

目 录

一、关于竞争力、市场空间及成长性·····	第 1—16 页
二、关于农机补贴·····	第 16—22 页
三、关于关联交易·····	第 22—30 页
四、关于收入增长及核查·····	第 30—43 页
五、关于第三方回款·····	第 43—47 页
六、关于毛利率·····	第 47—56 页
七、关于期后业绩情况·····	第 56—62 页

关于威马农机股份有限公司 IPO 审核中心意见落实函中有关财务事项的说明

天健函〔2022〕8-169 号

深圳证券交易所：

我们已对《关于威马农机股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函》（审核函〔2022〕010885 号，以下简称意见落实函）所提及的威马农机股份有限公司（以下简称威马农机或公司）财务事项进行了审慎核查，并出具了《关于威马农机股份有限公司 IPO 审核中心意见落实函中有关财务事项的说明》（天健函〔2022〕8-118 号）。因威马农机补充了最近一期财务数据，我们为此作了追加核查，现汇报如下。

一、关于竞争力、市场空间及成长性

根据申报材料及审核问询回复：（1）欧美主要以生产大型通用农机设备为主，对山地丘陵农业机械存在持续的市场需求；出于节省制造费用、人工成本的长远考虑，全球山地丘陵农业机械制造产业向具有比较优势的国家进行转移。产业转移的加快和国际市场需求的增长，将持续推动我国山地丘陵农业机械产品出口市场的扩大。（2）我国农机市场规模出现放缓，但我国农作物耕种收综合机械化率近年来仍处于逐年上升趋势，且未来仍有较大发展空间。（3）富世华从最初采购微耕机单一品种耕整地机械，到 2019 年开始向发行人采购多品种耕整地机械、田园管理机、发电机组、水泵、扫雪机、内燃机等产品。（4）山地丘陵农机的更替周期比较快，有的 2-3 年，有的 3-5 年。

请发行人：（1）说明山地丘陵农机更替周期的准确性及权威性，结合我国山地丘陵农业机械的渗透率及发展趋势、同行业可比公司收入增速、国家在农机领域的政策、内外销客户的拓展情况、新冠疫情的影响、在手订单的实施及进展情况等进一步论证发行人的市场空间及成长性情况。（2）说明拓展境外 ODM 客户的渠道及具体过程，相关客户的认证过程、要求及发行人对应的核心竞争

第 1 页 共 62 页

优势，在 ODM 厂商中细分产品的供应商梯队情况，相关 ODM 厂商替换发行人的风险。（3）说明发行人各期境内销售收入、补贴产品收入增长较少的原因，同时结合上述问题（2）的相关内容，进一步论述发行人的竞争力。

请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见。（意见落实函问题 1）

（一）说明山地丘陵农机更替周期的准确性及权威性，结合我国山地丘陵农业机械的渗透率及发展趋势、同行业可比公司收入增速、国家在农机领域的政策、内外销客户的拓展情况、新冠疫情的影响、在手订单的实施及进展情况等进一步论证公司的市场空间及成长性情况

公司包括国内和国外两个市场。

国内市场，一方面，机械化率的持续提高，国家在政策大力扶持下，提高丘陵山区农业机械化水平，山地丘陵农机随着“耕种管收”多环节产品品类的增加，市场容量未来将持续快速增加；另一方面是原有设备保有量的更新换代，存量机械化农业作业环节，存在持续更新需求。

国外市场，我国农机企业在产业链、人工成本等方面具备一定优势，有利于拓展国外市场。一方面，发展中国家山地丘陵农业机械化率的提升，发展中国家山地丘陵农业机械化程度亦在不断提高，市场容量将持续扩容；另一方面，原有设备保有量的更新换代，发达国家原有设备的更新换代为发达国家市场提供了空间。

1. 说明山地丘陵农机更替周期的准确性及权威性

以公司主要产品微耕机为例，参考《JB/T 10266-2013 微型耕耘机》第 5.2.1.4 条“生产试验累积负荷下的作业时间应不少于 300h，其中旋耕作业时间应不少于 200h，负荷下的作业时间包括负荷性能试验时间，耕整地、地头转弯、倒车时间，但不包括发动机空转和地块转移时间”要求。行业内微耕机产品的设计使用寿命普遍参考该标准。结合产品的设计使用寿命，根据终端用户的使用频次和维修保养习惯，频次低且维护保养习惯好的情况下，能使用 5 年左右；使用频次高且未及时维护保养的情况下，会缩短使用年限，严重的会低于 3 年的正常使用寿命。一般情况使用寿命在 3 至 5 年。因此，山地丘陵农机更替周期有的 2-3 年，有的 3-5 年，与相关行业标准规定的情况相符，相关行业标准已经工业和信息化部批准，具备权威性。

山地丘陵农机产品属于中小型农业机械，相较于大型农业机械其更新换代周期较快，用户在重复购买时更倾向于选择品质好、品牌影响力高的产品，在产品更新换代周期短的背景下，公司作为行业领先企业，在国内外市场均具备广阔的拓展空间。

2. 我国山地丘陵农业机械的渗透率及发展趋势

(1) 我国山地丘陵农业机械的渗透率

受限于丘陵山区地形复杂多变，山高坡陡、道路崎岖、耕地条件差等环境因素，大中型农业机械多数难以通行及作业，机具进地难、作业难，当前我国丘陵山区机械化普及正面临发展瓶颈，农业农村部在 2021 年 12 月印发的《“十四五”全国农业机械化发展规划》中指出，当前我国丘陵山区农作物耕种收综合机械化率接近 50%，推进丘陵山区农业机械化全程全面和高质量发展，还需继续提升。

