售收入真实性及准确性”之“【发行人说明与披露】/二/(一)/1、结合涡轮增压器汽车后市场特征、竞争格局、销售渠道分布、同行业可比公司经销商和贸易商销售的比例情况，说明发行人采用经销、贸易模式销售的合理性”相关内容。

3、补充披露经销商管理制度的建立及执行有效性

公司已在招股说明书“第五节 业务和技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务情况”之“（四）公司主要经营模式”之“3、销售模式”之“（1）销售模式简介”中补充披露经销商管理制度的建立及执行有效性相关内容，具体如下：

“公司建立了《经销商管理制度》，对经销商的授权资格、管理要求、授权程序、撤销程序等事项进行了明确的约定。报告期内，公司相关内部控制制度能够有效执行，并在实际运营中不断完善。公司《经销商管理制度》的建立及执行情况如下：

项目	具体内容
授权资格	<p>①具有符合当地国家法律注册独立企业，具有一定的销售公司产品或同行产品的经验，具有在其所在国足够的销售网络，有区域辐射能力；</p> <p>②该公司具备足够资金购买产品，并有足够的仓库存放；</p> <p>③该公司具有丰富经验的营销人员，对增压器维修有专业行业知识，能够为当地终端客户提供售后服务支持。</p>
管理要求	<p>①经销商必须与公司签署经销协议并切实履行协议。完成每年规定的销售金额并保证公司产品在其市场上的占有率并逐年提高；</p> <p>经销商必须切实维护公司在当地国的品牌形象，并对公司商标进行保护，不得在不经公司书面同意情况下有滥用或其它侵权现象；</p> <p>②经销的区域，未经公司同意的情况下，经销商不得经营与公司产品有冲突的其他中国品牌的产品；</p> <p>③经销商必须每年初提交本年度的销售规划、销售预测和对前年度改进计划；</p> <p>④经销应遵守公司的销售策略和价格政策；</p> <p>⑤双方对协议签署时提供和交换的资料、协议等商业机密应予以保密，不得向第三方透露。</p>

项目	具体内容
授权程序	公司各业务员根据自己的初步洽谈内容和历年的销售情况谈判, 签署经销协议。
撤销程序	按照合作协议条款, 经销商没有履行销售任务和服务用户的承诺, 公司有权利撤销其经销商资格

报告期内, 公司制定了较为完善的《经销商管理制度》并有效执行。”

(二) 列示各期不同销售模式主要客户的基本情况、经营规模、销售内容、金额及占比、毛利率、应收账款期末余额及回款情况(回款比例、是否通过第三方回款及原因)、向发行人的采购规模及占比、各期采购金额与其经营规模及终端客户需求是否匹配, 是否存在关联关系, 与上述客户的合作背景、合作历史、订单获取方式、在手订单情况, 报告期内收入变化的原因及合理性; 说明各类销售模式客户的采购频率、单次采购金额、备货周期与进销存数据的匹配情况、销售返利、各期退换货情况, 其采购情况是否与发行人产品“多品种、多批次、小批量”特征、终端客户需求及消费特征相匹配

1、列示各期不同销售模式主要客户的基本情况、经营规模、销售内容、金额及占比、毛利率、应收账款期末余额及回款情况(回款比例、是否通过第三方回款及原因)、向发行人的采购规模及占比、各期采购金额与其经营规模及终端客户需求是否匹配, 是否存在关联关系, 与上述客户的合作背景、合作历史、订单获取方式、在手订单情况, 报告期内收入变化的原因及合理性

(1) 各期不同销售模式主要客户的基本情况、经营规模、销售内容、金额及占比、毛利率、应收账款期末余额及回款情况(回款比例、是否通过第三方回款及原因)、向发行人的采购规模及占比、各期采购金额与其经营规模及终端客户需求是否匹配, 是否存在关联关系

报告期内, 公司不同销售模式的主要客户的基本情况、经营规模如下:

国家/地区	客户名称	客户性质	客户类型	成立时间	业务范围	经营规模
波兰	KODE S.K.A. (注 2)	直销	汽车零部件品牌商	2014年	汽车零配件销售	2024年12月已将主体转让于 ROLMAR Trade Sp.z.o.o., ROLMAR Trade Sp.z.o.o.2025 年经营规模约 4,100 万美元

国家/地区	客户名称	客户性质	客户类型	成立时间	业务范围	经营规模
波兰	ROLMAR Trade Sp.z.o.o (注2)	直销	汽车零部件品牌商	1989年	汽车零部件销售	2025 年约 4,100 万美元
英国	RECOTURBO LIMITED	直销	汽车零部件品牌商	2010年	汽车零部件生产与销售	未获取相关信息
西班牙	BORG AUTOMOTIVE SPAIN,S.L.U.	直销	汽车零部件品牌商	2020年	汽车零部件销售	2025 年约 2,300 万欧元
乌克兰	AHROMARKET TOVARYSTVO Z OBMEZhENOIU VIDPOVIDALNISTIU NAUKOVO VYROBNYCHE PIDPRYEMSTVO(注3)	经销	经销商	1999年	汽车维修及零配件销售	2025 年约 480 万美元
波兰	E&E TURBO SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚC I (注3)	经销	经销商	2023年	汽车维修及零配件销售	2025 年约 405 万美元
意大利	Depros S.R.L.	经销	经销商	2011年	汽车零部件销售	2025 年约 700 万欧元
俄罗斯	OBSHESTVO S OGRANICHENNOY OTVETSTVENNOSTY U "KOMPANIYA TURBONAYZER"	经销	经销商	2018年	汽车维修及零配件销售	2025 年约 570 万美元
俄罗斯	BR Turbo SPB LTD	经销	经销商	2013年	汽车零部件销售	2025 年约 1,008 万美元
中国	客户 A	贸易	贸易商	2015年	汽车零部件销售	2022 年-2024 年年均经营规模为 3,000 万元(注4)

注 1：公司不同销售模式的主要客户覆盖报告期各期前五名客户；

注:2：公司客户 KODE S.K.A.的性质为品牌商。客户 KODE S.K.A.的实际控制人因个人

身体原因,于2024年12月将KODE S.K.A.的100.00%股权转让予ROLMAR Trade Sp.z.o.o.;
自2025年1月1日起,由股权收购方ROLMAR Trade Sp.z.o.o.承接与公司的业务合作;

注3: AGROMARKET 包括 AHROMARKET TOVARYSTVO Z OBMEZHENOIU
VIDPOVIDALNISTIU NAUKOVO VYROBNYCHE PIDPRYEMSTVO、E&E TURBO
SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCI; 2023年AGROMARKET 拓展自身业
务规模,在波兰新成立了主体 E&E TURBO SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚCI, 与公司展开合作;

注4: 客户 A2022年-2024年年均经营规模为3,000万元,2025年经营规模未获取相关
信息。

报告期内，公司不同销售模式主要客户的销售内容、金额及占比、毛利率如下：

单位：万元、%

国家/地区	客户名称	客户性质	销售内容	2025 年度			2024 年度			2023 年度		
				销售额	占比	毛利率	销售额	占比	毛利率	销售额	占比	毛利率
波兰	KODE S.K.A.	直销	涡轮增压器部件、机芯、整机	-	-	-	3,471.71	8.14	*	4,420.34	12.55	*
波兰	ROLMAR Trade Sp.z.o.o	直销	涡轮增压器部件、机芯、整机	2,924.37	5.23	*	-	-	-	-	-	-
英国	RECOTURBO LIMITED	直销	涡轮增压器部件、机芯、整机	1,335.32	2.39	*	1,780.68	4.18	*	237.76	0.68	*
西班牙	BORG AUTOMOTIVE SPAIN,S.L.U.	直销	涡轮增压器部件、机芯、整机	1,643.13	2.94	*	993.48	2.33	*	454.43	1.29	*
乌克兰/波兰	AGROMARKET	经销	涡轮增压器部件、机芯、整机	5,798.62	10.36	*	3,114.44	7.30	*	2,887.82	8.20	*
意大利	Depros S.R.L.	经销	涡轮增压器部件、机芯、整机	1,708.17	3.05	*	1,648.63	3.87	*	1,551.60	4.41	*
俄罗斯	Company Turbonaizer（注 2）	经销	涡轮增压器部件、机芯、整机	2,126.43	3.80	*	1,650.11	3.87	*	1,347.58	3.83	*
俄罗斯	BR Turbo SPB LTD	经销	涡轮增压器部件、机芯、整机	1,808.86	3.23	*	1,583.56	3.71	*	1,234.40	3.51	*
中国	客户 A	贸易	涡轮增压器部件、航空发动机部件等	3,754.39	6.71	*	1,611.04	3.78	*	723.74	2.06	*

注 1：同一控制下主要客户销售额、占比、毛利率情况按合并口径列示；

注 2：Company Turbonaizer 客户下包括 Company Turbonaizer、Limited Liability Company "TURBONIZER COMPANY"及 LLC GROUP OF COMPANIES «TN»。

报告期内，公司不同销售模式主要客户的应收账款期末余额、回款情况（回款比例、是否通过第三方回款）如下：

单位：万元、%

国家/地区	客户名称	客户性质	信用政策	2025 年末应收账款期末余额	截止 2026 年 3 月末应收账款回款金额	回款比例	是否存在第三方回款
波兰	KODE S.K.A.	直销	发货后 60 天内	-	-	-	否
波兰	ROLMAR Trade Sp.z.o.o	直销	发货后 60 天内	447.14	447.14	100.00	否
英国	RECOTURBO LIMITED	直销	发货后 90 天内	509.79	250.64	49.16	否
西班牙	BORG AUTOMOTIVE SPAIN,S.L.U.	直销	发货后 120 天内	612.23	412.08	67.31	否
乌克兰	AHROMARKET TOVARYSTVO Z OBMEZhENOIU VIDPOVIDALNISTIU NAUKOVO VYROBNYCHE PIDPRYEMSTVO	经销	发货后 60 天内（注）	46.97	46.97	100.00	是
波兰	E&E TURBO SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCI	经销	发货后 60 天内（注）	1,974.61	732.25	37.08	是
意大利	Depros S.R.L.	经销	每月付款 20 万美元	160.94	160.94	100.00	否
俄罗斯	OBSHESTVO S OGRANICHENNOY OTVETSTVENNOSTYU "KOMPANIYA TURBONAYZER"	经销	发货后 60 天内	700.24	434.87	62.10	是
俄罗斯	BR Turbo SPB LTD	经销	发货后 60 天内	290.69	290.69	100.00	是
中国	客户 A	贸易	先款后货	-	-	-	是。主要为 2023 年及 2024 年期间

注：经公司和 AHROMARKET TOVARYSTVO Z OBMEZhENOIU VIDPOVIDALNISTIU NAUKOVO VYROBNYCHE PIDPRYEMSTVO 及 E&E

TURBO SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCI 友好协商，信用政策自 2026 年 1 月 1 日起，由发货后 60 天内结清款项变更为发货后 120 天内结清款项。

关于上述涉及第三方回款的主要客户的原因参见“问题 3.财务内控规范性”之“【发行人说明与披露】/一、列表梳理第三方回款的销售区域、回款原因、回款主体类型及相应的内控措施，分析第三方回款比例高于同行业可比公司的合理性；说明报告期各期通过第三方付款的客户名称、客户性质（直销客户、贸易商、经销商）、客户类型（汽车零部件品牌商、涡轮增压器专业修理厂、汽车修理商、汽配连锁店、贸易商、经销商等）、对应的付款方、回款金额及占当期收入的比例，分析第三方回款与销售收入的匹配性、是否可验证，资金流、实物流与合同约定及商业实质是否一致。”之回复内容。

报告期内，公司不同销售模式主要客户向发行人的采购规模及占比、终端客户的基本情况，与公司是否存在关联关系具体如下：

国家/地区	客户名称	客户性质	客户类型	向发行人的采购规模	供货占比	终端客户基本情况	是否存在关联关系
波兰	KODE S.K.A.	直销	汽车零部件品牌商	参见“问题 4.销售收入真实性及准确性”之“【发行人说明与披露】/二、/（二）列示各期不同销售模式主要客户的基本情况、经营规模、销售内容、金额及占比、毛利率”之回复内容。	70%	参见“问题 4.销售收入真实性及准确性”之“【发行人说明与披露】/一、/（二）说明不同销售区域的主要客户基本情况、经营规模、合作历史、订单获取方式、销售内容、金额及占比、毛利率、发行人供货份额、应收账款期末余额及回款情况、是否通过第三方回款，如为非终端客户，请说明对应终端客户的	否
波兰	ROLMAR Trade Sp.z.o.o	直销	汽车零部件品牌商		80%		否
英国	RECOTURBO LIMITED	直销	汽车零部件品牌商		30%		否
西班牙	BORG AUTOMOTIVE SPAIN,S.L.U	直销	汽车零部件品牌商		70%		否

国家/地区	客户名称	客户性质	客户类型	向发行人的采购规模	供货占比	终端客户基本情况	是否存在关联关系
乌克兰	AHROMARKE T TOVARYSTVO Z OBMEZhENOI U VIDPOVIDALN ISTIU NAUKOVO VYROBNYCH E PIDPRYEMST VO	经销	经销商		100%	基本情况及经营规模等。”之回复内容。	否
波兰	E&E TURBO SPÓŁKA Z OGRANICZON Ą ODPOWIEDZI ALNOŚCI	经销	经销商		100%		否
意大利	Depros S.R.L.	经销	经销商		95%		否

国家/地区	客户名称	客户性质	客户类型	向发行人的采购规模	供货占比	终端客户基本情况	是否存在关联关系
俄罗斯	OBSHESTVO S OGRANICHEN NOY OTVETSTVEN NOSTYU "KOMPANIYA TURBONAYZE R"	经销	经销商		90%		否
俄罗斯	BR Turbo SPB LTD	经销	经销商		19.30%		否
中国	客户 A	贸易	贸易商		约 70%~80%	未获取相关信息	否

报告期内，公司主要客户以欧洲为主，欧洲区域涡轮增压器后市场发展趋势良好，带动了客户对公司采购需求；公司客户各期采购金额与其经营规模具有匹配性；公司与主要客户不存在关联关系。

(2) 与上述客户的合作背景、合作历史、订单获取方式、在手订单情况，报告期内收入变化的原因及合理性

公司上述客户的合作背景、合作历史、订单获取方式、在手订单情况如下：

单位：万元

国家/地区	客户名称	客户性质	合作背景	合作历史	订单获取方式	截至 2025 年末在手订单金额
波兰	KODE S.K.A. (注 1)	直销	客户主动联系	2014 年合作至 2024 年底	商务洽谈	-
波兰	ROLMAR Trade Sp.z.o.o (注 1)	直销	客户主动联系	2025 年合作至今，双方保持良好关系	商务洽谈	665.31

国家/地区	客户名称	客户性质	合作背景	合作历史	订单获取方式	截至 2025 年末在手订单金额
英国	RECOTURBO LIMITED	直销	展会	2017 年至今保持长期稳定合作	商务洽谈	350.70
西班牙	BORG AUTOMOTIVE SPAIN,S.L.U.	直销	客户主动联系	2020 年至今保持长期稳定合作	商务洽谈	141.83
乌克兰	AHROMARKET TOVARYSTVO Z OBMEZhENOIU VIDPOVIDALNISTIU NAUKOVO VYROBNYCHE PIDPRYEMSTVO (注 2)	经销	客户主动联系	2006 年至今保持长期稳定合作	商务洽谈	161.95
波兰	E&E TURBO SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCI (注 2)	经销	客户主动联系	2023 年至今保持长期稳定合作	商务洽谈	-
意大利	Depros S.R.L.	经销	客户主动联系	2016 年至今保持长期稳定合作	商务洽谈	2.80
俄罗斯	OBSHESTVO S OGRANICHENNOY OTVETSTVENNOSTYU "KOMPANIYA TURBONAYZER"	经销	客户主动联系	2018 年至今保持长期稳定合作	商务洽谈	445.79
俄罗斯	BR Turbo SPB LTD	经销	展会	2017 年至今保持长期稳定合作	商务洽谈	2,008.16
中国	客户 A	贸易	客户主动联系	2016 年至今保持长期稳定合作	商务洽谈	156.20

注 1：公司客户 KODE S.K.A.的性质为品牌商。客户 KODE S.K.A.的实际控制人因个人身体原因，于 2024 年 12 月将 KODE S.K.A.的 100.00% 股权转让予 ROLMAR Trade Sp.z.o.o.；自 2025 年 1 月 1 日起，由股权收购方 ROLMAR Trade Sp.z.o.o.承接与公司的业务合作。

注 2：AGROMARKET 包括 AHROMARKET TOVARYSTVO Z OBMEZhENOIU VIDPOVIDALNISTIU NAUKOVO VYROBNYCHE PIDPRYEMSTVO、E&E TURBO SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCI；2023 年 AGROMARKET 拓展自身业务规模，在波兰新成立了主体 E&E TURBO SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCI，与公司展开合作。

1) 直销客户

①KODE S.K.A.报告期各期销售额分别为4,420.34万元、3,471.71万元和0.00万元，ROLMAR Trade Sp.z.o.o 报告期各期销售额分别为 0.00 万元、0.00 万元和 2,924.37 万元，收入变化的主要原因系客户 KODE S.K.A.的实际控制人因个人身体原因，于 2024 年 12 月将 KODE S.K.A.的 100.00%股权转让予 ROLMAR Trade Sp.z.o.o.; 自 2025 年 1 月 1 日起，由股权收购方 ROLMAR Trade Sp.z.o.o.承接与公司的业务合作。

②RECOTURBO LIMITED 报告期各期销售额分别为 237.76 万元、1,780.68 万元和 1,335.32 万元，2024 年度销售额增长较快，主要原因系英国相关产品市场需求增长及公司产品市场认可度较高等。2025 年度，该品牌商出于库存管理优化考虑，采购额稍有下降。

③BORG AUTOMOTIVE SPAIN,S.L.U.报告期各期销售额分别为 454.43 万元、993.48 万元和 1,643.13 万元，呈现逐年增长趋势，主要原因系外销地相关产品市场需求增长及公司产品市场认可度较高等。

2) 经销商客户

①AGROMARKET 中，来自于乌克兰的 AHROMARKET TOVARYSTVO Z OBMEZHENOIU VIDPOVIDALNISTIU NAUKOVO VYROBNYCHE PIDPRYEMSTVO 报告期各期销售额分别为 2,617.50 万元、2,569.81 万元和 2,416.52 万元，整体变化不大；来自于波兰的 E&E TURBO SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCI 报告期各期销售额分别为 270.32 万元、544.63 万元和 3,382.09 万元，2025 年度销售额增长较大，主要原因系公司产品在波兰当地销路较好，该经销商扩大采购规模所致。

②Depros S.R.L.报告期各期销售额分别为 1,551.60 万元、1,648.63 万元和 1,708.17 万元，呈现逐年增长趋势，主要原因系外销地相关产品市场需求增长、及公司产品具有良好的品牌影响力。

③ OBSHESTVO S OGRANICHENNOY OTVETSTVENNOSTYU "KOMPANIYA TURBONAYZER" 报告期各期销售额分别为 1,347.58 万元、1,601.30 万元和 2,107.16 万元，呈现逐年增长趋势，主要原因系外销地相关产品

市场需求增长、及公司产品具有良好的品牌影响力。

④BR Turbo SPB LTD 报告期各期销售额分别为 1,234.40 万元、1,583.56 万元和 1,808.86 万元，呈现逐年增长趋势，主要原因系外销地相关产品市场需求增长、及公司产品具有良好的品牌影响力。

3) 贸易商客户

报告期各期，客户 A 销售额分别为 723.74 万元、1,611.04 万元和 3,754.39 万元，呈现较快增长，主要系客户 A 下游需求良好，在手订单持续增加所致。

综上，报告期内，公司不同销售模式下的主要客户收入变化具有合理性。

2、说明各类销售模式客户的采购频率、单次采购金额、备货周期与进销存数据的匹配情况、销售返利、各期退换货情况，其采购情况是否与发行人产品“多品种、多批次、小批量”特征、终端客户需求及消费特征相匹配

(1) 各类销售模式客户的采购频率、单次采购金额、备货周期与进销存数据的匹配情况、销售返利、各期退换货情况

1) 各类销售模式客户的采购频率、单次采购金额

报告期内，公司各类销售模式客户的采购频率及单次采购金额如下：

单位：笔、万元

客户名称	客户性质	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
		订单数量	单笔订单平均金额	订单数量	单笔订单平均金额	订单数量	单笔订单平均金额
KODE S.K.A.	直销	-	-	19	182.72	23	192.19
ROLMAR Trade Sp.z.o.o	直销	28	104.44	-	-	-	-
RECOTURBO LIMITED	直销	19	70.28	20	89.03	11	21.61
BORG AUTOMOTIVE SPAIN,S.L.U.	直销	63	26.08	46	21.60	46	9.88
AGROMARKET	经销	40	144.97	25	124.58	13	222.14
Depros S.R.L.	经销	19	89.90	21	78.51	17	91.27
OBSHESTVO S OGRANICHENNOY OTVETSTVENNOSTYU "KOMPANIYA TURBONAYZER"	经销	19	110.90	27	59.31	36	37.43
BR Turbo SPB LTD	经销	16	113.05	17	93.15	21	58.78
客户 A	贸易	18	208.58	24	67.13	16	45.23
平均数		27.7 5	108.53	24.8 8	89.50	22.8 8	84.82

客户名称	客户性质	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
		订单数量	单笔订单平均金额	订单数量	单笔订单平均金额	订单数量	单笔订单平均金额
中位数		19	107.67	22.5	83.77	19	52.01

报告期内，部分客户的采购频率和单笔订单平均金额存在变动，具体如下：

①报告期内，AGROMARKET 的订单数量分别为 13 笔、25 笔和 40 笔，单笔订单平均金额分别为 222.14 万元、124.58 万元和 144.97 万元。2023 年度客户订单数量较少，单笔订单平均金额较高的主要原因系 2023 年为俄乌战争初期，客户出于自身经营层面考虑，调整仓库位置，且当年海运发货存在一定影响，故暂缓了发货节奏，单笔订单发货量超过平时单月订单量；2024 年开始，海运陆续恢复正常通航，客户基于自身备货需求，逐步增加了订单数量；

②报告期内，OBSHESTVO S OGRANICHENNOY OTVETSTVENNOSTYU "KOMPANIYA TURBONAYZER" 的订单数量分别为 36 笔、27 笔和 19 笔，单笔订单平均金额分别为 37.43 万元、59.31 万元和 110.90 万元。报告期内，OBSHESTVO S OGRANICHENNOY OTVETSTVENNOSTYU "KOMPANIYA TURBONAYZER" 订单数量逐步下降，单笔订单平均金额逐年上升的主要原因系客户为节约运费，将原每月平均两次铁路运输，调整为每月一次海路运输；2025 年度下半年，客户计划启用新仓库，存在补货需求，采购量相应增加；

③报告期内，BR Turbo SPB LTD 的订单数量分别为 21 笔、17 笔和 16 笔，单笔订单平均金额分别为 58.78 万元、93.15 万元和 113.05 万元。2025 年度 BR Turbo SPB LTD 的单笔订单平均金额有所上升的主要原因系客户作为公司长期稳定的合作经销商，双方已保持多年良好合作关系；公司产品在俄罗斯市场具备较强的品牌影响力，产品质量广受认可，基于对公司品牌及产品前景持续看好，客户进一步增加采购规模；

④报告期内，客户 A 的订单数量分别为 16 笔、24 笔和 18 笔，单笔订单平均金额分别为 45.23 万元、67.13 万元、208.58 万元。2025 年度，客户 A 的单笔订单平均金额上升主要系终端客户需求增长，其与公司合作规模及单笔采购量有所提升。

公司各类销售模式主要客户基于自身需求、产品销售情况及对市场的预期等因素，自主决定采购需求计划，向公司下达采购订单。报告期内，公司各类销售模式主要客户采购频率和单次采购金额变动的原因具有合理性。

2) 各类销售模式客户的备货周期与进销存数据的匹配情况

报告期内，公司主要经销商和贸易商客户的进销存情况如下：

序号	客户性质	客户名称	主要客户当期对外销售占当期采购的比例		
			2025 年度	2024 年度	2023 年度
1	经销	AGROMARKET	101.41%	87.68%	80.21%
2	经销	Depros S.R.L.	91.42%	97.83%	96.76%
3	经销	OBSHESTVO S OGRANICHENNOY OTVETSTVENNOSTYU "KOMPANIYA TURBONAYZER"	79.54%	102.24%	107.19%
4	经销	BR Turbo SPB LTD	105.96%	82.78%	85.05%
5	贸易	客户 A	100.00%	100.00%	100.00%

注 1：上述比例依据经销商、贸易商提供的进销存数据测算，进销存对外销售比例=经销商/贸易商对发行人产品当期销售出库数量/对发行人产品当期采购数量；

注 2：比例超过 100%为当期销售数量高于当期采购数量，超出比例为销售期初库存。

由上表可见，公司主要经销商客户和贸易商客户通常结合自身业务规模及下游客户订单频率进行合理备货，用于及时响应终端客户需求，该等存货金额相较于经销商实现的销售金额较小，上述主要经销商客户和贸易商客户向下游客户及终端客户销售情况总体良好，不存在压货及囤货的情形。

公司主要经销商客户和贸易商客户的备货周期与期末库存数据的匹配性情况如下：

单位：月

序号	客户名称	备货周期	2025 年末库存消化周期	2024 年末库存消化周期	2023 年末库存消化周期
1	AGROMARKET	3	2.42	4.27	4.18
2	Depros S.R.L.	1	2.95	2.99	2.61
3	OBSHESTVO S OGRANICHENNOY OTVETSTVENNOSTYU "KOMPANIYA TURBONAYZER"	4	6.83	2.34	3.20
4	BR Turbo SPB LTD	3-4	3.55	6.60	5.75

序号	客户名称	备货周期	2025 年末库存消化周期	2024 年末库存消化周期	2023 年末库存消化周期
5	客户 A (注 2)	按需采购	-	-	-

注 1: 主要经销商客户和贸易商客户各期末库存消化周期=期末库存数量/(客户当年销售数量/12);

注 2: 客户 A 当期采购量均在当期完成销售, 期末库存为 0。

Depros S.R.L.备货周期与报告期内库存消化周期存在差异, 主要原因系其下游客户主要分布于意大利北部和欧洲其他国家, 而 Depros S.R.L.处于意大利南部, 为保证运输到意大利北部和欧洲其他国家的时效性, 选择缩短备货周期所致。

除 Depros S.R.L.之外, 报告期内, 公司主要经销商客户和贸易商客户期末库存数据与库存备货周期具有匹配性。

3) 各类销售模式客户的销售返利、各期退换货情况

公司会综合考虑与客户的合作情况, 包括客户的销售规模、其所在经营区域的影响程度、客户发展潜力等情况对部分客户制定不同的返利政策。

报告期内, 公司主要客户的销售返利情况如下:

单位: 万元

序号	客户名称	客户性质	合同约定返点比例	2025 年度实际返利金额	2024 年度实际返利金额	2023 年度实际返利金额
1	BORG AUTOMOTIVE SPAIN,S.L.U.	直销	2023 年返点比例为 1.85%; 2024 年返点比例为 2.5%; 2025 年返点比例为 3%	27.75	26.11	-
2	OBSHESTVO S OGRANICHENNOY OTVETSTVENNOSTYU "KOMPANIYA TURBONAYZER"	经销	2022 年返点政策为达标后固定 12,000 美元; 2023 年返点比例为 1%; 2024 年返点比例为 1%; 2025 年返点比例为 0.7%	16.84	13.65	8.36

序号	客户名称	客户性质	合同约定返点比例	2025年度实际返利金额	2024年度实际返利金额	2023年度实际返利金额
3	BR Turbo SPB LTD	经销	2022年返点政策为达标后固定15,000美元； 2023年返点比例为2%； 2024年返点比例为1%	16.71	26.76	10.45

公司对主要直销客户和经销客户的返利比例根据不同客户的销售额而有所差异，总体返利比例在0.5%~3%区间，公司对特定客户提供定制化的返利措施，是提高客户销售积极性的一种方式，激励范围包括直销商和经销商客户。

报告期内，公司主要客户的退换货情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	客户性质	2025年度退换货金额	2024年度退换货金额	2023年度退换货金额
1	KODE S.K.A.	直销	1.29	-	-
2	RECOTURBO LIMITED	直销	-	0.43	0.17
3	BORG AUTOMOTIVE SPAIN,S.L.U.	直销	6.52	3.53	1.43
4	Depros S.R.L.	经销	0.20	-	3.88
5	OBSHESTVO S OGRANICHENNOY OTVETSTVENNOSTYU "KOMPANIYA TURBONAYZER"	经销	-	-	0.75
6	BR Turbo SPB LTD	经销	-	-	0.07

报告期内，公司主要客户退换货金额较低。

公司产品以外销为主，退换货成本较高，公司通常与客户协商不进行除产品质量问题以外的退货和换货。报告期内，公司主要客户退换货金额较低，不存在大额退换货情形。

(2) 其采购情况是否与发行人产品“多品种、多批次、小批量”特征、终端客户需求及消费特征相匹配

报告期内，主要客户订单数量的中位数分别为19件、22.5件和19件，单笔订单平均金额的中位数分别为52.01万元、83.77万元和107.67万元，2025年度OBSHESTVO S OGRANICHENNOY OTVETSTVENNOSTYU "KOMPANIYA

TURBONAYZER"和客户 A 等主要客户单笔平均金额有所增长,主要原因系公司产品销路较好,客户扩大采购规模所致。

汽车后市场存量车型较多,从而导致与存量车型相匹配的涡轮增压器型号较多,具有“多品种、小批量”的特点。直销商主要为汽车零部件品牌商、涡轮增压器修理厂,经销商需要储备的涡轮增压器型号种类较多,需要保持一定规模的基础库存,终端销售的产品型号较多,符合下游终端客户多批次、小批量的消费行为特征。总体而言,主要客户的采购情况与发行人产品“多品种、多批次、小批量”特征相匹配。

主要经销商客户、贸易商客户的最终销售实现情况参见“问题 4 销售收入真实性及准确性”之“【发行人说明与披露】/二、/(二)/2、说明各类销售模式客户的采购频率、单次采购金额、备货周期与进销存数据的匹配情况”之回复内容,公司主要经销商客户和贸易商客户平均采购销售比例在 90%~100%之间,终端销售实现情况良好。”之回复内容。

综上,公司主要客户的采购频率和单次采购金额分布合理、备货周期与进销存数据匹配,不存在大额退换货和大额销售返利情形,采购情况符合发行人产品“多品种、多批次、小批量”特征;主要经销商客户和贸易商客户的进销存、终端销售的业务数据与下游终端客户需求及消费特征相匹配。

(三) 说明各期不同类型客户中是否存在成立时间较短或报告期内注销、非法人实体、经营范围与涡轮或汽车维修业务无关、专门采购发行人产品、由发行人(前)员工或其近亲属设立或持股等特殊情形,如存在,请说明原因及合理性,销售真实性、定价公允性,是否存在非经营性往来、利益输送情形

1、专门采购发行人产品的客户

报告期各期,公司前 5 大客户中,专门采购公司产品的客户(即销售公司产品占同类产品比重为 100.00%)情况如下:

序号	客户名称	客户类型	销售收入 (万元)		
			2025 年	2024 年	2023 年
1	AGROMARKET	经销商	5,798.62	3,114.44	2,887.82
	占营业收入比重		10.36%	7.30%	8.20%

注 1：上述客户销售公司产品占同类产品比重相关数据系通过访谈确认；

注 2：AGROMARKET 包括 AHROMARKET TOVARYSTVO Z OBMEZHENIUM VIDPOVIDALNISTIUM NAUKOVO VYROBNYCHE PIDPRYEMSTVO、E&E TURBO SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCI。

上述客户专门销售公司产品品牌产品的合理性：一方面，公司对经销商实施区域保护机制，客户 AGROMARKET 专注于公司品牌的推广及销售；另一方面，公司与经销商 AGROMARKET 合作关系紧密，客户对公司品牌影响力和产品质量认可度较高。因此，经销商 AGROMARKET 专门销售公司产品品牌产品具有合理性。

销售真实性、定价公允性：通过函证、走访、收入细节测试等核查程序，公司与上述客户之间销售具有真实性。公司与上述客户依据市场价格协商定价，相关交易定价公允。

综上，上述经销商专门销售公司产品品牌产品具备商业合理性，相关销售真实、定价公允，均不存在非经营性往来、利益输送。

2、成立时间较短或报告期内注销、经营范围与涡轮或汽车维修业务无关、非法人实体、由发行人（前）员工或其近亲属设立或持股的客户

报告期各期，公司前 5 大客户中，除原合作客户基于自身业务战略规划，通过更换或新增业务主体的形式与公司继续开展业务合作的情况外，不存在其他成立时间较短的客户。

报告期各期，公司前 5 大客户中，均不存在报告期内注销、经营范围与涡轮或汽车维修业务无关、非法人实体、由公司（前）员工或其近亲属设立或持股的情形。

综上，报告期各期，公司前 5 大客户中存在专门采购公司产品的客户，公司与相应客户交易合作具备商业合理性，相关销售真实、定价公允，均不存在非经营性往来、利益输送情形。除原合作客户基于自身业务战略规划通过更换或新增业务主体的形式与公司继续开展业务合作的情况及贸易商外，报告期各期，公司前 5 大客户中均不存在成立时间较短或报告期内注销、经营范围与涡轮或汽车维修业务无关、非法人实体、由发行人（前）员工或其近亲属设立或持股的客户。

（四）说明报告期境内外经销商、贸易商数量及变动、收入金额及占比、终端客户所在区域市场需求等情况；结合经销商和主要贸易商的进销存情况、是否存在期末存货规模较大、期后销售异常或大额退货情形、终端销售实现情况、经销商和贸易商的应收账款及回款、较直销客户的差异及合理性等因素，说明是否存在通过经销商、贸易商压货扩大收入的情形

1、说明报告期境内外经销商、贸易商数量及变动、收入金额及占比、终端

客户所在区域市场需求等情况

(1) 境内外经销商、贸易商数量及变动情况

1) 经销商

报告期内，公司境内外规模以上的经销商数量变动情况如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
规模以上经销商数（家）	22	23	19
其中：境内（家）	0	0	0
境外（家）	22	23	19
新增规模以上经销商数量（家）	2	0	—
其中：境内（家）	0	0	—
境外（家）	2	0	—
减少规模以上经销商数量（家）	2	0	—
其中：境内（家）	0	0	—
境外（家）	2	0	—

注 1：“规模以上经销商”的统计口径为当年度销售金额在 50.00 万元以上的经销商，且同一控制或共同采购的客户按照合并口径披露；

注 2：报告期各期，“规模以上经销商”收入合计金额占全部经销商收入合计金额占比均超过 90.00%；

注 3：当年“新增规模以上经销商”统计口径为上年度无交易，本年度销售金额在 50.00 万元以上的经销商；

注 4：当年“减少规模以上经销商”统计口径为上年度销售金额在 50.00 万元以上，本年度无交易的经销商。

2) 贸易商

报告期内，公司境内外规模以上的贸易商数量变动情况如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
规模以上贸易商数（家）	8	4	4
其中：境内（家）	2	2	2
境外（家）	6	2	2
新增规模以上贸易商数量（家）	4	0	—
其中：境内（家）	1	0	—
境外（家）	3	0	—
减少规模以上贸易商数量（家）	0	0	—
其中：境内（家）	0	0	—
境外（家）	0	0	—

注 1：“规模以上贸易商”的统计口径为当年度销售金额在 50.00 万元以上的贸易商，且

同一控制或共同采购的客户按照合并口径披露；

注 2：报告期各期，“规模以上贸易商”收入合计金额占全部贸易商收入合计金额占比均超过 90.00%；

注 3：当年“新增规模以上贸易商”统计口径为上年度无交易，本年度销售金额在 50.00 万元以上的贸易商；

注 4：当年“减少规模以上贸易商”统计口径为上年度销售金额在 50.00 万元以上，本年度无交易的贸易商。

报告期内，公司规模以上经销商、贸易商数量均呈现稳步增长趋势，主要原因如下：

近几年，随着涡轮增压器售后维修、更换市场需求增加，公司难以全方面覆盖所有的涡轮增压器专业修理厂，公司通过展会等形式逐步完善经销商网络和开拓贸易商客户，借助经销商在当地区域市场的销售优势及贸易商的下游客户资源，持续提升品牌的市场份额，具备合理性。

综上，报告期内，公司与规模以上经销商、贸易商客户合作稳定，不存在经销商、贸易商数量大幅变动的情形。

（2）境内外经销商、贸易商收入金额及占比

报告期内，公司境内外经销商、贸易商主营业务收入金额及占比情况如下：

单位：万元，%

客户类型	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占主营业务收入比例	金额	占主营业务收入比例	金额	占主营业务收入比例
经销商	18,956.47	34.55	13,514.28	32.49	11,996.97	35.06
其中：境内	16.85	0.03	40.02	0.10	15.05	0.04
境外	18,939.62	34.52	13,474.26	32.39	11,981.93	35.02
贸易商	5,076.06	9.25	3,084.62	7.42	1,306.73	3.82
其中：境内	1,171.29	2.14	2,550.38	6.13	1,151.82	3.37
境外	3,904.77	7.12	534.24	1.28	154.92	0.45

报告期内，公司经销商、贸易商收入规模呈现持续增长趋势，与公司业绩持续增长趋势相符，具备合理性。具体原因参见本问询函回复“问题 4.销售收入真实性及准确性”之“【发行人说明与披露】/二/（一）/1/（2）发行人采用经销、贸易模式销售的合理性”相关内容。

（3）终端客户所在区域市场需求

1) 经销商

报告期各期，公司前五大客户中经销商对应的终端客户所在区域市场如下：

序号	客户名称	终端客户所在区域	终端客户所在主要国家
1	AGROMARKET	欧洲	乌克兰、波兰

2	Depros S.R.L.	欧洲	意大利
3	Company Turbonaizer	欧洲	俄罗斯
4	BR Turbo SPB LTD	欧洲	俄罗斯

注 1：上表所列示主要经销商客户对应的终端客户所在区域市场相关信息依据访谈确认；

注 2：同一控制或共同采购的客户按照合并口径披露：

①AGROMARKET 包括 AHROMARKET TOVARYSTVO Z OBMEZHENOIU VIDPOVIDALNISTIU NAUKOVO VYROBNYCHE PIDPRYEMSTVO、E&E TURBO SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCI；

②Company Turbonaizer 包括 Company Turbonaizer、Limited Liability Company "TURBONIZER COMPANY"及 LLC GROUP OF COMPANIES «TN»。

2) 贸易商

报告期内，公司前五大客户中贸易商对应的终端客户所在区域市场如下：

序号	客户名称	终端客户所在区域	终端客户所在国家
1	客户 A	欧洲	英国、土耳其等

注 1：上表所列示主要贸易商客户对应的终端客户所在区域市场相关信息依据访谈确认；

注 2：同一控制或共同采购的客户按照合并口径披露：客户 A 包括客户 A、公司 B。

报告期内，公司主要经销商、贸易商终端客户主要分布在欧洲，与当地涡轮增压器市场需求相匹配，具体原因参见本问询回复文件“问题 4.销售收入真实性及准确性”之“【发行人说明与披露】/一/（一）/2、与当地汽车前装及后装市场需求、竞争格局、车辆保有率、平均车龄或报废年限、涡轮装配及维修情况等终端需求的匹配性”的相关内容。

综上，报告期内，公司经销商、贸易商数量及收入规模呈持续增长趋势，与公司业绩持续增长趋势相符，主要经销商、贸易商对应的终端客户所在区域市场与当地市场需求相匹配，具备合理性。

2、结合经销商和主要贸易商的进销存情况、是否存在期末存货规模较大、期后销售异常或大额退货情形、终端销售实现情况、经销商和贸易商的应收账款及回款、较直销客户的差异及合理性等因素，说明是否存在通过经销商、贸易商压货扩大收入的情形

（1）经销商和主要贸易商的进销存情况、是否存在期末存货规模较大、期后销售异常或大额退货情形、终端销售实现情况、经销商和贸易商的应收账款及回款、较直销客户的差异及合理性等因素

1) 进销存、期末存货规模、终端销售实现情况

①主要经销商

报告期各期，公司前 5 大客户中经销商的进销存、期末存货规模、终端销售实现情况如下：

序号	经销商名称	经销商当期对外销售占当期采购的比例		
		2025 年度	2024 年度	2023 年度
1	AGROMARKET	101.41%	87.68%	80.21%
2	Depros S.R.L.	91.42%	97.83%	96.76%
3	OBSHESTVO S OGRANICHENNOY OTVETSTVENNOSTYU "KOMPANIYA TURBONAYZER"	79.54%	102.24%	107.19%
4	BR Turbo SPB LTD	105.96%	82.78%	85.05%

注 1：上述比例依据经销商提供的进销存数据测算，经销商进销存对外销售比例=经销商对发行人产品当期销售出库数量/对发行人产品当期采购数量；

注 2：比例超过 100% 为当期销售数量高于当期采购数量，超出比例为销售期初库存；

注 3：同一控制或共同采购的客户按照合并口径披露：AGROMARKET 包括 AHROMARKET TOVARYSTVO Z OBMEZhENOIU VIDPOVIDALNISTIU NAUKOVO VYROBNYCHE PIDPRYEMSTVO、E&E TURBO SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCI；

由上表可见，在经销模式下，公司主要经销商通常结合自身业务规模、下游客户订单频率、海运和清关时间等因素进行合理备货，用于及时响应终端客户需求，该等存货金额相较经销商实现的销售金额较小，上述主要经销商向下游客户及终端客户销售情况总体良好，不存在压货及囤货的情形。

②主要贸易商

报告期各期，公司前 5 大客户中贸易商的进销存、期末存货规模、终端销售情况如下：

序号	贸易商名称	贸易商当期对外销售占当期采购的比例		
		2025 年度	2024 年度	2023 年度
1	客户 A	100.00%	100.00%	100.00%

注 1：上述比例依据贸易商提供的进销存数据测算，贸易商进销存对外销售比例=贸易商对发行人产品当期销售出库数量/对发行人产品当期采购数量；

注 2：同一控制或共同采购的客户按照合并口径披露：客户 A 包括公司 A、公司 B。

由上表可见，在贸易模式下，公司主要贸易商通常获取下游订单后再向公司采购相关产品，然后直接向境外客户发货，报告期各期末无库存，均已实现向终端客户销售。

2) 期后销售异常或大额退货情形

公司与经销商、贸易商之间为买断式销售，除产品质量问题，产品一经签收不得随意退换。公司制定了统一的退换货管理制度，一般情况下，客户因产品质

量、品种、数量等不符合约定要求退换货时，由销售部门提出退换货申请，经对应职责部门审核批准后方可退换产品。

报告期各期，公司经销商、贸易商不存在退货金额超过 50.00 万元的情况，少量退货主要系终端用户更换部分车型，新车型与原有产品匹配性下降，经双方友好协商，同意退货。上述销售退回情形非产品质量问题，通常不影响产品的再次销售。

综上，报告期内，公司经销商及贸易商不存在期后销售异常或大额异常退货的情形。

3) 应收账款及回款、较直销客户的差异及合理性

报告期内，公司直销-非贸易模式、经销模式、贸易模式的平均回款期对比情况如下：

单位：天

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
直销-非贸易平均回款期	78.53	65.63	71.39
经销平均回款期	63.88	91.59	72.42
贸易平均回款期	-	-	-

公司境外销售主要以发货时点起算。报告期内，除 2024 年度外，公司直销模式下主要客户平均回款期与经销模式下主要客户平均回款期不存在显著差异。2024 年度经销模式主要客户平均回款期较高的原因受 E&E TURBO SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCI 的影响。该客户为既有客户 AGROMARKET 实际控制人于 2023 年新成立的主体，由于成立时间较短、短期存在未及时回款的情况。报告期内，公司贸易模式下主要客户采用先款后货的方式，与直销模式和经销模式存在一定差异。

综上，报告期内公司经销商、贸易商与直销-非贸易客户的回款情况存在一定差异，具有合理性。

(2) 是否存在通过经销商、贸易商压货扩大收入的情形

结合上述分析，公司主要经销商、贸易商不存在囤货采购的情况，产品期后去化情况较好，不存在大额退货和期后销售异常的情形，最终销售实现情况良好，不存在向经销商、贸易商压货扩大收入的情形。

(五) 结合贸易商的开拓方式、贸易商与终端客户的合作模式等，说明报告期内贸易商数量较少且采购金额高于毅合捷等同行公司的合理性；说明主要贸易商客户 A 采购金额持续上涨、毛利率水平与其他同类客户和非贸易商客户存在差异的合理性

1、结合贸易商的开拓方式、贸易商与终端客户的合作模式等，说明报告期

内贸易商数量较少且采购金额高于毅合捷等同行公司的合理性

报告期内，公司与同行业公司毅合捷的贸易商家数与收入情况如下所示：

单位：家数、万元

公司名称	销售模式	2025 年度		2024 年度		2023 年度（注）	
		家数	主营业务收入	家数	主营业务收入	家数	主营业务收入
毅合捷	贸易	-	-	-	-	51	816.73
公司		60	5,076.06	28	3,084.62	16	1,306.73

注：毅合捷 2023 年度贸易商家数和销售额为 2023 年 1-6 月数据。

公司主要通过参加行业展会、存量客户推荐业务、网络营销等方式获取订单资源；同时，随着公司品牌“E&ETURBOS”在全球增压器后市场行业内知名度的不断提高，部分客户亦会主动询价并与公司建立合作。

公司与贸易商客户的合作方式均为买断式销售，贸易商客户根据自有客户资源及能力开发终端客户；公司不对贸易商客户的销售区域、销售客户等销售情况进行管理。根据与主要贸易商客户了解，其主要根据下游客户需求，向公司采购相关产品、并销售给终端客户。

报告期内，随着公司业务规模增大及市场开拓力度提升，公司贸易商数量逐年增长。其中，2023 年，公司贸易商数量少于毅合捷、贸易商客户销售金额高于毅合捷，主要系各家贸易商客户及贸易商下游渠道等存在差异。

2、说明主要贸易商客户 A 采购金额持续上涨、毛利率水平与其他同类客户和非贸易商客户存在差异的合理性

报告期内，公司主要贸易商客户 A 毛利率与其他客户的对比情况如下：

单位：万元

2025 年度		
客户名称	主营业务收入	毛利率
客户 A	3,754.39	*
其他贸易商客户	1,321.67	*
直销（不含贸易商）	30,828.71	41.51%
2024 年度		
客户名称	主营业务收入	毛利率
客户 A	1,611.04	*
其他贸易商客户	1,473.59	*
直销（不含贸易商）	25,000.53	44.03%
2023 年度		

客户名称	主营业务收入	毛利率
客户 A	723.74	*
其他贸易商客户	582.99	*
直销（不含贸易商）	20,910.41	45.71%

报告期各期，公司向客户 A 的销售额分别为 723.74 万元、1,611.04 万元和 3,754.39 万元，呈现较快增长，主要系客户 A 下游需求良好，在手订单持续增加所致。

报告期内，公司向客户 A 的销售毛利率分别为*、*、*，高于其他贸易商客户及直销（不含贸易商）客户，主要系该客户产品应用于航空领域为主，产品具有定制化特征、产品复杂度及加工难度较大，故毛利率水平较高。其中，2025 年度毛利率水平同比提升，主要系该客户采购主体由客户 A 控制下的公司 A 转化为其同控下的公司 B、存在税务差异所致。

三、收入确认准确性及其他披露事项

（一）披露三类产品的销售区域分布、销售模式、主要客户情况；披露主营业务收入-其他、其他业务收入的类型、构成、毛利率情况

报告期各期，公司收入整体分类情况如下：

单位：万元

产品类型	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	销售额	占营业收入比	销售额	占营业收入比	销售额	占营业收入比
主营业务收入	54,861.23	98.05%	41,599.43	97.54%	34,214.12	97.16%
其中：涡轮增压器	53,099.83	94.90%	40,511.26	94.99%	33,632.14	95.50%
涡轮发动机	1,570.78	2.81%	797.76	1.87%	305.34	0.87%
压缩机	111.01	0.20%	289.06	0.68%	273.40	0.78%
其他	79.61	0.14%	1.35	0.00%	3.24	0.01%
其他业务收入	1,090.80	1.95%	1,047.84	2.46%	1,001.29	2.84%
合计	55,952.03	100.00%	42,647.28	100.00%	35,215.41	100.00%

报告期内，公司主营业务收入占比分别为 97.16%、97.54%和 98.05%，占比较高，销售产品以涡轮增压器为主，各期占比为 95%左右；其他业务收入占比分别为 2.84%、2.46%和 1.95%，占比较低，主要包括运保费收入、废料收入及房租收入等。

1、三类产品的销售区域分布、销售模式、主要客户情况

（1）按销售区域分类

报告期内，公司涡轮增压器、涡轮发动机、压缩机产品的销售区域分布情况

如下：

单位：万元

产品类型	销售区域	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
		销售额	占比	销售额	占比	销售额	占比
涡轮增压器	外销	50,067.34	94.29%	37,043.17	91.44%	31,975.01	95.07%
	内销	3,032.49	5.71%	3,468.08	8.56%	1,657.12	4.93%
	合计	53,099.83	100.00%	40,511.26	100.00%	33,632.14	100.00%
涡轮发动机	外销	1,229.02	78.24%	200.75	25.16%	102.51	33.57%
	内销	341.76	21.76%	597.02	74.84%	202.83	66.43%
	合计	1,570.78	100.00%	797.76	100.00%	305.34	100.00%
压缩机	外销	-	-	-	-	-	-
	内销	111.01	100.00%	289.06	100.00%	273.40	100.00%
	合计	111.01	100.00%	289.06	100.00%	273.40	100.00%

报告期内，公司涡轮增压器产品主要以外销为主，各期占比均超过 90%。

公司涡轮发动机产品 2023 年度和 2024 年度以内销为主、2025 年度外销占比提升，主要系客户 A2025 年部分该类产品的销售收入由内销转为外销所致。

报告期内，公司压缩机产品均为内销，各期占比均为 100%。

(2) 按销售模式分类

报告期内，公司涡轮增压器、涡轮发动机、压缩机产品按销售模式分类情况如下：

单位：万元

产品类型	销售模式	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
		销售额	占比	销售额	占比	销售额	占比
涡轮增压器	直销	30,324.82	57.11%	24,273.48	59.92%	20,427.07	60.74%
	经销	18,956.32	35.70%	13,512.93	33.36%	11,994.37	35.66%
	贸易	3,818.69	7.19%	2,724.85	6.73%	1,210.69	3.60%
	合计	53,099.83	100.00%	40,511.26	100.00%	33,632.14	100.00%
涡轮发动机	直销	316.26	20.13%	438.24	54.93%	209.30	68.55%
	经销	-	-	-	-	-	-
	贸易	1,254.52	79.87%	359.52	45.07%	96.04	31.45%
	合计	1,570.78	100.00%	797.76	100.00%	305.34	100.00%
压缩机	直销	108.16	97.43%	288.81	99.91%	273.40	100.00%
	经销	-	-	-	-	-	-
	贸易	2.85	2.57%	0.25	0.09%	-	-

产品类型	销售模式	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
		销售额	占比	销售额	占比	销售额	占比
	合计	111.01	100.00%	289.06	100.00%	273.40	100.00%

报告期内，公司涡轮增压器产品主要以直销、经销为主，贸易为辅，直销和经销合计销售额各期占比均超过 90%。

报告期内，公司涡轮发动机产品销售模式包括直销和贸易，未涉及经销模式。报告期内，公司涡轮发动机产品直销类销售额各期占比逐年下降，贸易类销售额各期占比逐年增长，主要原因系客户 A 采购金额逐年上涨所致。

报告期内，公司压缩机产品主要以直销为主。

(3) 三类产品的主要客户情况

报告期内，公司涡轮增压器产品主要客户如下：

销售区域	客户名称（注）	销售模式
波兰	KODE S.K.A.	直销
波兰	ROLMAR Trade Sp.z.o.o	直销
英国	RECOTURBO LIMITED	直销
乌克兰	AHROMARKET TOVARYSTVO Z OBMEZHENOIU VIDPOVIDALNISTIU NAUKOVO VYROBNYCHE PIDPRYEMSTVO	经销
波兰	E&E TURBO SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCI	经销
意大利	Depros S.R.L.	经销
俄罗斯	OBSHESTVO S OGRANICHENNOY OTVETSTVENNOSTYU "KOMPANIYA TURBONAYZER"	经销
俄罗斯	BR Turbo SPB LTD	经销
中国	客户 A	贸易

注：公司涡轮增压器产品主要客户为报告期各期涡轮增压器产品前五名客户。

报告期内，公司涡轮发动机产品主要客户如下：

销售区域	客户名称（注）	销售模式
中国	客户 A	贸易
欧洲	客户 I	直销
中国	南京航空航天大学	直销

注：公司涡轮发动机产品主要客户为报告期合计涡轮发动机产品前三名客户。

报告期内，公司压缩机产品主要客户如下：

销售区域	客户名称（注）	销售模式
中国	格力博	直销
中国	盖瑞特	直销

销售区域	客户名称（注）	销售模式
中国	威灵电机	直销

注：公司压缩机产品主要客户为报告期合计涡轮发动机产品前三名客户。

关于涡轮增压器主要客户、涡轮发动机主要客户中客户 A 的基本情况参见“问题 4.销售收入真实性及准确性”之“【发行人说明与披露】/二、/（二）列示各期不同销售模式主要客户的基本情况、经营规模、销售内容、金额及占比、毛利率、应收账款期末余额及回款情况（回款比例、是否通过第三方回款及原因）、向发行人的采购规模及占比、各期采购金额与其经营规模及终端客户需求是否匹配，是否存在关联关系，与上述客户的合作背景、合作历史、订单获取方式、在手订单情况，报告期内收入变化的原因及合理性；说明各类销售模式客户的采购频率、单次采购金额、备货周期与进销存数据的匹配情况、销售返利、各期退换货情况，其采购情况是否与发行人产品“多品种、多批次、小批量”特征、终端客户需求及消费特征相匹配。”之回复内容。

2、主营业务收入-其他、其他业务收入的类型、构成、毛利率情况

（1）主营业务收入-其他的类型、构成、毛利率情况

报告期内，公司主营业务收入-其他的类型、构成、毛利率情况如下：

单位：万元

明细科目	产品类型	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
		销售 额	毛利率	销售 额	毛利率	销售 额	毛利率
主营业务收入-其他	包装胶带、塑料堵头、毛坯件等	79.61	59.66%	1.35	45.65%	3.24	34.50%
	合计	79.61	59.66%	1.35	45.65%	3.24	34.50%

报告期内，公司主营业务收入-其他主要由包装胶带、塑料堵头和毛坯件构成，各期金额分别为 3.24 万元、1.35 万元和 79.61 万元。2025 年度公司主营业务收入-其他的销售额有所增长，主要原因系毛坯件收入增长所致。

报告期内，公司其他业务收入的类型、构成、毛利率情况如下：

单位：万元

明细科目	产品类型	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
		销售额	毛利率	销售额	毛利率	销售额	毛利率
其他业务收入	运保费	874.55	11.87%	829.48	16.08%	647.90	7.34%
	废料	159.24	100.00%	124.22	100.00%	60.60	100.00%
	房租	33.14	29.17%	56.14	62.73%	255.02	76.00%
	销售光伏电力	22.69	59.78%	36.59	43.27%	21.03	47.28%

明细科目	产品类型	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
		销售额	毛利率	销售额	毛利率	销售额	毛利率
	加工费	-	-	-	-	16.47	100.00%
	其他	1.18	100.00%	1.41	97.48%	0.27	100.00%
	合计	1,090.80	26.35%	1,047.84	29.59%	1,001.29	32.82%

报告期内，公司其他业务收入主要由运保费收入、废料收入、房租收入等构成，各期金额分别为 1,001.29 万元、1,047.84 万元和 1,090.80 万元，毛利率分别为 32.82%、29.59%和 26.35%。

报告期内，公司运保费收入分别为 647.90 万元、829.48 万元和 874.55 万元，逐年增长，主要原因系公司外销销售规模逐年增加所致。

报告期内，公司废料收入分别为 60.60 万元、124.22 万元和 159.24 万元，逐年增长，主要原因系公司销售规模逐年增加，产生的废料逐年增长所致。

报告期内，公司房租收入分别为 255.02 万元、56.14 万元和 33.14 万元，逐年下滑，主要原因系公司产权位于常州市新北区汉江路 662 号独院房屋，2024 年和 2025 年部分月份公司无租赁收入所致。

报告期内，其他业务收入中，公司销售光伏电力收入、加工费收入及其他收入较小，对公司的业绩影响有限。

（二）说明废料产生环节、报告期废料率及变动情况，与业务规模的匹配性

公司的废料主要来源于叶轮及涡轮零部件产品的精加工过程中，公司通过对叶轮毛坯、铝棒材料、涡轮杆材等进行车加工、磨加工等工序生产精密零部件产品，相应会产生废铝屑、废铁屑等。其中，涡轮杆材加工后的涡轮轴系涡轮的组成部件，涡轮轴重量约占涡轮成品重量的 30%-40%左右。

报告期各期，公司废铝屑对应原材料即叶轮毛坯、铝棒材料等的投入量、废料产生量情况如下：

单位：吨

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
原材料投入量	176.42	152.45	95.53
铝废料产生量	124.01	99.07	52.95
铝废料率	70.29%	64.98%	55.43%

报告期内，铝废料率逐年上升，主要系公司生产的铝相关成品结构差异所致。叶轮毛坯生产铸造叶轮的过程中，废料率约 30%左右，铝棒材料生产机加叶轮的过程中，废料率约 80%左右。报告期内，公司机加叶轮的产量分别为 20.69 万件、

36.30 万件和 47.60 万件，产量逐年提升，使得综合铝废料率逐年上升。

报告期各期，公司废铁屑对应原材料即涡轮杆材的投入量、废料产生量情况如下：

单位：吨

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
原材料投入量	78.47	89.63	60.70
铁废料产生量	39.29	42.83	32.02
铁废料率	50.06%	47.78%	52.75%

公司报告期内铁废料率总体较为稳定。

报告期各期，公司废料收入与涡轮、叶轮销售收入对比情况如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
废料收入	159.24	124.22	60.60
涡轮、叶轮销售收入	7,683.73	7,075.88	7,062.33
占比	2.07%	1.76%	0.86%

单位：万元

报告期内，公司废料收入占涡轮、叶轮销售收入的比例有所上升，主要系机加叶轮产量占比增加，机加叶轮生产过程中废料率较高，拉高了公司废料收入占涡轮、叶轮销售收入的比例，废料收入与业务规模具有匹配性。

（三）说明不同销售区域各销售模式的收入确认时点、依据及合理性，收入确认内外部证据及关键要素齐备性，证据缺失或要素不齐全对应的主要客户、收入金额及占比情况，关于收入确认时点、确认金额准确性的内控措施及执行情况

1、不同销售区域各销售模式的收入确认时点、依据及合理性

公司的收入确认时点主要与公司的销售区域、结算方式有关，关于公司不同销售区域各销售模式的收入确认时点、依据如下：

公司不同销售区域各销售模式的收入确认时点、依据如下：

销售区域	结算方式	收入确认时点	依据
国内	-	合同签订后，根据合同约定的交货方式将货物发给客户，公司取得客户的收货凭据时确认收入	客户签收单据
国外	EXW 贸易条款	以客户指定承运人上门提货并取得交接单据时确认收入	客户指定承运人的提货交接单据所示提货时间

销售区域	结算方式	收入确认时点	依据
	FOB、CIF、C&F、 FCA 贸易条款	以货物越过船舷后获得货运提单，同时向海关办理出口申报并经审批同意后确认收入	货运提单及报关单二者孰晚的时间

报告期内，公司外销收入存在以下几种结算方式：FOB、CIF、C&F 等贸易方式下，与所有权相关的毁损、灭失风险自货物交到指定的装运港口船上时转移给买方。即货物办理报关手续并装箱上船时，与货物所有权有关的毁损、灭失风险已转移给客户，相应的商品控制权转移至客户；EXW 模式下，货物离开厂区大门相应的商品控制权转移至客户，满足收入确认条件。因此，FOB/CIF/C&F/FCA 模式下以货物越过船舷后获得货运提单，同时向海关办理出口申报并经审批同意后，依据货物提单与报关单二者孰晚的时间确认收入；EXW 模式下以客户指定承运人上门提货并取得交接单据时，依据客户指定承运人的提货记录所示提货时间确认收入，具有合理性。

报告期内，公司内销收入下，货物发给买方，与所有权相关的毁损、灭失风险自客户在签收单上签收时转移给买方，公司依据客户签收记录所示签收时间确认收入，具有合理性。

2、收入确认内外部证据及关键要素齐备性，证据缺失或要素不齐全对应的主要客户、收入金额及占比情况

(1) 收入确认内外部证据及关键要素齐备性

报告期内，公司收入确认内外部证据及关键要素的齐备性情况如下：

销售区域	结算方式	内外部证据	收入确认单据的关键要素齐备性
国内		内部证据：销售合同、销售订单、装箱单、出库单、发票等； 外部证据：签收单、物流公司运输单或对账单、定期对账单等。	签收单：包括客户名称、签收时间、签收人签字、签收产品型号、签收产品数量等，关键要素齐备。

销售区域	结算方式	内外部证据	收入确认单据的关键要素完备性
国外	EXW 贸易条款	内部证据：销售合同、销售订单、装箱单、出库单、发票等； 外部证据：司机提货证明、经司机签字确认的装箱单（2023 年收入确认单据为经客户盖章的确认收货声明）、物流公司运输单或对账单、定期对账单、报关单、提单等。	经司机签字确认的装箱单：包括订单编号、发货时间、司机姓名、车牌号及签字日期，产品型号、数量、司机提货证明等。2023 年，公司针对 EXW 模式下的装箱单未要求客户指定的承运人签字确认，因此，当年 EXW 模式下的收入确认单据为经客户盖章并以邮件形式发送的确认收货声明作为代替。总体而言，与 EXW 模式下的收入确认单据关键要素完备。
	FOB、CIF、C&F、FCA 贸易条款	内部证据：销售合同、销售订单、装箱单、出库单、发票等； 外部证据：物流公司运输单或对账单、定期对账单、报关单、提单等。	出口报关单和提单：信息包括货物名称、数量、报关时点、发运港、目的地等，关键要素完备。

（2）证据缺失或要素不齐全对应的主要客户、收入金额及占比情况

报告期内，公司收入确认单据存在缺失或瑕疵的情况如下：

单位：万元

类别	2025 年度	2024 年度	2023 年度
存在部分单据缺失或瑕疵的收入	688.49	543.00	462.24
营业收入	55,952.03	42,647.28	35,215.41
占比	1.23%	1.27%	1.31%

报告期内，公司存在少量外部单据缺失的情形，主要系少量小客户下单量较小、下单次数少且分散，外部单据量少且回收难度较大。考虑到此类客户基本为先收款后发货的模式且收款、发货、开票间隔很短，单据搜集归档成本较高等因素，公司未对此类小额瑕疵进行跟踪整改，此类瑕疵不会对公司的财务报表及内部控制总体有效性产生重大影响。

3、关于收入确认时点、确认金额准确性的内控措施及执行情况

公司已建立健全《收入确认单据管理制度》，要求业务员按时收集并归档签收记录、报关单、提单等收入确认单据，同时财务人员负责编制销售台账，逐笔核对系统出库数据、装箱单、报关单、提单是否一致，同时登记签收单日期、报关单日期、提单日期等信息，确保收入确认在正确的时点以及金额的准确性。公

司目前各部门内控执行良好，报告期内不存在收入确认时点或金额有误的情形。

【会计师说明】

一、核查上述事项并发表明确意见，说明核查方式、过程、范围和结论

（一）针对上述问题“一、境外销售真实性”

1、核查方式、过程、范围

（1）获取公司报告期内的收入成本表，了解各期境外销售地区分布及收入构成情况，各业务模式、销售模式、客户类型收入构成情况，分析各主要销售区域收入变化的原因；

（2）访谈公司市场部负责人、主要客户，公开查询行业研究资料、同行业可比公司及同行业公司信息，获取公司主要销售区域汽车前装及后装市场需求、竞争格局、车辆保有率、平均车龄或报废年限、涡轮装配及维修情况等数据，分析公司报告期各主要销售区域收入情况与终端需求的匹配性；分析公司报告期各主要销售区域境外销售占比、分布及变动趋势与同行业可比公司是否一致；

（3）访谈报告期内不同销售区域的主要客户，了解其基本情况、经营规模、合作历史、订单获取方式、发行人供货份额等信息；获取报告期内的收入成本表，了解主要客户的销售内容、金额及占比、毛利率情况；获取报告期各期末应收账款明细表、各期及期后回款表，了解主要客户的期后回款情况、是否通过第三方回款；针对主要经销商客户，访谈其终端客户，了解终端客户的基本情况、经营规模；

（4）获取报告期内所有客户的销售区域、合作年限、销售金额等数据，分层分析报告期内不同销售模式、客户类型的数量、收入金额及占比，毛利率情况，分层分类分析新老客户、不同销售金额层级客户对发行人业绩增长的贡献情况；

（5）访谈报告期内不同销售区域主要新增客户，了解发行人与主要新增客户的合作背景及订单获取方式，了解主要新增客户的销售内容及价格、毛利率、信用政策及回款情况，针对主要新增经销商客户，访谈其终端客户情况，分析主要新增客户与存量客户就上述信息是否存在显著差异及合理性；

（6）获取公司《销售返利管理制度》，评价并测试与销售返利相关的内部控制，测试内部控制制度执行的有效性；

（7）对销售返利执行分析程序，分析发行人销售返利政策是否存在异常变动及变动的合理性；

（8）抽查发行人与客户签订的返利协议和对应的返利计算表，根据返利协议约定的销售返利政策重新测算销售返利计提金额；

（9）访谈市场部负责人，了解《返利协议》或《经销商协议》的审批流程以及归档情况，了解并判断是否存在财务部门遗漏计提的销售返利，了解相关返

利条款是否符合行业惯例，是否存在通过返利政策刺激销售、调节业绩情形，了解销售合同中是否存在其他可变对价、特殊质量保证、重大融资成分、非现金对价、应付客户对价等条款；

(10) 访谈公司市场部负责人，了解公司产品在主要销售国家或地区的竞争优势、销售渠道优势；访谈主要存量客户及新增客户，了解其与发行人的历史合作情况，分析发行人是否存在业绩大幅下滑、被竞争对手替代的风险。

2、核查结论

经核查，我们认为：

(1) 报告期内，公司在欧洲及美洲区域的销售收入较高，欧洲市场销售额逐年增长主要与存量客户采购规模增长有关；南美洲市场销售额逐年增长主要与新增业务开拓有关，北美洲市场销售收入整体保持平稳，具有合理性；

(2) 报告期内，公司主要销售区域与当地汽车前装及后装市场需求、竞争格局、车辆保有率、平均车龄或报废年限、涡轮装配及维修情况等终端需求具有匹配性；与同行业可比公司就境外销售占比、变动趋势存在一定差异，与同属于汽车后市场的同行业公司毅合捷较为一致；

(3) 报告期内，公司不同销售区域的主要客户与发行人合作情况良好，其中部分客户涉及第三方回款，主要经销商客户的终端客户基本情况良好，经营规模与自身需求匹配；

(4) 报告期内，按销售区域分层，公司境外直销和经销销售收入均以欧洲市场为主，其次为南美洲市场和北美洲市场；境外贸易收入较小，对公司整体业绩影响有限，2025 年公司境外贸易收入上升主要原因系客户 A 由内销收入转为外销收入所致；按合作年限分层，公司境外直销、经销、贸易销售收入主要来源于合作 5 年以上的存量客户；按销售金额分层，境外直销、经销收入主要来自于收入区间在 100 万元至 1,000 万元及 1,000 万元以上的客户，上述两部分客户对公司业绩贡献较大；

(5) 报告期内，公司主要新增客户销售内容与同区域存量客户销售内容不存在较大差异，主要新增客户的平均单价、毛利率与同区域存量客户同类产品的平均单价、毛利率的差异具有合理性。除特定客户之外，公司主要新增客户的信用政策、回款情况等与同区域存量客户不存在较大差异；

(6) 公司已建立健全返利制度，公司严格按照返利制度完整、准确的计提返利；开展销售返利活动符合行业惯例，公司不存在通过返利政策刺激销售、调节业绩的情形；报告期内，公司与客户所签订的销售合同中不存在其他可变对价、特殊质量保证、重大融资成分、非现金对价、应付客户对价等条款；

(7) 公司承担的境内运输方式在报告期内未发生变更，均为汽车运输；公司在报告期内的 EXW、FOB、CIF 贸易模式下均不承担境外运费；由于地缘政治原因的影响，部分境外运输方式由铁路运输转为海运；由于公司在 EXW 模式下的收入确认时点为客户指定货代上门提货时、FOB 及 CIF 确认时点均为货运提单与报关单孰晚日，故境外运输方式的变更及境外运输时效的变化不影响公司的收入确认周期；

(8) 报告期内，公司的新老客户合作情况良好，公司与主要客户大部分合作年限超过 5 年，合作稳定性强；公司在主要销售国家或区域具备一定的竞争优势和销售渠道优势；报告期内，公司境外收入主要来源于合作年限 5 年以上的老客户，境外销售具有稳定性和可持续性，业绩大幅下滑的风险较小，产品被竞争对手替代的风险较小；公司已在招股说明书中“第三节 风险因素”之“一、经营风险”进行了充分的风险揭示。

(二) 针对上述问题“二、终端销售实现情况”

1、核查方式、过程、范围

申报会计师主要执行了以下核查程序：

(1) 访谈公司管理层，了解公司所属涡轮增压器汽车后市场特征、竞争格局、销售渠道分布，了解公司采用经销、贸易模式销售的合理性；

(2) 查询同行业可比公司、同行业公司的招股说明书、公开转让说明书、定期报告等公开披露的信息，了解同行业可比公司、同行业公司的销售模式及经销商和贸易商销售比例情况，分析公司采用经销、贸易模式是否符合行业惯例；

(3) 获取公司《经销商管理制度》及主要经销商、贸易商合同，了解公司对经销商、贸易商的划分标准和主要差异；

(4) 访谈公司管理层，了解公司对经销商、贸易商的划分标准、管控情况，以及同时采用经销和贸易模式销售商业合理性；

(5) 查阅公司《经销商管理制度》，了解相关内容制度建立情况，判断公司相关内控制度是否有效执行；

(6) 访谈报告期内不同销售模式的主要客户，了解其基本情况、经营规模、合作历史、订单获取方式、发行人供货份额、在手订单、是否存在关联关系等信息；获取报告期内的收入成本表，了解主要客户的销售内容、金额及占比、毛利率情况；获取报告期各期末应收账款明细表、各期及期后回款表，了解主要客户的期后回款情况、是否通过第三方回款；针对主要经销商客户，访谈其终端客户，了解终端客户的基本情况、经营规模；

(7) 获取报告期内的收入成本表、访谈公司市场部负责人、业务对接人员，分析各类销售模式下主要客户的采购频率及单次采购金额分布是否合理；访谈主

要客户，获取主要经销商和贸易商客户报告期内的进销存数据，分析主要经销商和贸易商客户的备货周期与进销存数据的匹配情况；访谈主要经销商客户的终端客户，了解其业务规模和实际需求情况；获取报告期内公司主要客户的销售合同、销售订单、销售返利明细，退换货明细；结合主要客户采购情况分析是否与发行人产品“多品种、多批次、小批量”特征、终端客户需求及消费特征相匹配；

（8）获取公司报告期各期前 5 大客户中经销商、贸易商中信保资信报告、企业信用报告、工商档案等工商资料，并结合对应客户的访谈资料，了解公司报告期各期前 5 大客户中经销商、贸易商是否存在成立时间较短或报告期内注销、非法人实体、经营范围与涡轮增压或汽车维修业务无关、专门采购公司产品、由公司（前）员工或其近亲属设立或持股等特殊情形，并分析交易合作的原因及合理性，销售真实性、定价公允性，是否存在非经营性往来、利益输送情形；

（9）查阅公司报告期内的销售明细表，统计境内外经销商、贸易商数量、收入规模及报告期内增减变动情况；访谈公司管理层，了解经销商、贸易商数量、收入规模变动的原因及合理性；

（10）通过访谈公司报告期各期前 5 大客户中经销商、贸易商，了解报告期各期主要经销商、贸易商的终端销售区域情况；访谈公司管理层，了解公司主要经销商、贸易商的终端销售区域对应的涡轮增压器市场需求情况，分析公司主要经销商、贸易商对应的终端销售区域是否与当地市场需求相匹配；

（11）获取公司报告期各期前 5 大客户中经销商、贸易商进销存数据、销售明细表，对比进销存数据与销售报表和采购数据的匹配性，了解主要经销商、贸易商各期销售情况、期末库存情况、终端销售实现情况；

（12）获取公司报告期内退换货明细表，了解报告期内公司经销商、贸易商是否存在期后销售异常或大额退货情形；

（13）获取报告期各期末应收账款明细表、各期及期后回款表，了解直销-非贸易、经销商、贸易商不同客户类型平均回款期的情况，并分析不同客户类型平均回款期差异的原因及合理性；

（14）访谈市场部负责人，了解公司关于贸易商客户的开拓方式、贸易商与终端客户的合作模式等，分析公司报告期内贸易商数量较少且采购金额高于毅合捷等同行公司的合理性，分析主要贸易商客户 A 毛利率水平与其他同类客户和非贸易商客户存在差异的合理性。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

（1）公司与同行业可比公司的销售模式存在一定差异，主要系与各公司涡轮增压器类产品的下游应用市场有关。汽车后市场领域，公司经销商、贸易商销

售比例与同行业公司毅合捷不存在较大差异。公司涡轮增压器类产品主要面向汽车后市场，采用直销、经销、贸易多种销售模式将产品售往汽车修理厂，符合行业惯例；

(2) 公司同时采用经销和贸易模式销售符合行业惯例、业务特质，具有商业合理性；

(3) 公司经销商、贸易商在客户管理制度、合同条款存在明显差异，公司制定了较为完善的《经销商管理制度》并有效执行，能够准确划分经销商及贸易商客户性质；

(4) 公司建立了《经销商管理制度》，对经销商的授权资格、管理要求、授权程序、撤销程序等事项进行了明确的约定。报告期内，公司相关内部控制制度能够有效执行，并在实际运营中不断完善。公司《经销商管理制度》的建立及执行情况已在招股说明书“第五节 业务和技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务情况”之“（四）公司主要经营模式”之“3、销售模式”之“（1）销售模式简介”中补充披露；