(2) 我国山地丘陵农业机械的发展趋势

随着我国农业各领域全面全程机械化的推进，以及原设备保有量的更新换代，我国农业机械化水平将不断提升，农业机械市场将持续扩容。我国丘陵山区目前不及 50%的综合机械化率相较于我们农作物耕种收综合机械化率 72%，以及发达国家普遍 90%左右的农业机械化水平，仍有较大提升空间。

我国人均耕地面积小，耕地质量较差，农业发展和粮食安全的压力较大，同时城镇化带来的农村人口的减少和农业劳动力的老龄化，发展农机产业，尤其是山地丘陵农机产业，用技术弥补土地的不足，提高农业机械化水平和单位产出效率需求迫切。根据农业农村部《“十四五”全国农业机械化发展规划》，积极发展丘陵山区农业生产高效专用农机，加快丘陵山区适用农机装备创新和机械化技术的推广应用，大力推进丘陵山区适用农机专项鉴定，落实农机新产品购置补贴试点政策，同时推介农田的宜机化改造，到 2025 年，丘陵山区县（市、区）农作物耕种收综合机械化率目标达到 55%，农业机械化进入全程全面和高质量发展时期。随着我国城市化进程的不断推进，从事农业生产的劳动力数量在不断下降，机械化的农业生产是大势所趋，下游终端对定制化的中、高端山地丘陵农业机械有着较大的需求，公司在山地丘陵农业机械类产品领域竞争优势较为明显。公司作为国内领先的山地丘陵农业机械厂商，依靠研发制造优势，在全程全面机械化

的背景下，完善和拓展产品覆盖“耕种管收”各环节的产品序列，提高市场竞争力，扩大市场渗透率。

3. 同行业可比公司收入增速

公司 2019 年至 2022 年 6 月收入变动与可比公司比较情况如下：

单位：万元

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年 1-6 月	变动率	2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	金额		金额	变动率	金额	变动率	金额
一拖股份	655,072.65	557,510.16	17.50%	920,913.58	23.10%	748,072.99	30.40%	573,694.40
大叶股份	110,263.85	91,216.30	20.88%	160,700.42	60.52%	100,111.55	1.36%	98,768.77
神驰机电	139,613.70	115,186.28	21.21%	243,758.68	56.10%	156,160.47	22.90%	127,062.58
绿田机械	75,939.55	78,458.17	-3.21%	160,545.01	31.04%	122,513.34	16.71%	104,972.69
君禾股份	43,651.51	41,558.25	5.04%	97,536.54	32.15%	73,809.72	9.72%	67,271.32
平均值	204,908.25	176,785.83	15.91%	316,690.85	31.88%	240,133.61	23.55%	194,353.95
公司	33,310.65	37,821.35	-11.93%	77,319.81	20.09%	64,382.53	26.87%	50,744.99

数据来源：可比公司招股说明书或定期报告

2020 年度、2021 年度公司营业收入分别较上年度增长 26.87%、20.09%，持续保持增长趋势，与同行业可比公司变动趋势一致。2022 年上半年国际环境更趋复杂严峻，受俄乌冲突、通货膨胀、国内外疫情多发散发等因素影响，对全球经济带来超预期扰动，海内外需求阶段性低于预期，公司生产经营受到了一定波及。2022 年 1-6 月，同行业可比公司出现增速放缓或下降，公司营业收入亦较上年同期下降 11.93%，主要系 2022 年 2 月 24 日俄罗斯与乌克兰开始发生冲突，部分客户取消了发往俄罗斯及乌克兰的微耕机、发电机组、水泵等产品订单；2022 年上半年，受国内疫情反复影响，导致 2022 年上半年内销收入出现下滑。

公司 2022 年上半年经营业绩受国内疫情和海外俄乌冲突的叠加影响下，仍然保持稳健经营。上海及周边疫情好转后，威马农机（无锡）生产经营、长三角地区上游配件供应链已恢复正常；2022 年 5 月以来，俄乌冲突影响逐渐弱化，原取消订单正逐步恢复。截至本说明出具日，上海及周边地区疫情防控、俄乌冲突相关不利影响因素已基本消除。

4. 国家在农机领域的政策

近年来国家陆续出台产业政策鼓励农业生产全程机械化水平的提升和提档升级，充分发挥农业机械在集成技术、节本增效、推动规模经营等方面的重要作用，实现农业现代化，重点支持突破山地丘陵机械化制约瓶颈，推进农机深耕深松作业，进一步推动农业机械行业景气发展。以“丘陵山区农田宜机化改造”为例，宜机化改造即便于机械作业，而土地宜机化整治，就是连通田块、对陡坡进行缓坡化改造、对不规则田块进行条状田块改造，公司为此开发的作业效率更高的乘坐式的中型农机产品将迎来广阔的市场空间，且产品技术含量和附加值将大幅提高，产品售价从手扶式产品的几千元提高到几万元。国家在农机领域的鼓励和支持政策，将有利于提升山地丘陵农机产品渗透率。近年来重点政策如下表：

时间	名称	颁布部门	内容简介
2018年1月	《中共中央国务院关于实施乡村振兴战略的意见》（“一号文件”）	中共中央、国务院	“加快研发经济作物、丘陵山区农林机械，发展高端农机装备制造”
2020年1月	《中共中央、国务院关于抓好“三农”领域重点工作确保如期实现全面小康的意见》（“一号文件”）	中共中央、国务院	“支持丘陵山区农田宜机化改造”
2021年2月	《中共中央国务院关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见》（“一号文件”）	中共中央、国务院	“支持丘陵山区农机装备研发制造，加大购置补贴力度，开展农机作业补贴”
2021年3月	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》	全国人大	“发展丘陵山区农业生产高效专用农机”
2022年2月	《中共中央、国务院关于做好2022年全面推进乡村振兴重点工作的意见》（“一号文件”）	中共中央、国务院	“加快丘陵山区和设施园艺小型机械研发制造并纳入国家重点研发计划予以长期稳定支持”

5. 内外销客户的拓展情况

报告期内，公司以境外销售为主，境外销售收入占主营业务收入的比重分别为 72.30%、75.38%、78.24%和 77.04%，ODM 定制销售与自主品牌销售均呈现稳步增长趋势，报告期内境外销售收入及占比逐年增加。

针对境外市场，公司制定了全球化营销渠道策略，公司境外业务主要以 ODM 定制销售为切入点，同时加大自主品牌的推广，实现了快速开拓海外销售市场。公司分析重点销售国家及区域，借助自身的配件自制能力和技术研发团队，采取差异化产品定制推广，发展新客户，提升产品在对应国家区域的市场占有率；安

排驻外业务人员实地走访国外空白市场国家，调研产品需求，深挖产品在国外市场的销售潜力；同时公司适时分析现有存量客户销售产品结构，寻找新品合作机会，增加客户合作产品品类。我国山地丘陵农机企业在产业链、人工成本等方面具备一定优势，生产制造的农业机械性价比较高，不管是发达国家市场的产品更新换代还是发展中国家市场的机械化率的提升，市场需求均较大。公司凭借可靠的产品质量、先进的工艺技术、持续优化的产品结构和良好的信誉等，公司与境内外主要客户保持长期合作，并建立起了较强的客户粘性，合作关系较为稳固。

由于亚洲、非洲等主要农业种植地区较为落后，农作物种植尚未实现规模化，农业机械化率低，为我国农业机械的国际化提供了较大的市场空间。此外，由于欧美等发达国家农业机械化水平已达较高水平，其主要以生产大型通用农机设备为主，由于该类设备对特殊地形地貌的适用性较低，使得欧美等发达国家对如山地丘陵等细分市场下的农业机械设备存在持续需求。为此，公司在泰国设立子公司，系公司面向东南亚市场和美国市场布局的生产基地。目前处于运营初期，未来1—2年将为公司在东南亚市场和美国市场的业绩拓展做出贡献。

针对国内市场，公司销售网络已覆盖全国大多数城市和地区，聚集了一批具有忠诚度和信任度的客户。公司作为国内山地丘陵农业机械行业的领先企业，随着我国城市化进程的不断推进，从事农业生产的劳动力数量在不断下降，机械化的农业生产是大势所趋，下游终端对定制化的中、高端山地丘陵农业机械有着较大的需求，公司在山地丘陵农业机械类产品领域竞争优势较为明显。公司新设无锡子公司，系公司利用江浙地区产业链优势为山地丘陵动力产品建设的研发生产基地，目前亦处于运营初期，未来将为公司提供充足的研发和产能支撑。

6. 新冠疫情的影响

当前，虽然国内疫情防控已取得阶段性成果，但防疫形势依然严峻，国内疫情呈现局部零星反复散发态势。2022年3月以来上海及周边地区疫情，威马农机（无锡）为配合检测工作暂停生产经营；2022年8月公司所在地重庆出现局部疫情，对公司的生产也产生一定的影响。虽然前述影响目前都已经基本消除，但未来如国内外疫情反复，仍可能对公司正常生产及销售造成冲击，从而对公司的经营业绩造成不利影响。但结合公司报告期内面对疫情影响的业绩表现和我国针对新冠疫情的有效控制措施，整体风险可控。

7. 在手订单的实施及进展情况

公司在手订单充足，执行情况良好，在手订单涉及的采购、生产、发货等流程进展有序，在手订单的实施及进展情况详见本说明七（一）1 相关内容。

8. 公司市场空间广阔、具备成长性

受益于国家政策的大力扶持，未来农机装备产业将持续加大研发及生产的力度，随着国内山地丘陵农业机械化率在未来的持续提升，行业规模仍将持续扩大。作为农业机械化全方位高质量发展中的重要参与一员，公司亦将在相关政策推动的大环境影响下，迎来乐观向好的经营发展环境。

国际市场方面，我国农机企业在产业链、人工成本等方面具备一定优势，生产制造的农业机械性价比较高，不管是发达国家市场的产品更新换代还是发展中国家市场的机械化率的提升，市场需求均较大。国内市场，随着我国农业各领域全面全程机械化的推进，以及原设备保有量的更新换代，农业机械市场持续扩容。

虽然新冠疫情仍在持续，未来对公司的经营业绩造成不利影响的风险依旧存在，但结合公司报告期内面对疫情影响的业绩表现和我国针对新冠疫情的有效控制措施，整体风险可控。

公司在手订单充足，实施及进展情况良好。同时，一方面，随着我国对山地丘陵地区的宜机化改造，公司为此开发的作业效率更高的乘坐式的中型农机产品将迎来广阔的市场空间。另一方面，公司布局的无锡和泰国子公司将在未来一至两年为公司带来业绩贡献，无锡子公司利用江浙地区产业链优势为山地丘陵动力产品建设的研发生产基地；泰国子公司系公司面向东南亚市场和美国市场布局的生产基地。上述两家公司目前处于运营初期，未来将贡献业绩。

结合前述分析，公司未来市场空间广阔，具备成长性。

（二）说明拓展境外 ODM 客户的渠道及具体过程，相关客户的认证过程、要求及公司对应的核心竞争优势，在 ODM 厂商中细分产品的供应商梯队情况，相关 ODM 厂商替换公司的风险

1. 拓展境外 ODM 客户的渠道及具体过程

相较于发达国家在农业机械化进程上的领先，其农机企业在品牌和市场上较我国企业具有先发优势，为了拓展海外市场，公司制定了全球化营销渠道策略，以 ODM 业务为切入点，实现了快速开拓海外市场销售。