(5) 报告期内，公司不同销售模式的主要客户与发行人合作情况良好，其中部分客户涉及第三方回款，主要客户各期采购金额与其经营规模及终端客户需求匹配，不存在关联关系；报告期内，公司主要客户收入变化的原因具有合理性；

(6) 报告期内，公司各类销售模式客户的采购频率、单次采购金额分布合理；主要经销商客户与主要贸易商客户的备货周期与各期进销存数据匹配；公司针对不同客户提供定制化的返利措施，激励范围包括直销商和经销商客户；报告期内，公司不存在大额销售退换货情形；主要客户的采购情况符合发行人产品“多品种、多批次、小批量”特征；主要经销商客户和贸易商客户的进销存、终端销售的业务数据与下游终端客户需求及消费特征相匹配；

(7) 报告期各期，公司前 5 大客户中存在专门采购公司产品的客户，公司与相应客户交易合作具备商业合理性，相关销售真实、定价公允，均不存在非经营性往来、利益输送情形。除原合作客户基于自身业务战略规划通过更换或新增业务主体的形式与公司继续开展业务合作及贸易商外，报告期各期，公司前 5 大客户中均不存在成立时间较短或报告期内注销、经营范围与涡轮或汽车维修业务无关、非法人实体、由发行人（前）员工或其近亲属设立或持股的客户；

(8) 报告期内，公司规模以上经销商、贸易商数量呈现稳步增长趋势，公司与规模以上经销商、贸易商客户合作稳定，不存在经销商、贸易商数量大幅变动的情形；报告期内，公司经销商、贸易商收入规模呈现持续增长趋势，与公司业绩持续增长趋势相符，具备合理性；报告期内，公司主要经销商、贸易商终端客户主要分布在欧洲，与当地涡轮增压器市场需求相匹配；

(9) 公司主要经销商、贸易商不存在囤货采购的情况，产品期后去化情况较好，不存在大额退货或期后销售异常的情形，最终销售实现情况良好，不存在向经销商、贸易商压货扩大收入的情形；

(10) 公司主要通过行业展会、存量客户推荐业务、网络营销、客户主动联系等方式获取订单资源；在贸易商与终端客户的合作模式上，均为买断式销售；2023 年度、2024 年度，公司贸易商数量较少，但贸易商采购金额高于毅合捷的原因主要系公司贸易商客户销售额集中度较高；2025 年度，公司在全球范围内加大力度拓展贸易商客户，贸易商客户数量增长至 60 家，销售额同步增长，集中度相应降低；报告期内，公司贸易商数量较少且采购金额高于同行业公司毅合捷具有合理性；

(11) 报告期内，公司主要客户客户 A 采购金额持续上涨主要系终端客户需求增长以及行业景气度提升，毛利率水平与其他同类客户和非贸易商客户存在差异主要原因系公司销售至客户 A 的产品应用领域为航空领域，产品要求较高、产品规格型号与其他客户的产品存在差异，定制化程度较高，具有合理性。

(三) 针对上述问题“三、收入确认准确性及其他披露事项”

1、核查方式、过程、范围

申报会计师主要执行了以下核查程序：

(1) 获取报告期内公司收入成本表，分析三类产品的销售区域分布、销售模式、主要客户情况；分析主营业务收入-其他、其他业务收入的类型、构成、毛利率情况；

(2) 访谈公司技术部相关负责人，了解废料产生环节、不同环节的废料率及变动情况；

(3) 计算报告期各期废料率，分析废料率变动原因，关注废料与业务规模的匹配性；

(4) 获取公司报告期内销售台账，并结合重要性水平开展细节测试，重点关注收入确认内外部证据及关键要素的齐备性。针对客户自查的存在瑕疵的收入确认内外部证据，根据其性质及发生原因推断并扩大测试样本，测试是否存在其他瑕疵情形；

(5) 获取公司销售相关内部控制制度并执行穿行测试，重点测试收入确认时点、确认金额准确性、内外部证据收集归档流程等关键节点的内控执行有效性。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

(1) 报告期内，公司三类产品主要以外销为主；涡轮增压器产品主要以直销、经销为主，贸易为辅；公司涡轮发动机产品销售模式包括直销和贸易，未涉

及经销模式；公司压缩机产品主要以直销为主，收入较小；主营业务收入-其他主要由包装胶带、塑料堵头和毛坯件构成；其他业务收入主要由运保费收入、废料收入、房租收入等构成；

(2) 报告期内，公司废料主要来源于叶轮及涡轮等零部件产品的精加工过程，公司报告期废料收入与业务规模具备匹配性，公司报告期叶轮及涡轮投料量与废料产生量具备匹配性；

(3) 报告期内公司销售模式的收入确认时点、依据具备合理性。收入确认内外部证据及关键要素基本齐备，仅存在少量瑕疵的情形。公司关于收入确认时点、确认金额准确性的相关内控制度已健全并得到有效执行。

二、按照《2号指引》2-13 境外销售的要求，具体说明对境外销售真实性、公允性所采取的核查程序、比例及核查结论。列表说明对境内外客户走访的具体情况，包括但不限于具体走访客户的名单、方式、对象、时间、获取的核查证据等，说明未对部分境外客户实地走访的原因、替代性核查程序及有效性。具体说明报告期各期直接客户及终端客户走访范围及样本选取方式，抽样样本与客户总体样本特征的匹配情况，相关核查比例是否充分；说明未对部分境外客户实地走访的原因，采取的替代措施及有效性

(一)按照《2号指引》2-13 境外销售的要求，具体说明对境外销售真实性、公允性所采取的核查程序、比例及核查结论

我们已按照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第2号》中“2-13 境外销售”的相关要求对公司报告期内境外销售的真实性、公允性开展核查，具体核查程序、核查比例及核查结论如下：

1、走访核查

(1) 核查标准

我们对公司境外客户走访核查的标准如下：

1) 报告期各期已完成访谈核查的境外客户对应的合计销售金额占当期境外销售合计金额比例 $\geq 70.00\%$ ；

2) 至少涵盖报告期各期前 15 大境外客户；

3) 报告期内新增（前 1 年度销售金额为 0.00 万元，当期销售金额 ≥ 500.00 万元）、销售金额大幅增长（当期销售金额较前 1 年度销售金额增长 ≥ 500.00 万元）的境外客户；

根据上述核查标准，我们选取公司 53 家境外客户进行走访核查。

(2) 核查程序

我们对公司境外客户走访实施了以下核查程序以核实业务合作的真实性并保障访谈核查的有效性：

1) 将实地走访地址和客户注册地址、办公地址进行核对，观察受访客户的办公场所、工作环境，查看是否存在异常情况；

2) 获取被访谈人名片或身份证复印件，核实被访谈人身份，验证被访谈人在客户任职的真实性；

3) 获取客户提供的营业执照或注册证，验证客户是否依法设立经营主体；

4) 获取客户签章确认的访谈笔录，对客户基本工商情况、经营状况、与公司业务合作、是否存在关联关系等情况进行访谈确认；

5) 参观并拍摄客户经营场所、生产车间、仓库，查验仓库中公司相关产品的存货情况，验证客户业务经营的真实性和与公司交易的真实性；

6) 我们与被访谈人在客户公司标识处合影，并获取访谈期间差旅相关交通凭证和地图定位截图，保障核查程序的完整性。

(3) 核查比例及核查结论

截至本问询函回复出具日，我们已对公司 53 家境外客户完成走访核查，其中实地走访 41 家、视频走访 12 家。具体核查比例如下：

项目	2025年	2024年	2023年
境外销售合计金额（万元-①）	52,175.07	38,074.89	32,728.66
境外客户完成实地走访金额（万元-②）	32,047.35	24,062.27	19,359.14
境外客户完成视频走访金额（万元-③）	6,526.47	3,548.63	4,212.23
境外客户完成实地走访占境外销售合计金额比例（④=②/①）	61.42%	63.20%	59.15%
境外客户完成视频走访占境外销售合计金额比例（⑤=③/①）	12.51%	9.32%	12.87%
境外客户完成走访（实地+视频）占境外销售合计金额比例（④+⑤）	73.93%	72.52%	72.02%

经核查，我们认为：报告期各期，我们已完成境外客户走访金额占境外销售收入比例分别为 72.02%、72.52%、73.93%，且公司报告期各期前 15 大境外客户均已完成走访。我们对公司主要境外客户走访核查较为充分，能够验证主要境外客户与公司之间业务的真实性。

2、工商资料核查

(1) 核查标准

我们对公司境外客户工商资料核查的标准为公司报告期各期前 10 大境外客户。根据上述核查标准，我们选取公司 17 家境外客户获取中信保资信报告、天眼查报告。

(2) 核查程序

结合公司主要境外客户中信保资信报告、天眼查报告及走访核查获取的资料，核查公司主要境外客户相关信息包括成立时间、注册资本、实际控制人、股东及主要人员名单等信息，并核实是否与公司存在关联关系，销售货物与客户经营范围是否一致，销售金额与客户的业务规模、经营状况是否匹配。

(3) 核查比例及核查结论

截至本问询函回复出具日，我们已获取并核查 17 家公司主要境外客户的工商资料。

经核查，我们认为：公司报告期各期主要境外客户真实存在，与公司均不存在关联关系。公司报告期各期向主要境外客户销售货物与客户经营范围一致，销售金额与客户的业务规模、经营状况相匹配。

3、终端销售核查

我们对公司主要境外经销商、贸易商通过获取进销存明细、主要下游客户清单、走访终端客户 3 个维度进行终端销售核查。具体核查程序、核查比例及核查结论，参见本问询函回复“问题 4.销售收入真实性及准确性”之“【会计师说明】/三/（二）针对经销商、贸易商及终端销售核查的样本选取依据及充分性，核查手段及覆盖范围能否支持销售真实性的核查结论”相关内容。

4、穿行测试与控制测试

(1) 核查程序

我们获取了公司《销售管理制度》、《经销商管理制度》等与境外销售相关的内部控制制度并执行穿行测试与控制测试。

(2) 核查结论

发行人境外销售相关内部控制存在且执行有效。

5、细节测试

(1) 核查标准

我们按占当期 70% 以上的销售额选定客户，抽取该部分客户 5 万元以上的销售额作为样本，同时保证内销抽取前五名客户，使得最终抽查比例达到 70% 以上。

抽样范围覆盖了内销及外销的主要客户，抽样方法合理、样本选取充分，能够支持核查结论。

(2) 核查程序

我们根据不同销售模式检查对应的收入确认单据。FOB/CIF 模式下，检查收入确认对应的报关单、提单等；EXW 模式下，检查收入确认对应的经货代签字的装箱单、客户确认收货声明等；内销模式下，检查收入确认对应的签收单等。

(3) 核查比例及核查结论

核查方法	核查范围	核查金额	核查比例
收入细节测试	按占当期 70% 以上的销售额选定客户，抽取该部分客户 5 万元以上的销售额作为样本，同时保证内销抽取前五名客户，使得最终抽查比例达到 70% 以上	2023 年：26,307.06 万元	2023 年：80.38%
		2024 年：29,245.06 万元	2024 年：76.81%
		2025 年：41,939.27 万元	2025 年：80.38%

注：收入细节测试核查金额及比例统计截至 2026 年 4 月 10 日。

公司与收入确认相关的单据保存基本完整，收入确认真实、准确，收入确认时点归属于正确的会计期间。

6、函证

(1) 核查标准

基于重要性原则以及注册会计师的职业判断、风险评估，我们选取了报告期各期营业收入或应收账款余额较大的客户作为关键样本进行函证，同时结合实际执行的重要性水平，在剩余客户中随机抽取非关键样本进行函证。抽样范围覆盖了内销及外销的主要客户，抽样方法合理、样本选取充分，能够支持核查结论。

(2) 核查程序

我们针对上述选取的发函样本进行客户发函，并对回函情况进行统计。对于回函不符的进行回函差异分析并得出差异结论，对未回函的部分客户实施替代测试程序——检查相关的合同或订单、记账凭证、收入确认单据、银行回单等支持性文件。

(3) 核查比例及核查结论

报告期各期内，外销函证中已回函相符、已完成回函差异分析或已完成替代测试的合计金额占当期外销收入总额的比例分别为 72.82%、74.51%、79.60%，回函结果良好。经核查，发行人报告期内收入确认金额真实、准确，收入确认时点归属于正确的会计期间，款项收回情况良好，未识别到重大异常。

7、境外销售收入与海关报关、出口退税及信用保险公司数据、结汇及汇兑损益、物流运输记录、发货验收单据、境外销售费用等数据匹配

我们将境外销售收入与海关报关、出口退税、境外保险费、运费、结汇及汇兑损益等数据匹配，核查结果如下：

(1) 境外销售收入与海关报关数据的匹配情况

根据海关系统导出报关金额，与公司境外销售收入的比较情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
境外销售收入①	52,175.07	38,074.89	32,728.66
CIF 运保费金额②	874.55	829.48	647.90
海关系统金额③	51,751.67	37,250.43	31,933.31
差异金额④=①-②-③	-451.14	-5.02	147.45
差异率⑤=④/①	-0.86%	-0.01%	0.45%

2025 年度，海关系统导出报关出口金额高于公司境外销售收入，主要原因系公司收入确认时点与报关时点的时间性差异，部分贸易术语为 FOB、CIF 的发出商品报关日期在 2025 年 12 月末，提单日期在 2026 年 1 月，收入确认在 2026 年 1 月。总体而言，海关系统导出报关出口金额，与公司境外销售收入具有匹配性。

(2) 境外销售收入与出口退税数据的匹配情况

单位：万元

项目	2025年度	2024年度	2023年度
本期免抵退税出口销售额①	51,091.23	37,205.00	32,273.39
本期免抵退税额②	6,641.86	4,836.65	4,195.54
减：上期确认收入本期申报退税③	102.86	60.65	112.19
加：本期确认收入下期申报退税④	144.12	102.86	60.65
调整后出口免抵退税金额⑤=②+④-③	6,683.12	4,878.86	4,144.00
出口退税率⑥=②/①	13.00%	13.00%	13.00%
调整后免抵退出口销售额⑦=⑤/⑥	51,408.65	37,529.69	31,876.92
境外销售收入⑧	52,175.07	38,074.89	32,728.66
未出口退税申报的CIF运保费金额⑨	874.55	829.48	647.90
剔除运保费后境外销售收入⑩=⑧-⑨	51,300.52	37,245.41	32,080.76

项目	2025年度	2024年度	2023年度
调整后免抵退出口销售额占剔除运费后境外销售收入比例 ⑪= (⑦-⑩) /⑩	0.21%	0.76%	-0.64%

报告期内，公司境外销售收入与申报出口退税销售额存在差异，主要系公司申报出口退税时点与收入确认时点差异所致，经调整后的申报出口退税销售额与公司审定境外销售收入差异较小。公司外销收入与出口退税金额具有匹配性。

(3) 境外销售收入与信用保险公司数据的匹配情况

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，并非外销业务中的强制险种，且公司大部分外销客户信用良好，风险相对较低。公司未在中国出口信用保险公司进行投保，而是选择在中国人民财产保险股份有限公司进行投保。报告期各期，公司投保金额分别为 5.08 万元、5.08 万元和 4.37 万元，投保金额较低。公司报告期内与主要外销客户合作稳定，回款情况良好，因此投保金额较小与公司实际业务情况相符，具有合理性。

(4) 境外销售收入与结汇及汇兑损益的匹配情况

发行人境外销售主要以美元结算，因美元汇率波动而产生汇兑损益。除此之外，发行人在报告期内持有掉期业务理财，各期末尚未交割的掉期合约中的日元存款会产生汇兑损益，待期后交割时转入投资收益。报告期内，发行人汇兑损益金额分别为-693.31 万元、-1,064.16 万元和 801.83 万元。2025 年，发行人汇兑损益金额为正的原因主要系掉期业务近端交易中买入的日元货币升值，期末未完成交割产生较大的汇兑损益所致。报告期内，发行人根据日常经营需要并结合汇率变动情况进行结汇，汇兑损益受报告期内汇率变动、外汇余额变动及期末未交割的掉期业务合约影响，具有合理性。结汇及汇兑损益波动数据与境外销售收入不存在直接匹配关系。

(5) 境外销售收入与物流运输记录的匹配情况

报告期内，公司运保费数据与境外销售收入的匹配情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
公司运保费金额	874.55	829.48	647.90

境外销售收入	52,175.07	38,074.89	32,728.66
运保费占境外销售收入比例	1.68%	2.18%	1.98%

报告期内，公司运保费占境外销售收入的比例总体较为稳定，运保费与境外销售收入具有匹配性。

(6) 境外销售收入与发货验收单据的匹配情况

报告期内，公司外销收入存在以下几种结算方式：**FOB、CIF、C&F** 贸易方式下，与所有权相关的毁损、灭失风险自货物交到指定的装运港口船上时转移给买方。即货物办理报关手续并装箱上船时，与货物所有权有关的毁损、灭失风险已转移给客户，相应的商品控制权转移至客户；**EXW** 模式下，货物离开厂区大门相应的商品控制权转移至客户，满足收入确认条件；因此，**EXW** 模式下以客户指定承运人上门提货并取得交接单据时，依据客户指定承运人的提货记录所示提货时间确认收入；**FOB/CIF/C&F/FCA** 模式下以货物越过船舷后获得货运提单，同时向海关办理出口申报并经审批同意后，依据货物提单与报关单二者孰晚的时间确认收入，具有合理性。

中介机构通过对境外销售执行穿行测试、细节测试、截止性测试等，检查相关合同、订单、发票、装箱单、报关单、提单、签收单、收款记录和相关会计凭证等，并将单据信息与销售合同、订单以及账面记录进行核对，确定外销收入的真实性、准确性，并核查报告期各期是否存在收入跨期确认问题。经核查，除少数订单存在单据缺失情况外，报告期内，公司发货验收单据与境外销售收入匹配情况良好。单据缺失情况参见“问题 4.销售收入真实性及准确性”之“【发行人说明与披露】/三/（三）/2、收入确认内外部证据及关键要素齐备性，证据缺失或要素不齐全对应的主要客户、收入金额及占比情况”相关内容。

(7) 境外销售收入与境外销售费用的匹配情况

报告期内，公司与境外销售有关的费用主要系相关人工工资、广告业务与宣传费、咨询服务费、差旅费、股份支付费用等，境外销售费用与境外销售收入基本匹配，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
境外销售费用	731.36	626.88	578.41
境外销售收入	52,175.07	38,074.89	32,728.66
占比	1.40%	1.65%	1.77%

综上，结合上述核查程序、核查比例及核查结论，我们能够验证发行人境外销售具有真实性、公允性。

8、收入截止性测试

(1) 核查标准

我们在报告期各期期初一个月和期末一个月中（包含 2022 年 12 月和 2026 年 1 月）选取大额样本，对其实施截止性测试。抽样范围包含了期初期末月份的大额样本，抽样方法合理、样本选取充分，能够支持核查结论。

(2) 核查程序

我们抽取资产负债表日前后的大额销售收入样本，获取出库单、收入确认单据、发票等销售单据，检查资产负债表日前后的销售收入对应的归属期间是否正确，是否存在跨期收入。

(3) 核查结论

经核查，公司报告期内确认的销售收入真实、准确，收入确认时点均归属于正确的会计期间。

综上所述，结合上述核查程序、核查比例及核查结论，我们能够验证发行人境外销售具有真实性、公允性。

(二) 列表说明对境内外客户走访的具体情况，包括但不限于具体走访客户的名单、方式、对象、时间、获取的核查证据等，说明未对部分境外客户实地走访的原因、替代性核查程序及有效性

1、列表说明对境内外客户走访的具体情况，包括但不限于具体走访客户的名单、方式、对象、时间、获取的核查证据等

截至本问询函回复出具日，我们已对公司 60 家客户完成走访核查，其中境外客户 53 家、境内客户 7 家。报告期各期，我们已完成客户走访金额占营业收入

入比例分别为 71.54%、72.17%、73.30%。公司主要境内外客户走访的具体情况如下：

(1) 境外客户

会计师对公司报告期各期前 5 大境外客户走访的具体情况如下：

序号	客户名称	所属国家	访谈方式	被访谈对象职务	访谈时间	访谈获取的核查证据
1	KODE S.K.A.	波兰	实地	General Partner	2023 年 11 月 18 日	①客户签署确认的访谈笔录； ②被访谈对象名片； ③实地查看经营场所的照片； ④与被访谈对象在客户标识处合影。
2	AHROMARKET TOVARYSTVO Z OBMEZhENOIU VIDPOVIDALNISTIU NAUKOVO VYROBNYCHE PIDPRYEMSTVO	乌克兰	视频	CEO	2025 年 8 月 6 日	①因地缘政治冲突，中介结构前往客户在波兰的经营场所，实地访谈其实际控制人； ②客户签署确认的访谈笔录； ③客户通过官方邮件发送的经营场所录像。
3	Depros S.R.L.	意大利	实地	Purchase Manager	2025 年 8 月 1 日	①客户签署确认的访谈笔录； ②被访谈对象名片； ③客户注册证明； ④实地查看经营场所的照片； ⑤访谈当天客户签署确认的《货物库存盘点情况说明》； ⑥与被访谈对象在客户标识处合影。
4	Company Turbonaizer	俄罗斯	实地	Company Owner	2023 年 8 月 28 日	①客户签署确认的访谈笔录； ②被访谈对象名片； ③客户注册证明； ④实地查看经营场所的照片； ⑤与被访谈对象在客户标识处合影。
5	BR Turbo SPB LTD	俄罗斯	实地	General Director	2023 年 8 月 25 日	①客户签署确认的访谈笔录； ②被访谈对象名片； ③客户注册证明； ④实地查看经营场所的照片； ⑤与被访谈对象在客户标识处合影。
6	RECOTURBO LIMITED	英国	实地	Director	2025 年 7 月 18 日	①客户签署确认的访谈笔录； ②被访谈对象名片； ③实地查看经营场所的照片；

序号	客户名称	所属国家	访谈方式	被访谈对象职务	访谈时间	访谈获取的核查证据
						④与被访谈对象在客户标识处合影。
7	E&E TURBO SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCI	波兰	实地	CEO	2025年8月6日	①客户签署确认的访谈笔录； ②被访谈对象名片； ③客户注册证明； ④实地查看经营场所的照片； ⑤访谈当天客户签署确认的《货物库存盘点情况说明》； ⑥与被访谈对象在客户标识处合影。
8	公司 B	中国香港	客户 A、公司 B 系同一控制企业，会计师已于 2025 年 2 月 14 日对客户 A 进行实地访谈。			
9	ROLMAR Trade Sp.z.o.o.	波兰	实地	CEO	2025年8月4日	①客户签署确认的访谈笔录； ②被访谈对象名片； ③客户注册证明； ④实地查看经营场所的照片； ⑤与被访谈对象在客户标识处合影。

(2) 境内客户

会计师对公司报告期各期前 3 大境内客户走访的具体情况如下：

序号	客户名称	所属城市	访谈方式	被访谈对象职务	访谈时间	访谈获取的核查证据
1	客户 A	上海	实地	法定代表人 执行董事	2025年2月14日	①客户签署确认的访谈笔录； ②被访谈对象身份证复印件； ③实地查看经营场所的照片； ④与被访谈对象在客户标识处合影。
2	扬州易凡贸易有限公司	扬州	实地	总经理	2023年12月25日	①客户签署确认的访谈笔录； ②被访谈对象名片； ③被访谈对象身份证复印件； ④客户营业执照复印件； ⑤实地查看经营场所的照片； ⑥与被访谈对象在客户标

序号	客户名称	所属城市	访谈方式	被访谈对象职务	访谈时间	访谈获取的核查证据
						识处合影。
3	扬州云华汽车配件有限公司	扬州	实地	采购负责人	2025年8月26日	①客户签署确认的访谈笔录； ②被访谈对象身份证复印件； ③客户营业执照复印件； ④实地查看经营场所的照片； ⑤与被访谈对象在客户标识处合影。
4	迈力特（常州）精密机械有限公司	常州	实地	副总经理	2023年12月11日	①客户签署确认的访谈笔录； ②被访谈对象名片； ③实地查看经营场所的照片； ④与被访谈对象在客户标识处合影。
5	客户C	上海	实地	产品高级采购工程师	2025年7月24日	①客户签署确认的访谈笔录； ②被访谈对象名片； ③实地查看经营场所的照片； ④与被访谈对象在客户标识处合影。

2、说明未对部分境外客户实地走访的原因、替代性核查程序及有效性

我们通过视频访谈形式对公司3家境外客户进行核查，验证交易合作的真实性。对应3家境外客户未实地走访的原因、替代性核查程序具体情况如下：

序号	客户名称	所属国家	视频访谈时间	未实地走访的原因	替代性核查程序
1	AHROMARKET TOVARYSTVO Z OBMEZhENOIU VIDPOVIDALNISTIU NAUKOVO VYROBNYCHE PIDPRYEMSTVO	乌克兰	2025年8月6日	客户所属经营区域地缘政治冲突，签证办理难度较大。	<p>(1) 视频访谈</p> <p>为缓解乌克兰地缘政治冲突的不利影响，客户在波兰设立新主体进行业务开拓。保荐机构、申报会计师、发行人律师实地前往波兰访谈客户的实际控制人，并通过获取客户拍摄乌克兰当地经营场所的视频，查验客户的真实性。具体核查程序如下：</p> <p>①按照访谈笔录中的问题，与客户现场逐个问题确认，并取得客户签署确认的访谈笔录；</p> <p>②与被访谈对象合影；</p>

序号	客户名称	所属国家	视频访谈时间	未实地走访的原因	替代性核查程序
					<p>③获取客户拍摄的关于经营场所、生产车间、仓库及仓库中与公司相关的产品存货的视频。</p> <p>(2) 函证 已获取报告期各期客户回函，验证交易的真实性、准确性。</p> <p>(3) 收入细节测试 已对客户履行收入细节测试，核查单据的完整性，验证交易的真实性</p>
2	DKTE Supply Co Cape (Pty) Ltd T/A	南非	2025年8月26日	客户所属经营区域较为偏远，交通不便，且签证办理难度较大。	<p>(1) 视频访谈 聘请境外审计机构对客户进行实地走访，保荐机构、申报会计师、发行人律师通过视频形式参与访谈。</p> <p>1) 境外审计机构履行的核查程序如下： ①按照访谈笔录中的问题，与客户现场逐个问题确认，并取得客户签署确认的访谈笔录； ②取得被访谈对象名片； ③取得客户注册证明复印件； ④实地查看客户经营场所、生产车间、仓库； ⑤查验仓库中与发行人相关的产品存货情况，并进行录像、拍照； ⑥与被访谈对象在客户标识处合影。</p> <p>2) 保荐机构、申报会计师、发行人律师履行的核查程序如下： ①取得境外审计机构通过官方邮箱发送的上述核查资料； ②取得境外审计机构访谈人员名片； ③通过视频形式参与访谈，并完整录像。</p> <p>(2) 函证 已获取报告期各期客户回函，验证交易的真实性、准确性。</p> <p>(3) 收入细节测试 已对客户履行收入细节测试，核查单据的完整性，验证交易的真实性</p>
3	TEX KZN (PTY) Ltd T/A Turbo Exchange	南非	2025年8月27日	客户所属经营区域较为偏远，交通不便，且签证办理难度较大。	<p>(2) 函证 已获取报告期各期客户回函，验证交易的真实性、准确性。</p> <p>(3) 收入细节测试 已对客户履行收入细节测试，核查单据的完整性，验证交易的真实性</p>

综上，我们已对公司上述3家境外客户进行视频访谈核查，并结合函证、收入细节测试替代性核查程序，验证交易合作的真实性，相关核查程序较为充分、有效。

(三) 具体说明报告期各期直接客户及终端客户走访范围及样本选取方式, 抽样样本与客户总体样本特征的匹配情况, 相关核查比例是否充分

1、直接客户

截至本问询回复出具日, 我们已对 60 家直接客户进行了走访, 其中经销商 14 家、贸易商 5 家。针对直接客户的访谈样本选取, 我们综合考虑了直接客户类型、数量、收入规模、区域分布、报告期内异常变动等特征, 最终完成走访核查工作, 抽样样本与客户总体样本特征匹配。具体走访范围、样本选取方式、核查比例情况如下:

(1) 客户类型覆盖情况

公司客户类型主要分为直销-非贸易客户、经销商、贸易商。我们按照不同客户类型并结合销售收入规模选取走访核查样本, 已对公司报告期内重要直销-非贸易客户、经销商、贸易商完成走访核查, 具体核查比例如下:

单位: 万元

项目	2025年	2024年	2023年
直销-非贸易客户走访金额-①	19,983.22	15,902.79	13,384.90
直销-非贸易客户销售金额-②	31,919.51	26,048.37	21,910.63
占比(①/②)	62.61%	61.05%	61.09%
经销商客户走访金额-③	16,715.77	11,999.78	10,606.18
经销商客户销售金额-④	18,956.47	13,514.28	11,996.97
占比(③/④)	88.18%	88.79%	88.41%
贸易商客户走访金额-⑤	4,313.62	2,875.89	1,201.89
贸易商客户销售金额-⑥	5,076.06	3,084.62	1,307.80
占比(⑤/⑥)	84.98%	93.23%	91.90%

(2) 客户数量覆盖情况

公司产品主要面向涡轮增压器后市场, 客户具有“多品种、多批次、小批量”的需求特征, 客户数量众多。我们按照销售收入规模对客户进行分层抽取走访核查样本, 具体核查客户数量情况如下:

项目	2025年	2024年	2023年
当年度销售收入金额≥1,000万元的客户数量	14	8	5
当年度销售收入金额≥1,000万元的客户已完成走访的数量	14	8	5
500万元≤当年度销售收入金额<1,000万元的客户数量	14	11	11

项目	2025年	2024年	2023年
500万元≤当年度销售收入金额<1,000万元的客户已完成走访数量	11	11	11
100万元≤当年度销售收入金额<500万元的客户数量	56	60	49
100万元≤当年度销售收入金额<500万元的客户已完成走访数量	21	27	27

(3) 客户收入规模覆盖情况

我们按照销售收入规模对客户进行分层抽取走访核查样本，具体核查比例如下：

单位：万元

项目	2025年	2024年	2023年
当年度销售收入金额≥1,000万元的客户对应的合计销售金额-①	27,299.44	15,578.80	11,171.42
当年度销售收入金额≥1,000万元的客户对应的已完成走访的合计销售金额-②	27,299.44	15,578.80	11,171.42
占比(②/①)	100.00%	100.00%	100.00%
500万元≤当年度销售收入金额<1,000万元的客户对应的合计销售金额-③	8,971.27	6,854.24	7,033.58
500万元≤当年度销售收入金额<1,000万元的客户对应的已完成走访的合计销售金额-④	7,367.95	6,854.24	7,033.58
占比(④/③)	82.13%	100.00%	100.00%
100万元≤当年度销售收入金额<500万元的客户对应的合计销售金额-⑤	12,359.10	13,112.53	10,306.22
100万元≤当年度销售收入金额<500万元的客户对应的已完成走访的合计销售金额-⑥	5,873.21	7,793.79	6,437.08
占比(⑥/⑤)	47.52%	59.44%	62.46%

(4) 客户区域分布覆盖情况

报告期内，公司业务以外销为主，其中境外销售地区以欧洲为主、其他国家和地区为辅。结合公司销售区域特征及客户销售收入规模，我们选取走访样本涉及欧洲、美洲、大洋洲、非洲、亚洲，并依据市场重要性覆盖了俄罗斯、乌克兰、波兰、英国、美国、墨西哥、哥伦比亚、南非、澳大利亚等 19 个国家或地区，我们选取的样本区域分布较为充分，能够验证公司产品销售区域特征及情况。具体核查比例如下：

单位：万元

销售地区	2025 年度			2024 年度			2023 年度		
	销售金额 ①	已走访金额 ②	占比 ②/①	销售金额 ③	已走访金额 ④	占比 ④/③	销售金额 ⑤	已走访金额 ⑥	占比 ⑥/⑤
境外合计	52,175.07	38,573.81	73.93%	38,074.89	27,610.90	72.52%	32,728.66	23,571.37	72.02%
欧洲	36,271.17	30,096.89	82.98%	28,653.99	23,427.84	81.76%	23,621.73	19,235.63	81.43%
美洲	8,013.89	3,310.36	41.31%	5,995.31	2,867.65	47.83%	6,101.01	3,280.50	53.77%
亚洲（不包括中国大陆地区）	5,248.81	3,319.35	63.24%	1,586.65	—	—	1,448.42	—	—
非洲	1,992.67	1,247.40	62.60%	1,349.96	893.20	66.16%	793.70	367.32	46.28%
大洋洲	648.53	599.81	92.49%	488.97	422.20	86.34%	763.80	687.91	90.06%
境内合计	3,776.96	2,438.79	64.57%	4,572.39	3,167.56	69.28%	2,486.75	1,621.60	65.21%
合计	55,952.03	41,012.60	73.30%	42,647.28	30,778.46	72.17%	35,215.41	25,192.97	71.54%

（5）报告期内异常变动的客户覆盖情况

报告期各期，公司与主要客户合作相对稳定。针对公司报告期内新增（前 1 年度销售金额为 0.00 万元，当期销售金额 \geq 500.00 万元）、销售金额大幅增长（当期销售金额较前 1 年度销售金额增长 \geq 500.00 万元）、销售金额大幅下降（当期销售金额较前 1 年度销售金额减少 \geq 500.00 万元）的客户，我们选取其作为样本进行走访核查。

2、终端客户

公司所处行业的下游终端客户主要为汽车 4S 店、汽车修理厂等，终端客户数量众多且分散，通常销售金额较小。在公司买断式的销售模式下，终端客户系经销商、贸易商独自开发的客户资源，客户并无配合公司开展终端核查的义务，因此，我们基于重要性与随机性的原则对部分终端客户进行了穿透走访核查。

经销商终端客户走访样本的选取方式：我们对于报告期各年前 5 大经销商，在客户配合的情况下，每家经销商至少争取穿透走访 2 家终端客户；除上述经销商外，对于走访计划内的经销商，在客户配合的情况下，每家经销商至少争取穿透走访 1-2 家终端客户。

贸易商终端客户走访样本的选取方式主要包括：我们对于报告期各年前 3 大贸易商，在客户配合的情况下，每家贸易商至少争取 1 家终端客户穿透走访。

报告期各期，我们对非终端客户执行终端走访的相关情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
经销商收入①	18,956.47	13,514.28	11,996.97
已执行终端客户走访的经销商收入合计②	13,881.77	9,894.17	8,717.50
占比②/①	73.23%	73.21%	72.66%
贸易商收入③	5,076.06	3,084.62	1,307.80
已执行终端客户走访的贸易商收入合计④	559.23	1,264.85	478.15
占比④/③	11.02%	41.01%	36.56%
非终端客户收入⑤=①+③	24,032.53	16,598.90	13,304.77
已执行终端客户走访的非终端客户收入合计⑥=②+④	12,632.15	9,575.46	7,961.25
占比⑥/⑤	52.56%	57.69%	59.84%

基于公司下游客户较为分散特征且经销商、贸易商对境外下游客户等商业信息保密较为看重的情况，相关穿透走访已经跟主要经销商、贸易商做了较充分的沟通争取；同时，我们已通过核查主要经销商、贸易商的函证、调取工商资料、走访、穿行测试、核实进销存、调取海关数据及查阅部分合作沟通记录等替代核查程序，对公司主要经销商、贸易商的终端销售真实性验证较为充分。

（四）未对部分境外客户实地走访的原因，采取的替代措施及有效性

我们未对部分境外客户实地走访的原因、采取的替代措施及有效性，参见本问询函回复“问题 4.销售收入真实性及准确性”之“【会计师说明】/二/（二）/2、说明未对部分境外客户实地走访的原因、替代性核查程序及有效性”相关内容。

三、结合《2号指引》2-15 经销模式的要求，说明针对经销商核查样本的选取依据及是否合理、充分，实地走访、视频走访、替代措施的具体形式、覆盖比例、获取的证据及有效性，并更新专项说明；针对经销商、贸易商及终端销售核查的样本选取依据及充分性，核查手段及覆盖范围能否支持销售真实性的核查结论

(一) 结合《2号指引》2-15 经销模式的要求，说明针对经销商核查样本的选取依据及是否合理、充分，实地走访、视频走访、替代措施的具体形式、覆盖比例、获取的证据及有效性，并更新专项说明

1、结合《2号指引》2-15 经销模式的要求，说明针对经销商核查样本的选取依据及是否合理、充分

(1) 走访核查

截至本问询回复出具日，我们已对 14 家经销商进行了走访。报告期内，经销商客户已完成走访金额占当期经销模式销售合计金额比例分别为 88.41%、88.79%、88.18%，我们对公司经销商走访核查较为充分，能够验证公司与经销商合作的真实性。针对经销商的访谈样本选取，我们综合考虑了经销商数量、收入规模、区域分布、报告期内异常变动等特征，最终完成走访核查工作，抽样样本与客户总体样本特征匹配。具体走访范围、样本选取方式、核查比例情况如下：

1) 经销商数量覆盖情况

我们按照销售收入规模对经销商进行分层抽取走访核查样本，具体核查客户数量情况如下：

项目	2025年	2024年	2023年
当年度销售收入金额≥1,000万元的经销商数量	6	5	4
当年度销售收入金额≥1,000万元的经销商已完成走访的数量	6	5	4
500万元≤当年度销售收入金额<1,000万元的经销商数量	7	3	4
500万元≤当年度销售收入金额<1,000万元的经销商已完成走访数量	5	3	4
100万元≤当年度销售收入金额<500万元的经销商数量	9	11	9
100万元≤当年度销售收入金额<500万元的经销商已完成走访数量	2	5	4