公司拓展境外 ODM 客户主要渠道有参加行业展会、主动拜访客户等。公司主要参加的展会包括中国进出口商品交易会、中国国际农业机械展览会、中国国际五金博览会、意大利博洛尼亚国际农机展、俄罗斯国际五金工具展览会、埃及国际农业展会等，通过参加行业展会，公司能直观地向客户展示产品特点，取得潜在客户的联系方式，进一步建立商业合作。此外，公司通过展会、网络、行业协会等途径获取客户信息，有针对性地进行主动拜访并促成业务合作。同时公司经过多年的发展与沉淀，得益于老客户基于良好用户体验形成的市场口碑，再通过客户口碑带动更多的新客户进行购买。

公司在与客户成功接洽并完成客户的认证程序后，开始达成合作。

报告期内，公司境外主要 ODM 客户业务拓展情况如下：

序号	客户名称	合作历史	订单获取方式及周期	所属国家	合作模式
1	富世华集团	2012 年	展会、9-12 个月	瑞典	ODM
2	KISANKRAFT LIMITED.	2013 年	拜访、6 个月	印度	ODM
3	Miralbueno Products S.L	2009 年	展会、6 个月	西班牙	ODM
4	百力通集团	2009 年	展会、12 个月	总公司在美国，和公司合作的主要为澳大利亚公司	ODM
5	MILLASUR, S. L.	2010 年	展会、6 个月	西班牙	ODM
6	OOO SNV KARGO	2017 年	展会、12 个月	俄罗斯	ODM
7	Ruris Impex S.R.L	2010 年	展会、6 个月	罗马尼亚	ODM
8	PISHROSAZANE ARAK COP, CO.	2009 年	展会、3 个月	伊朗	ODM
9	SABZ KOOSH NEGIN CO., LTD	2009 年	展会、6 个月	伊朗	ODM

2. 相关客户的认证过程、要求及公司对应的核心竞争优势

(1) 相关客户的认证过程、要求

公司主要 ODM 客户的认证过程如下：

序号	客户名称	销售内容	认证过程和要求
1	富世华集团	发电机组、水泵机组、微耕机及配件等	(1) 市场调研阶段：了解公司相应产品的市场终端销售情况； (2) 工厂审核阶段：①生产制造能力、供应链管理能力和产品品控能力、研发支持能力等公司基本情况②产品结构及产品售价③零部件的环保审核等； (3) 样机测试阶段：通过前述程序后，公司发运样机，客户针对样机进行性能测试，了解用户反

序号	客户名称	销售内容	认证过程和要求
			馈等；（4）市场验证阶段：下达小批量订单进行小批次推广，后续达成持续合作。富世华集团针对新的产品及新的销售国家或地区均会重新进行验证和审核。自工厂审核至小批量订单周期约9个月至12个月
2	KISANKRAFT LIMITED.	微耕机、水泵机组、田园管理机及配件等	（1）工厂审核阶段：①生产制造能力、供应链管理能力和产品品控能力、研发支持能力等公司基本情况②产品结构及产品售价等；（2）市场调研阶段：了解相应产品的市场终端销售情况；（3）样机测试阶段：通过前述程序后，公司发运样机，客户针对样机进行性能测试，了解用户反馈等；（4）市场验证阶段：小批量订单进行小批次推广，后续达成持续合作。自工厂审核至小批量订单周期约6个月
3	Miralbueno Products S.L	微耕机、发电机组、通用发动机及配件等	（1）工厂审核阶段：①生产制造能力、供应链管理能力和产品品控能力、研发支持能力等公司基本情况②产品结构及产品售价等；（2）市场调研阶段：了解相应产品在欧美市场上与其它公司合作的大概情况；（3）样机测试阶段：通过前述程序后，公司发运样机，客户针对样机进行性能测试，了解用户反馈等；（4）市场验证阶段：小批量订单进行小批次推广，后续达成持续合作。自工厂审核至小批量订单周期约6个月
4	MILLASUR, S.L.	微耕机、发电机组、水泵机组及配件等	（1）工厂审核阶段：了解公司基本情况包括生产制造能力，供应链管理、产品品控能力、研发支持能力等；（2）样机测试阶段：公司发运样机，客户针对样机进行性能测试，了解用户反馈等；（3）市场验证阶段：下订单达成持续合作。自工厂审核至达成持续合作周期约6个月
5	百力通集团	微耕机、通用发动机、水泵机及配件等	（1）工厂审核阶段：①生产制造能力、供应链管理能力和产品品控能力、研发支持能力等公司基本情况②产品结构及产品售价等；（2）市场调研阶段：了解相应产品的市场终端销售情况；（3）样机测试阶段：通过前述程序后，公司发运样机，客户针对样机进行性能测试，了解用户反馈等；（4）市场验证阶段：小批量订单进行小批次推广，后续达成持续合作。自工厂审核至小批量订单周期约1年
6	OOO SNV KARGO	微耕机、扫雪机、通用发动机等	（1）工厂审核阶段：①生产制造能力、供应链管理能力和产品品控能力、研发支持能力等公司基本情况②产品结构及产品售价等；（2）市场调研阶段：了解相应产品的市场终端销售情况；（3）样机测试阶段：通过前述程序后，公司发运样机，客户针对样机进行性能测试，了解用户反馈等。自工厂审核至小批量订单周期约1年左右
7	Ruris Impex S. R. L	微耕机、通用发动机等	（1）工厂审核阶段：①生产制造能力、供应链管理能力和产品品控能力、研发支持能力等公司基本情况②产品结构及产品售价③运输和售后服务等；（2）市场调研阶段：了解相应产品的市场终端销售情况；（3）样机测试阶段：通过前述程序后，公司发运样机，客户针对样机进行性能测试，了解用户反馈等；（4）市场验证阶段：小批量订单进行小批次推广，后续达成持续合作。自工厂审核至小批量订单周期约6个月
8	PISHROSAZANE ARAK COP, CO.	微耕机、通用发动机、发电机等	（1）工厂审核阶段：①生产制造能力、供应链管理能力和产品品控能力、研发支持能力等公司基本情况②产品结构及产品售价③运输和售后服务等；（2）市场调研阶段：了解相应产品的市场终端销售情况；（3）样机测试阶段：公司通过前述程序后，公司发送样机，客户针对样机进行性能测试、用户反馈等；（4）

序号	客户名称	销售内容	认证过程和要求
			市场验证阶段：小批量订单进行小批次推广，后续达成持续合作。自工厂审核至小批量订单周期约 3 个月
9	SABZ KOOSH NEGIN CO., LTD	微耕机、通用发动机、水泵、发电机组等	(1) 工厂审核阶段：①生产制造能力、供应链管理能力和产品品控能力、研发支持能力等公司基本情况；②产品结构及产品售价；③运输和售后服务等；(2) 市场调研阶段：了解相应产品的市场终端销售情况；(3) 样机测试阶段：公司通过前述程序后，公司发送样机，客户针对样机进行性能测试、用户反馈等；(4) 市场验证阶段：小批量订单进行小批次推广，后续达成持续合作。自工厂审核至小批量订单周期约 6 个月

(2) 公司对应的核心竞争优势

公司在开展 ODM 业务过程中，客户重点关注公司的生产制造能力、供应链管理能力和产品品控能力以及研发支持能力。

1) 生产制造能力

公司已掌握动力系统、传动系统和整机设计三大核心关键技术，具有全产业链体系优势，为公司在山地丘陵农业机械领域持续保持国内领先地位和扩大国际市场份额奠定了基础。根据中国农业机械工业协会统计数据，2019-2021 年，公司在国内微耕机、田园管理机的主要制造商市场容量中，占有率分别为 30.70%、31.61%、30.96%，位列市场第一，持续保持领先。此外，公司设计团队根据不同的使用场景调整核心部件的规格和型号等指标，提升终端产品的适配性和一致性，实现与同行业产品的差异化，打造公司核心竞争力。

2) 供应链管理能力和

公司凭借突出的供应链管理能力和为客户提供品类丰富、满足不同地区不同农作物需求的产品。公司零部件自制比率高，能够实现山地丘陵农业机械产品核心零部件的开模和自制，掌握产业链的核心环节，产品更新换代较快。同时公司设计团队根据不同的使用场景调整核心部件的规格和型号等指标，提升终端产品的适配性和一致性，实现与同行业产品的差异化。

3) 产品品控能力

公司具有产品优势，公司牢固树立质量意识，建立了严格的质量管理体系、质量文化，形成了全员、全过程的质量管理体系，在设计、采购、生产和检测等环节全流程把控产品质量，保证产品质量的一致性、连续性和可靠性；同时，以强大的研发实力和快速升级能力，通过丰富的产品品类加大市场渗透，持续推出更新换代的新产品，提高用户粘性。

4) 研发支持能力

公司具有技术研发优势，并高度重视研发团队建设，并专注于山地丘陵农业机械及其他动力机械的研发，根据产品板块设立研发体系，能够快速响应市场需求，进行针对性研发，获取产品竞争优势，同时结合农艺需求变化不断推出新产品。

3. 在 ODM 厂商中细分产品的供应商梯队情况

公司在主要 ODM 厂商中细分产品的供应商梯队情况如下：

序号	客户名称	销售内容	细分产品的供应商梯队情况
1	富世华集团	发电机组、水泵机组、微耕机及配件等	占采购总金额比例较小，但属于细分产品的重要供应商
2	KISANKRAFT LIMITED.	微耕机、水泵机组、田园管理机及配件等	主要供应商，该客户针对不同产品质量等级仅与单一或少量供应商进行合作，向公司采购的产品占该客户某一特定质量等级范围总采购量的 90%左右
3	Miralbueno Products S.L	微耕机、发电机组、通用发动机及配件等	重要供应商，采购金额占其经营规模比例约 6%-8%
4	MILLASUR, S.L.	微耕机、发电机组、水泵机组及配件等	重要供应商，采购金额占其经营规模比例约 6%-12%
5	百力通集团	微耕机、通用发动机、水泵机及配件等	占采购总金额较小，但属于细分产品的重要供应商
6	OOO SNV KARGO	微耕机、扫雪机、通用发动机等	占采购总金额较小，但属于细分产品的重要供应商
7	Ruris Impex S.R.L	微耕机、通用发动机等	主要供应商，微耕机产品占采购总金额的 30%-40%，所有种类产品采购额占总采购额的比例为 10%-15%
8	PISHROSAZANE ARAK COP, CO.	微耕机、通用发动机、发电机等	重要供应商，采购金额占其经营规模比例约 12%
9	SABZ KOOSH NEGIN CO., LTD	微耕机、通用发动机、水泵、发电机组等	重要供应商，采购规模占其经营规模比例约 20%

4. 相关 ODM 厂商替换公司的风险

公司与主要 ODM 客户合作关系稳定，未来合作稳定性不存在重大不利变化的风险：

(1) 公司与主要 ODM 客户合作时间较长，有利于增强客户粘性

公司与主要 ODM 客户合作时间较长，关系较为稳固，如富世华集团、百力通集团、KISANKRAFT LIMITED 等均系公司合作五年以上的长期合作客户。同时，

主要 ODM 客户对公司的产品种类、质量较为了解，双方合作具有较高信任感与较强的粘性。

(2) 公司产品质量过硬、服务全面，保持了良好合作关系

公司通过多年来的技术积淀与市场实践形成了完整、独特的产品解决方案，能够研发生产出符合山地丘陵地区特点、满足国内外客户差异化需求且灵活轻便、安全性高、耕作效果好的山地丘陵农业机械和其他动力机械产品，公司凭借过硬的产品质量和工艺技术、良好的品牌形象、快速的市场反应能力与下游主要客户均保持了良好、稳定的合作关系。