2) 经销商收入规模覆盖情况

我们按照销售收入规模对经销商进行分层抽取走访核查样本，具体核查比例如下：

单位：万元

项目	2025年	2024年	2023年
当年度销售收入金额≥1,000万元的经销商对应的合计销售金额-①	12,685.23	8,715.37	6,751.08
当年度销售收入金额≥1,000万元的经销商对应的已完成走访的合计销售金额-②	12,685.23	8,715.37	6,751.08
占比(②/①)	100.00%	100.00%	100.00%
500万元≤当年度销售收入金额<1,000万元的经销商对应的合计销售金额-③	4,603.61	1,683.85	2,802.53
500万元≤当年度销售收入金额<1,000万元的经销商对应的已完成走访的合计销售金额-④	3,540.22	1,683.85	2,802.53
占比(④/③)	76.90%	100.00%	100.00%
100万元≤当年度销售收入金额<500万元的经销商对应的合计销售金额-⑤	1,528.43	2,602.98	2,037.56
100万元≤当年度销售收入金额<500万元的经销商对应的已完成走访的合计销售金额-⑥	468.19	1,501.15	1,014.85
占比(⑥/⑤)	30.63%	57.67%	49.81%

3) 经销商区域分布覆盖情况

报告期内，公司经销商主要集中在欧洲、美洲地区。结合公司经销商销售区域特征及客户销售收入规模，我们选取走访样本涉及欧洲、美洲、非洲，并依据市场重要性覆盖了我们依据市场重要性选取走访样本覆盖了俄罗斯、乌克兰、波兰、英国、意大利、哥伦比亚、墨西哥、南非等 11 个国家或地区。公司经销商走访核查的具体区域覆盖情况如下：

单位：万元

销售地区	2025 年度			2024 年度			2023 年度		
	销售金额 ①	已走访金额 ②	占比 ②/①	销售金额 ③	已走访金额 ④	占比 ④/③	销售金额 ⑤	已走访金额 ⑥	占比 ⑥/⑤
境外合计	18,939.62	16,715.77	88.26%	13,474.26	11,999.77	89.06%	11,981.93	10,606.18	88.52%
欧洲	15,560.73	14,491.39	93.13%	11,096.57	10,485.89	94.50%	9,557.87	9,025.36	94.43%
美洲	2,105.77	1,452.29	68.97%	1,645.62	1,139.21	69.23%	1,926.45	1,414.90	73.45%
其他地区	1,273.11	772.09	60.65%	732.07	374.67	51.18%	497.61	165.92	33.34%
境内合计	16.85	—	—	40.02	—	—	15.05	—	—
合计	18,956.47	16,715.77	88.18%	13,514.28	11,999.78	88.79%	11,996.97	10,606.18	88.41%

4) 报告期内异常变动的经销商覆盖情况

报告期内，公司规模以上（当年度销售金额在 50.00 万元以上）经销商家数分别为 19 家、23 家、22 家，公司与主要经销商客户合作相对稳定。针对公司报告期内新增（前 1 年度销售金额为 0.00 万元，当期销售金额 \geq 500.00 万元）、销售金额大幅增长（当期销售金额较前 1 年度销售金额增长 \geq 500.00 万元）、销售金额大幅下降（当期销售金额较前 1 年度销售金额减少 \geq 500.00 万元）的经销商，我们选取其作为样本进行走访核查。

（2）函证程序

基于重要性原则以及注册会计师的职业判断、风险评估，我们选取了报告期各期营业收入或应收账款余额较大的经销商客户作为关键样本进行函证，同时结合实际执行的重要性水平，在剩余经销商客户中随机抽取非关键样本进行函证。抽样范围覆盖了内销及外销的主要经销商客户，抽样方法合理、样本选取充分，能够支持核查结论。

2、实地走访、视频走访、替代措施的具体形式、覆盖比例、获取的证据及有效性

（1）经销商走访核查的覆盖比例

截至本问询函回复出具日，我们已对公司 14 家经销商完成走访核查，其中实地走访 11 家、视频走访 3 家。报告期各期，公司经销商走访核查的覆盖比例情况如下：

项目	2025 年	2024 年	2023 年
完成实地走访占经销商销售合计金额比例	67.77%	61.35%	54.80%
完成视频走访占经销商销售合计金额比例	20.41%	27.45%	33.61%
完成走访（实地+视频）占经销商销售合计金额比例	88.18%	88.79%	88.41%

（2）经销商实地走访的具体形式、获取的证据及有效性

我们对公司报告期内主要经销商实地走访实施了以下核查程序并获取相关证据以核实业务合作的真实性并保障访谈核查的有效性：

- 1) 将实地走访地址和经销商注册地址、办公地址进行核对，观察受访经销商的办公场所、工作环境，查看是否存在异常情况；
- 2) 获取被访谈人名片或身份证复印件，核实被访谈人身份，验证被访谈人在客户任职的真实性；
- 3) 获取经销商提供的营业执照或注册证，验证客户是否依法设立经营主体；
- 4) 获取经销商签章确认的访谈笔录，对经销商基本工商情况、经营状况、与发行人业务合作、是否存在关联关系等情况进行访谈确认；
- 5) 参观并拍摄经销商经营场所、生产车间、仓库，查验仓库中发行人相关

产品存货情况，验证经销商业务经营的真实性和与发行人交易的真实性；

6) 我们与被访谈人在客户公司标识处合影，并获取访谈期间差旅相关交通凭证和地图定位截图，保障核查程序的完整性。

结合上述实地走访核查程序及获取的证据，我们能够有效验证经销商与公司交易合作的真实性。

(3) 经销商视频走访、替代措施的具体形式、获取的证据及有效性

我们通过视频访谈形式对公司 3 家经销商进行核查，并获取相关核查证据，验证交易合作的真实性。对应 3 家经销商客户视频走访、替代措施的具体形式、获取的证据及有效性，参见本问询函回复“问题 4.销售收入真实性及准确性”之“【会计师说明】/二/(二)/2、说明未对部分境外客户实地走访的原因、替代性核查程序及有效性”相关内容。

3、更新专项说明

申报会计师已结合前述情况，对申报文件“立信会计师事务所（特殊普通合伙）关于常州环能涡轮动力股份有限公司经销商核查情况的专项核查意见”进行相应更新、完善。

(二) 针对经销商、贸易商及终端销售核查的样本选取依据及充分性，核查手段及覆盖范围能否支持销售真实性的核查结论

我们已按照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 2 号》中“2-13 境外销售”和“2-15 经销模式”的相关要求对公司主要经销商、贸易商、终端销售的收入真实性、准确性进行核查，具体样本选取依据及充分性、核查程序、核查方法、核查比例情况如下：

1、核查程序：走访核查

(1) 样本选取依据及充分性

1) 经销商

针对经销商的访谈样本选取，我们综合考虑了经销商数量、收入规模、区域分布、报告期内异常变动等特征，最终选取 14 家经销商完成走访核查工作，抽样样本与客户总体样本特征匹配。具体样本选取依据及充分性，参见本问询回复“问题 4.销售收入真实性及准确性”之“【会计师说明】/三/(一)/1/(1) 走访核查”的相关内容。

2) 贸易商

报告期各期，公司前 3 大贸易商销售收入金额占当期贸易商销售合计金额比例分别为 91.90%、93.23%、82.54%，贸易商客户集中度较高。针对贸易商的访谈样本选取，我们选取报告期各期前 3 大贸易商、报告期内新增（前 1 年度销售

金额为 0.00 万元，当期销售金额 \geq 500.00 万元）、销售金额大幅增长（当期销售金额较前 1 年度销售金额增长 \geq 500.00 万元）、销售金额大幅下降（当期销售金额较前 1 年度销售金额减少 \geq 500.00 万元）的贸易商作为访谈样本，最终选取 5 家贸易商完成走访核查工作。

（2）核查方法

我们针对主要经销商、贸易商走访核查实施了以下程序以核实合作交易的真实性并保证访谈的有效性：

- A. 获取被访谈人名片或身份证，验证被访谈人是否在客户任职；
- B. 获取客户提供的营业执照或注册证，验证客户是否依法设立经营主体；
- C. 获取客户签章确认的访谈笔录，了解客户基本工商情况、经营状况、与发行人业务合作情况；
- D. 参观并拍摄客户经营场所、生产车间、仓库，查验仓库中发行人相关产品存货情况，验证客户业务经营的真实性和与发行人交易的真实性。对接受库存盘点的经销商，会计师于访谈当日进行抽盘，并获取主要经销商签章确认的当日库存情况；
- E. 我们与被访谈人在公司 logo 处合影，并获取访谈期间差旅相关交通凭证和地图定位截图，保证核查程序的完整性。

（3）核查比例

截至本问询回复出具日，我们已分别完成 14 家经销商、5 家贸易商走访核查。报告期各期，公司主要经销商、贸易商走访核查比例如下：

项目	2025 年	2024 年	2023 年
完成走访经销商合计金额占当期经销商销售合计金额比例	88.18%	88.79%	88.41%
完成走访贸易商合计金额占当期贸易商销售合计金额比例	84.98%	93.23%	91.90%

综上，我们针对公司主要经销商、贸易商走访核查较为充分，能够验证客户与公司之间业务的真实性。

2、核查程序：工商资料核查

（1）样本选取依据及充分性

我们选取公司报告期各期前 10 大境外客户、前 5 大境内客户中经销商、贸易商作为核查样本，获取客户中信保资信报告、工商档案、天眼查报告等资料，最终分别选取 11 家经销商、4 家贸易商进行工商资料核查。

（2）核查方法

结合公司主要经销、贸易客户中信保报告、工商档案、公开网络查询等资料，

核查公司主要经销商、贸易商相关信息包括成立时间、注册资本、实际控制人、股东及主要人员名单等信息，并核实是否与公司存在关联关系，销售货物与客户经营范围是否一致，销售金额与客户的业务规模、经营状况是否匹配。

(3) 核查比例

截至本问询回复出具日，我们已分别获取 11 家经销商、4 家贸易商工商资料。

项目	2025 年	2024 年	2023 年
获取工商资料对应经销商合计金额占当期经销商销售合计金额比例	85.59%	83.94%	82.35%
获取工商资料对应贸易商合计金额占当期贸易商销售合计金额比例	82.64%	79.11%	85.17%

报告期各期，公司主要经销商、贸易商工商资料核查比例如下：

综上，我们通过核查公司主要经销商、贸易商工商资料，能够验证公司报告期各期主要经销商、贸易商真实存在，与公司均不存在关联关系。公司报告期各期向主要经销商、贸易商销售货物与客户经营范围一致，销售金额与客户的业务规模、经营状况相匹配。

3、核查程序：收入细节测试核查

(1) 样本选取依据及充分性

我们按占当期 70% 以上的销售额选定客户，抽取该部分客户 5 万元以上的销售额作为样本，同时保证内销抽取前五名客户，使得最终抽查比例达到 70% 以上。抽样范围覆盖了内销及外销的主要客户，抽样方法合理、样本选取充分，能够支持核查结论。

(2) 核查方法

我们根据不同销售模式检查对应的收入确认单据。FOB/CIF 模式下，检查收入确认对应的报关单、提单；EXW 模式下，检查收入确认对应的经提货人签字的装箱单、客户确认收货声明；内销模式下，检查收入确认对应的签收单。

(3) 核查比例

报告期各期，公司主要经销商、贸易商收入细节测试核查比例如下：

项目	2025 年	2024 年	2023 年
完成收入细节测试对应经销商合计金额占当期经销商销售合计金额比例	95.53%	88.04%	97.10%
完成收入细节测试对应贸易商合计金额占当期贸易商销售合计金额比例	86.16%	92.47%	85.17%

经核查，公司主要经销商、贸易商收入确认相关的单据保存情况良好，公司收入确认真实、准确，收入确认时点均归属于正确的会计期间。

4、核查程序：函证核查

(1) 核查标准

基于重要性原则以及注册会计师的职业判断、风险评估，我们选取了报告期各期营业收入或应收账款余额较大的经销商客户作为关键样本进行函证，同时结合实际执行的重要性水平，在剩余经销商客户中随机抽取非关键样本进行函证。抽样范围覆盖了内销及外销的主要经销商客户，抽样方法合理、样本选取充分，能够支持核查结论。

(2) 核查程序

我们针对上述选取的发函样本进行客户发函，并对回函情况进行统计。对于回函不符的进行回函差异分析并得出差异结论，对未回函的部分客户实施替代测试程序——检查相关的合同或订单、记账凭证、收入确认单据、银行回单等支持性文件。

(3) 核查比例及核查结论

报告期各期内，经销商函证中已回函相符、已完成回函差异分析或已完成替代测试的合计金额占当期经销商销售收入总额的比例分别为 94.48%、93.55%、95.85%，回函结果良好。经核查，发行人报告期内收入确认金额真实、准确，收入确认时点归属于正确的会计期间，款项收回情况良好，未识别到重大异常。

5、核查程序：收入截止性核查

(1) 样本选取依据及充分性

我们在报告期各期期初一个月和期末一个月中（包含 2022 年 12 月和 2026 年 1 月）选取大额样本，对其实施截止性测试。抽样范围包含了期初期末月份的大额样本，抽样方法合理、样本选取充分，能够支持核查结论。

(2) 核查方法

我们通过抽取发行人主要经销商、贸易商的资产负债表日前后的大额销售收入样本，获取出库单、收入确认单据、发票等销售单据，检查资产负债表日前后的销售收入对应的归属期间是否正确，是否存在跨期收入。

(3) 核查结论

经核查，公司报告期内主要经销商、贸易商确认的销售收入归属于正确的会计期间。

6、核查程序：资金流水核查

一方面，我们通过获取公司及主要关联方的银行流水，将公司和报告期内主要经销商、贸易商银行流水发生额与账面记录的回款金额进行比对，查验销售收款的匹配性；

另一方面，我们通过核查控股股东、实际控制人及其成年子女、董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员和其他关键岗位人员的资金流水，关注是否存在与经销商、贸易商之间存在异常资金往来情况。

经核查，公司和报告期内主要经销商、贸易商银行流水发生额与账面记录的回款金额具有匹配性，控股股东、实际控制人及其成年子女、董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员和其他关键岗位人员的资金流水不存在与经销商、贸易商之间存在异常资金往来情况。

7、核查程序：终端销售核查

针对公司主要经销商、贸易商的终端销售真实性的核查，我们主要通过获取进销存证明、主要下游客户清单、走访终端客户 3 个维度进行核查，具体样本选取依据及充分性、核查方法、核查比例情况如下：

（1）进销存证明核查

1) 样本选取依据及充分性

①重要性原则：我们选取公司报告期各期前 5 大经销商、前 3 大贸易商作为核查样本，获取客户提供的进销存证明；

②随机性原则：除公司报告期各期前 5 大经销商、前 3 大贸易商外，我们根据随机性原则亦选取报告期各期其他经销商作为核查样本，增加核查范围；

③总体原则：最终实现所选取的经销商进销存证明核查总样本对应的销售收入合计金额占当期经销商销售收入合计金额比例 $\geq 80.00\%$ ；贸易商进销存证明核查总样本对应的销售收入合计金额占当期贸易商销售收入合计金额比例 $\geq 80.00\%$ 。

根据上述原则，我们分别选取 11 家经销商、6 家贸易商作为核查样本进行进销存证明核查。报告期各期，所选取的经销商核查样本对应的销售收入合计金额占当期经销商销售收入合计金额分别为 82.35%、83.94%、85.59%，所选取的贸易商核查样本对应的销售收入合计金额占当期贸易商销售收入合计金额分别为

97.37%、96.53%、87.82%，我们所选取的经销商、贸易商进销存证明核查样本较为充分。

2) 核查方法

①经销商、贸易商根据自身的进销存系统数据或库存记录，提供报告期内购买公司产品的进销存数据，数据包含产品类型、期初库存、本期入库、本期出库、期末库存等信息，进销存文件均由经销商、贸易商盖章；

②经销商、贸易商通过邮件形式向公司邮箱发送经盖章确认后的进销存数据，我们再从公司获取经销商、贸易商盖章确认后的进销存数据及邮件记录，并对经销商、贸易商邮箱真实性进行验证；

③我们获取经销商、贸易商进销存数据后，对数据进行核对，验证其基本逻辑，包含：上期期末库存数量与本期期初库存数量是否一致，进销存期初数量+本期入库数量-本期出库数量是否与期末库存数量一致；

④获取公司收入成本明细表、客户盖章确认的函证，将发行人对主要经销商、贸易商的销售数据与客户提供的采购数据进行核对；

⑤访谈主要经销、贸易客户，关注客户的备货周期，退换货情况，查验是否与客户进销存情况匹配。

3) 核查比例

报告期各期，公司主要经销商、贸易商的进销存证明核查比例如下：

项目	2025年	2024年	2023年
获取进销存对应的经销客户数量（家）	11	11	10
获取进销存明细对应经销客户合计金额占当期经销客户销售合计金额比例	85.59%	83.94%	82.35%
获取进销存对应的贸易客户数量（家）	5	5	4
获取进销存明细对应贸易客户合计金额占当期贸易客户销售合计金额比例	87.82%	96.53%	97.37%

(2) 主要下游客户清单核查

1) 样本选取依据及充分性

A. 经销商

①重要性原则：我们选取公司报告期各期前 5 大经销商作为核查样本，获取经销商提供的报告期各期主要下游客户清单，其中报告期各期对应的下游客户向经销商采购合计金额占当期对应经销商销售收入合计金额比例 $\geq 30.00\%$ ；

②随机性原则：除公司报告期各期前 5 大经销商外，我们根据随机性原则亦选取报告期各期其他经销商作为核查样本，增加核查范围；

③总体原则：最终实现所选取的经销商主要下游客户清单核查总样本对应的销售收入合计金额占当期经销商销售收入合计金额比例 $\geq 80.00\%$ 。

根据上述原则，我们选取 11 家经销商作为核查样本进行主要下游客户清单核查。报告期各期，所选取的经销商核查样本对应的销售收入合计金额占当期经销商销售收入合计金额分别为 82.35%、83.94%、85.59%，我们所选取的经销商主要下游客户清单核查样本较为充分。

B. 贸易商

由于贸易商下游客户系其独立自主开发的客户资源，部分贸易商基于商业信息保密等原因，无法配合提供主要下游客户清单。我们选取公司报告期各期前 3 大贸易商作为核查样本，向贸易商协商争取获取其主要下游客户清单，其中报告期各期对应的下游客户向贸易商采购合计金额占当期对应贸易商销售收入合计金额比例 $\geq 30.00\%$ 。

2) 核查方法

①主要经销商、贸易商根据自身的销售数据，提供报告期内购买经销商、贸易商产品的主要下游客户清单，数据包含主要下游客户名称、销售金额或占比等信息，主要下游客户清单均由经销商、贸易商盖章；

②主要经销商、贸易商通过邮件形式向公司邮箱发送经盖章确认后的主要下游客户清单，我们再从公司获取经销商、贸易商盖章确认后的主要下游客户清单及邮件记录，并对经销商、贸易商邮箱真实性进行验证。

3) 核查比例

报告期各期，公司主要经销商、贸易商的主要下游客户清单核查比例如下：

项目	2025 年	2024 年	2023 年
获取主要下游客户清单对应的经销商数量(家)	11	11	10
获取主要下游客户清单对应经销商合计金额占当期经销商销售合计金额比例	85.59%	83.94%	82.35%
获取主要下游客户清单对应的贸易商数量(家)	3	4	3
获取主要下游客户清单对应贸易商合计金额占当期贸易商销售合计金额比例	13.85%	44.30%	42.03%

(3) 走访终端客户核查

公司主要经销商、贸易商终端客户走访核查具体样本选取依据及充分性、核查方法、核查比例情况，参见本问询回复文件“问题 4.销售收入真实性及准确性”之“【会计师说明】/二/（三）/具体说明报告期各期直接客户及终端客户走访范围及样本选取方式，抽样样本与客户总体样本特征的匹配情况，相关核查比例是否充分”。

结合进销存证明、主要下游客户清单、终端客户走访核查程序，我们对公司主要经销商、贸易商终端销售的核查较为充分，能够验证公司终端销售的真实性、准确性和完整性。

四、根据《2号指引》2-13 境外销售的要求说明核查情况并发表明确意见

（一）核查情况

1、境外业务发展背景

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

近年来，全球涡轮增压器装配率及产量快速增长。依据盖瑞特数据，2013年全球轻型车涡轮增压器装配率约为 32.00%，到 2023 年上升至 54.00%，预计到 2026 年增长至 57.00%。根据盖世汽车研究院预测，2023 年至 2025 年，传统燃油车涡轮增压器装配率将由 70.50% 提升至 71.30%。

发行人为早期进入涡轮增压器后市场的企业之一，在设立初期即重视境外市场开拓，通过长期创新、创造并持续打造自主品牌，深度参与全球化高端制造领域的竞争，在国际汽车后市场领域具有较强的市场竞争力。发行人产品广泛应用于境内、境外市场，经过多年深耕，发行人产品销售区域已覆盖全球 5 大洲 100 多个国家和地区，与众多客户建立了长期稳定的合作关系。报告期内，发行人境外业务拓展顺利，销售收入逐年增长，未来将持续拓展境外业务、扩大销售规模。

2、开展模式及合规性

（1）发行人在销售所涉国家和地区是否依法取得从事相关业务所必须的法律法规规定的资质、许可，报告期内是否存在被境外销售所涉及国家和地区处罚或者立案调查的情形

发行人在境外销售的主要产品为涡轮增压器零部件及整机，产品已取得 ISO 质量管理体系认证、IATF 质量管理体系认证等。发行人已就其境外销售产品依法办理报关单位备案证明。报告期内，发行人不存在被境外销售所涉及国家和地区处罚或者立案调查的情形。

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

1) 经营模式及商业合理性

涡轮增压器类产品方面，发行人销售模式包括直销和经销两种模式，均为买断式销售。直销模式下，发行人直接销往汽车零部件品牌商、贸易商、汽车修理厂、涡轮增压器专业修理厂、汽配零售店等客户；经销模式下，发行人借助经销商销售渠道、客户资源和服务体系，拓宽产品的销售范围。发行人的主要品牌商、经销商通常在其所在国家享有较高知名度，占有较大的市场份额，发行人通过与其合作快速开拓国际市场，从而实现终端销售，具备商业合理性。

2) 获取订单方式、定价原则

发行人涡轮增压器产品主要面向海外售后市场，后市场下游客户分布较广，发行人一般采取参加行业展会、存量客户推荐业务、网络营销等方式获取订单资源；同时，随着公司品牌“E&ETURBOS”在全球增压器后市场行业内知名度的不断提高，部分客户亦会主动询价并与公司建立合作。

定价原则方面，发行人通常以成本及合理利润为基础，综合考虑客户所在区域的消费水平、当地市场竞争对手的情况、客户采购数量等因素，与客户协商定价。发行人境内外定价策略一致，不存在针对特定销售区域定价的情况。

3) 信用政策

发行人根据与境外客户的合作情况、资信状况等制定不同的信用政策。发行人通常以发货作为回款起算时点，结合境外市场拓展及当地市场竞争情况，给予境外客户不同的信用期。境内客户结算政策主要以开票作为回款起算时点或采用先款后货的方式，境内外客户的结算政策存在一定差异。

4) 利润空间及变化趋势

报告期内，发行人境外销售收入分别为 32,728.66 万元、38,074.89 万元和 52,175.07 万元，占营业收入的比例分别为 92.94%、89.28%和 93.25%，收入呈现良好的增长趋势。报告期内，发行人境外销售毛利率分别为 44.45%、42.54%、和 42.53%，整体较为稳定。

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

报告期内，发行人与境外客户的结算方式主要为电汇、信用证，不存在针对特定业务模式采取不同结算方式的情况。发行人跨境资金流入主要为收取境外客户货款、海运费等，流出主要为支付海运费、出口信用保险费等。发行人根据日常经营需要并结合汇率变动情况进行结换汇，相关结算方式、跨境资金流动、结换汇情况，符合国家外汇及税务等相关法律法规的规定，报告期内，发行人不存在因外汇、税务等方面违法违规而受到行政处罚的情况。

3、业绩变动趋势

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

1) 境外销售收入与成本结构情况及其变化原因

报告期内，发行人境外销售收入与成本占各期营业收入与成本的比例较为稳定，基本情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
境外销售收入	52,175.07	93.25%	38,074.89	89.28%	32,728.66	92.94%
境外销售成本	29,983.29	93.29%	21,879.15	90.71%	18,181.48	94.11%

2) 区域集中度、销售及结算周期、主要客户及销售金额等方面的变动情况

报告期内，发行人境外销售地区以欧洲为主、其他国家和地区为辅，欧洲销售收入占境外销售收入的比例超过 60%。

发行人处于汽车后市场，产品具有“多品种、多批次、小批量”的特征，客户根据需要在一年内往往下达多笔订单，不同客户的交货期亦有所不同。

发行人通常根据与境外客户的合作情况、资信状况等制定不同的信用政策。发行人通常以发货作为回款起算时点，结合境外市场拓展及当地市场竞争情况，给予境外客户不同的信用期。境内客户结算政策主要以开票作为回款起算时点或采用先款后货的方式，境内外客户的结算政策存在一定差异。

关于主要客户及销售金额等方面的变动情况具体参见本回复“问题 4.销售收入真实性及准确性”之“【发行人说明与披露】/一、/（二）说明不同销售区域的主要客户基本情况、经营规模、合作历史、订单获取方式、销售内容、金额及占比、毛利率、发行人供货份额、应收账款期末余额及回款情况、是否通过第三方回款，如为非终端客户，请说明对应终端客户的基本情况、经营规模等。”之回复内容。

（2）报告期内同类产品的境外与境内销售价格、毛利率是否存在明显差异及合理性

报告期内，境内外销售的主要产品类型存在差异，销售价格相应存在差异；因成本结构不同，境内外销售毛利率存在一定差异，具体参见本回复“问题 5.采购公允性及毛利率高于可比公司合理性”之“【发行人说明与披露】/三、/（二）说明内销毛利率高于外销的原因，与可比公司是否存在差异及合理性”。

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

发行人向外销客户销售涡轮增压器零部件和整机，外销客户的基本情况，如向报告期各期前五名外销客户销售内容、销售金额与占比及变化原因，上述客户的成立时间，发行人从上述客户获取订单的具体方式，具体参见本回复“问题 4.销售收入真实性及准确性”之“【发行人说明与披露】/二、/（二）列示各期不同销售模式主要客户的基本情况、经营规模、销售内容、金额及占比、毛利率、应收账款期末余额及回款情况（回款比例、是否通过第三方回款及原因）、向发行

人的采购规模及占比、各期采购金额与其经营规模及终端客户需求是否匹配，是否存在关联关系，与上述客户的合作背景、合作历史、订单获取方式、在手订单情况，报告期内收入变化的原因及合理性；说明各类销售模式客户的采购频率、单次采购金额、备货周期与进销存数据的匹配情况、销售返利、各期退换货情况，其采购情况是否与发行人产品“多品种、多批次、小批量”特征、终端客户需求及消费特征相匹配”之回复内容。

报告期内，前五名外销客户与发行人签订框架协议、销售合同的主要条款内容如下：

国家/地区	客户名称（注1）	成立时间	合同类型	主要条款
波兰	KODE S.K.A.	2014年	框架协议、销售订单	框架协议：约定客户主要经营地区、付款方式、销售返利政策（如有）、协议期限等；销售合同：约定产品的规格、数量、价格，以及付款方式、交货方式等
乌克兰	AHROMARKET TOVARYSTVO Z OBMEZhENOIU VIDPOVIDALNISTIU NAUKOVO VYROBNYCHE PIDPRYEMSTVO	1999年	框架协议、销售订单	
波兰	E&E TURBO SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCI	2023年	框架协议、销售订单	
英国	RECOTURBO LIMITED	2010年	框架协议、销售订单	
意大利	Depros S.R.L.	2011年	框架协议、销售订单	
俄罗斯	OBSHESTVO S OGRANICHENNOY OTVETSTVENNOSTYU "KOMPANIYA TURBONAYZER"	2018年	框架协议、销售订单	
俄罗斯	BR Turbo SPB LTD	2013年	框架协议、销售订单	
西班牙	BORG AUTOMOTIVE SPAIN,S.L.U.	2020年	框架协议、销售订单	
波兰	ROLMAR Trade Sp.z.o.o	1989年	框架协议、销售订单	
中国香港	公司 B	2025年	销售合同	

注1：主要客户范围涵盖了公司报告期各期境外销售前五名客户；

注2：公司客户 KODE S.K.A.的性质为品牌商。客户 KODE S.K.A.的实际控制人因个人身体原因，于2024年12月将 KODE S.K.A.的100.00%股权转让予 ROLMAR Trade Sp.z.o.o.；自2025年1月1日起，由股权收购方 ROLMAR Trade Sp.z.o.o.承接与公司的业务合作。

注3：AGROMARKET 包括 AHROMARKET TOVARYSTVO Z OBMEZhENOIU VIDPOVIDALNISTIU NAUKOVO VYROBNYCHE PIDPRYEMSTVO、E&E TURBO

SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCI.

发行人及关联方与上述主要客户不存在关联关系，不存在与业务无关的资金往来。发行人主要外销客户行业地位较为突出，属于在当地或者欧洲市场较有名的汽车零部件品牌商或经销商。

4、主要经营风险

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

报告期内，发行人在欧洲市场的主要销售国家包括俄罗斯、乌克兰等，上述国家的相关贸易政策尚未发生重大不利变化，未对发行人业绩造成重大不利影响。

发行人经营业绩与国际宏观形势、贸易政策的波动密切相关。近年来，国际政治经济形势日益复杂，发生俄乌冲突、中美贸易摩擦等国际事件。如果未来国际形势持续发生不利变化，可能会导致国际贸易环境出现新的格局，从而对公司境外销售产生一定的影响。发行人已在招股说明书“第三节 风险因素”之“一、经营风险”之“（一）境外市场销售波动风险”披露相关风险。

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

发行人境外销售主要以美元结算，因美元汇率波动而产生汇兑损益。除此之外，发行人在报告期内持有掉期业务理财，各期末尚未交割的掉期合约中的日元存款会产生汇兑损益，待期后交割时转入投资收益。报告期内，发行人汇兑损益金额分别为-693.31万元、-1,064.16万元和801.83万元。2025年，发行人汇兑损益金额为正的原因主要系掉期业务近端交易中买入的日元货币升值，期末未完成交割产生较大的汇兑损益所致。

报告期内，美元汇率有所波动。为应对汇率变动风险，后续发行人将通过及时结汇和灵活运用远期结售汇等衍生金融产品对冲部分汇率波动风险，目前，汇兑损益未对发行人业绩造成重大影响。

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

报告期内，发行人客户集中度较为分散，各期前五名客户销售额占比约为30%左右，不存在境外客户为知名企业且销售占比较高的情况。

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

报告期内，发行人不存在境外客户指定上游供应商的情况。

发行人收入确认方法符合企业会计准则的规定，具体参见本回复“问题 4. 销售收入真实性及准确性”之“【发行人说明与披露】/三、/（三）说明不同销售区域各销售模式的收入确认时点、依据及合理性，收入确认内外部证据及关键要素完备性，证据缺失或要素不齐全对应的主要客户、收入金额及占比情况，关于收入确认时点、确认金额准确性的内控措施及执行情况”之回复内容。

5、境外销售真实性

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

报告期各期，发行人海关报关数据、出口退税及信用保险公司数据、结汇及汇兑损益波动数据、物流运输记录、发货验收单据、境外销售费用等与境外销售收入的匹配性参见本回复“问题 4. 销售收入真实性及准确性”之“【会计师说明】/二、按照《2 号指引》2-13 境外销售的要求，具体说明对境外销售真实性、公允性所采取的核查程序、比例及核查结论。”之回复内容。

(2) 对于影响较大的境外子公司、客户及供应商，会计师应当通过实地走访方式核查

报告期内，发行人不存在对其影响较大的境外子公司。报告期内，中介机构对主要客户、供应商执行实地走访、视频访谈程序，实地走访过程中查看其生产经营和办公场所，查看产品的使用情况、库存情况。

关于影响较大的客户走访情况参见本回复“问题 4. 销售收入真实性及准确性”之“【会计师说明】/（2）按照《2 号指引》2-13 境外销售的要求，具体说明对境外销售真实性、公允性所采取的核查程序、比例及核查结论。列表说明对境内外客户走访的具体情况，包括但不限于具体走访客户的名单、方式、对象、时

间、获取的核查证据等，说明未对部分境外客户实地走访的原因、替代性核查程序及有效性。具体说明报告期各期直接客户及终端客户走访范围及样本选取方式，抽样样本与客户总体样本特征的匹配情况，相关核查比例是否充分；说明未对部分境外客户实地走访的原因，采取的替代措施及有效性。”之回复内容。

报告期内，公司不存在影响较大的境外供应商。

(3) 会计师各类核查方式的覆盖范围是否足以支持核查结论等

中介机构针对发行人主要境外客户实施检查中信保报告、收入穿行测试、收入细节测试、函证、收入截止性测试等核查程序，对发行人主要境外客户及其终端客户采用实地走访或视频访谈、检查进销存等核查方式，中介机构各类核查方式的覆盖范围能够支持核查结论，具体参见本回复“问题 4.销售收入真实性及准确性”之“【会计师说明】/（2）按照《2 号指引》2-13 境外销售的要求，具体说明对境外销售真实性、公允性所采取的核查程序、比例及核查结论。”之回复内容。

6、在境外设立子公司开展经营业务

(1) 设立境外子公司的原因及经营管理情况，境外投资的合法合规性，是否需履行相应批复程序，是否已取得相应资质

报告期内，发行人共有 2 家境外全资子公司，分别为环能涡轮（香港）、环能公司（香港）（拟注销），上述子公司为发行人的境外销售平台，主要经营涡轮增压器相关产品的销售，并协助公司收取货款，境外子公司与发行人主营业务一致，与公司业务具有协同关系。未来，发行人亦将以境外子公司为战略平台，进一步拓展国际仓储物流管理、国际品牌建设等，提升公司国际业务的持续发展能力。

报告期内，发行人上述境外子公司尚无专职员工，均由发行人员工兼任。2023 年至 2024 年发行人境外子公司无日常经营业务；2025 年发行人为深化与客户 A 的合作、满足客户需求，通过境外子公司开展对客户 A 的贸易业务。

根据《审计报告》《香港子公司法律意见书》《企业境外投资证书》《境外投资项目备案通知书》、外汇业务登记凭证等文件及发行人出具的说明，发行人境外投资的具体批准情况如下：

主体	事项	发改委手续	商务部门手续	外汇管理部门手续
环能涡轮 (香港)	设立	《境外投资项目备案通知书》(常发改外资备[2021]33号)	《企业境外投资证书》(境外投资证第N3200202100558号)	境内资金出资, 已办理《业务登记凭证》(业务编号为35320400202212127746)
环能公司 (香港)	环能涡轮(香港)并购	无需办理	《境外中资企业再投资报告表》, 尚未办理	境外子公司自有资金再投资, 无需办理

根据《境外投资管理办法》第二十五条规定：“企业投资的境外企业开展境外再投资，在完成境外法律手续后，企业应当向商务主管部门报告。涉及中央企业的，中央企业通过管理系统填报相关信息，打印《境外中资企业再投资报告表》并加盖公章后报商务部；涉及地方企业的，地方企业通过管理系统填报相关信息，打印《再投资报告表》并加盖公章后报省级商务主管部门。”根据《商务部办公厅关于做好境外投资管理工作的通知》（商办合函[2014]663号）第二条规定：对于境外投资最终目的地企业利用其经营利润或境外自筹资金（如向境外银行贷款等）开展真正意义上的再投资的，应填写《境外中资企业再投资报告表》。

截至本问询回复出具之日，公司尚未就境外再投资环能公司（香港）办理商务部门的报告手续，存在不符合相关规定的情况。

鉴于：（1）环能公司（香港）无实际经营业务，根据《香港子公司法律意见书》及《唯一股东书面特别决议》《唯一董事书面决议》等文件，环能公司（香港）已于2025年12月22日作出注销的决议，发行人正在沟通办理环能公司（香港）的注销手续；（2）根据发行人及境内子公司的《江苏省企业上市合法合规信息核查报告》、发行人出具的说明并经保荐机构及律师在中国商务部等公开网站查询，发行人在报告期内不存在因违反境外投资方面的法律法规而受到行政处罚的情形；（3）截至本问询回复出具之日，发行人未因上述情形被相关主管部门要求中止或停止上述境外投资；（4）根据《香港子公司法律意见书》，环能涡轮（香港）、环能公司（香港）于2021年6月8日、2017年5月11日在香港根据公司条例注册成为有限公司。截至2025年2月4日，香港子公司合法有效存续，有能力且有权以其自身名义独立地从事所有合法的业务，合法拥有其资产，并提出起诉成为与讼方且不存在撤销注册和剔除注册的情况。

基于上述，发行人未就境外收购环能公司（香港）办理商务部门境外再投资报告的情况不构成重大违法行为。

综上，除环能公司（香港）拟注销并不再办理商务部门备案手续外，发行人投资设立及投资境外企业已履行发改部门、商务部门、外汇管理部门、境外主管机构等主管机关的备案、审批等监管程序。

（2）关注境外子公司资金流水，分析是否存在异常情况

我们已获取并查阅报告期各期境外子公司银行流水，经核查不存在异常情况。

（3）核查境外库存情况，如库存具体地点、周转情况、较长库龄存货构成及处理情况等

报告期内发行人境外不存在存货库存情况。

（二）核查程序

针对相关事项，我们主要履行了以下核查程序：

1、访谈发行人销售部门负责人、境外销售业务经理，查阅行业报告等资料，了解发行人境外业务发展背景、主要模式及合理性、获取订单方式、定价原则、信用政策、结算方式、销售及结算周期、发行人与主要客户的合作历史及合作模式、从事相关业务所必须的法律法规规定的资质或许可等；

2、查阅发行人境外销售合同及掉期业务理财合同，获取资金支付明细、汇兑损益金额和出口退税明细，了解发行人与客户的结算方式、资金支付及流动情况、汇兑损益情况、出口退税的具体税收优惠情况等；

3、获取报告期内发行人收入成本明细表，分析发行人境外销售收入与成本构成情况及变化原因，分析境外主要客户和销售金额的变动情况，分析发行人境外销售各区域收入实现情况，分析境外与境内销售价格、毛利率的合理性，分析发行人向报告期各期前五名外销客户的销售内容、销售金额与占比及变化原因；

4、查阅发行人相关资质、许可及认证证书，核查发行人是否存在被境外销售所涉及国家和地区处罚或者立案调查的情形；

5、查阅国家外汇管理局行政处罚信息、发行人及子公司的《企业信用报告》等，核查报告期内发行人是否存在外汇及税务违规行政处罚情况；

6、查阅主要境外客户的中信保报告，了解主要境外客户的成立时间，核查与发行人及其关联方是否存在关联关系，查询国际汽车制造协会（OICA）等行业数据，了解主要境外市场竞争格局，访谈主要客户，了解主要境外客户的行业地位，查阅发行人与主要境外客户签订的框架协议、销售合同，了解主要条款内容及其执行情况；

7、获取发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员及其他关联方的银行流水，核查其是否存在与境外客户之间的资金往来；

8、查阅中国商务部、央视网等公开信息，访谈发行人的俄罗斯、乌克兰客户，了解俄罗斯、乌克兰的外汇政策情况，了解俄罗斯、乌克兰冲突情况；

9、获取报告期内发行人海关报关数据、出口退税及信用保险公司数据、结汇及汇兑损益波动数据、物流运输记录、发货验收单据、境外销售费用等与境外销售收入相关的主要数据，并与境外销售收入进行匹配，分析相关数据的匹配性及变动原因；

10、对报告期内发行人主要境外客户执行实地走访、视频访谈程序，实地走访过程中查看其生产经营和办公场所，查看产品的使用情况、库存情况；

11、对报告期内发行人主要经销商、贸易商的终端客户执行实地走访程序，实地走访过程中查看其生产经营和办公场所，查看发行人产品的使用情况、库存情况；

12、对报告期内发行人主要境外客户执行函证、收入穿行测试、收入细节测试、收入截止性测试等核查程序。

（三）核查结论

经核查，我们认为：报告期内，发行人境外销售业务合规，境外销售收入真实、准确、完整，收入确认符合企业会计准则的规定，境外销售业务发展趋势对发行人持续经营能力不会构成重大不利影响。

问题 5.采购公允性及毛利率高于可比公司合理性

根据申请文件：（1）报告期内发行人采购的主要原材料包括中间体、涡轮毛坯、涡壳、喷嘴环、放气阀，各期采购占比约为 60%，中间体、涡轮毛坯、涡壳采购单价存在波动，喷嘴环采购单价持续下降，放气阀采购单价持续上涨，同类原材料不同供应商采购均价存在差异。各期外协加工金额分别为 709.26 万

元、606.08万元、999.87万元、728.28万元。(2) 主营业务成本中各期直接材料占比分别为86.78%、86.69%、86.39%和87.22%，直接人工占比在4%-5%左右，制造费用占比从8.56%持续下降至6.93%，其他为占比1%左右的运杂费。

(3) 发行人采用以销定产和库存生产结合的生产模式，存货各期期末余额分别为8,223.56万元、9,472.80万元、14,418.95万元和15,975.16万元，发出商品期末余额持续上涨。(4) 发行人综合毛利率分别为45.85%、45.14%、43.45%和43.81%，高于可比公司平均水平。发行人涡轮增压器零部件的毛利率基本保持稳定，涡轮增压器整机的毛利率呈下降趋势，2022年至2024年内销毛利率高于外销毛利率。

(1) 采购真实性及公允性。请发行人：①说明报告期各期各类原材料主要供应商的基本情况、性质(生产商或贸易商)、业务规模、报告期内合作情况等。②说明报告期各期向各类原材料主要供应商采购的数量、单价、金额及占比，说明同类产品向不同供应商的采购价格、供应商向其他客户销售同类产品的价格、市场价格差异情况及原因，是否存在采购价格显著偏离平均水平的供应商，是否存在供应商代垫成本费用、利益输送等情形。③说明外协供应商的基本情况、业务规模、合作历史、外协的工序及产品、定价依据及公允性、是否存在关联关系，是否涉及核心生产环节、生产工艺、核心产品，与挂牌申报文件外协金额存在差异的原因。④说明发行人及其控股股东、实际控制人、董监高(原监事)、关键岗位人员及其他关联方与供应商及其关联方是否存在关联关系或其他利益安排，是否存在(前)员工及其近亲属设立或持股、成立时间较短即成为公司主要供应商、收入主要来自发行人等特殊情形。

(2) 生产模式及存货构成匹配性。请发行人：①结合各类产品单位原材料耗用量，说明各类原材料采购入库、生产领用、期末库存情况，与各期产品产销量、期末存货余额的匹配性。②说明主要原材料领用量、金额与营业成本-直接材料的配比关系，成本结构与可比公司是否存在差异及合理性。③结合采购备货周期、客户下单周期、生产周期、发货运输周期、签收周期等，说明各期末原材料、在产品、库存商品规模的合理性，以销定产、库存生产两类模式下期末存货余额的在手订单覆盖率情况，在手订单规模与业务规模是否匹配。

(3) 毛利率高于可比公司合理性。请发行人：①说明定价依据及价格调整机制，结合各类产品各期销售量价波动情况，分析毛利率变动的合理性；说明主要原材料供应商的定价及调价机制对原材料采购价格的影响，原材料采购价格向生产成本、销售价格、毛利率的传导情况。②说明内销毛利率高于外销的原因，与可比公司是否存在差异及合理性。③说明主要客户中是否存在毛利率水平或变动异常的客户、原因及报告期内合作情况。④分析毛利率水平变动趋

势与可比公司存在差异的合理性，结合可比公司汽车前后端市场业务构成差异、同类产品前后端市场毛利率水平合理差值水平，可比公司产品差异、销售区域差异、销售模式差异、客户结构差异等分析报告期内发行人毛利率水平高于可比公司平均水平的合理性。⑤说明可比公司选取标准，未将毅合捷纳入可比范畴的原因；结合发行人与毅合捷整机、零部件收入构成差异、业务模式、销售区域、销售模式、自产比率差异、委外生产商合理获利区间等因素，分析发行人同类产品毛利率高于毅合捷的合理性。

请申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见，说明核查方式、范围、依据及结论。（2）说明对供应商采购真实性及公允性的核查程序、获取的证据、覆盖比例及核查结论。

回复：

【发行人说明与披露】

一、采购真实性及公允性

（一）说明报告期各期各类原材料主要供应商的基本情况、性质（生产商或贸易商）、业务规模、报告期内合作情况等

报告期各期，公司各类原材料主要供应商的基本情况、性质（生产商或贸易商）、业务规模、报告期内合作情况如下：

主要原材料	主要供应商名称	成立时间	注册资本	股权结构	合作开始时间	供应商性质	业务规模
涡轮增压坯	常州市佳科汽车零部件有限公司	2009-07-20	118万元	许小玉40%；许平40%；邓长明20%	2009年	生产商	7,500.00
	常州市明武精密铸造有限公司	2009-04-22	51万元	邵燕明85%；梅春风15%	2012年	生产商	8,500.00
	河南沃尔福汽车零部件有限公司	2015-06-09	17,482万元	邓州市产业集聚区建设管理有限公司52.52%；邓州市发展投资有限责任公司15.82%；陈德超10.77%；杜岳双10.45%；杜身峰10.45%	2022年	生产商	9,800.00
中间体	无锡易恒兴机械制造有限公司	2021-03-23	300万元	严佳元40%；严佳蕾40%；严炳兴20%	2021年	生产商	5,168.00
	凤城市润桥机械制造有限公司	2009-11-19	2,000万元	杨森60%；崔宏40%	2010年	生产商	12,000.00
	常州市忠旺工艺品有限公司	2002-08-21	500万元	李咏花75%；朱广利25%	2004年	生产商	2,138.17
涡壳	凤城市润桥机械制造有限公司	同上	同上	同上	同上	同上	同上
	凤城市景晟汽配动力机械有限责任公司	2012-05-07	700万元	王健92.86%；高清杰7.14%	2021年	生产商	4,882.00
	凤城市特耐捷机械有限公司	2011-10-28	100万元	谭正华51%；谭健49%	2023年	生产商	2,900.00
喷嘴	萍乡德博科技股份有限公司	2005-03-14	4,400万元	杨启清18.77%；何清11.26%；肖本云11.26%；刘	2010年	生产商	33,046.49

主要原材料	主要供应商名称	成立时间	注册资本	股权结构	合作开始时间	供应商性质	业务规模
环				力10.80%；萍乡市博晖投资中心（有限合伙）9.09%；吴学文9.06%；萍乡博泰投资中心（有限合伙）6.82%；深圳市创新投资集团有限公司6.46%；黄子霓4.99%；江西红土创业投资有限公司2.63%			
	萍乡市耀萍科技发展有限公司	2016-04-27	500万元	欧阳耀萍80%；叶罗萍20%	2016年	生产商	3,200.00
放气阀	嘉兴毅拓汽车科技有限公司	2019-04-19	300万元	刘杨70%；浙江德恩贝投资管理有限公司30%	2021年	生产商	6,053.00
	凤城市凯驰内燃机配件有限公司	2007-04-12	400万元	袁清智83.75%；袁崇博16.25%	2015年	生产商	12,213.00
	无锡市众辰汽车配件有限公司	2017-09-27	300万元	胥剑峰34%；陆海东33%；张建国33%	2021年	生产商	1,416.00
叶轮毛坏	凤城市合鑫机械制造有限公司	2007-04-25	2,000万元	侯伟95%；徐蕊5%	2007年	生产商	6,343.00
	安徽致盛精密机械有限公司	2021-09-16	800万元	吴南英42%；周太平40%；周连富18%	2022年	生产商	785.00

注：表格中相关信息来源于供应商访谈、供应商确认函、企查查报告等；无锡易恒兴机械制造有限公司、无锡宸旺兴精密机械有限公司系实际受同一控制关系；安徽致盛精密机械有限公司曾用名安徽欧朗精密机械有限公司；业务规模指2025年度营业收入，其中萍乡德博科技股份有限公司的业务规模系指2024年度营业收入。

（二）说明报告期各期向各类原材料主要供应商采购的数量、单价、金额及占比，说明同类产品向不同供应商的采购价格、供应商向其他客户销售同类产品的价格、市场价格差异情况及原因，是否存在采购价格显著偏离平均水平的供应商，是否存在供应商代垫成本费用、利益输送等情形

1、说明报告期各期向各类原材料主要供应商采购的数量、单价、金额及占比

单位：件；元/件；万元

主要原材料	主要供应商名称	2025年				2024年				2023年			
		采购数量	采购单价	采购金额	采购占比	采购数量	采购单价	采购金额	采购占比	采购数量	采购单价	采购金额	采购占比
涡轮毛坯	常州市佳科汽车零部件有限公司	67.02	35.06	2,349.54	51.98%	64.70	34.21	2,213.68	49.84%	44.41	35.12	1,559.77	48.38 %
	常州市明武精密铸造有限公司	30.45	29.16	888.13	19.65%	28.29	29.63	838.16	18.87%	15.46	32.14	497.04	15.42%
	河南沃尔福汽车零部件有限公司	14.65	40.34	591.09	13.08%	14.67	45.51	667.42	15.03%	8.86	51.65	457.50	14.19%
	小计	112.13	34.15	3,828.75	84.70%	107.66	34.55	3,719.26	83.73%	68.73	36.58	2,514.31	77.98%
中间体	无锡易恒兴机械制造有限公司	23.95	63.53	1,521.27	30.55%	17.89	65.13	1,164.83	25.10%	12.22	62.16	759.58	20.28%
	凤城市润桥机械制造有限公司	13.77	77.52	1,067.27	21.43%	15.88	78.99	1,254.21	27.03%	11.85	78.38	928.59	24.79%
	常州市忠旺工艺品有限公司	15.72	56.08	881.58	17.70%	17.17	55.47	952.58	20.53%	17.58	53.10	933.64	24.93%
	小计	53.43	64.94	3,470.12	69.69%	50.94	66.19	3,371.62	72.65%	41.65	62.95	2,621.81	70.01%
涡壳	凤城市润桥机械制造有限公司	6.03	166.04	1,001.20	32.30%	6.04	152.92	923.22	38.33%	2.59	168.12	434.93	41.01%
	凤城市景晟汽配动力机械有限责任公司	4.28	189.98	813.82	26.26%	2.75	204.53	563.33	23.39%	1.34	212.24	284.06	26.79%
	凤城市特耐捷机械有限公司	1.85	216.85	401.74	12.96%	0.83	214.14	177.16	7.35%	0.23	185.42	41.76	3.94%
	小计	12.17	182.21	2,216.76	71.52%	9.62	172.96	1,663.71	69.07%	4.15	183.29	760.75	71.74%
喷嘴环	萍乡德博科技股份有限公司	10.74	152.51	1,638.33	62.30%	9.20	159.60	1,469.03	63.89%	6.18	172.60	1,067.11	66.13%
	萍乡市耀萍科技发展有限公司	4.56	166.25	757.58	28.81%	3.41	174.64	595.66	25.90%	2.26	177.01	400.46	24.82%
	小计	15.30	156.60	2,395.91	91.11%	12.61	163.73	2,064.69	89.79%	8.44	173.88	1,467.57	90.95%
放气阀	嘉兴毅拓汽车科技有限公司	2.86	265.83	760.71	27.18%	1.27	259.84	329.68	15.30%	0.60	285.73	171.10	14.42%

主要原材料	主要供应商名称	2025年				2024年				2023年			
		采购数量	采购单价	采购金额	采购占比	采购数量	采购单价	采购金额	采购占比	采购数量	采购单价	采购金额	采购占比
	凤城市凯驰内燃机配件有限公司	5.61	113.21	634.71	22.68%	4.77	95.16	454.28	21.08%	2.45	87.29	214.20	18.06%
	无锡市众辰汽车配件有限公司	5.27	59.93	315.58	11.28%	6.10	57.25	349.31	16.21%	4.07	48.96	199.52	16.82%
	小计	13.73	124.59	1,711.00	61.14%	12.14	93.31	1,133.27	52.58%	7.13	82.05	584.81	49.30%
叶轮毛坯	凤城市合鑫机械制造有限公司	58.47	10.92	638.33	76.67%	73.00	10.76	785.12	71.61%	59.06	10.94	645.99	72.51%
	安徽致盛精密机械有限公司	19.18	9.98	191.42	22.99%	31.47	9.84	309.54	28.23%	24.20	9.79	237.00	26.60%
	小计	77.65	20.90	829.74	99.66%	104.47	20.59	1,094.66	99.85%	83.26	20.73	882.98	99.11%

2、说明同类产品向不同供应商的采购价格、供应商向其他客户销售同类产品的价格、市场价格差异情况及原因，是否存在采购价格显著偏离平均水平的供应商

(1) 同类产品向不同供应商的采购价格差异情况及原因

报告期内，发行人同类产品向不同供应商的采购价格情况如下：

单位：元/件

产品名称	供应商名称	采购单价		
		2025年	2024年	2023年
涡轮毛坯	常州市佳科汽车零部件有限公司	35.06	34.21	35.12
	常州市明武精密铸造有限公司	29.16	29.63	32.14
	河南沃尔福汽车零部件有限公司	40.34	45.51	51.65
中间体	无锡易恒兴机械制造有限公司	63.53	65.13	62.16
	凤城市润桥机械制造有限公司	77.52	78.99	78.38
	常州市忠旺工艺品有限公司	56.08	55.47	53.10
涡壳	凤城市润桥机械制造有限公司	166.04	152.92	168.12
	凤城市景晟汽配动力机械有限责任公司	189.98	204.53	212.24
	凤城市特耐捷机械有限公司	216.85	214.14	185.42
喷嘴环	萍乡德博科技股份有限公司	152.51	159.60	172.60
	萍乡市耀萍科技发展有限公司	166.25	174.64	177.01
放气阀	嘉兴毅拓汽车科技有限公司	265.83	259.84	285.73
	凤城市凯驰内燃机配件有限公司	113.21	95.16	87.29
	无锡市众辰汽车配件有限公司	59.93	57.25	48.96
叶轮毛坯	凤城市合鑫机械制造有限公司	10.92	10.76	10.94
	安徽致盛精密机械有限公司	9.98	9.84	9.79

报告期内，公司同类产品向不同供应商的采购价格存在差异主要系采购的产品结构差异所致。

① 涡轮毛坯采购单价差异分析

公司向常州市佳科汽车零部件有限公司、常州市明武精密铸造有限公司采购的产品规格大小较为接近，单价较为相近；公司向河南沃尔福汽车零部件有限公司采购的单价相对较高，主要系向其采购的涡轮毛坯规格较大等因素所致。公司向涡轮毛坯不同供应商采购单价存在差异具有合理性。

② 中间体毛坯采购单价差异分析

公司向常州市忠旺工艺品有限公司采购的产品主要为常规成熟型号产品，采购单价较低，而向凤城市润桥机械制造有限公司采购的中间体主要为产品结构复杂度较高的新品，采购单价较高。公司向中间体不同供应商采购单价存在差异具有合理性。

③涡壳采购单价差异分析

公司向凤城市景晟汽配动力机械有限责任公司、凤城市特耐捷机械有限公司采购的带排气管的结构更为复杂的涡壳产品占比较高，采购单价较高；公司向凤城市润桥机械制造有限公司采购的主要为常规结构的涡壳产品，采购单价较低。公司向涡壳不同供应商采购单价存在差异具有合理性。

④喷嘴环采购单价差异分析

报告期内，公司向萍乡德博科技股份有限公司采购的喷嘴环产品主要为常规成熟型号产品，采购单价相对萍乡市耀萍科技发展有限公司较低。2024 年公司向萍乡德博科技股份有限公司采购的喷嘴环单价下降，主要系随着公司对其采购规模的增加，采购单价有所下降所致。公司向喷嘴环不同供应商采购单价存在差异具有合理性。

⑤放气阀采购单价差异分析

放气阀包括一般放气阀和电子放气阀，电子放气阀采购单价相较于一般放气阀较高。公司向嘉兴毅拓汽车科技有限公司采购的放气阀单价较高，向凤城市凯驰内燃机配件有限公司和无锡市众辰汽车配件有限公司采购的放气阀单价较低，主要系产品结构及规格型号差异所致。一方面公司向嘉兴毅拓汽车科技有限公司采购的主要为电子放气阀，且属于单价较高的电控执行器；公司向凤城市凯驰内燃机配件有限公司和无锡市众辰汽车配件有限公司采购的电子放气阀主要系单价相对较低的气动执行器带传感器；另一方面，公司向无锡市众辰汽车配件有限公司采购的一般放气阀占比较高，是单价相对更低的气动执行器，进一步拉低了无锡市众辰汽车配件有限公司的放气阀采购单价。公司向放气阀不同供应商采购单价存在差异具有合理性。

⑥叶轮毛坯

公司向叶轮毛坯供应商采购的产品单价差异较小。

(2) 供应商向其他客户销售同类产品的价格、市场价格差异情况及原因

公司向供应商采购的主要原材料产品系金属加工半成品，不存在公开的市场价格。

报告期内，公司供应商向其他客户销售同类产品的价格与向公司销售的价格相比，总体差异较小。

(3) 是否存在采购价格显著偏离平均水平的供应商

结合前文所述，发行人供应商采购单价差异具有合理性，不存在采购价格显著偏离平均水平的供应商。

3、是否存在供应商代垫成本费用、利益输送等情形

发行人不存在供应商代垫成本费用、利益输送等情形。

(三) 说明外协供应商的基本情况、业务规模、合作历史、外协的工序及产品、定价依据及公允性、是否存在关联关系，是否涉及核心生产环节、生产工艺、核心产品，与挂牌申报文件外协金额存在差异的原因

1、说明外协供应商的基本情况、业务规模、合作历史、外协的工序及产品、定价依据及公允性、是否存在关联关系

公司主要外协供应商的基本情况、业务规模、合作历史、外协的工序及产品、定价依据及公允性、关联关系情况如下：

供应商名称	成立时间	经营范围	股权结构	业务规模(万元)	合作开始时间	外协的工序及产品	定价依据及公允性	与发行人关联关系
常州市博涛动力机械有限公司	2012年4月16日	机械零部件、汽车零部件、金属制品制造；金属冷作加工；金属材料、机械设备、仪器仪表、五金件的销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	金秀 50%；王燕峰 50%	1,500.00	2019年	主要为涡轮的精加工	按市场价协商定价，具有公允性	无关联关系
常州利谐机械有限公司	2013年12月4日	普通机械设备、汽车涡轮增压器配件、机械零部件制造，加工；自营和代理各类商品及技术的进出口业务，国家限定企业经营或禁止的进出口的商品及技术除外。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	许平 50%；陆燕萍 50%	967.00	2013年	主要为涡轮的焊接	按市场价协商定价，具有公允性	无关联关系

注：上述外协供应商报告期内外协金额占比在 50% 以上，系公司主要外协供应商；上表信息来源于企查查报告、供应商访谈、供应商确认函等；业务规模系指 2025 年供应商营业收入。

2、是否涉及核心生产环节、生产工艺、核心产品

公司外协工序主要为涡轮产品，为公司主要产品之一。公司涡轮外协的工序主要为部分焊接及少量车加工、磨加工工序。其中，公司涡轮焊接包括常规焊接、电子束焊等，公司将多数常规焊接进行外协，而电子束焊工艺要求较高、该部分主要以公司自主生产为主。公司涡轮的车加工、磨加工属于零部件精密加工的核心生产环节之一，公司主要采用自主生产为主，出于交付周期、产能安排等因素考虑，公司会将少量相关工序进行外协。

3、与挂牌申报文件外协金额存在差异的原因

经核查并对比，发行人在初次挂牌申报文件《公开转让说明书》中的外协金额与本次发行上市申请文件存在差异，主要原因系初次挂牌申报文件《公开转让说明书》中的外协金额在统计口径存在遗漏。2025 年 9 月 24 日，发行人披露了《公开转让说明书更正公告》，对外协金额进行了更正。更正后，挂牌申报文件与本次发行上市申请文件不存在差异。

（四）说明发行人及其控股股东、实际控制人、董监高（原监事）、关键岗位人员及其他关联方与供应商及其关联方是否存在关联关系或其他利益安排，是否存在（前）员工及其近亲属设立或持股、成立时间较短即成为公司主要供应商、收入主要来自发行人等特殊情形

1、说明发行人及其控股股东、实际控制人、董监高（原监事）、关键岗位人员及其他关联方与供应商及其关联方是否存在关联关系或其他利益安排

发行人与供应商特博动力（已于 2023 年 12 月注销）、常州思高存在关联关系，不存在其他利益安排。特博动力为发行人董事长章景初曾持股 100% 且担任董事长的公司；常州思高为副总经理汪晓伍之父亲汪培根和汪晓伍之配偶汪令令合计直接持有 100.00% 股权的公司。报告期内，发行人与上述供应商的关联交易金额较小，对发行人的影响较小。相关关联采购已在招股说明书“第六节 公司治理”之“七、关联方、关联关系和关联交易情况”中进行披露。

2、是否存在（前）员工及其近亲属设立或持股、成立时间较短即成为公司主要供应商、收入主要来自发行人等特殊情形

报告期内，公司不存在（前）员工及其近亲属设立或持股公司主要供应商的情况；除原供应商更换或新增业务主体与公司合作导致成立当年或次年成为公司主要供应商的情形外，公司不存在成立时间较短即成为报告期内公司主要供应商的情况；报告期内，公司不存在公司主要供应商的收入主要来自发行人的情况。

二、生产模式及存货构成匹配性

（一）结合各类产品单位原材料耗用量，说明各类原材料采购入库、生产领用、期末库存情况，与各期产品产销量、期末存货余额的匹配性

报告期内，公司各类主要原材料采购入库、生产领用、期末库存情况如下：

单位：万件；万千克

原材料类别	2025年度				2024年度				2023年			
	采购等入库量	生产领用量	材料销售等出库量	期末库存量	采购等入库量	生产领用量	材料销售等出库量	期末库存量	采购等入库量	生产领用量	材料销售等出库量	期末库存量
中间体	88.10	78.42	12.66	12.00	77.25	58.70	13.40	14.98	61.30	42.91	16.11	9.83
涡轮毛坯	134.01	134.33	0.02	1.38	127.65	127.12	0.02	1.72	90.17	90.01	0.02	1.21
涡壳	18.14	11.94	5.68	4.46	14.19	7.06	4.77	3.93	5.89	2.40	3.59	1.58
叶轮毛坯	78.99	84.41	0.03	1.91	105.53	105.45	0.01	7.37	84.50	82.36	-	7.30
喷嘴环	16.63	7.10	9.66	3.39	14.02	4.35	8.29	3.52	9.38	1.17	6.88	2.13
放气阀	22.62	13.10	10.20	6.21	20.70	7.83	9.57	6.89	11.06	2.66	7.52	3.59
压壳	15.32	12.17	1.79	4.63	10.56	7.13	1.61	3.27	3.33	2.36	0.66	1.45
机加棒料	12.84	12.25	0.50	1.46	11.09	10.16	1.28	1.36	5.78	5.32	0.05	1.71

注：采购等入库量主要包括采购入库量、少量原材料自制入库量及其他小额入库；材料销售等出库主要包括原材料直接对外销售量以及其他小额出库。

报告期内公司各类主要原材料采购入库、生产领用量随着生产规模的扩大而增长，各类主要原材料结余量基本稳定。

报告期内，公司主要产成品主要原材料耗用量情况如下：

单位：万件

年度	产品大类名称	产出量	主要原材料名称	原材料耗用量（注）
2025年度	涡轮增压器零部件-涡轮	134.38	涡轮毛坯	134.71
	涡轮增压器零部件-叶轮	82.55	叶轮毛坯	83.52

年度	产品大类名称	产出量	主要原材料名称	原材料耗用量（注）	
	涡轮增压器零部件-机加叶轮	47.64	机加棒料（万千克）	12.05	
	涡轮增压器整机	12.01	机芯	12.06	
			涡壳	12.02	
			压壳	12.23	
	涡轮增压器零部件-机芯	76.79	涡轮	76.95	
			叶轮	76.92	
			中间体	78.14	
	2024 年度	涡轮增压器零部件-涡轮	125.11	涡轮毛坯	128.09
		涡轮增压器零部件-叶轮	95.31	叶轮毛坯	96.69
涡轮增压器零部件-机加叶轮		36.30	机加棒料（万千克）	8.02	
涡轮增压器整机		6.65	机芯	6.65	
			涡壳	6.67	
			压壳	6.73	
涡轮增压器零部件-机芯		57.06	涡轮	57.13	
			叶轮	57.09	
			中间体	57.94	
2023 年度	涡轮增压器零部件-涡轮	82.33	涡轮毛坯	83.86	
	涡轮增压器零部件-叶轮	75.56	叶轮毛坯	76.27	
	涡轮增压器零部件-机加叶轮	20.69	机加棒料（万千克）	5.52	
	涡轮增压器整机	2.31	机芯	2.31	
			涡壳	2.36	
			压壳	2.33	
	涡轮增压器零部件-机芯	42.68	涡轮	42.68	
			叶轮	42.69	
			中间体	43.10	

注：原材料耗用量包括原材料生产领用量与期初期末在制品变动产生的影响。

报告期各期，公司整机、机芯、涡轮、叶轮的产品产出量与原材料耗用量基本符合 1:1 的理论耗用比例关系，机加叶轮基本为平均每耗用 1 千克机加棒料生产 3-5 个机加叶轮的合理范围内，较为稳定。公司产成品的产量与原材料耗用量具有匹配性。

报告期各期，公司主要产成品产销量、期末余额情况如下：

单位：万台

期间	产品种类	产量	内部领用量	销量	产销率	期末库存商品及发出商品余量
2025年	机芯	76.79	11.94	63.62	98.40%	13.68
	涡轮	134.38	77.25	54.01	97.68%	39.06
	叶轮	130.15	77.22	47.27	95.65%	46.46
	整机	12.01	-	10.68	88.94%	2.82
2024年度	机芯	57.06	6.98	47.49	95.46%	12.41
	涡轮	125.11	57.94	50.31	86.52%	35.62
	叶轮	131.60	57.92	57.30	87.55%	40.96
	整机	6.65	-	5.83	87.67%	1.74
2023年度	机芯	42.68	2.36	38.46	95.64%	9.54
	涡轮	82.33	42.22	50.58	112.72%	18.37
	叶轮	96.25	42.11	54.72	100.60%	24.00
	整机	2.31	-	2.25	97.40%	0.90

注：产销率=（内部领用量+销量）/产量

报告期各期，公司以销定产为主，库存生产为辅，总体产销率均处于较高水平，生产销售情况匹配良好；原材料投入量与各期产品产销量、期末存货余额具有匹配性。

（二）说明主要原材料领用量、金额与营业成本-直接材料的配比关系，成本结构与可比公司是否存在差异及合理性

报告期内，公司原材料领用量、金额与营业成本-直接材料的配比关系如下：

单位：万元

年度	车间	生产领用料工费总额	其中：生产领用原材料金额	存货变动	测算营业成本	营业成本（不含运费）	其中：营业成本-直接材料	偏差率
2025年	涡轮增压器零部件-机芯	12,033.76	10,168.31	-388.17	11,645.59	11,556.84	9,746.02	0.77%
	涡轮增压器零部件-涡轮	3,144.48	2,137.70	-132.14	3,012.34	2,982.85	2,115.06	0.99%
	涡轮增压器零部件-叶轮	909.50	540.49	-76.66	832.84	833.55	506.77	-0.09%
	涡轮增压器整机	8,326.22	7,673.19	-866.69	7,459.53	7,442.34	6,864.00	0.23%

年度	车间	生产领用料 工费总额	其中：生产领 用原材料金额	存货变 动	测算营业成 本	营业成本 (不含运 费)	其中：营业成本- 直接材料	偏差率
2024年	涡轮增压器零部件-机芯	9,394.91	8,000.04	-716.49	8,678.42	8,586.91	7,305.04	1.07%
	涡轮增压器零部件-涡轮	3,771.51	2,616.80	-969.17	2,802.34	2,798.44	1,986.97	0.14%
	涡轮增压器零部件-叶轮	1,194.98	751.51	-319.52	875.46	904.18	595.69	-3.18%
	涡轮增压器整机	4,726.91	4,396.35	-836.94	3,889.97	3,906.48	3,648.44	-0.42%
2023年	涡轮增压器零部件-机芯	7,431.25	6,357.24	-201.67	7,229.58	7,166.72	6,133.19	0.88%
	涡轮增压器零部件-涡轮	2,596.48	1,845.69	307.69	2,904.17	2,881.54	2,133.29	0.79%
	涡轮增压器零部件-叶轮	766.29	496.94	129.81	896.09	911.25	615.47	-1.66%
	涡轮增压器整机	1,517.93	1,424.18	-59.64	1,458.29	1,452.20	1,370.98	0.42%

注 1：存货变动=在制品、库存商品及发出商品合计期初余额-在制品、库存商品及发出商品合计期末余额；

注 2：测算营业成本=生产领用料工费总额+存货变动；

注 3：偏差率=(测算营业成本-营业成本(不含运费))/营业成本(不含运费)。

由上表可知，报告期内，公司主要产品生产领用料工费总额以及存货变动情况与营业成本之间具有匹配性，原材料领用与营业成本-直接材料亦具有匹配性。

报告期内，公司与同行业可比公司的主营业务成本结构对比如下：

公司名称	2025年			
	其中：直接材料占比	直接人工占比	制造费用占比	其他占比
贝斯特	-	-	-	-
华培动力	-	-	-	-
威易发	-	-	-	-
环能涡轮	87.30%	5.11%	4.09%	3.50%
公司名称	2024年			
	其中：直接材料占比	直接人工占比	制造费用占比	其他占比

贝斯特	51.40%	13.44%	35.16%	
华培动力	42.81%	11.49%	32.29%	13.41%
威易发	28.63%	45.01%	26.36%	
环能涡轮	86.39%	5.12%	4.37%	4.12%
公司名称	2023 年			
	其中：直接材料占比	直接人工占比	制造费用占比	其他占比
贝斯特	54.97%	11.77%	33.26%	
华培动力	43.84%	11.45%	31.44%	13.27%
威易发	25.19%	47.15%	27.65%	
环能涡轮	86.69%	4.93%	4.91%	3.47%

注：贝斯特列示的为汽车行业料工费占比情况；华培动力列示的为动力总成事业部料工费占比情况。

报告期内，公司主营业务成本结构与同行业公司存在差异，主要系产品类型等存在差异所致。公司主营产品为涡轮增压器核心零部件及整机；贝斯特主营产品为涡轮增压器精密轴承件、叶轮、中间体、发动机气缸等汽车零部件；华培动力主营产品为放气阀组件；威易发主营产品为金属密封环；产品类型不同导致对应的原材料及生产工艺等均存在较大差异。

在涡轮增压器后市场领域，公司与同行业公司毅合捷在业务模式等方面较为相近，相关主营业务成本结构对比如下：

公司名称	2025 年			
	其中：直接材料占比	直接人工占比	制造费用占比	其他占比
毅合捷	-	-	-	-
环能涡轮	87.30%	5.11%	4.09%	3.50%
公司名称	2024 年			
	其中：直接材料占比	直接人工占比	制造费用占比	其他占比
毅合捷（注）	79.87%	4.86%	6.05%	9.22%
环能涡轮	86.39%	5.12%	4.37%	4.12%
公司名称	2023 年			
	其中：直接材料占比	直接人工占比	制造费用占比	其他占比
毅合捷	80.35%	4.65%	6.33%	8.67%
环能涡轮	86.69%	4.93%	4.91%	3.47%

注：其他主要包含外协加工费用、运输费用等。毅合捷 2024 年占比情况未在公开平台披露，列示的为 2024 年 1-6 月的占比情况。

报告期内，公司主营业务成本结构与同行业公司毅合捷较为接近。其中，公司主营业务成本中直接材料占比高于毅合捷、其他占比低于毅合捷，主要系在涡轮等核心零部件的精磨、车削等加工环节，公司主要采用自制生产、而毅合捷多采用外协加工方式，导致其他占比存在差异等因素所致。

综上，公司主营业务成本结构与同行业公司存在一定差异，主要系产品类型、业务模式等因素差异导致，具有合理性。

（三）结合采购备货周期、客户下单周期、生产周期、发货运输周期、签收周期等，说明各期末原材料、在产品、库存商品规模的合理性，以销定产、库存生产两类模式下期末存货余额的在手订单覆盖率情况，在手订单规模与业务规模是否匹配

公司的产品销售主要以汽车后市场，产品销售具有“多品种、小批量、多批次”的特点；主要原材料因最终产品性能不同存在差异，采购物料种类多样，故公司主要依据生产经营计划分批次向供应商下达采购订单。通常情况下，公司计划部门综合考虑在手订单及预测订单需求，根据交货量、交货时间等制定生产计划并根据生产计划制定物料计划；公司供应部根据物料计划和相关采购申请单从供应商名单里选定供应商，下达采购订单并完成采购。

从下达采购订单至采购到货约 30-60 天左右，对于非成熟产品，公司需要对供应商进行专业评估并提供开模费要求对方开模具定制化生产，则需要的采购周期约达 90 天左右；公司的生产模式为“以销定产”与“备货式生产”相结合的模式，采购到货后，生产部门根据生产计划从仓库领料并组织生产，各产品因工艺不同，生产周期及生产排期等因素存在一定的差异，综合来看，从配送领料到产成品入库平均需要 10 天到 30 天左右的时间，即生产周期约 10-30 天；客户下单周期约 30 天；公司需要取得签收凭证进行收入确认的主要为内销客户，境内运输周期约 1-10 天左右；出口货物自产品完工入库至完成报关时间约 30-60 天左右。

公司存在部分其他因素会影响常规采购备货周期、生产周期、发货运输周期、签收周期等。一方面，公司积极开拓整机和机芯业务，对原材料进行较大规模的备货，以随时响应客户订单需求，该部分的原材料采购入库到最终完成销售的周期较长；另一方面，公司采购涡轮毛坯、叶轮毛坯及铝棒材料后，需要加工成涡