(3) 公司产品结构持续优化，企业知名度持续提升

公司通过市场调研，不断了解、发掘市场需求，通过进行自主创新研发和技术改造，不断提升针对客户个性化需求的快速响应能力。公司不断更新产品功能，完善产品性能，持续推出操作灵活、使用寿命长的不同型号的产品，并在报告期内推出新能源电动农业机械及扫雪机等新产品，从而优化了公司整体的产品结构，为客户提供了更多产品选择权；随着产品创新、结构优化，公司在相关市场销售规模逐步扩大，企业知名度持续提升。

(三) 说明公司各期境内销售收入、补贴产品收入增长较少的原因，同时结合上述问题（2）的相关内容，进一步论述公司的竞争力

1. 公司各期境内销售收入、补贴产品收入增长较少的原因

报告期各期，公司境内销售收入、补贴产品收入情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	金额	变动率	金额	变动率	金额
内销收入	7,625.01	16,773.94	6.17%	15,799.39	12.77%	14,010.19
补贴产品收入	2,572.12	5,518.75	-0.97%	5,572.74	18.22%	4,713.93

公司符合中央财政资金全国农机购置补贴机具种类范围、产品类别包括微耕机、田园管理机和果树修剪机，报告期内不存在被调出补贴范围的情形。

报告期内内销收入、补贴产品收入增长较少，主要系境内市场仍然处于成长期，尤其是补贴产品范围内的微耕机、田园管理机属于山地丘陵农机的典型代表。一方面，当前我国丘陵山区机械化普及化程度不高，农业农村部在 2021 年 12

月印发的《“十四五”全国农业机械化发展规划》中指出：“当前我国丘陵山区农作物耕种收综合机械化率仍不足 50%。推进丘陵山区农业机械化全程全面和高质量发展，仍需经历一段时间。另一方面，境内终端用户相较于欧美发达国家的终端用户对于山地丘陵农用机械的购买力仍有所不足，因此境内外终端用户的购买能力不同也造成对于农用机械产品的需求有所不同。

根据《“十四五”全国农业机械化发展规划》，加快补齐丘陵山区农业机械化短板，到 2025 年，丘陵山区农作物耕种收综合机械化率要达到 55%。未来国内的市场在我国丘陵山区农业机械化率的加快提升下，具有广阔前景。

2. 公司的竞争力体现

公司所在行业竞争充分，公司经过多年深耕发展，已成为山地丘陵农业机械行业的领先企业，形成了稳定的业务模式以及多项成熟的核心专利技术，产品成熟度高。根据中国农业机械工业协会统计数据，2018-2021 年，公司微耕机、田园管理机等产品销量连续 4 年位列全国第一，公司的核心竞争力主要体现在五方面：

(1) 核心技术均源于公司自主研发，产品技术性能具备竞争优势

公司以技术创新驱动自身发展，凭借多年来的技术积累与市场实践形成了 15 项核心技术，能够研发生产出符合山地丘陵地区特点、满足客户差异化需求且灵活轻便、安全性高、耕作效果好的农业机械。公司经多年的技术积累，在行业领域形成了技术先进性和先发优势。直连微耕机的常开离合技术满足产品释放离合手柄后，耕刀 2 秒内从最大旋转速度停止下来保障了农业机械产品的安全性；公司对产品进行持续研发改进，如对内燃机点火时机进行优化，对部件进行反复测试修正以提高燃烧效率、调节缸压，并结合终端产品应用场景对内燃机性能进行提升，设计研发耐低温、防水、耐震动、静音、低排放的动力产品；单缸风冷柴油发动机机内净化及尾气净化排放技术保证了整机尾气有害物排放达到国家环保部最新国四排放标准，具有结构和操作简单、成本低、维护方便等特点，系单缸立式风冷柴油机的国内首个国四信息公开编号，属于行业领先水平。

(2) 公司已建立全产业链研发和生产体系

公司已掌握动力系统、传动系统和整机设计三大核心关键技术体系，形成全产业链研发和生产体系优势。

动力系统即农业机械及其他动力机械的发动机系统，公司能够自主生产满足中国、欧洲等地排放标准的小型汽油、柴油发动机及美国排放标准的小型汽油发动机，掌握小型汽油、柴油发动机领域多项核心技术。其中在国内具有重要影响力的技术，包括：发动机多重过滤进气净化技术可以有效解决山地丘陵农机多尘使用环境下发动机故障率高的问题；单缸风冷柴油发动机机内净化及尾气净化排放技术保证了整机尾气有害物排放达到国家生态环境部最新国四标准，系单缸立式风冷柴油机的国内首个国四信息公开编号。

传动系统即传动总成系统，公司掌握了农业机械用多档位齿轮传动技术和链条皮带传动技术，具备传动箱总成设计和研发能力，拥有传动箱总成装配车间，并创新设计了在业内具有影响力的离合控制机构技术，有效避免了离合器打滑造成的故障以及离合故障产生的安全问题。传动系统是整机产品使用过程中故障高发部件，公司通过优化的传动箱结构设计，与优质零配件供应商的长期合作，结合公司严苛的极限负载测试体系，确保了公司整机产品具有可靠的品质，为公司整机产品积累了良好的市场口碑。

在整机设计方面，公司凭借十多年的经验积累，目前公司整机产品均系自主创新设计。从全新设计一款农业机械产品到最终量产，通常需要一年以上的时间，业内技术水平落后的厂家通常不具备新产品研发能力。目前，国内山地丘陵农业机械正朝着精细化、专业化、定制化的方向发展，终端用户需求越来越多样化，这要求厂家能够为用户提供定制化开发在特定功能上发挥极致功效的专业化农业机械产品。公司在整机设计方面具有较强的竞争优势，处于国内领先水平，其国内首创的同轴正反转技术，有效提高了山地丘陵农机耕作的安全性和舒适性。