轮成品、叶轮成品，部分涡轮、叶轮成品会进一步加工成机芯和整机，该情形下材料采购入库到最终完成产成品整机、机芯销售的周期较长。

报告期各期末原材料、在产品、库存商品、发出商品情况如下：

单位：万元

类别	2025年度/2025年12月31日	2024年度/2024年12月31日	2023年度/2023年12月31日
原材料账面余额	5,771.34	5,696.60	3,833.34
在产品账面余额	1,718.91	1,999.66	1,249.91
库存商品账面余额	6,847.93	5,249.06	3,660.48
发出商品账面余额	1,315.99	1,240.78	569.27
小计	15,654.18	14,186.10	9,313.00
上述四类存货平均账面余额	14,920.14	11,749.55	8,663.04
主营业务成本	31,338.07	23,381.30	18,646.82
原材料、在产品、库存商品、发出商品周转天数	171.41	180.91	167.25

上表可见，公司报告期各期末上述原材料等存货账面余额随着公司业务规模的不断增长而扩大，公司各报告期内的上述原材料等存货周转天数分别为 167.25 天、180.91 天、171.41 天，周转天数总体稳定，公司期末原材料等存货规模具备合理性。

报告期各期末，公司存货订单覆盖率情况如下：

单位：万元

类别	2025年度/2025年12月31日	2024年度/2024年12月31日	2023年度/2023年12月31日
库存商品账面余额	6,847.93	5,249.06	3,660.48
库存商品在手订单成本金额	4,706.28	3,831.35	2,484.41
库存商品订单覆盖率	68.73%	72.99%	67.87%
发出商品账面余额	1,315.99	1,240.78	569.27
发出商品在手订单成本金额	1,315.99	1,240.78	569.27
发出商品订单覆盖率	100.00%	100.00%	100.00%

注:库存商品在手订单成本金额=在手订单金额*（1-当期主营业务毛利率）

报告期各期末，公司发出商品均按订单发货，在手订单覆盖率 100%；公司库存商品在手订单覆盖率分别为 67.87%、72.99%、68.73%，在手订单覆盖率总体稳定。公司的生产模式为“以销定产”与“备货式生产”相结合的模式，公司结合

在手订单及预测订单情况安排生产计划，在满足在手订单的情况下适当备货，故库存商品订单覆盖率未达 100%。

报告期各期，公司在手订单规模与业务规模情况如下：

单位：万元

类别	2025 年度/2025 年 12 月 31 日	2024 年度/2024 年 12 月 31 日	2023 年度/2023 年 12 月 31 日
在手订单金额	8,239.41	6,816.64	4,558.51
主营业务收入	54,861.23	41,599.43	34,214.12
平均在手订单金额占营业收入的比例	13.72%	13.67%	11.41%

平均在手订单金额=（期初在手订单金额+期末在手订单金额）/2

公司报告期各期末在手订单金额分别为 4,558.51 万元、6,816.64 万元、8,239.41 万元，呈现不断增长的趋势。同时，公司报告期各期平均在手订单金额与营业收入的匹配度较好，公司在手订单规模与业务规模具备匹配性。

三、毛利率高于可比公司合理性

（一）说明定价依据及价格调整机制，结合各类产品各期销售量价波动情况，分析毛利率变动的合理性；说明主要原材料供应商的定价及调价机制对原材料采购价格的影响，原材料采购价格向生产成本、销售价格、毛利率的传导情况

1、说明定价依据及价格调整机制，结合各类产品各期销售量价波动情况，分析毛利率变动的合理性

（1）定价依据及价格调整机制

公司的定价依据为：以成本及合理利润为基础，综合考虑客户所在区域的消费水平、当地市场竞争对手的情况、客户采购数量等因素，与客户协商定价。关于价格调整机制，公司与客户不存在“年降”机制约定，但价格调整会根据原材料价格波动、客户销售规模变动等因素与客户协商确定。

（2）结合各类产品各期销售量价波动情况，分析毛利率变动的合理性

报告期内，公司主要产品销售量价波动情况、毛利率变动情况如下：

①整机产品

项目	2025年	2024年	2023年
销量（万件）	10.68	5.83	2.25
销售单价（元/件）	1,029.33	1,020.95	1,066.56

项目	2025年	2024年	2023年
毛利率	31.85%	33.71%	39.08%

报告期内，公司整机产品毛利率分别为 39.08%、33.71% 和 31.85%，整体呈现下降趋势，主要系公司大力拓展整机业务规模，整机销量持续增长，公司为开拓市场而适当降低了产品价格，同时受产品结构因素影响，整机产品毛利率有所下降。

②机芯产品

项目	2025年	2024年	2023年
销量（万件）	63.62	47.49	38.46
销售单价（元/件）	341.30	350.93	372.71
毛利率	46.33%	47.80%	49.50%

报告期内，公司机芯产品毛利率分别为 49.50%、47.80% 和 46.33%，整体毛利率有所下降，主要系下游市场对机芯产品需求增长，公司适当降低产品价格以增强市场竞争力、积极开拓市场，使得机芯销量持续增长；同时受产品结构因素影响，机芯产品毛利率略有下降。

③涡轮产品

项目	2025年	2024年	2023年
销量（万件）	54.01	50.31	50.58
销售单价（元/件）	108.55	100.18	100.80
毛利率	48.78%	43.99%	43.12%

报告期内，公司涡轮产品毛利率分别为 43.12%、43.99% 和 48.78%，2025 年呈现较大幅度的增长，主要系受产品结构因素影响所致。2025 年，客户 A 的涡轮产品销量增幅较大，其因产品用途主要为航空领域等因素，相应产品毛利率较高，拉高了整体涡轮产品的毛利率。剔除客户 A 的影响后，2023 年至 2025 年的涡轮产品毛利率分别为 41.78%、41.49% 和 42.82%，变动幅度较小。

④叶轮产品

项目	2025年	2024年	2023年
销量（万件）	47.27	57.30	54.72
销售单价（元/件）	38.52	35.53	35.89
毛利率	53.83%	55.10%	53.27%

报告期内，公司叶轮产品 2025 年销量有所下降主要系该产品更多用于装配机芯及整机所致。报告期各期，公司叶轮产品毛利率分别为 53.27%、55.10%和 53.83%，呈现先上升后下降的趋势，主要是因为毛利率较高的机加叶轮产品销售占比呈现先上升后下降的趋势，报告期内公司叶轮产品毛利率变动具有合理性。

2、说明主要原材料供应商的定价及调价机制对原材料采购价格的影响，原材料采购价格向生产成本、销售价格、毛利率的传导情况

(1) 主要原材料供应商的定价及调价机制对原材料采购价格的影响

公司原材料主要包括涡轮毛坯、中间体、涡壳等金属加工件，其市场价格受到上游大宗商品价格波动的影响，同时也受产品加工复杂度、市场供需关系以及采购规模的影响而发生波动。公司与主要原材料供应商的定价机制为：公司向供应商采购时一般以市场价格为基础进行询价、比价，协商后确定价格；公司调价机制为当市场价格产生较大幅度波动时，公司会根据市场价格波动情况与供应商协商进行调价，同时也会根据每年采购规模的变动与供应商协商调整价格。随着与供应商合作年限的增加，公司与供应商之间形成了稳定的调价机制，对供应商的议价能力也随着采购规模的增加而增强，因此公司原材料采购价格整体较为稳定，对公司经营业绩的影响较小。

(2) 原材料采购价格向生产成本、销售价格、毛利率的传导情况

公司直接材料在主营业务成本中的占比较高，营业成本对原材料价格波动的敏感性较高，因此具有较为明显的原材料价格传导机制。但营业成本中直接材料占比同时也会受到产品结构变动等因素影响，因此营业成本变动与原材料价格波动不具有完全传导关系。

公司原材料采购价格对产品销售价格存在一定的传导作用，但产品定价除了需考虑原材料价格外，还需综合考虑客户所在区域的消费水平、当地市场竞争对手的情况、客户采购数量等因素，继而与客户协商定价，因此原材料价格与产品价格之间不具有完全传导关系。

公司与客户在协商确定销售定价时，为保证能取得合理毛利率，会综合考虑原材料采购价格的影响。原材料价格上升时，公司会与客户积极协商，争取适当提高产品价格以减少原材料价格上涨对公司经营业绩带来的不利影响；原材料价格下降时，客户也考虑到该因素从而和公司协商降价事宜。但总体而言，公司原

材料主要系金属加工件，其价格的波动相对较小，因此原材料价格波动是公司在销售价格变动考量中的一个较小因素，原材料价格波动对公司销售价格影响较小。

公司直接材料在主营业务成本中的占比较高，营业成本对原材料价格波动的敏感性较高，营业成本直接影响了公司毛利率水平，因此原材料采购价格变动对公司毛利率水平存在一定的影响。原材料价格上涨时，由于其对销售价格的传导幅度有限同时该传导功能存在一定滞后性，将对公司整体销售毛利率产生负面影响；反之，原材料价格下降时，将使公司整体销售毛利率水平有所上升。因此，公司原材料采购价格对公司毛利率存在一定的传导作用。

（二）说明内销毛利率高于外销的原因，与可比公司是否存在差异及合理性

1、说明内销毛利率高于外销的原因

报告期内，发行人主营业务内外销毛利率情况如下：

销售模式	2025年		2024年		2023年	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
主营业务-内销	40.31%	6.49%	49.51%	10.47%	50.05%	6.24%
主营业务-外销	43.06%	93.51%	43.13%	89.53%	45.20%	93.76%

由上表可知，2023年及2024年，公司内销毛利率高于外销，主要系公司内销金额相对较小、占比较低且内销客户的集中度较高，致使毛利率易受部分主要内销客户毛利率影响。公司主要内销客户客户A因产品类型及复杂度等因素差异导致毛利率相对较高，拉高了整体内销的毛利率，剔除该客户影响后，报告期内公司主营业务内销毛利率分别为44.39%、44.60%和38.63%，与外销毛利率不存在较大差异。

2、与可比公司是否存在差异及合理性

报告期各期，公司与同行业可比公司的内外销毛利率对比情况如下：

公司名称	销售模式	2025年		2024年		2023年	
		毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
贝斯特	内销	38.63%	64.70%	33.80%	65.38%	33.14%	64.39%
	外销	30.29%	35.30%	36.40%	34.62%	36.83%	35.61%
华培动力	内销	—	—	25.80%	65.73%	24.90%	64.65%
	外销	—	—	27.18%	34.27%	27.78%	35.35%
德博科技	内销	—	—	30.25%	67.19%	25.14%	84.54%

公司名称	销售模式	2025年		2024年		2023年	
		毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
	外销	——	——	33.34%	32.81%	46.64%	15.46%
威易发	内销	69.19%	88.04%	69.02%	92.27%	67.45%	95.53%
	外销	68.17%	11.96%	69.43%	7.73%	69.23%	4.47%
环能涡轮	内销	40.31%	6.49%	49.51%	10.47%	50.05%	6.24%
	外销	43.06%	93.51%	43.13%	89.53%	45.20%	93.76%

注：威易发、德博科技及发行人列示的为主营业务毛利率及主营业务收入内外销占比情况，其他同行业公司列示的为营业收入毛利率及营业收入内外销占比情况。

由上表可知，报告期内同行业可比公司外销毛利率一般高于内销，发行人内销毛利率较高主要系受单个客户影响所致，与同行业存在差异具有合理性。

（三）说明主要客户中是否存在毛利率水平或变动异常的客户、原因及报告期内合作情况

公司主要产品为涡轮增压器零部件及涡轮增压器整机，该两类的收入占主营业务收入比例在 95% 以上，因此此处对该两类主要产品的主要客户进行毛利率分析。

报告期各期，涡轮增压器零部件产品中，前五大客户毛利率相较于该产品平均毛利率差异在 10% 以上的客户仅为客户 A。

客户 A 的毛利率偏高，原因分析以及报告期内合作情况详见本问题回复之“三、财务会计信息与管理层分析”之“问题 4. 销售收入真实性及准确性”中“二、终端销售实现情况”第四问之“2、说明主要贸易商客户 A 采购金额持续上涨、毛利率水平与其他同类客户和非贸易商客户存在差异的合理性”。

涡轮增压器整机产品中，前五大客户毛利率相较于该产品平均毛利率差异均在 10% 以内，不存在毛利率水平异常的客户。

报告期各期，公司前五大客户中，毛利率水平变动较大的客户为客户 A，2024 年至 2025 年毛利率变动分别为-3.19% 和 8.01%，2025 年变动幅度相对较大，主要系 2025 年公司与客户 A 的合作模式从内销模式转变为将货物发至客户 A 香港主体并由其签收确认收入的外销模式，该外销模式下产品销售单价有所上升，毛利率有所上升。

（四）分析毛利率水平变动趋势与可比公司存在差异的合理性，结合可比公司汽车前后端市场业务构成差异、同类产品前后端市场毛利率水平合理差值

水平，可比公司产品差异、销售区域差异、销售模式差异、客户结构差异等分析报告期内发行人毛利率水平高于可比公司平均水平的合理性

1、毛利率水平变动趋势与可比公司存在差异的合理性

报告期各期，公司毛利率变动与同行业公司比较情况如下：

公司	2025年	2024年	2023年
贝斯特	33.23%	34.70%	34.46%
华培动力	-	29.16%	28.06%
威易发	69.12%	69.12%	67.54%
德博科技	-	31.03%	29.03%
发行人	42.56%	43.45%	45.14%

注：除贝斯特、威易发外，其他同行业公司 2025 年度毛利率尚未披露；华培动力 2023 年及 2024 年列示为动力总成事业部的毛利率。

由上表可知，公司报告期内毛利率呈现下降的趋势、但整体下降幅度较小，与同行业公司整体保持稳定的态势不存在较大差异。公司报告期内毛利率小幅下降主要系公司产品结构变动所致，公司不同产品毛利率情况如下：

产品类型	2025年		2024年		2023年	
	毛利率	主营收入占比	毛利率	主营收入占比	毛利率	主营收入占比
主营业务-涡轮增压器整机	31.85%	20.04%	33.71%	14.32%	39.08%	7.02%
主营业务-涡轮增压器零部件	45.59%	76.74%	45.35%	83.07%	46.02%	91.28%
主营业务-其他	47.02%	3.21%	49.71%	2.62%	43.99%	1.70%

注：报告期内公司主营业务收入占比均在 97% 以上，公司收入来源主要为主营业务收入，毛利率波动主要受主营业务影响。

报告期内，公司毛利率呈现小幅下降主要系公司毛利率相对偏低的涡轮增压器整机的销售占比逐年上升等因素所致。

2、结合可比公司汽车前后端市场业务构成差异、同类产品前后端市场毛利率水平合理差值水平，可比公司产品差异、销售区域差异、销售模式差异、客户结构差异等分析报告期内发行人毛利率水平高于可比公司平均水平的合理性

报告期内，公司毛利率与同行业可比公司存在一定差异，主要系市场、产品、销售区域、客户结构与定价政策等因素存在差异所致，具体分析如下：

1) 汽车前后端市场业务构成差异、同类产品前后端市场毛利率水平合理差值水平

公司产品主要面向国际汽车后市场，而同行业可比公司的产品主要面向汽车前装市场。汽车后市场的毛利率水平相对前装市场较高，主要原因为：

①汽车后市场的客户类型相对多元化，有独立售后品牌、汽配连锁店、不同类型汽车修理厂、经销商、贸易商等，生产企业的议价能力相对较强，因此毛利率水平相对较高；而汽车前装市场的主要客户为整车制造厂商或一级零部件供应商，其普遍规模较大，议价能力较强，因此毛利率水平相对较低。

②汽车后市场的企业通常采用 ODM 或 OBM 的业务模式，即供应商自主研发设计、生产产品，灵活性较高。供应商在满足汽车后市场产品标准的基础上，可持续对产品设计和生产进行优化，获取相对高的利润空间，因此毛利率水平相对较高；而汽车前装市场的企业通常采用 OEM 的业务模式，即根据整车制造厂商的产品设计图纸和技术要求组织生产，一定期间内的生产品种相对固定，生产具有“大批量、少批次”的特点，产品销售价格通常较低，毛利率水平相对较低。

2) 产品差异

公司的主要产品为叶轮、涡轮、机芯等涡轮增压器核心零部件，产品工艺水平要求较高，产品附加值较高。而同行业可比公司贝斯特主要销售涡轮增压器精密轴承件、叶轮、中间体、发动机气缸等汽车零部件，华培动力主要销售放气阀组件，威易发主要销售金属密封环，德博科技主要销售喷嘴环及组件，不同产品工艺存在差异，毛利率存在差异。

3) 销售区域差异

公司可比公司产品以境内销售为主，而公司产品主要面向国际汽车后市场，以境外销售为主。欧洲、北美等市场作为发展成熟的汽车后市场，汽车工业发展历史较长，受汽车保有量、车龄、行驶里程、尾气排放标准和消费者用车习惯等因素影响，对涡轮增压器的维修更换需求较大。公司产品在业内拥有较高知名度及良好的市场口碑，在外销地市场具有较强的品牌影响力。

4) 销售模式差异

发行人销售模式包括直销和经销两种模式，其中直销模式中包含贸易模式。同行业可比公司贝斯特、华培动力均采用直销模式，威易发采用直销模式（含寄

售模式)，德博科技主要采取直销模式，同时存在部分非直销（贸易商、经销商）情形。报告期内，公司与同行业可比公司在不同销售模式下毛利率及收入占比情况如下：

公司名称	销售模式	2025年		2024年		2023年	
		毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
贝斯特	直销	34.59%	100.00%	34.70%	100.00%	34.46%	100.00%
华培动力	直销	23.16%	100.00%	26.27%	100.00%	25.92%	100.00%
威易发	直销	69.12%	100.00%	69.12%	100.00%	67.54%	100.00%
平均值	直销	42.29%	100.00%	43.36%	100.00%	42.64%	100.00%
环能涡轮	直销-非贸易	41.51%	56.19%	44.03%	60.10%	45.71%	61.12%
	经销	40.87%	34.55%	42.35%	32.49%	44.24%	35.06%
	直销-贸易	58.68%	9.25%	48.22%	7.42%	53.77%	3.82%

注：德博科技未公开披露其不同销售模式下的毛利率及收入占比情况。

由上表可知，相同贸易模式下，公司直销模式毛利率较同行业可比公司的直销模式毛利率平均值较为接近，销售模式差异对发行人与同行业可比公司毛利率差异的影响较小。

5) 客户结构差异

如前所述，公司产品主要面向国际汽车后市场，客户类型相对多元化，议价能力较弱，因此毛利率水平相对较高；而同行业可比公司的产品主要面向国内汽车前装市场，客户普遍规模较大，议价能力较强，因此毛利率水平相对较低。公司以成本及合理利润为基础，综合考虑客户所在区域的消费水平、当地市场竞争对手的情况、客户采购数量等因素，与客户协商定价。报告期内，公司与主要客户不存在“年降”机制约定。

综上，公司毛利率与同行业可比公司存在一定差异，主要系市场、产品、销售区域、客户结构与定价政策等因素存在差异所致，具有合理性。

（五）说明可比公司选取标准，未将毅合捷纳入可比范畴的原因；结合发行人与毅合捷整机、零部件收入构成差异、业务模式、销售区域、销售模式、自产比率差异、委外生产商合理获利区间等因素，分析发行人同类产品毛利率高于毅合捷的合理性

1、可比公司选取标准，未将毅合捷纳入可比范畴的原因

公司主营业务为涡轮增压器零部件和整机的研发、生产与销售，专注于国际汽车后市场。目前，国内尚无与公司在产品、市场均可比的上市公司。公司从涡轮增压器产品维度、可比信息获取便捷性的角度考量选取同行业可比上市公司。德博科技（834377.OC）、威易发（872893.OC）、华培动力（603121.SH）、贝斯特（300580.SZ）是国内主要从事涡轮增压器零部件产品（包括涡轮、叶轮、喷嘴环、密封环等）生产和销售的上市公司或公众公司，因此公司选取上述 4 家同行业公司作为可比公司。而毅合捷此前系创业板 IPO 在审企业，并已于 2025 年 3 月撤回创业板上市申请，其非上市公司或公众公司，因此公司在前次申报材料中未将毅合捷纳入可比上市公司范围。

2、结合发行人与毅合捷整机、零部件收入构成差异、业务模式、销售区域、销售模式、自产比率差异、委外生产商合理获利区间等因素，分析发行人同类产品毛利率高于毅合捷的合理性

报告期内，公司毛利率水平高于毅合捷，主要原因分析如下：

1) 整机、零部件收入构成差异

涡轮增压器整机毛利率相比低于机芯等涡轮增压器零部件产品，原因系整机客户主要为汽车零部件品牌商客户，客户议价能力较强。公司产品收入结构中零部件占比较高，达到 80% 以上，而毅合捷的产品结构中整机占比约达 50% 以上，故产品收入结构差异是导致公司与毅合捷毛利率存在差异的因素之一。报告期内，公司与毅合捷涡轮增压器整机与机芯零部件产品毛利率及占主营业务收入的比例情况如下：

主要产品	公司名称	2025 年		2024 年		2023 年	
		毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
整机	毅合捷	—	—	30.54%	57.48%	31.12%	51.42%
	环能涡轮	31.85%	20.04%	33.71%	14.32%	39.08%	7.02%
机芯	毅合捷	—	—	37.35%	27.65%	40.07%	31.78%
	环能涡轮	46.33%	39.58%	47.80%	40.07%	49.50%	41.89%

注：因毅合捷未公开披露 2024 年相关产品毛利率及收入占比数据，表格数据系参考 2024 年 1-6 月数据列示。

2) 业务模式差异

针对涡轮增压器零部件中的核心零部件涡轮及叶轮的精加工环节，公司主要

通过自主加工为主、少量外协为辅，成本相对较低；而毅合捷主要通过外协加工或外购方式获取零部件产品（根据其公开披露的外协费用及单价测算外协数量及比例），成本相对较高。涡轮增压器机芯及整机均需装配涡轮等零部件，上述自主加工与外协加工模式差异会导致毛利率存在一定程度差异。

3) 销售区域差异

发行人及毅合捷均主要从事外销业务，主要销售区域均为欧洲、北美洲、南美洲等，因此销售区域差异对发行人与毅合捷毛利率差异的影响较小。

4) 销售模式差异

毅合捷采用直销与经销相结合，辅以贸易、寄售的销售模式，发行人销售模式包括直销和经销两种模式，其中直销模式中包含贸易模式。发行人与毅合捷在不同销售模式下毛利率及主营业务收入占比情况如下：

公司名称	销售模式	2025 年		2024 年		2023 年	
		毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
毅合捷	直销	—	—	—	58.09%	33.21%	54.48%
	经销	—	—	—	36.08%	38.36%	40.85%
	贸易	—	—	—	3.66%	30.44%	3.29%
环能涡轮	直销-非贸易	41.51%	56.19%	44.03%	60.10%	45.71%	61.12%
	经销	40.87%	34.55%	42.35%	32.49%	44.24%	35.06%
	直销-贸易	58.68%	9.25%	48.22%	7.42%	53.77%	3.82%

注：因毅合捷未公开披露 2024 年相关产品毛利率及收入占比数据，表格数据系参考 2024 年 1-6 月数据列示；其中 2023 年毅合捷不同贸易模式下的毛利率为 2023 年 1-6 月数据。

由上表可知，发行人与毅合捷的不同销售模式占比差异较小，不同贸易模式下因客户类型不同，毛利率有所差异。销售模式差异对发行人与毅合捷毛利率差异的影响较小。

5) 自产比率差异及委外生产商合理获利区间因素

毅合捷用于组装机芯和整机的核心零部件涡轮和叶轮，主要为外协加工等方式取得，自产占比较低；公司的核心零部件涡轮自产比率达到 90%-95%左右，叶轮基本为自产，因此自产比率差异较大。根据测算，涡轮平均自制单位成本较外协单位成本低约 12-14 元左右；叶轮平均自制单位成本较外协或外购单位成本低约 4-6 元左右。在委外等模式下，供应商将获取合理利润。

综上所述，公司毛利率高于同行业公司毅合捷主要与产品收入结构、产品生产的业务模式等因素有关，具有合理性。

【会计师说明】

一、核查上述事项并发表明确意见，说明核查方式、范围、依据及结论

（一）针对上述问题“一、采购真实性及公允性”

1、核查方式、范围、依据

会计师主要执行了以下核查程序：

（1）获取采购台账，统计报告期各期各类原材料主要供应商情况、报告期内合作情况；对供应商采购单价进行分析，并向采购部门负责人进行访谈，了解不同供应商采购单价差异情况，核查是否存在采购价格显著偏离平均水平的供应商，是否存在供应商代垫成本费用、利益输送等情形；

（2）对主要生产及外协供应商进行访谈、获取供应商确认函，了解供应商性质、业务规模、双方合作背景、是否存在关联关系等，了解供应商向其他客户销售同类产品的价格与向环能销售价格差异情况；

（3）对主要供应商进行网络查询，获取企查查报告，了解其成立时间、注册资本等基本情况，并查询其股东、董监高等关键人员与公司是否存在关联关系；

（4）访谈发行人生产负责人，了解外协供应商外协的工序及产品，外协定价依据及公允性，是否涉及核心生产环节、生产工艺、核心产品等信息；

（5）核查发行人及其控股股东、实际控制人、董监高及关键岗位人员的银行流水，核查该等法人及自然人与发行人供应商及其关联方是否存在关联关系或其他利益安排；

（6）通过查阅主要供应商企查查报告基本信息以及供应商访谈笔录等，核查是否存在发行人（前）员工及其近亲属设立或持股、成立时间较短即成为公司主要供应商、收入主要来自发行人等特殊情形。

2、核查结论

经核查，会计师认为：

（1）发行人已补充说明报告期各期各类原材料主要供应商的基本情况、性质（生产商或贸易商）、业务规模、报告期内合作情况等。

（2）发行人已补充说明报告期各期向各类原材料主要供应商采购的数量、单价、金额及占比。同类主要产品向不同供应商的采购价格存在一定差异主要系采购产品结构差异影响所致。供应商向其他客户销售同类主要产品的价格与销售给公司的价格总体差异较小。公司向供应商采购的主要原材料产品系金属加工半成品，不存在公开的市场价格。不存在采购价格显著偏离平均水平的供应商，不存在供应商代垫成本费用、利益输送等情形。

（3）已说明外协供应商的基本情况、业务规模、合作历史、外协的工序及产品情况，外协供应商定价依据合理且具有公允性，发行人与主要外协供应商不

存在关联关系；公司涡轮焊接包括常规焊接、电子束焊等，公司将多数常规焊接进行外协，而电子束焊工艺要求较高、该部分主要以公司自主生产为主。公司涡轮的车加工、磨加工属于零部件精密加工的核心生产环节之一，公司主要采用自主生产为主，出于交付周期、产能安排等因素考虑，公司会将少量相关工序进行外协；因挂牌申请文件中披露的外协金额在统计口径存在遗漏，挂牌时公开转让说明书对外协金额进行了修改，本次申报的外协金额与修改后公开转让说明书的外协金额不存在差异；

(4) 发行人与供应商特博动力（已于 2023 年 12 月注销）、常州思高存在关联关系，不存在其他利益安排。特博动力为发行人董事长章景初曾持股 100% 且担任董事长的公司；常州思高为副总经理汪晓伍之父亲汪培根和汪晓伍之配偶汪令令合计直接持有 100.00% 股权的公司。报告期内，发行人与上述供应商的关联交易金额较小，对发行人的影响较小。发行人及其控股股东、实际控制人、董监高（原监事）、关键岗位人员及其他关联方与主要供应商及其关联方不存在其他关联关系或其他利益安排，不存在（前）员工及其近亲属设立或持股、成立时间较短即成为公司主要供应商、收入主要来自发行人等特殊情形。

（二）针对上述问题“二、生产模式及存货构成匹配性”

1、核查方式、范围、依据

会计师主要执行了以下核查程序：

(1) 获取采购管理制度、存货管理制度，评价原材料采购管理、存货管理的内控制度设计是否合理，是否得到有效执行；

(2) 获取报告期各期的采购台账、生产领用单列表、生产入库单列表、原材料及库存商品收发存等资料，分析原材料采购数量、领用数量、期末结存数量的勾稽关系，分析原材料投入产出比的合理性以及库存商品的进销存情况，了解原材料与与各期产品产销量、期末存货余额的匹配性；分析原材料领用量、金额与营业成本-直接材料的配比关系；

(3) 查阅同行业公司的公开信息，比对分析公司成本构成与同行业可比公司之间的差异情况及合理性；

(4) 访谈公司采购负责人、生产负责人、市场负责人，了解公司采购备货周期、客户下单周期、生产周期、发货运输周期、签收周期等；获取存货在手订单，核查存货的在手订单覆盖率情况以及与业务规模的匹配性。

2、核查结论

经核查，会计师认为：

(1) 公司主要产品关键原材料的单位耗用量与实际耗用量存在匹配关系；公司各类原材料采购入库、生产领用、期末库存情况与公司产品产销量、期末存货余额之间具有匹配性。

(2) 报告期内，公司主要产品生产领用料工费总额以及存货变动情况与营业成本之间具有匹配性，原材料领用与营业成本-直接材料亦具有匹配性；

(3) 公司各期末原材料、在产品、库存商品等规模具有合理性，公司期末存货在手订单覆盖率较高，在手订单规模与业务规模具有匹配性。

(三) 针对上述问题“三、毛利率高于可比公司合理性”

1、核查方式、范围、依据

会计师主要执行了以下核查程序：

(1) 访谈发行人销售负责人，了解销售定价依据及价格调整机制；

(2) 获取发行人收入成本表，对分产品收入、销量、销售单价、毛利率等进行分析，了解毛利率变动原因以及合理性；核查主要客户中是否存在毛利率水平或变动异常的客户，了解毛利率异常原因及报告期内合作情况；

(3) 访谈发行人采购负责人，了解原材料供应商的定价及调价机制，了解并分析其对生产成本、销售价格、毛利率的传导情况；

(4) 分析发行人内销毛利率高于外销的原因，查询同行业公司内外销收入占比及毛利率情况，比较发行人与同行业内外销毛利率差异情况；

(5) 查阅同行业可比上市公司的公开资料，分析发行人与同行业可比上市公司在产品差异、销售区域差异、销售模式差异、客户结构差异等方面的对比情况，分析毛利率差异情况；

(6) 查阅同行业公司毅合捷的公开资料，分析发行人与毅合捷在收入构成差异、业务模式、销售区域、销售模式、自产比率差异、委外生产商合理获利区间等方面的对比情况，分析毛利率差异情况。

2、核查结论

经核查，会计师认为：

(1) 发行人定价标准为以成本及合理利润为基础，综合考虑客户所在区域的消费水平、当地市场竞争对手的情况、客户采购数量等因素，与客户协商定价。关于价格调整机制，公司与客户不存在“年降”机制约定，但价格调整会根据原材料价格波动、客户销售规模变动等因素与客户协商确定；已结合各类产品各期销售量价波动情况，分析毛利率变动的合理性；公司已补充说明主要原材料供应商的定价及调价机制对原材料采购价格的影响，原材料采购价格向生产成本、销售价格、毛利率的传导情况；

(2) 发行人内销毛利率高于外销的原因，主要系公司内销金额较小、占比相对较低且内销客户的集中度较高，致使毛利率易受主要内销个别客户毛利率影响，该情形具有合理性；

(3) 发行人已补充列示主要客户中毛利率水平或变动异常的客户情况，并说明了发行人与该等客户报告期内合作情况以及毛利率较高的原因；

(4) 发行人已补充分析毛利率水平变动趋势与可比公司存在差异的原因，已结合可比公司汽车前后端市场业务构成差异、同类产品前后端市场毛利率水平合理差值水平，可比公司产品差异、销售区域差异、销售模式差异、客户结构差异等分析报告期内发行人毛利率水平高于可比公司平均水平的合理性；

(5) 发行人已说明可比公司选取标准，未将毅合捷纳入可比范畴的原因主要系其为非上市公司；已结合发行人与毅合捷整机、零部件收入构成差异、业务模式、销售区域、销售模式、自产比率差异、委外生产商合理获利区间等因素，分析发行人同类产品毛利率高于毅合捷的合理性。

二、说明对供应商采购真实性及公允性的核查程序、获取的证据、覆盖比例及核查结论

(一) 核查程序、获取的证据、覆盖比例

- 1、访谈发行人采购负责人，了解采购与付款的内控流程；
- 2、获取《采购管理制度》等相关内控制度并执行穿行测试与控制测试；
- 3、查询供应商的企查查工商信息，了解供应商的基本情况，并对供应商进行访谈，获取供应商确认函，核查发行人与供应商业务合作真实性、合作情况与其业务规模的匹配性、发行人与供应商是否存在关联关系、确认供应商是否存在为发行人承担成本费用、利益输送或其他利益安排等情形；供应商访谈核查比例如下：

单位：万元

项目	2025年	2024年	2023年
采购总额	28,839.24	24,942.66	17,733.22
实地访谈供应商采购金额	19,537.90	17,591.72	12,830.24
视频访谈供应商采购金额	776.35	822.06	535.20
供应商访谈金额合计	20,314.25	18,413.78	13,365.44
供应商访谈比例	70.44%	73.82%	75.37%

- 4、对供应商采购真实性执行购货测试，抽查发行人采购记录，获取并查验与采购真实性相关的支持性文件，包括与供应商签订的采购合同及订单、采购发票、采购入库单、采购付款凭证等单据。购货测试的核查比例如下：

单位：万元

项目	2025年	2024年	2023年
采购总额	28,839.24	24,942.66	17,733.22
购货测试金额	6,086.45	6,845.31	4,643.78
购货测试比例	21.10%	27.44%	26.19%

5、对供应商选取样本执行函证程序，确认交易金额的真实性、完整性、准确性，核查比例如下：

单位：万元

项目	2025年	2024年	2023年
采购总额	28,839.24	24,942.66	17,733.22
回函确认金额	22,271.27	20,829.00	14,934.93
回函占比	77.23%	83.51%	84.22%

6、对供应商采购单价执行分析性核查程序，评价采购单价的公允性：

7、对报告期内发行人及控股股东、实际控制人、董监高以及主要关联方进行银行流水核查，了解前述单位或个人与发行人供应商是否存在异常大额资金往来。

（二）核查结论

经核查，公司报告期内的供应商采购业务具有真实性与公允性。

问题 6.研发费用合理性及准确性

根据申请文件：（1）报告期内发行人研发费用分别为 899.32 万元、1,189.21 万元、1,482.22 万元和 1,302.68 万元，占营业收入比重分别为 3.12%、3.38%、3.48%和 3.19%，低于可比公司平均水平。（2）2024 年发行人研发直接投入增幅较大主要系涡轴发动机的研发投料。直接投入、职工薪酬呈上涨趋势。报告期内发行人研发领料通过生产领料单备注研发项目的方式进行操作。

请发行人：（1）说明三类产品分别对应的研发项目、研发投入情况，研发投入与发行人报告期内收入实现、期后业务规划、研发项目及进度的匹配性；说明研发项目及构成是否符合“多品种、多批次、小批量”的特征。（2）说明研发活动各环节的内控流程及证据，说明如何区分研发投入、生产性投入，研发领料相关内控措施的执行及有效性，是否存在研发投入与其他投入混同情形，成本费用归集及分配是否准确；说明报告期内上线研发系统前后，线上线下研发费用核算资料的衔接、数据准确性、资料完备性。（3）说明研发人员的认定标准及构成（全职/非全职）、各期数量变动、与研发项目的匹配性；说明研发费用-职工薪酬的核算范围，工时统计与核算相关内控制度的健全有效性，非研发人员参与研发活动情况、相关薪酬划分是否准确、是否符合相关规定及行业惯例；说明董事长、总经理和主管生产的副总经理薪酬较高比例计入研发费用、

股份支付费用明细中包括较多非研发部门人员的依据及合理性，是否符合行业惯例；结合薪酬考核制度说明研发人员薪酬持续增长的原因，人均薪酬水平与可比公司的差异及合理性。（4）说明检测及其他研发费用的构成情况，检测费用的支付对象、支付金额、定价依据及检测单价比较情况，检测成果及结算资料的齐备性，检测活动是否真实开展，是否通过支付检测费形式变相进行利益输送的情形。（5）说明是否存在产品试制并对外销售的情况，相关会计处理及合规性。（6）说明发行人研发费用率低于可比公司的原因，与毅合捷研发费用构成、研发费用率的差异情况，现有研发投入、较低研发费用率的情形下如何保证获取高毛利水平。

请申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见，说明核查方式、过程、范围和结论。（2）按照《2号指引》2-4研发投入的要求，具体说明对研发投入核算列报、研发内控措施健全有效的核查情况。

回复：

【发行人说明与披露】

一、说明三类产品分别对应的研发项目、研发投入情况，研发投入与发行人报告期内收入实现、期后业务规划、研发项目及进度的匹配性；说明研发项目及构成是否符合“多品种、多批次、小批量”的特征

（一）说明三类产品分别对应的研发项目、研发投入情况，研发投入与发行人报告期内收入实现、期后业务规划、研发项目及进度的匹配性

1、说明三类产品分别对应的研发项目、研发投入情况

报告期内，发行人主要围绕涡轮增压器、涡轮发动机、压缩机等三类产品开展研发工作，三类产品对应的研发项目、研发投入情况如下：

单位：万元

产品类别	对应研发项目	研发投入		
		2025年	2024年	2023年
涡轮增压器	高效电涡轮增压器研发	343.94	-	-
涡轮增压器	基于工业工程的涡轮增压器装配技术研发	215.20	238.65	-
涡轮增压器/涡轮发动机	微型燃气轮机核心部件研发	164.86	-	-
涡轮增压器	二冲程活塞发动机涡轮增压器研发	133.00	-	-
涡轮增压器	小功率四冲程活塞发动机电子增压器研发	95.85	-	-
涡轮增压器/涡轮发动机	微小型航空发动机高温合金真空铸造技术研究	-	183.72	95.33
涡轮增压器	基于柔性制造的涡轮转子精密制造技术研发	-	87.34	123.02