三大领域核心技术的掌握为公司在山地丘陵农业机械领域持续保持国内领先地位和扩大国际市场份额奠定了基础。

(3) 供应链管理和柔性生产优势

公司凭借突出的供应链管理能力和柔性生产能力，在小批量生产的情况下仍能合理控制成本，为客户提供品类丰富、满足不同地区不同农作物需求的产品。山地丘陵农业机械产品根据使用场景，如耕整地、田间管理、田间搬运等划分系列，并根据不同地形、不同土壤特点、不同作物的农艺要求推出细分专用度更高的产品。公司以强大的研发实力和快速升级能力，通过丰富的产品品类加大市场

渗透，持续推出更新换代的新产品，新进企业很难短时间建立成熟的供应链管理以及柔性生产能力。公司零部件自制比率高，能够实现山地丘陵农业机械产品核心零部件的开模和自制，掌握产业链的核心环节，产品更新换代较快。同时公司设计团队根据不同的使用场景调整核心部件的规格和型号等指标，提升终端产品的适配性和一致性，实现与同行业产品的差异化。

（4）客户优势

通过多年积累和发展，公司已经成为国际山地丘陵农业机械行业中具有较高知名度的生产制造商，在生产技术、产品品质、制造规模等方面具有较高的市场地位，产品销往全球 70 多个国家和地区，积累了一批优质国际客户资源，其中包括世界园林机械龙头企业富世华集团、全球最大的户外动力设备汽油发动机制造商百力通集团等。同时公司通过规模化的生产、快速的客户服务响应、稳定的产品质量赢得客户的信任，保证了公司持续经营能力。公司与客户大多已建立较高的合作默契度，产品质量保障、售后服务和技术支持长期稳定开展，公司凭借产品质量稳定可靠、操作舒适适应性强、性价比较高等特点形成了较强的客户粘性。品牌企业一旦得到客户认可，就更易获得相关领域的市场订单。

（5）“耕-种-管-收”全流程多品类覆盖优势

公司产品覆盖耕整地、田间管理、收获、运输、加工，实现全程的机械化，并且单流程有多种品类产品。公司围绕着果园全程机械化已逐步实现耕整、枝条修剪、开沟、施肥喷药、枝条粉碎、运输等环节机械化作业，以及在山地农作物及经济作物领域将继续加大研发投入，逐步形成多种农作物的全程机械化。新进企业很难在短时间内具备足够的研发人员以及管理能力形成全流程多品类的覆盖。

（四）核查程序及结论

1. 核查程序

（1）查阅相关产品行业标准，获取相关产品作业时间；查阅《“十四五”全国农业机械化发展规划》等文件，获取我国农业机械化率进程相关数据；

（2）结合 IBISworld 等权威机构的行业分析报告，了解、分析公司主要客户的市场需求，产业政策以及公司的竞争优势等信息；

（3）查阅同行业可比公司披露文件，获取同行业可比公司业绩数据；

- (4) 查阅行业政策文件，获取国家在农机领域的相关政策；
- (5) 获取公司在手订单，了解在手订单的执行和进展情况；
- (6) 访谈公司外销业务负责人，了解公司主要 ODM 客户的拓展情况及认证过程；
- (7) 访谈主要 ODM 客户，获取公司相关产品在其采购体系中的情况；
- (8) 访谈公司内销业务负责人，取得公司销售明细，分析内销售收入、补贴产品收入增长较少的原因；
- (9) 查阅中国农业机械工业协会的统计数据，获取公司在细分行业的市场占有率。

2. 核查结论

经核查，我们认为：

- (1) 公司未来市场空间广阔，具备成长性；
- (2) 公司与主要 ODM 客户未来合作稳定性不存在重大不利变化的风险，相关 ODM 厂商替换公司的风险较小；
- (3) 公司各期境内销售收入、补贴产品收入增长较少的原因具有合理性，公司具备核心竞争力。

二、关于农机补贴

报告期内，发行人产品申报补贴数量占补贴机型销售数量比例为 50.66%、82.23%和 48.70%。发行人表示，2021 年当年补贴数量相对较低的原因主要系各地政策出台时间较晚。

请发行人说明：（1）2019 年、2021 年补贴数量较低的具体原因，未申报补贴产品对应的主要销售客户、地区，相关补贴政策，与同行业可比公司趋势是否一致，并说明原因及合理性。（2）截至目前发行人 2021 年当年销售产品的补贴数量及金额，同比是否存在较大差异。

请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见。（意见落实函问题 2）

（一）2019 年、2021 年补贴数量较低的具体原因，未申报补贴产品对应的主要销售客户、地区，相关补贴政策，与同行业可比公司趋势是否一致，并说明原因及合理性

1. 小型农用机械与大型农用机械在农机购置补贴方面的差异

(1) 补贴金额差异导致补贴比例存在一定差异

公司产品系面向山地丘陵以及经济作物作业而设计和开发的农业机械,属于小型农用机械,公司产品与以拖拉机、旋耕机为主的大型农用机械在单台补贴金额上存在较大差异。大型农用机械单价较高,补贴金额远高于小型农用机械。以湖北省 2022 年的补贴金额为例,根据湖北省农机购置与应用补贴公开信息,一拖股份 100 马力以下轮式拖拉机 MF904 的单台补贴金额为 99,000.00 元,轮式拖拉机 LY1404-1 的单台补贴金额为 38,800.00 元;星光农机股份有限公司全喂入联合收割机 4LZ-5.0Z 的单台补贴金额为 29,000.00 元,自走履带旋耕机 1GZL-230A 的单台补贴金额为 18,100.00 元;公司微耕机 1WGQD2.6-33C 单台补贴金额为 550.00 元,微耕机 1WG4.0-100FQ-ZC 单台补贴金额为 780.00 元。由于补贴流程不存在明显差异,均需付出一定时间成本及交通成本,若终端消费者所在地距离补贴受理部门较远,或存在无法一次性申请成功,从而需要多次往返的情形,较低的补贴金额难以覆盖申请流程中的时间和交通成本,因此,小型农机购买者的补贴意愿相对大型农机购买者的补贴意愿较低。