产品类别	对应研发项目	研发投入		
		2025年	2024年	2023年
涡轮增压器	大载荷油电混动无人机电动增压器研发	-	76.71	100.22
涡轮增压器	柔性、高效的增压器执行器检测台研发	-	-	173.82
涡轮增压器/涡轮发动机	航空涡轮增压器涡轮电子束焊工艺研发	-	-	59.56
涡轮增压器	单缸柴油机涡轮增压器及增压系统研发	-	-	23.23
涡轮发动机	涡轴混动发动机关键技术研发	580.71	-	-
涡轮发动机	小推力级涡喷发动机研发	114.29	259.64	-
涡轮发动机	启发一体涡喷发动机研发	95.41	148.63	-
涡轮发动机	长寿命微小航空涡喷发动机研发	63.34	202.94	72.66
涡轮发动机	涡轴发动机加速寿命试验研发	-	96.70	101.60
涡轮发动机	微型涡喷发动机结构设计与制造	-	-	221.29
压缩机	氢燃料系统空压机电机系统研发	71.59	187.90	218.49
合计		1,878.18	1482.22	1,189.21

2、研发投入与发行人报告期内收入实现、期后业务规划、研发项目及进度的匹配性

(1) 研发投入与发行人报告期内收入实现的匹配性

2023年至2025年，公司营业收入实现金额分别为35,215.41万元、42,647.28万元和55,952.03万元，呈现逐年增长的趋势，营业收入复合增长率为26.44%；其中，报告期内涡轮增压器收入实现金额分别为33,632.14万元、40,511.26万元和53,099.83万元；涡轮发动机收入实现金额分别为305.34万元、797.76万元和1,570.78万元，压缩机收入实现分别为273.40万元、289.06万元和111.01万元。同期公司研发投入金额分别为1,189.21万元、1,482.22万元和1,878.18万元，呈现逐年增长的趋势，研发投入复合增长率为25.63%。公司对研发投入的重视，使得公司营业收入规模持续增长，同时公司业务规模的扩大，也为持续的研发投入提供了资金支持，公司研发投入与公司营业收入实现情况具有匹配性。

(2) 研发投入与期后业务规划的匹配性

公司期后业务规划方向与报告期内基本保持一致，即以涡轮增压器业务为主、并同步发展涡轮发动机和压缩机业务。报告期内，公司研发投入方向主要为对涡轮增压器产品、涡轮发动机产品及压缩机产品的研发，公司研发投入符合公司的上述业务规划方向，与期后业务规划具有匹配性。

(3) 研发投入与研发项目及进度的匹配性

报告期内，发行人研发项目、研发进度与对应的研发投入情况如下：

单位：万元

研发项目	项目预算金额	累计研发投入金额	研发投入进度	项目状态
涡轴混动发动机关键技术研发	1,500.00	580.71	38.71%	在研
高效电涡轮增压器研发	600.00	343.94	57.32%	在研
基于工业工程的涡轮增压器装配技术研发	500.00	453.85	90.77%	已结项
微型燃气轮机核心部件研发	450.00	164.86	36.64%	在研
二冲程活塞发动机涡轮增压器研发	100.00	133.00	133.00%	已结项
小推力级涡喷发动机研发	400.00	373.93	93.48%	在研
小功率四冲程活塞发动机电子增压器研发	100.00	95.85	95.85%	已结项
启发一体涡喷发动机研发	250.00	244.04	97.62 %	已结项
氢燃料系统空压机电机系统研发	480.00	477.98	99.58 %	已结项
长寿命微小型航空涡喷发动机研发	500.00	338.94	67.79%	已结项
微小型航空发动机高温合金真空铸造技术研究	300.00	279.05	93.02%	已结项
基于柔性制造的涡轮转子精密制造技术研发	250.00	210.36	84.14%	已结项
大载荷油电混动无人机电动增压器研发	330.00	316.76	95.99%	已结项
涡轴发动机加速寿命试验研发	320.00	291.71	91.16%	已结项
微型涡喷发动机结构设计与制造	240.00	221.29	92.20%	已结项
柔性、高效的增压器执行器检测台研发	180.00	173.82	96.57%	已结项
航空涡轮增压器涡轮电子束焊工艺研发	180.00	168.79	93.77%	已结项
单缸柴油机涡轮增压器及增压系统研发	350.00	346.35	98.96%	已结项

注：二冲程活塞发动机涡轮增压器研发研发投入进度高于 100%，主要原因系实际研发过程中根据需要增加人员等研发投入，该项目累计研发投入金额较小，对发行人影响较小；长寿命微小型航空涡喷发动机研发项目研发投入进度为 67.79%，因实际已达到研发目的，因此项目已结项。

由上表可知，公司研发投入与研发项目及进度具有匹配性。

（二）说明研发项目及构成是否符合“多品种、多批次、小批量”的特征

报告期内，发行人研发项目对应的技术在同一大类产品适用性上一般具有普适性，发行人持续对产品技术进行开发创新，以满足下游客户对产品种类的不同需求。发行人研发项目及构成符合“多品种、多批次、小批量”的特征。

二、说明研发活动各环节的内控流程及证据，说明如何区分研发投入、生产性投入，研发领料相关内控措施的执行及有效性，是否存在研发投入与其他投入混同情形，成本费用归集及分配是否准确；说明报告期内上线研发系统前后，线上线下研发费用核算资料的衔接、数据准确性、资料齐备性

（一）说明研发活动各环节的内控流程及证据，说明如何区分研发投入、生产性投入，研发领料相关内控措施的执行及有效性，是否存在研发投入与其他投入混同情形，成本费用归集及分配是否准确

公司研发活动主要环节内控流程及证据如下：

研发环节	内控流程	证据
研发立项	公司各部门每年提出研发建议并经总经办批准后纳入研发计划，公司技术中心申请财务部预算、确定研发人员、编制《技术开发项目设计书》并经技术中心主任批准	技术开发项目设计书
研发实施	技术中心负责项目全流程实施，按计划开展或协调业务部门配合开展设计、试验、试产等工作	
研发费用核算（包括研发领料、研发人员与设备工时申报）	参与研发人员根据研发计划提请研发材料领用申请，并经技术中心相关负责人批准后领用。全职参与研发工作的人员每日在钉钉研发工时登记系统中填报研发工时，并经研发项目负责人及人事经理审核后生效。针对兼职参与研发工作的人员，由各研发项目团队安排专人对其参与相应研发项目的工时进行登记与汇总，并在系统提报，经研发部相关负责人及人事经理审核后生效。参与试制车间负责人负责编制设备工时表并经技术中心相关负责人及生产部负责人审批后生效。财务人员根据研发领料单、研发人员与设备工时情况进行研发费用的分摊与入账。	研发相关领料单据、研发工时登记记录及统计表、设备工时统计表等
研发结项及成果验收	技术中心负责召集公司总经办及业务部门相关人员召开研发结项会议，就研发成果进行会议论证与验收并编制研发结项报告。研发结项报告经技术中心主任签字后生效。	研发结项报告及研发成果

公司严格区分研发投入与生产性投入：首先，公司研发活动与生产活动均按月、按研发项目及生产线编制准确的计划用料清单，职工不可超出用料清单进行材料领取，由于用料清单不准确或损耗需要补充领用的需报技术中心主任及生产部副部长审批；其次，由参与研发的人员编制领料单并领取研发材料；其三，报告期内存在部分研发领料通过生产领料单领取、但均标注了对应的研发项目，公司能够明确区分研发领料。

（二）说明报告期内上线研发系统前后，线上线下研发费用核算资料的衔接、数据准确性、资料齐备性

公司报告期内上线研发系统后，研发工时的记录及审批形式由线下转为线上。公司研发核算方式方法未发生变更，线上线下研发费用核算资料一致，不存在衔接不一致的问题；公司报告期内研发数据准确、资料齐备。

三、说明研发人员的认定标准及构成（全职/非全职）、各期数量变动、与研发项目的匹配性；说明研发费用-职工薪酬的核算范围，工时统计与核算相关内控制度的健全有效性，非研发人员参与研发活动情况、相关薪酬划分是否准确、是否符合相关规定及行业惯例；说明董事长、总经理和主管生产的副总统

理薪酬较高比例计入研发费用、股份支付费用明细中包括较多非研发部门人员的依据及合理性，是否符合行业惯例；结合薪酬考核制度说明研发人员薪酬持续增长的原因，人均薪酬水平与可比公司的差异及合理性

（一）说明研发人员的认定标准及构成（全职/非全职）、各期数量变动、与研发项目的匹配性

公司研发人员的认定标准为：研发技术部门的人员，具有技术相关背景，均全职 100% 参与研发活动，因此认定为全职研发人员；此外，对于研发工时占比低于 100% 但高于 50% 且具有相关行业专业技术背景的非全职参与研发活动的人员，公司将其认定为非全职研发人员。上述研发人员的认定亦需满足累计实际工作时间在 183 天以上。

报告期各期，公司研发人员数量及变动情况如下：

项目	2025年	2024年	2023年
期末全职研发人员数量	39	33	21
期末非全职研发人员数量	2	2	2
合计	41	35	23

报告期各期，公司研发项目数量分别为 10 个、9 个和 10 个，数量较为稳定。为加强各研发项目研发力度及进度，报告期内公司不断增加研发项目的人员储备及投入，该情形具有合理性。

（二）说明研发费用-职工薪酬的核算范围，工时统计与核算相关内控制度的健全有效性，非研发人员参与研发活动情况、相关薪酬划分是否准确、是否符合相关规定及行业惯例

1、说明研发费用-职工薪酬的核算范围

报告期内，公司研发费用-职工薪酬的核算范围包括研发人员及研发辅助人员的工资、社保公积金、奖金等。

2、工时统计与核算相关内控制度的健全有效性，非研发人员参与研发活动情况、相关薪酬划分是否准确、是否符合相关规定及行业惯例

（1）工时统计与核算相关内控制度的健全有效性

公司制定了《研发项目管理办法》，约定了工时统计与核算的内控相关制度。

对于全职研发人员，研发部专员根据兼职研发人员实际参与的研发工作情况登记月度《研发人工工时表》；月末时，研发部门汇总当月实际参与研发项目人

工工时，由研发项目负责人和人力行政部共同审批确认。财务部门凭工资表和审批通过的研发项目人工工时记录表将职工薪酬分配至具体研发项目；

对于非全职研发人员以及研发辅助人员，在研发项目开展过程中根据实际参与研发项目的工时情况登记《研发人工工时表》；月末时研发部门汇总当月实际非全职参与研发项目人工工时，由研发项目负责人和人力行政部共同审批确认。财务部门凭工资表和审批通过的研发项目人工工时记录表将职工薪酬在具体研发项目及其他成本费用中进行分配。

2025年8月开始，公司建立了研发人员工时填报相关系统，每周在系统中记录研发人员的研发工时，并依据此记录做研发薪酬的分配依据。该研发人员工时填报相关系统健全有效。报告期内，公司工时统计与核算相关内控制度健全有效。

(2) 非研发人员参与研发活动情况、相关薪酬划分是否准确、是否符合相关规定及行业惯例

由上文可知，财务部门将研发人员薪酬和研发辅助人员薪酬在各研发项目与其他成本费用间进行了准确划分，符合相关规定及行业惯例。

(三) 说明董事长、总经理和主管生产的副总经理薪酬较高比例计入研发费用、股份支付费用明细中包括较多非研发部门人员的依据及合理性，是否符合行业惯例

1、董事长、总经理和主管生产的副总经理薪酬较高比例计入研发费用的依据及合理性

报告期内，公司董事长、总经理和主管生产的副总经理公司均深度主持及参与研发活动，相应部分薪酬计入研发费用。具体而言，董事长薪酬较高比例计入研发费用的依据为：董事长章景初从事航空涡轮发动机、涡轮增压领域研发及制造40余年，具有丰富的技术储备及研发实力。作为公司技术牵头人，可以胜任涡轮增压器、涡轮发动机、压缩机的研发工作。根据公司的研发人员工时统计表、项目立项资料中项目参与人信息、专利发明人信息以及项目组成员对章景初实际工作时长及参与的研发活动的观察并经访谈确认，章景初实际投入了较多时间和精力在研发工作中。因此董事长薪酬较高比例计入研发费用具有合理性。总经理薪酬较高比例计入研发费用的依据为：总经理唐云冰系博士研究生学历，正高级工程师，有近20年的涡轮增压器相关技术研究工作经验。其在担任总经理职务之外，将主要精力投入到公司研发项目规划、研发产品设计等研发过程中；副总

经理薪酬较高比例计入研发费用的依据为：副总经理汪晓伍从事技术工艺相关工作 20 余年，有深厚的技术实力以及丰富的研发技术经验。其在生产管理、公司事务管理工作之余，将主要精力投入到产品工艺开发研究过程中。根据公司的研发人员工时统计表、项目立项资料中项目参与人信息、专利发明人信息以及项目组对总经理、副总经理的访谈确认，该等管理人员实际投入了较多时间和精力在研发工作中。因此薪酬较高比例计入研发费用具有合理性。

经查，上市公司科马材料（920086.BJ）、司南导航（688592.SH）、浙江华业（301616.SZ）均存在董事长或总经理、副总经理等高管深度参与研发、且相关薪酬计入研发费用的情况。

2、股份支付费用明细中包括较多非研发部门人员的依据及合理性，是否符合行业惯例

公司根据非研发部门人员参与研发活动的工时统计表，按照从事研发活动的工时占比将其股份支付费用分摊至研发费用。即发行人按照股权激励受益对象的人员类别归集股份支付费用，计入研发费用的股份支付费用均为与研发活动相关支出，具有明确合理的依据。

上市公司联合动力（301656.SZ）、龙鑫智能（北交所注册生效）均存在将非全时研发人员的股份支付按研发工时占比计入研发费用。股份支付费用明细中包括非研发部门人员的情形，符合行业惯例。

（四）结合薪酬考核制度说明研发人员薪酬持续增长的原因，人均薪酬水平与可比公司的差异及合理性

报告期内，公司研发人员薪酬金额分别为 622.00 万元、697.13 万元和 871.31 万元，呈现持续增长的态势。公司研发人员薪酬的增长主要是研发人数增长所致。公司在薪酬考核制度方面，设置了绩效考核管理制度与薪酬与福利管理制度等，为员工提供基本薪资、绩效奖金、加班工资、年终奖等，亦为员工缴纳社保公积金，注重以有市场竞争力的薪酬水平吸引人才，使得报告期内研发团队不断扩充、研发人数不断增长。

报告期内，公司研发人员人均薪酬分别为 24.39 万元/人、18.11 万元/人和 18.15 万元/人，人均薪酬水平有所下降，主要原因系报告期内公司新增基础研发人员较多，同时该部分人员在新增当期累计工作时间未满一年，拉低了当期研发人员整体平均薪酬水平。

报告期内，公司研发人员平均薪酬与同行业对比情况如下：

项目	2025年	2024年	2023年
贝斯特	—	14.80	15.87
华培动力	—	25.40	22.45

项目	2025年	2024年	2023年
威易发	—	16.11	16.04
德博科技	—	15.76	13.31
同行业平均值	—	18.02	16.92
发行人	18.15	18.11	23.47

注：同行业可比公司数据主要来源于公开披露的年度报告、招股说明书等；发行人研发人员数量包括全职研发人员数量以及研发工时占比低于100%但高于50%的非全职研发人员及研发辅助人员，按该口径下期初期末人数加权平均计算所得。

由上表可知，2024年公司与同行业可比公司的研发人员平均薪酬水平较为接近；2023年公司研发人员平均薪酬水平较同行业公司较高，主要原因系2023年公司研发人员人数相对较少，部分高层研发人员的薪酬水平较高，拉高了整体研发人员的薪酬水平。随着报告期内公司研发人员的扩充，公司研发人员薪酬水平与同行业公司整体水平不存在较大差异。

四、说明检测及其他研发费用的构成情况，检测费用的支付对象、支付金额、定价依据及检测单价比较情况，检测成果及结算资料的齐备性，检测活动是否真实开展，是否通过支付检测费形式变相进行利益输送的情形

（一）说明检测及其他研发费用的构成情况，检测费用的支付对象、支付金额、定价依据及检测单价比较情况，检测成果及结算资料的齐备性

报告期各期，公司检测及其他费用分别为118.01万元、80.22万元、216.18万元，占研发费用总额的比例分别为9.92%、5.41%、11.52%，总体金额与占比较小。公司检测及其他研发费用的主要由检测费、动力费、委托外部研发费用等构成。

报告期内，公司检测及其他研发费用的构成情况如下：

单位：万元

明细	2025年		2024年		2023年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
检测费	15.89	7.35%	19.78	24.65%	1.13	0.96%
动力费用	26.17	12.11%	32.22	40.16%	24.27	20.56%
委托外部研发费	157.53	72.87%	4.85	6.05%	77.87	65.98%
技术图书资料费、资料翻译费等	16.59	7.67%	23.38	29.14%	14.74	12.49%
合计	216.18	100.00%	80.22	100.00%	118.01	100.00%

报告期内，公司主要检测费、动力费、委托外部研发费支付对象、支付金额情况如下：

单位：万元

明细	类别	2025年	2024年	2023年
江苏通标检测科技有限公司	检测费	15.57	19.17	
南京航空航天大学	委外研发费	57.77		61.17
中国机械总院集团江苏分院有限公司	委外研发费	37.24		
常州工学院	委外研发费	38.25		
国网江苏省电力有限公司常州供电分公司	动力费	25.13	31.47	22.81
合计	——	173.95	50.64	83.97

报告期内，公司检测费定价依据为市场定价，公司在检测供应商遴选时已比价，公司检测费用价格与市场公允价格不存在重大差异；公司检测成果及结算资料保留完整，检测活动真实开展；报告期内公司检测费用总体金额较小，不存在通过支付检测费形式变相进行利益输送的情形。

报告期内，公司委外研发费均为公司与具备相关研发能力与研发资质的科研院所或央企研究机构合作研发产生。公司与委外研发机构的定价主要系根据研发难度、研发周期、研发资源调度等因素协商定价。公司研发活动主要通过自身研发部门开展，委外研发费用金额总体较小。

报告期内，公司动力费主要采购自国家电网，按照国家公开标准电价采购，价格公允。

（二）说明检测活动是否真实开展，是否通过支付检测费形式变相进行利益输送的情形

报告期内，公司检测活动真实开展，不存在通过支付检测费形式变相进行利益输送的情形。

五、说明是否存在产品试制并对外销售的情况，相关会计处理及合规性

公司存在产品试制并对外销售的情况，报告期内，公司试制产品冲减研发费用金额分别为 190.73 万元、477.80 万元、96.04 万元。对于可供对外销售的试制品，财务部结合研发成本核算将试制品对应的研发费用转入存货，借记存货，贷记研发费用；在对外形成销售时借记营业成本，贷记存货，收入与应收账款按实际销售金额确认。公司相关会计处理符合《企业会计准则》的规定，具备合规性。

六、说明发行人研发费用率低于可比公司的原因，与毅合捷研发费用构成、研发费用率的差异情况，现有研发投入、较低研发费用率的情形下如何保证获取高毛利水平

(一) 说明发行人研发费用率低于可比公司的原因，与毅合捷研发费用构成、研发费用率的差异情况

1、说明发行人研发费用率低于可比公司的原因

发行人研发费用率低于可比公司的原因，详见本问题回复之“一、业务与技术”第四问之“（二）研发人员占比、研发费用率低于同行业可比公司的原因及合理性”。

2、与毅合捷研发费用构成、研发费用率的差异情况

报告期内，公司与毅合捷研发费用构成差异情况如下：

单位：万元

年度	项目	毅合捷		发行人	
		金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
2025年	职工薪酬	—	—	871.31	1.56%
	直接投入	—	—	554.57	0.99%
	折旧摊销	—	—	101.40	0.18%
	股份支付费用	—	—	134.72	0.24%
	检测及其他研发费用	—	—	216.18	0.39%
	合计	—	—	1,878.18	3.36%
2024年	职工薪酬	910.96	2.57%	697.13	1.63%
	直接投入	239.11	0.67%	475.95	1.12%
	折旧摊销	145.11	0.41%	93.41	0.22%
	股份支付费用	86.84	0.24%	135.51	0.32%
	检测及其他研发费用	171.21	0.49%	80.22	0.19%
	合计	1,553.23	4.38%	1,482.22	3.48%
2023年	职工薪酬	1,514.82	2.40%	622.00	1.77%
	直接投入	746.89	1.18%	296.92	0.84%
	折旧摊销	213.27	0.34%	52.27	0.15%
	股份支付费用	173.67	0.28%	100.02	0.28%
	检测及其他研发费用	357.10	0.56%	118.01	0.34%
	合计	3,005.74	4.76%	1,189.21	3.38%

注：毅合捷未公开披露 2024 年度数据，上表中 2024 年研发费用构成系其 2024 年 1-6 月数据。

由上表可知，公司研发费用率与毅合捷相比较低，主要系研发人员职工薪酬的投入占比较低所致。公司薪酬占比相对较低主要原因系公司高技术水平及资深

研发人才较多来自公司内部多年培养，花费大额支出从外部招聘的研发人才相对较少，研发人员数量亦相较少于毅合捷，因此研发人员薪酬占比相对较低。

(二) 现有研发投入、较低研发费用率的情形下如何保证获取高毛利水平

公司研发投入是基于公司业务规模、市场需求、发展阶段及研发活动特性的综合考量，随着经营规模及市场需求增加，报告期内，公司研发投入呈现快速增长趋势、复合增长率为 25.67%；同时公司技术及产品亦持续获得客户的高度认可，能够有效满足公司技术开发及经营需要。此外，公司成立时间较早，已经深耕涡轮增压领域超二十年，有着多年技术积累并建立了丰富有效的产品研发数据库，有助于研发效率提升。凭借精密零部件加工能力、从零部件到整机全链条生产能力及持续创新发展，使得公司有效保持持续较强的盈利能力。

【会计师说明】

一、核查上述事项并发表明确意见，说明核查方式、过程、范围和结论

1、核查程序

会计师主要执行了以下核查程序：

(1) 访谈发行人研发负责人，了解研发项目、研发投入与公司主营产品的对应关系；了解研发投入与发行人报告期内收入实现的匹配性；了解公司期后业务规划情况，核查研发投入与公司业务规划的匹配性；了解研发项目的进度情况；了解研发项目及构成是否符合“多品种、多批次、小批量”的特征；

(2) 获取研发费用分项目明细表，了解分项目研发投入情况，了解研发投入与研发项目及进度的匹配性；

(3) 获取研发相关内控制度，对研发活动相关内部控制开展控制测试，测试研发活动各环节内部控制制度是否得到有效执行，核查是否存在研发投入与其他投入混同情形，成本费用归集及分配是否准确；

(4) 对研发费用进行细节测试，抽样获取研发系统上线前后的研发费用凭证及相关资料，核查研发数据准确性及相关核算资料的齐备性。

(5) 访谈研发负责人，并获取员工花名册、员工工时统计表、研发立结项资料、专利发明人信息等，了解公司研发人员的认定标准及构成，了解研发人员与研发项目的匹配性；了解非研发人员参与研发活动情况；了解董事长、总经理和主管生产的副总经理实际参与研发工作的情况；了解研发人员薪酬持续增长的原因；

(6) 获取检测及其他研发费用的相关资料，关注相关成果真实性以及结算资料的完整性，通过第三方网站查询检测及其他研发费用的主要支付对象工商资料，关注与公司及实控人、公司关联方是否存在潜在关联关系，核查是否存在通过支付检测费形式变相进行利益输送的情形；

(7) 访谈发行人财务负责人，了解研发费用-职工薪酬的核算范围，了解非研发人员参与研发活动相关薪酬划分的准确性；了解是否存在产品试制并对外销售的情况，以及相关会计处理；

(8) 获取研发工时汇总表，并抽取部分样本与系统登记的研发工时情况进行比对，检查研发工时汇总表的准确性。同时根据研发人员工时汇总表的结果，测算计入研发费用的职工薪酬金额是否准确；

(9) 获取企业产品试制并对外销售的产品研发归集明细，核查会计处理的合规性；

(10) 对比发行人与同行业可比公司以及毅合捷的研发费用率，分析研发费用率与同行业可比公司以及毅合捷的差异及合理性。

2、核查结论

经核查，会计师认为：

(1) 发行人已补充说明三类产品分别对应的研发项目、研发投入情况，研发投入与发行人报告期内收入实现、期后业务规划、研发项目及进度具有匹配性；研发项目及构成符合“多品种、多批次、小批量”的特征；

(2) 报告期内，公司已建立研发领料相关内部控制制度，并有效执行，公司严格区分研发投入与生产性投入，不存在研发投入与其他投入混同情形，公司成本费用归集及分配准确。公司报告期内上线研发系统前后资料衔接不存在异常，研发数据准确、资料齐备；

(3) 研发人员的认定标准为：具有技术相关背景，均全职 100% 参与研发活动，因此认定为全职研发人员；此外，对于研发薪酬占比 50% 以上且具有相关行业专业技术背景的非全职参与研发活动的人员，公司将其认定为非全职研发人员。上述研发人员的认定亦需满足累计实际工作时间在 183 天以上；研发费用-职工薪酬的核算范围包括研发人员及研发辅助人员的工资、社保公积金、奖金等；工时统计与核算相关内控制度健全有效；非研发人员参与研发活动时，根据实际参与研发项目的工时情况登记《研发人工工时表》；由研发项目负责人和人力行政部共同审批确认，财务根据确认后的工时表入账，相关薪酬划分准确、符合相关规定及行业惯例；董事长、总经理和主管生产的副总经理薪酬较高比例计入研发费用，主要系其对研发工作实际投入的精力较多，工时占比较高；股份支付费用明细中包括较多非研发部门人员的依据系该等人员日常有一部分精力真实投入到研发活动中。上述情形具有合理性，符合行业惯例；研发人员平均薪酬变动具有合理性，与同行业可比公司相比不存在较大差异；

(4) 发行人已补充说明公司检测及其他研发费用构成情况、定价及支付情况，检测成果及结算资料齐备，检测活动真实开展，公司不存在通过支付检测费形式变相进行利益输送的情形；

(5) 公司存在产品试制并对外销售的情况且相关会计处理合规；

(6) 发行人已说明发行人研发费用率低于可比公司的原因，原因具有合理性，已说明发行人与毅合捷研发费用构成、研发费用率的差异情况，现有研发投入、较低研发费用率的情形下，公司凭借精密零部件加工能力、从零部件到整机全链条生产能力及持续创新发展，使得公司有效保持持续较强的盈利能力，从而保证获取高毛利水平。

二、按照《2号指引》2-4研发投入的要求，具体说明对研发投入核算列报、研发内控措施健全有效的核查情况

1、核查程序

会计师主要执行了以下核查程序：

(1) 对研发活动相关内部控制开展控制测试，测试研发活动各环节内部控制制度是否得到有效执行，重点关注研发投入环节是否混同了生产投入以及研发人员工时统计是否符合内部控制制度与企业会计准则的规定；此外，结合成本费用归集与分配方法核实各项费用准确性；

(2) 获取研发工时汇总表，并抽取部分样本与系统登记的研发工时情况进行比对，检查研发工时汇总表的准确性。同时根据研发人员工时汇总表的结果，重新测算计入研发费用的职工薪酬金额是否准确；

(3) 对研发费用进行细节测试，检查研发活动产生产品的会计处理方法的合规性、准确性；

2、核查结论

经核查，会计师认为：

(1) 报告期内发行人的研发投入归集是否准确、相关数据来源及计算是否合规、相关信息披露是否符合招股说明书准则要求。

1) 研发人员与生产、管理、销售等其他人员是否能明确区分，研发人员从事研发工作的同时还从事其他业务工作的，相关研发支出核算是否真实、准确、完整，依据是否充分、客观；研发人员是否具备从事研发活动的的能力，是否真正从事研发活动并作出实际贡献，是否属于发行人研发工作所需的必要人员。

报告期内，公司根据人员所属部门及其工作职责、研发工时占比情况及专业技术背景等确定认定研发人员，研发人员与生产、管理、销售等其他人员能明确区分。报告期内，公司全职研发人员专职从事研发活动，非全职研发人员根据研发需求兼职参与研发活动，还有一部分研发辅助人员系配合研发人员的需求而适

当参与研发活动，上述兼职研发人员参与研发活动与非研发活动的工作时间已明确区分，相关工时已按实际工作情况进行登记与审核，财务部门按照工时登记情况作为划分相关人员薪酬入账的依据，对于划分至非研发活动的工时对应的薪酬计入生产成本或管理费用中，相关人员薪酬在生产成本、管理费用、研发费用之间分配具有准确性。研发人员具备从事研发活动的的能力，从事研发活动并作出实际贡献，属于发行人研发工作所需的必要人员。

2) 研发活动认定是否合理，领用的原材料、发生的制造费用是否能在研发活动与生产活动之间明确区分、准确归集与核算。

报告期内，公司的研发活动按照项目进行开展，公司严格按照《企业会计准则》及公司研发内控制度的规定对研发费用进行归集与核算，明确研发费用核算范围。公司研发项目的材料领用与生产经营材料领用明确区分，研发领料由研发参与人员发起，财务部门按照领用人员及是否记录研发项目对相应成本费用类别进行会计记录。公司报告期内严格区分研发领料和生产领料，防止出现混同的情况，相关数据来源及计算合规。针对设备折旧费用与能源费，研发专用设备折旧全额计入研发费用，兼用于生产活动与研发活动的设备折旧按设备运行工时为权重进行分配，能源费按照各设备平均能耗为权重进行分配。综上所述，报告期内公司的研发活动认定合理，领用的原材料、发生的制造费用在研发活动与生产活动之间能够进行明确区分、准确归集与核算。

3) 研发过程中产出的产品或副产品对外销售前，符合有关资产确认条件的，是否依规确认为相关资产；对外销售时，是否依规对销售相关的收入和成本分别进行会计处理，计入当期损益。

研发样品作为公司研发项目的主要成果之一，研制并非直接用于客户销售目的，而是基于新产品、新工艺和前瞻性研究的目的，为公司批量生产满足客户需求的产品提供工艺支持和技术储备。对于研发过程中产生的有销售价值的产品，公司已全部对外销售，报告期各期末不存在相关产品或副产品资产，公司已依规将对外销售的研发产品分别进行收入与成本的会计处理并计入当期损益，冲减研发费用。针对不具备销售价值的研发样品，无法为公司带来经济流入，基于谨慎性原则考虑，公司将该部分样品研发过程中发生的领料、人工以及其他相关支出计入研发费用并留存研发样品台账备查管理，符合会计准则要求。

4) 发行人将股份支付费用计入研发支出的，是否具有明确合理的依据。

报告期内，公司按照各股权激励对象实际参与研发活动的工时比例作为权重进行股份支付费用的分摊，公司股份支付费用计入研发支出具有明确合理的依据。

(2) 发行人研发相关内部控制制度是否健全且被有效执行

1) 是否建立研发项目的跟踪管理系统, 有效监控、记录各研发项目的进展情况, 并合理评估技术上的可行性。

公司制定了《研发项目管理办法》, 对研发项目的立项、实施、核算、结题验收等作出了规定。公司研发管理制度能够有效监控、记录各研发项目的进展情况, 并合理评估技术上的可行性;

2) 是否建立与研发项目相对应的人财物管理机制。

在项目人员管理方面, 公司按照研发项目需求分配各项目参与人员, 研发部门与人力部门按照薪酬及考勤管理制度对研发人员日常活动进行考核, 财务部门按月对研发人员在各研发项目上的人工薪酬进行分配核算; 财务管理方面, 财务部门严格审批研发预算, 对研发活动的人力财力物力投入进行准确核算; 研发领料管理方面, 公司研发项目的材料领用与生产经营材料领用独立区分, 研发领料由研发相关人员发起, 生产领料则由生产人员发起, 财务部门按照领用人员及是否记录研发项目对相应成本费用类别进行会计记录。公司已建立与研发项目相对应的人财物管理机制。

3) 是否已明确研发支出开支范围和标准, 并得到有效执行。

公司按照项目进行研发费用核算, 主要包括研发材料费、研发人员薪酬、机器设备折旧费、能源费、其他费用等。研发项目在立项时会制定项目预算, 并根据研发进度设立研发用料清单, 在项目实施过程中公司对研发项目总体预算的执行情况进行了监督管理, 并对研发用料进行了细化的有效管理。公司已明确研发支出开支范围和标准, 并得到有效执行。

4) 研发人员的认定标准是否符合相关法律法规规定, 与同行业可比公司是否存在显著差异, 相关标准在报告期内是否得到一贯执行, 研发人员薪酬支出相关核算及内部控制制度是否健全有效。

公司研发人员的认定标准系根据员工具体工作职责、研发工时占比情况及专业技术背景等确定, 将全职从事研发活动的人员以及与研发活动密切相关、研发活动占比较高且具有一定技术背景的人员认定为研发人员; 报告期内, 公司研发人员的认定标准符合相关法律法规规定, 与同行业可比公司保持一致, 不存在显著差异, 相关标准在报告期内得到一贯执行。研发人员薪酬支出相关核算及内部控制制度健全有效。

5) 报告期内是否严格按照研发开支用途、性质据实列支研发支出, 是否存在将与研发无关的费用在研发支出中核算的情形, 是否存在为获取高新技术企业资质或所得税加计扣除等原因虚增研发支出的情形。

报告期内公司严格按照研发开支用途、性质据实列支研发支出，不存在将与研发无关的费用在研发支出中核算的情形，不存在为获取高新技术企业资质或所得税加计扣除等原因虚增研发支出的情形。

6) 是否建立研发支出审批程序

公司建立了《研发项目管理办法》等研发相关管理制度，相关制度对研发活动的直接投入、人员人工等关键环节进行了明确规范，公司已建立研发支出审批程序，相应标准在报告期内得以一贯执行。

问题 8.其他问题

(5) 投资理财核算列报准确性。根据申请文件：①发行人货币资金各期末余额与现金流量表列示的“期末现金及现金等价物余额”差异较大。②报告期各期，发行人投资收益分别为 62.24 万元、32.42 万元、592.55 万元和-652.43 万元，主要系外汇掉期业务到期交割时产生的投资收益和理财交割收益。③发行人收回投资收到的现金及投资支付的现金主要系购买及赎回大额存单、长期定期存款或理财产品的现金流入及流出。请发行人：①梳理并披露现金流量表列示的期末现金及现金等价物余额与期末货币资金余额差异较大的原因及明细项目。②说明报告期内定期存款、大额存单、投资理财产品的具体情况（类型、发行方、主要条款、金额、资金来源、购买日、期限、到期日、利率），核算列报准确性，财务费用、投资收益、现金流量及变动等相关财务指标与产品规模的匹配性。③说明报告期各期远期结售汇业务的开展情况、核算列报合规性，是否与正常业务相关，作为经常性损益列报的合规性。

(6) 母子公司分工及外币存管。根据申请文件，报告期内，发行人及实际控制人控制的境外主体较多，母子公司之间税率存在差异。请发行人：①说明境外子公司经营情况及其合规性、人员构成、业务模式、各期销售情况、主要客户及合作背景，发行人与两家境外子公司的业务协同关系，报告期内收益流回发行人的金额、主要方式及合规性，发行人对境外子公司的管控措施及有效性；环能公司（香港）报告期内最近一期经营亏损的原因；说明发行人是否存在境外存货及管理措施有效性。②说明发行人存放在境外的款项情况，结合存放地点、期末余额、款项类型等说明境外资金的存管情况，各期外币收付款、跨境资金流动、结换汇情况，说明存放在境外的资金规模与境外业务规模是否匹配。③说明境外资金的使用审批流程、境外账户管理及财务内控机制，境外资金存放及使用是否受到限制或存在相关风险。④结合母子公司之间的分工协作情况说明是否存在转移定价的情形，并结合发行人与子公司境内外适用税率、汇率波动因素等分析各期所得税费用与利润总额的匹配性。

(7) 资产收购与处置。根据申请文件，发行人于报告期内收购实际控制人控制的特博动力资产、环能公司（香港）100.00%股权；于 2025 年 9 月处置曾

参股公司 **SPRINTEX LIMITED** 的股权。发行人报告期各期资产处置收益分别为 9.40 万元、0.00 万元、2.88 万元和 1,282.81 万元。最近一期资产处置收益金额较大主要系公司处置了位于新北区汉江路的厂房、土地及对应的光伏设备所致。请发行人说明：①前述资产收购与处置的交易背景、交易对手方、交易价格、定价依据及公允性、税务缴纳情况及合规性。②处置大额资产的原因，处置资产处置前的用途、使用状态、如长期闲置其减值准备计提是否充分，处置交易对手方的基本情况、处置价格确定依据及公允性、处置款项回收情况，是否存利益输送或资金体外循环。

请申报会计师对上述事项（5）-（7）进行核查并发表意见。

回复：

【发行人说明与披露】

五、投资理财核算列报准确性

（一）梳理并披露现金流量表列示的期末现金及现金等价物余额与期末货币资金余额差异较大的原因及明细项目

报告期各期末，公司现金及现金等价物余额与期末货币资金余额情况如下：

单位：万元

类别	2025 年度/2025 年 12 月 31 日	2024 年度/2024 年 12 月 31 日	2023 年度/2023 年 12 月 31 日
现金及现金等价物余额	26,341.13	11,893.23	22,092.87
货币资金余额	70,165.24	50,330.90	39,046.43
差异金额	43,824.11	38,437.67	16,953.57

报告期各期末，公司现金及现金等价物余额与货币资金余额的差异部分金额主要构成情况如下：

单位：万元

科目	2025 年度/2025 年 12 月 31 日	2024 年度/2024 年 12 月 31 日	2023 年度/2023 年 12 月 31 日	不属于现金及现金等价物的理由
银行存款	41,402.28	38,073.97	16,931.67	计划持有到期的定期存款
银行存款	718.30	359.77	14.11	定期存款计提的利息
银行存款	0.40	3.40	7.25	临时冻结
其他货币资金	1,703.13	0.53	0.53	保证金
合计	43,824.11	38,437.67	16,953.57	-

报告期内，公司未将货币资金余额中计划持有到期的定期存款、定期存款计提的利息、临时冻结的银行存款、保证金等四项作为现金及现金等价物，故产生差异。

(二) 说明报告期内定期存款、大额存单、投资理财产品的具体情况(类型、发行方、主要条款、金额、资金来源、购买日、期限、到期日、利率), 核算列报准确性, 财务费用、投资收益、现金流量及变动等相关财务指标与产品规模的匹配性

1、报告期内定期存款、大额存单、投资理财产品的具体情况(类型、发行方、主要条款、金额、资金来源、购买日、期限、到期日、利率), 核算列报准确性

公司 2025 年定期存款、大额存单、投资理财产品的具体情况如下:

单位: 万元

产品类型	发行方	主要条款	购买日	到期日	购入金额	处置金额	资金来源	年化收益率	期限
低风险活期理财	信银理财有限责任公司等	非保本浮动收益	2025 年 1-12 月多次灵活购入与卖出		22,950.00	27,889.00	自有资金	约 2.00%-3.00% 浮动	无固定期限
低风险活期理财	中银理财有限责任公司等	非保本浮动收益			195.01	66.00			
低风险活期理财	兴银理财有限责任公司等	非保本浮动收益			12,859.70	10,537.07			
低风险活期理财	民银理财有限公司	非保本浮动收益			481.00	480.69			
大额存单	兴业银行股份有限公司	票面利率为 3.45%	2023/8/1	2025/6/24	-	4,277.18		3.33%	三年
大额存单	招商银行股份有限公司	票面利率为 3.30%	2023/12/6	2026/1/12	-	-		3.14%	三年
大额存单	招商银行股份有限公司	票面利率为 3.30%	2023/12/20	2026/1/12	-	-		3.13%	三年
大额存单	招商银行股份有限公司	票面利率为 3.30%	2024/1/26	2026/1/16	-	-		3.12%	两年
定期存款	中国银行股份有限公司	票面利率为 1.41%	2025/11/10	2026/2/10	7,804.27	-		1.41%	三月
定期存款	中国银行股份有限公司	票面利率 1.54%	2025/5/9	2025/11/9	6,400.92	5,820.72		1.54%	六月

产品类型	发行方	主要条款	购买日	到期日	购入金额	处置金额	资金来源	年化收益率	期限
定期存款	中国银行股份有限公司	票面利率为 1.58%	2025/3/27	2025/6/27	6,505.92	6,858.20		1.58%	三月
定期存款	中国银行股份有限公司	票面利率为 0.8%	2024/5/8	2025/5/8	-	6,287.10		0.80%	一年
定期存款	中国银行股份有限公司	票面利率 1.25%	2024/12/27	2025/3/27	-	7,579.20		1.25%	三月
定期存款	中国银行股份有限公司	票面利率 1.08%	2024/12/20	2025/1/20	-	7,285.74		1.08%	一月
定期存款	中国工商银行股份有限公司	票面利率 3.10%	2025/9/29	2025/12/29	7,202.56	7,094.07		3.10%	三月
定期存款	中国工商银行股份有限公司	票面利率 3.10%	2025/9/29	2026/3/25	21,428.54	-		3.10%	六月
定期存款	恒生银行股份有限公司	票面利率为 3.60%	2025/1/15	2025/7/15	2,228.25	2,257.69		3.60%	六月
定期存款	恒生银行股份有限公司	票面利率为 3.20%	2025/1/15	2025/7/15	30.52	30.55		3.20%	六月
定期存款	交通银行股份有限公司	票面利率为 5.51%	2024/7/1	2025/1/1	-	10,904.04		5.51%	三月
定期存款	渣打银行股份有限公司	票面利率为 4.4%	2024/10/12	2025/1/12	-	718.79		4.40%	三月
定期存款	交通银行股份有限公司	票面利率为 4.4%	2024/10/12	2025/4/12	-	619.28		4.40%	六月
定期存款	交通银行股份有限公司	票面利率为 4.4%	2024/12/19	2025/12/19	-	5,425.09		4.40%	一年
定期存款	交通银行股份有限公司	票面利率为 4.4%	2025/1/7	2026/1/7	11,351.63	-		4.40%	一年
定期存款	交通银行股份有限公司	票面利率为 4.5%	2025/2/21	2026/2/21	923.05	-		4.50%	一年
定期存款	渣打银行股份有限公司	票面利率为 3.4%	2025/1/22	2026/1/22	718.79	-		3.40%	一年
合计					101,080.16	104,130.40	-	-	-

公司 2024 年定期存款、大额存单、投资理财产品的具体情况如下：

单位：万元

产品类型	发行方	主要条款	购买日	到期日	购入金额	处置金额	资金来源	年化收益率	期限
低风险活期理财	兴银理财有限责任公司 等	非保本浮动收 益	2024 年 1-12 月多次灵活购入与卖出		6,664.80	5,832.50	自有资金	约 2.00%-3.00% 浮动	无固定期限
低风险活期理财	信银理财有限责任公司 等				20,250.00	15,550.00			无固定期限
结构性存款	兴业银行股份有限公司	固定收益率 1.5%+浮动收 益率 0.85%	2024/6/12	2024/7/31	4,500.00	4,500.00		2.35%	无固定期限
结构性存款	兴业银行股份有限公司	固定收益率 1.5%+浮动收 益率 0.95%	2024/5/9	2024/6/11	5,000.00	5,000.00		2.45%	无固定期限
大额存单	兴业银行股份有限公司	票面利率为 3.45%	2023/8/1	2025/6/24	-	-		3.33%	三年
大额存单	招商银行股份有限公司	票面利率为 3.30%	2023/12/6	2026/1/12	-	-		3.14%	三年
大额存单	招商银行股份有限公司	票面利率为 3.30%	2023/12/20	2026/1/12	-	-		3.13%	三年
大额存单	招商银行股份有限公司	票面利率为 3.30%	2024/1/26	2026/1/16	1,034.38	-		3.12%	两年
定期存款	中国银行股份有限公司	票面利率 0.8%	2024/5/8	2025/5/8	5,728.80	-		0.80%	一年

定期存款	中国银行股份有限公司	票面利率 1.0%	2023/11/29	2024/2/29	-2,213.82	-		1.00%	三月
定期存款	中国银行股份有限公司	票面利率 1.25%	2024/12/27	2025/3/27	7,294.98	-		1.25%	三月
定期存款	中国银行股份有限公司	票面利率 1.08%	2024/12/20	2025/1/20	7,294.98	-		1.08%	一月
定期存款	交通银行股份有限公司	票面利率为 5.60%	2023/12/18	2024/3/18	-	4,518.76		5.60%	三月
定期存款	交通银行股份有限公司	票面利率为 5.38%	2023/12/29	2024/6/29	-	7,366.02		5.38%	六月
定期存款	交通银行股份有限公司	票面利率为 5.38%	2023/12/29	2024/6/29	-	2,833.08		5.38%	六月
定期存款	交通银行股份有限公司	票面利率为 5.51%	2024/7/1	2025/1/1	10,904.80	-		5.51%	三月
定期存款	交通银行股份有限公司	票面利率为 4.40%	2024/10/12	2025/4/12	620.22	-		4.40%	六月
定期存款	交通银行股份有限公司	票面利率为 4.40%	2024/12/19	2025/12/19	5,511.34	-		4.40%	三月
定期存款	渣打银行股份有限公司	票面利率为 4.40%	2024/10/12	2025/1/12	718.84	-		4.40%	三月
合计					73,309.32	45,600.35	-	-	-

公司 2023 年定期存款、大额存单、投资理财产品的具体情况如下：

单位：万元

产品类型	发行方	主要条款	购买日	到期日	购入金额	处置金额	资金来源	年化收益率	期限
低风险活期理财	兴银理财有限责任公司	非保本浮动收益	2023 年多次灵活购入与卖出		17,043.70	21,996.70	自有资金	约	无固定期限
低风险活期理财	信银理财有限责任公司				7,003.00	7,003.00		浮动	无固定期限
大额存单	兴业银行股份有限公司	票面利率为 3.45%	2023/8/1	2025/6/24	4,080.91	-		3.33%	两年
大额存单	招商银行股份有限公司	票面利率为 3.30%	2023/12/6	2026/1/12	1,030.07	-		3.14%	三年
大额存单	招商银行股份有限公司	票面利率为 3.30%	2023/12/20	2026/1/12	1,031.35	-		3.13%	三年
大额存单	中信银行股份有限公司	票面利率为 3.30%	2022/12/28	2023/2/28	-	1,000.00		3.58%	二月
大额存单	中信银行股份有限公司	票面利率为 3.97%	2023/2/10	2023/3/10	1,000.00	1,000.00		3.97%	一月
定期存款	中国银行股份有限公司	票面利率为 1.00%	2023/11/29	2024/2/29	2,213.82	-		1.00%	三月
定期存款	交通银行股份有限公司	票面利率为 5.60%	2023/12/18	2024/3/18	4,518.76	-		5.60%	三月

定期存款	交通银行股份有 限公司	票面利率为 5.38%	2023/12/29	2024/6/29	7,366.01	-	5.38%	六月
定期存款	交通银行股份有 限公司	票面利率为 5.38%	2023/12/29	2024/6/29	2,833.08	-	5.38%	六月
合计					48,120.70	30,999.70	-	-

2、财务费用、投资收益、现金流量及变动等相关财务指标与产品规模的匹配性

报告期内，公司各类理财产品、大额存单与财务费用、投资收益匹配情况如下：

单位：万元

理财产品类别	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
大额存单	平均余额	5,235.24	7,167.42	1,801.08
	产生的投资收益	164.79	235.17	61.57
	测算年化收益率	3.15%	3.28%	3.42%
美元定期存款	平均余额	18,853.02	15,599.92	216.83
	产生的财务费用-利息收入	814.94	849.77	12.02
	测算年化收益率	4.32%	5.45%	5.54%
港币定期存款	平均余额	10.56	-	-
	产生的财务费用-利息收入	0.34	-	-
	测算年化收益率	3.20%	-	-
低风险活期理财	平均余额	3,507.35	2,378.61	2,421.12
	产生的投资收益	76.52	22.99	67.30
	产生的公允价值变动损益（注 1）	7.87	40.19	0.00

理财产品类别	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
	测算年化收益率	2.41%	2.66%	2.78%
结构性存款	平均余额	-	1,056.16	-
	产生的财务费用-利息收入	-	25.27	-
	测算年化收益率	-	2.39%	-
日元定期存款	平均余额	13,375.16	10,278.96	194.09
	产生的财务费用-利息收入	166.47	64.88	1.94
	测算年化收益率	1.25%	0.63%	1.00%
新加坡币定期存款	平均余额	7,135.80	-	-
	产生的财务费用-利息收入	221.30	-	-
	测算年化收益率	3.10%	-	-

注：低风险活期理财在部分赎回时不兑现收益，在全部赎回时一次兑现收益，未兑现收益计量为理财产品的公允价值变动损益。

报告期内，公司各项理财产品及大额存单的测算年化收益率位于公司各期实际收益率区间内，公司各项理财产品及大额存单与投资收益、财务费用具有匹配性。

报告期内，公司购买与处置的各类理财产品、大额存单与现金流量表匹配情况如下：

单位：万元

报告期	类别	投资所支付的现金	收回投资所收到的现金
2025 年度	现金流量表金额	101,080.16	104,130.40
	其中：各类理财、存单购买额/处置额	101,080.16	104,130.40
	收回非理财性质其他非流动金融资产	-	-
2024 年	现金流量表金额	73,309.32	45,637.97
	其中：各类理财、存单购买额/处置额	73,309.32	45,600.35

报告期	类别	投资所支付的现金	收回投资所收到的现金
	收回非理财性质其他非流动金融资产	-	37.62
2023年	现金流量表金额	48,120.70	31,015.44
	其中：各类理财、存单购买额/处置额	48,120.70	30,999.70
	收回非理财性质其他非流动金融资产	-	15.74

报告期内，公司购买与处置的各类理财产品、大额存单规模与现金流量的变动匹配。

(三) 说明报告期各期远期结售汇业务的开展情况、核算列报合规性，是否与正常业务相关，作为经常性损益列报的合规性

报告期各期，公司远期结售汇业务的开展情况如下：

序号	近端交易						远端交易					
	买入货币单位	买入货币金额	卖出货币单位	卖出货币金额	汇率	交割日期	买入货币单位	买入货币金额	卖出货币单位	卖出货币金额	汇率	交割日期
1	万日元	44,100.00	万美元	300.00	147.00	2023/11/29	万美元	304.06	万日元	44,100.00	145.04	2024/2/29
2	万日元	42,960.00	万美元	300.00	143.20	2024/1/4	万美元	301.41	万日元	42,960.00	142.53	2024/2/5
3	万日元	57,880.00	万美元	400.00	144.70	2024/1/8	万美元	405.46	万日元	57,880.00	142.75	2024/4/8
4	万日元	44,610.00	万美元	300.00	148.70	2024/2/6	万美元	304.05	万日元	44,610.00	146.72	2024/5/6
5	万日元	75,050.00	万美元	500.00	150.10	2024/3/4	万美元	506.90	万日元	75,050.00	148.06	2024/6/4
6	万日元	91,140.00	万美元	600.00	151.90	2024/4/9	万美元	608.25	万日元	91,140.00	149.84	2024/7/9
7	万日元	124,000.00	万美元	800.00	155.00	2024/5/8	万美元	841.59	万日元	124,000.00	147.34	2025/5/8
8	万日元	173,470.00	万美元	1,100.00	157.70	2024/6/18	万美元	1,128.70	万日元	173,470.00	153.69	2024/12/18

序号	近端交易						远端交易					
	买入货币单位	买入货币金额	卖出货币单位	卖出货币金额	汇率	交割日期	买入货币单位	买入货币金额	卖出货币单位	卖出货币金额	汇率	交割日期
9	万日元	113,050.00	万美元	700.00	161.50	2024/7/10	万美元	709.18	万日元	113,050.00	159.41	2024/10/10
10	万日元	157,900.00	万美元	1,000.00	157.90	2024/12/20	万美元	1,004.07	万日元	157,900.00	157.26	2025/1/20
11	万日元	157,900.00	万美元	1,000.00	157.90	2024/12/27	万美元	1,010.79	万日元	157,900.00	156.22	2025/3/27
12	万日元	135,540.00	万美元	900.00	150.60	2025/3/27	万美元	909.19	万日元	135,540.00	149.08	2025/6/27
13	万日元	126,262.80	万美元	866.00	145.80	2025/5/9	万美元	883.25	万日元	126,262.80	142.95	2025/11/10
14	万新加坡元	3,867.27	万美元	3,000.00	1.29	2025/9/29	万美元	3,031.73	万新加坡元	3,867.27	1.28	2026/3/25
15	万新加坡元	1,290.02	万美元	1,000.00	1.29	2025/9/29	万美元	1,005.31	万新加坡元	1,290.02	1.28	2025/12/29
16	万日元	169,290.00	万美元	1,100.00	153.90	2025/11/10	万美元	1,109.70	万日元	169,290.00	152.56	2026/2/10

公司将买入的日元、新加坡元单独设置银行账户并存为定期存款。

在资产负债表日，公司按照资产负债表日即期汇率将日元、新加坡元折算为人民币并计入报表。同时，按照银行出具的《代客资金业务估值通知书》、《法人客户金融衍生业务市值评估报告》中显示的估值确定远期结售汇业务在资产负债表日的公允价值并入账。

公司日常经营过程中不使用日元与新加坡元，公司开展远期结售汇业务并非用于对冲经营风险，公司远期结售汇业务不满足套期保值的要求，公司开展此类业务与日常经营活动无关。公司已将远期结售汇业务产生的财务费用-汇兑损益、投资收益、公允价值损益等计入非经常性损益核算，公司的列报方式符合《企业会计准则》以及《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号——非经常性损益（2023年修订）》（证监会公告〔2023〕65号）的规定。

六、母子公司分工及外币存管

(一) 说明境外子公司经营情况及其合规性、人员构成、业务模式、各期销售情况、主要客户及合作背景，发行人与两家境外子公司的业务协同关系，报告期内收益流回发行人的金额、主要方式及合规性，发行人对境外子公司的管控措施及有效性；环能公司（香港）报告期内最近一期经营亏损的原因；说明发行人是否存在境外存货及管理措施有效性

1、说明境外子公司经营情况及其合规性、人员构成、业务模式、各期销售情况、主要客户及合作背景，发行人与两家境外子公司的业务协同关系，报告期内收益流回发行人的金额、主要方式及合规性，发行人对境外子公司的管控措施及有效性

(1) 境外子公司经营情况及其合规性、人员构成、业务模式、各期销售情况、主要客户及合作背景，发行人与两家境外子公司的业务协同关系

公司境外子公司包括环能涡轮（香港）及其全资子公司环能公司（香港）。公司对境外子公司的定位主要系境外贸易平台，主要经营涡轮增压器等相关产品的销售，并协助公司收取货款，境外子公司与公司主营业务一致，与公司业务具有协同关系。未来，公司亦将以境外子公司为战略平台，进一步拓展国际仓储物流管理、国际品牌建设等，提升公司国际业务的持续发展能力。

公司已取得香港律师事务所赵凯珊律师行（CHIU & CO.）于 2025 年 3 月 25 日出具的《香港子公司法律意见书》，《香港子公司法律意见书》分别对环能涡轮（香港）、环能公司（香港）的设立、股权变动、业务合规性发表了明确的意见，未发表关于同业竞争和关联交易的意见。根据《香港子公司法律意见书》，环能涡轮（香港）、环能公司（香港）于 2021 年 6 月 8 日、2017 年 5 月 11 日在香港根据公司条例注册成为有限公司。截至 2025 年 2 月 4 日，香港子公司合法有效存续，有能力且有权以其自身名义独立地从事所有合法的业务，合法拥有其资产，并提出起诉成为与讼方且不存在撤销注册和剔除注册的情况。环能涡轮（香港）及环能公司（香港）主要业务是贸易，其主要经营业务未违反公司商业登记证及公司内部章程的规定或与之冲突，业务经营符合香港的法律规定。

报告期内，境外子公司尚无专职员工，均由公司员工兼任。2023 年至 2024 年公司境外子公司无日常经营业务；2025 年公司为深化与客户客户 A 的合作、满足客户需求，通过境外子公司开展对客户 A 同控下香港公司——公司 B 的贸易业务。

报告期内，公司境外子公司的各期销售情况及主要客户情况如下：

单位：万元

客户名称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
公司 B	3,319.35	-	-
境外子公司营业收入总额	3,319.35	-	-

报告期内，2023 年及 2024 年境外子公司无销售业务，2025 年仅对公司 B 开展贸易业务 3,319.35 万元。

(2) 报告期内收益流回发行人的金额、主要方式及合规性，发行人对境外子公司的管控措施及有效性

报告期内，境外子公司流回公司境内账户的金额及方式如下：

年份	境外账户汇至境内账户	币种单位	汇款方式
2025 年	1,933.13	万 USD	银行转账
2024 年	291.85	万 USD	银行转账
2023 年	820.96	万 USD	银行转账

报告期内，公司境外子公司将资金汇回公司境内账户均遵守汇入汇出两地的相关法律法规。公司已制定《香港子公司管理制度》对境外子公司进行管控，境外子公司的资金流动均需得到公司财务总监的审批。报告期内，境外子公司除购买理财产品、汇回公司境内账户外，不存在大额的资金流出。

2、环能公司（香港）报告期内最近一期经营亏损的原因；说明发行人是否存在境外存货及管理措施有效性

2025 年，环能公司（香港）经营亏损的主要原因系持有的 SPRINTEXLIMITED 股权发生公允价值变动，产生公允价值变动损失-331.30 万元。

报告期各期末，公司不存在境外存货。

(二) 说明发行人存放在境外的款项情况，结合存放地点、期末余额、款项类型等说明境外资金的存管情况，各期外币收付款、跨境资金流动、结换汇情况，说明存放在境外的资金规模与境外业务规模是否匹配

1、发行人存放在境外的款项情况，结合存放地点、期末余额、款项类型等说明境外资金的存管情况，各期外币收付款、跨境资金流动、结换汇情况

报告期各期末，公司在境外的资金均以活期或定期银行存款的形式存放在位于中国香港特别行政区的银行账户中。

报告期各期末，公司存放在境外款项的存放地点、期末余额、款项类型情形如下：

存放地点	款项类型	币种	2025 年末余额	2024 年末余额	2023 年末余额
恒生银行	活期存款	USD	3,178,560.96	3,144,380.54	3,064,867.82
恒生银行	活期存款	HKD	365,273.44	330,781.17	378,363.32
交通银行	活期存款	EUR	13,014.00	202,871.75	182,478.54
交通银行	活期存款	HKD	11.95	22.74	22.74
交通银行	活期存款	AUD	107.99	107.99	107.99
交通银行	活期存款	USD	1,372.24	190,247.04	39,717.44
交通银行	定期存款	USD	17,080,199.31	23,699,806.86	20,780,000.00
交通银行	定期存款计提利息	USD	730,683.66	444,580.37	17,205.78
华侨银行	活期存款	USD	281,681.68	314,332.53	-
渣打银行	活期存款	USD	444,826.86	182,981.05	-
渣打银行	定期存款	USD	1,000,000.00	1,000,000.00	-
渣打银行	定期存款计提利息	USD	32,772.22	9,777.78	-

报告期各期，公司境外资金账户收到跨境资金的情形仅有收取客户货款。

报告期各期，公司境外账户跨境收取货款情况具体如下：

年份	境外账户收到境外客户货款	币种单位
2025 年	709.82	万 USD
	2.71	万 EUR
2024 年	670.18	万 USD
	2.04	万 EUR
2023 年	1,040.64	万 USD
	3.31	万 EUR

报告期各期，公司境外资金账户跨境支付情形仅有汇至公司境内账户。

报告期各期，公司境外账户跨境汇付境内账户的情况如下：

年份	境外账户汇至境内账户	币种单位
2025 年	1,933.13	万 USD
2024 年	291.85	万 USD
2023 年	820.96	万 USD

报告期各期，公司境外资金账户未开展结换汇活动。

报告期各期，公司境外资金规模及外销收入情况如下：

单位：万元

类别	2025 年度	2024 年度	2023 年度
境外账户平均余额（注）	18,527.04	19,063.20	14,682.91

类别	2025 年度	2024 年度	2023 年度
外销收入	52,175.07	38,074.89	32,728.66
境外账户平均余额/外销收入的比例	35.51%	50.07%	44.86%

注：境外账户平均余额=（境外账户期初余额+境外账户期末余额）/2

2023 年至 2024 年，公司境外资金规模随着公司境外业务规模的增长而扩大。2024 年至 2025 年，公司为便于统筹资金管理，逐步将存放于境外的货款汇回境内。截至 2026 年 2 月末，公司境外子公司账户金额为 2,677.59 万元。

2、存放在境外的资金规模与境外业务规模是否匹配

报告期内，公司外销业务规模不断增长，公司存放在境外的资金规模与境外业务规模具有一定的匹配性。截至 2026 年 2 月末，公司存放在境外的资金已通过汇回国内账户的方式大幅减少。

（三）说明境外资金的使用审批流程、境外账户管理及财务内控机制，境外资金存放及使用是否受到限制或存在相关风险

1、境外资金的使用审批流程、境外账户管理及财务内控机制

公司已制定《香港子公司管理制度》，对境外资金的使用及审批、境外账户管理施加内部控制。公司境外资金的使用需由申请人发起申请并由公司财务总监同意并在 U 盾上确认后方可汇出。境外账户由公司财务人员每月编制《资金报表》并由财务总监审核。

2、境外资金存放及使用是否受到限制或存在相关风险

公司境外资金存放于境外合法成立的银行中，不存在使用限制以及可能受到限制的风险。

（四）结合母子公司之间的分工协作情况说明是否存在转移定价的情形，并结合发行人与子公司境内外适用税率、汇率波动因素等分析各期所得税费用与利润总额的匹配性

1、结合母子公司之间的分工协作情况说明是否存在转移定价的情形

公司主要经营涡轮增压器零部件及整机等相关产品的研发、生产、销售，境外子公司主要定位境外贸易平台并经营涡轮增压器等相关产品的销售。

报告期内，公司销售给境外子公司、境外子公司销售给客户的合计收入与毛利润情况如下：

单位：万元

类别	营业收入	营业成本	毛利润	毛利润占比
公司销售给境外子公司	3,092.39	1,073.20	2,019.19	89.90%

类别	营业收入	营业成本	毛利润	毛利润占比
境外子公司销售给客户	3,319.35	3,092.39	226.97	10.10%
合计	6,411.74	4,165.59	2,246.15	100.00%

公司为产品的生产、研发及销售方，占有约 90% 毛利润；境外子公司为产品的贸易方，承担客户合作深化、关务处理、货款收取等职能，适当留存约 10% 毛利润，相关交易定价具有合理性，不存在不合理转移定价的情形。

2、结合发行人与子公司境内外适用税率、汇率波动因素等分析各期所得税费用与利润总额的匹配性

报告期内，公司与境内外子公司因汇率波动导致的财务费用-汇兑损益金额以及按照母公司适用税率计算的影响额列示如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
境内外各子公司财务费用-汇兑损益合计数（A）	122.58	-62.25	-122.32
根据母公司适用税率计算的所得税影响额（B=A*15%）	18.39	-9.34	-18.35

注：正数代表汇兑收益，负数代表汇兑损失。

报告期内，根据母公司适用税率测算的境内外各子公司财务费用-汇兑损益对所得税费用影响额分别为-18.35 万元、-9.34 万元和 18.39 万元，境内外各子公司因汇率波动产生的财务费用-汇兑损益金额较小，汇率波动对公司所得税费用影响较小。

报告期内，公司境内所得税率为 15%，境外子公司税率为 8.25%。

单位：万元

类别	年度	环能涡轮	境外子公司
所得税费用	2025 年	2,822.83	27.04
	2024 年	2,421.59	0.98
	2023 年	1,789.79	4.03
利润总额	2025 年	19,856.72	568.38
	2024 年	16,941.98	1,322.53
	2023 年（注）	13,086.63	523.34
实际所得税负率	2025 年	14.22%	4.76%
	2024 年	14.29%	0.07%
	2023 年	13.68%	0.77%

注：2023 年公司确认股份支付费用 2,812.06 万元并未在税前扣除，为便于报告期内对

比,测算所用的2023年利润总额在实际利润总额基础上加回了股份支付费用2,812.06万元。

报告期各期,环能涡轮单体所得税税负率分别为13.68%、14.29%、14.22%,总体稳定。境外子公司税负率2023年、2024年分别为0.77%、0.07%,税负率较低主要系境外子公司的利润来源主要为财务费用-汇兑损益、财务费用-利息收入、公允价值变动等不征税损益,2025年,境外子公司开展了前文所述的贸易业务,故税负率有所上升。报告期各期,公司与境外子公司所得税费用与利润总额具有匹配性。

七、资产收购与处置

(一) 前述资产收购与处置的交易背景、交易对手方、交易价格、定价依据及公允性、税务缴纳情况及合规性

1、公司收购特博动力资产

2023年,公司为将关联方特博动力所持相关生产设备纳入上市主体范围内,完善上市主体生产业务链条,故于2023年8月1日与特博动力签署《资产转让协议》,约定特博动力将其拥有的生产设备等相关资产基于账面价值协商作价以204.22万元转让予环能涡轮,定价依据公允。截至2023年8月31日,上述生产设备资产均已完成交割,并足额缴纳税费。

2、公司收购环能公司(香港)

环能公司(香港)系实控人原在香港设立的贸易业务企业,前期主要从事汽车零部件相关的贸易业务。截至2023年末,环能公司(香港)的净资产为4,416.92万元,主要来源系报告期前的历史业务收益留存。公司实际控制人为支持公司发展,决定让公司以0对价取得相关股权,具有真实业务背景。同时,中国香港地区股权转让收入免所得税,所以本次交易符合香港地区的相关法律规定,不存在税务风险。

3、公司处置SPRINTEXLIMITED的股权

2025年9月公司向LidX Technology Limited处置公司持有的SPRINTEXLIMITED股权的,主要系早期公司看重SPRINTEXLIMITED所在的澳洲市场以及其持有的相关涡轮增压器相关技术故投资,但该项投资在公司持股期间未能给公司的技术发展及市场开拓带来有力支持,故公司结合市场价格情况,与宁波立大思科技有限公司协商定价后处置,交易价格20万澳元基本符合市场情况,相关税务处理亦符合相关法律的规定。

(二) 处置大额资产的原因,处置资产处置前的用途、使用状态、如长期闲置其减值准备计提是否充分,处置交易对手方的基本情况、处置价格确定依据及公允性、处置款项回收情况,是否存在利益输送或资金体外循环

1、处置大额资产的原因，处置资产处置前的用途、使用状态、如长期闲置其减值准备计提是否充分

报告期内，公司处置的大额资产主要系新北区汉江路的厂房及土地。该资产处置前长期处于对外租赁或短期自用的状态，不涉及闲置且未计提减值准备。公司处置该项资产主要系土地面积较小且厂房老旧，利用该部分老厂房进行生产拓展不利于公司未来跨越式的发展，且公司已取得面积与位置合适的土地并按照先进制造业企业目标高标准新建厂房，故考虑处置该部分土地与厂房。

2、处置交易对手方的基本情况、处置价格确定依据及公允性、处置款项回收情况，是否存在利益输送或资金体外循环

公司处置交易对手方为常州今盛精密刀具有限公司，处置价格 2050 万元系双方在周边同类厂房土地处置价格基础上协商确定，相关处置已完成税务部门、不动产登记部门手续，处置价格不存在严重偏离市场价格的情形，具备公允性，相关税金已缴纳完成。报告期内，相关处置款项已全部回收，不存在利益输送或资金体外循环。

【会计师说明】

五、针对上述问题“五、投资理财核算列报准确性”

（一）核查程序

会计师主要执行了以下核查程序：

- 1、获取公司报告期各期末现金及现金等价物清单并与货币资金进行比对并分析差异原因及合理性；
- 2、获取公司资金管理制度，了解与货币资金及理财产品购买、赎回等相关的内部控制，并对其是否有效运行进行测试；
- 3、访谈公司财务负责人，了解公司购买理财产品的资金来源；
- 4、对公司报告期各期末理财产品余额实施函证程序，核查理财产品真实性、期末余额的准确性、是否存在理财产品质押或设定其他他项权利等情形；
- 5、获取公司报告期内投资支付与收到的现金明细表、理财产品说明书、理财产品协议书、购买及赎回对应的银行回单、银行流水等，检查理财产品发行方、主要条款、金额、资金来源、购买日、期限、到期日、利率、投资收益等内容是否存在异常，检查相关会计处理是否符合企业会计准则的规定；
- 6、获取公司现金流量表，复核理财产品的购买、赎回金额与投资收益、现金流量表相关科目的勾稽关系；

7、获取公司报告期内所有远期结售汇业务协议并独立获取相关银行对账单，检查协议主要条款以及银行流水是否存在异常，检查相关会计处理是否符合企业会计准则的规定，检查相关损益是否已准确划分经常或非经常性损益。

（二）核查结论

经核查，会计师认为：

1、公司现金流量表中列示的期末现金及现金等价物余额与期末货币资金存在差异具备合理性；

2、公司报告期内购买的定期存款、大额存单、理财产品，会计处理准确、列报合规。财务费用、投资收益、现金流量及变动等相关财务指标与定期存款、大额存单、理财产品的规模具有匹配性。

六、针对上述问题“六、母子公司分工及外币存管”

（一）核查程序

会计师主要执行了以下核查程序：

1、获取发行人境外子公司的注册证书、公司章程、商业登记证、工商登记资料、境外投资备案文件，以及香港律师事务所赵凯珊律师行（CHIU & CO.）出具的《法律意见书》，核查境外子公司的设立与经营是否存在重大违规情形；

2、了解公司的内部控制，关注境外资金的使用及审批、境外账户管理相关的《香港子公司管理制度》，同时开展控制测试，测试相关内控制度执行的有效性；

3、访谈发行人财务负责人，了解境外子公司的业务模式、人员构成、各期销售情况、主要客户及合作背景，发行人与两家境外子公司的业务协同关系、报告期内收益流回发行人的金额与主要方式、发行人对境外子公司的管控措施、环能公司（香港）报告期内最近一期经营亏损的原因、发行人是否存在境外存货及管理措施有效性、境外款项存放地点及存管情况、境外资金收付款及跨境资金流动结换汇情况、母子公司之间的分工协作转移定价及利润转移情形；

4、获取境外子公司报告期内收益汇回发行人的汇款明细，并独立获取银行对账单，将汇款明细与账面会计记录以及银行对账单进行比对，核实汇款的真实与完整性，同时关注境外子公司银行流水是否存在异常流入流出；

5、获取境外子公司报告期内销售台账及收入确认单据、回款明细，关注境外子公司销售的真实性。并通过第三方网站查询境外子公司所涉及客户的工商信息，核查客户是否与公司或公司实控人、公司关联方存在潜在关联关系。同时结合发往境外子公司的报关记录与境外子公司销售记录，关注公司是否存在境外存货；

6、对所有境外子公司业务相关银行独立发送并回收函证，核实账户余额、账户状态、资金使用限制等信息；

7、获取环能公司（香港）最近一期的财务报表及财务明细账，核查报表真实性、准确性，亏损金额的真实性及亏损原因、合理性；

8、报告期各期末执行监盘程序，关注存货管理内控制度是否有效执行、账载存货是否均已在监盘范围内、是否存在盘点范围之外的境外存货；

9、查阅境外子公司各报告期纳税申报表及缴税记录，关注税款缴纳的及时性、合规性；

10、对所得税费用与利润总额的匹配性实施分析程序，计算各报告期所得税税负率并判断是否在合理区间内，关注是否存在税务违规、利润调节等问题。

（二）核查结论

经核查，会计师认为：

1、境外子公司的经营具有合规性，发行人具备对境外子公司的管控措施并有效执行；

2、公司境外资金规模与境外业务规模存在一定匹配性，由于公司将境外资金汇回境内，境外资金规模已显著减少；

3、公司关于境外资金的使用与账户管理已建立内部控制制度并执行有效，境外资金存放及使用未识别到受到限制或存在相关风险的情形；

4、报告期内，未识别到公司存在转移定价的情形。公司各期所得税费用与利润总额具有匹配性。

七、针对上述问题“七、资产收购与处置”

（一）核查程序

会计师主要执行了以下核查程序：

1、访谈发行人董事会秘书，详细了解报告期内资产收购（特博动力资产、环能公司（香港）100%股权）及资产处置（SPRINTEXLIMITED 股权、新北区汉江路厂房、土地）相关交易的背景、交易接洽全过程，重点询问定价制定流程、定价依据的具体考量因素，核实定价逻辑的合理性、公允性；

2、查阅报告期内主要资产收购、处置相关交易合同，关注合同核心条款及商业合理性，且是否与发行人披露信息一致；

3、查看报告期内资产收购、处置相关交易对应的完税凭证，核实交易涉及的税种、计税基础、应纳税额、缴纳时间等信息，确认税款已及时、足额缴纳，完税凭证真实有效，税务处理符合国家税收法律法规及地方税收政策要求；

4、查阅特博动力相关财务报表，核实特博动力资产的账面价值并关注相关核算是否存在明显不符合企业会计准则之处；

5、查看新北区汉江路厂房、土地对应的租赁协议，以及现场资产情况，关注资产是否存在减值迹象；

6、通过国家企业信用信息公示系统、企查查等第三方平台，查询所有资产收购、处置交易对手方的工商登记信息，重点关注交易对手方与发行人、发行人实际控制人、控股股东及关联方是否存在未披露的关联关系。

（二）核查结论

经核查，会计师认为：

1、公司的上述资产收购与处置具有真实交易背景，未识别到交易价格存在明显不公允的情形，同时未识别到违反税务规定的情形；

2、公司处置大额资产具有真实交易背景，未识别到明显的减值迹象，未识别到处置价格存在明显不公允的情形，未识别到利益输送或资金体外循环的情形。

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

【回复】

申报会计师已对照《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报文件》《北京证券交易所股票上市规则》等规定，对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进行了梳理，除上述问题外，不存在需要补充说明或披露的其他事项。

(以下无正文)

本页无正文，为立信会计师事务所（特殊普通合伙）关于《立信会计师事务所（特殊普通合伙）关于常州环能涡轮动力股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的审核问询函的回复》之签章页



中国注册会计师：

朱武



中国注册会计师：

沈永庭



中国注册会计师：

胡义飞



中国·上海

二〇二六年四月二十三日