单台补贴金额较高对购机者补贴意愿的提升可以体现在公司产品销售的部分区域,例如福建省。福建省除了使用中央财政补贴资金外,还使用省级财政资金共同对农机补贴进行支持,购机者在获得中央补贴的基础上,额外获得一笔地方补贴,报告期内,福建省的单台合计补贴金额为 1,300 元左右,高于其他大部分省份,2019 年及 2020 年,公司产品在福建省的申请比例分别为 76.21%和 89.36%,高于公司产品整体补贴比例。

综上,补贴金额较高在相当程度上可以提升购机者的申请补贴意愿,大型农用机械单台补贴金额远高于小型农用机械,决定了小型农用机械产品申请补贴比例低于大型农用机械产品申请补贴比例。

(2) 部分地区仍存在补贴资金向大型农用机械倾斜的情况,导致补贴申请无法保证时效性

各地农机补贴财政预算同时用于大型农机及小型农机的补贴,部分地区还存在资金向大型农机倾斜的情况。近年来,中央提升部分重点地区的丘陵山地农业机械补贴金额的趋势加强,小型农机在未来有望得到更多补贴资金的支持,但综

合目前的实际情况看，用于小型农用机械的补贴资金仍存在一定缺口。补贴资金的缺口，导致终端用户无法及时申请补贴，随着时间的推移，即使在以后年份在规则上仍可以申请，但申请补贴的时效滞后也会在一定程度上影响用户申请补贴的意愿。

2. 2019 年补贴数量相对 2020 年较低的具体原因及相关补贴政策

(1) 补贴资金规模较小

2019 年补贴数量较 2020 年补贴数量低的原因主要系全国大部分地区因不同程度的补贴资金短缺造成补贴环节存在堵点及制约因素。2019 年全国大部分地区出现补贴资金紧张的情况，甚至部分地区 2019 以前年度的资金缺口仍未完全弥补。因存在资金规模无法满足补贴需求的矛盾，地方农机补贴办理部门采取提前停止受理或延缓受理的方式，从一定程度上保证资金兑付。存在该情况时，往往购机者在购买环节即被告知暂时无法办理补贴并且无法预估开放时间，虽农机补贴申请无时间限制，但随着时效性降低，加之公司产品单台补贴金额不高，使得购机者申请补贴的意愿降低。根据统计结果，公司产品当年销售于当年报补的比例高于当年销售于往后年份报补的比例，地方补贴资金规模不足会对当年及往后年份申报补贴的产品数量均造成较大影响。

以山西省和福建省为例：(1)根据山西省农机购置补贴信息实时公开系统查询，2019 年全年补贴资金为 33,575.04 万元，而 2020 年的实施资金增长至 59,916.80 万元。2019 年公司产品申请补贴的数量为 1,175 台，而 2020 年补贴资金扩大后，公司产品申请补贴的数量为 1,875 台。因补贴资金规模扩大，该省农机补贴申请数量呈现明显上升。(2)根据陕西省省农机购置补贴信息实时公开系统查询，2019 年全年补贴资金为 37,605.51 万元，而 2020 年的实施资金增长至 47,837.99 万元。2019 年公司产品申请补贴的数量为 2,629 台，而 2020 年补贴资金扩大后，公司产品申请补贴的数量为 3,370 台。因补贴资金规模扩大，该省农机补贴申请数量呈现明显上升。

(2) 2019 年个别省份未将公司产品纳入补贴范围

销售数量与补贴数量的统计口径不同，销售数量的统计口径大于补贴口径，故表中计算所得比例大于实际比例。各省根据自身实际情况，在中央补贴政策划定的机具大类、小类和品目的基础上进行调整，剔除部分不符合地方实际情况的

机具类型。销售数据统计的系公司符合中央补贴范围的产品的销售数量，其中包含了被地方调整出补贴范围的产品，而补贴数据系各个省份实际进行补贴申报的产品数量，该数据不包含被地方调整出补贴范围的产品。个别地区自 2020 年起才将公司产品所属机具类别纳入地方补贴范围，因此 2019 年的补贴比例低于 2020 年。

以北京地区为例：北京市自 2020 年起才对公司产品所属机具类别施行补贴，2019 年公司产品销售至北京的产品数量为 1,836 台，而当年补贴数量为零。由于购机者购买农机时，产品纳入地方补贴范围的相应政策尚未出台，存在购机者对补贴流程不了解、未保留申请农机补贴所需的资料、经销商未与其进行农机补贴相关事项沟通等情形，纳入补贴后，相当一部分购机者亦未办理农机补贴。

（3）部分省份受理通道开通时间晚

部分地区 2019 年补贴受理系统启用时间较晚，导致该地区当年申报补贴的数量低，虽 2019 年购买的产品可以于往后年度申请补贴，但随着时效性降低，跨期申请在一定程度上限制了购机者的补贴意愿。

以四川省为例：四川省于 2019 年 9 月 20 日发布《关于启用四川省农机购置补贴辅助管理系统（2018-2020）的通告》称四川省农机购置补贴辅助管理系统（2018-2020）已部署完毕，将于 2019 年 10 月 22 日正式启用。受四川省受理农机购置补贴的受理时间的影响，公司申请农机购置补贴的产品数量仅为 245 台，而 2020 年该数据上升至 2,369 台。

（4）补贴资金向大型农机倾斜

个别地区存在将补贴资金优先用于大型农机的情况。根据《2018—2020 年农机购置补贴实施指导意见》，中央财政农机购置补贴实行定额补贴，补贴额由各省农机化主管部门负责确定，依据同档产品上年市场销售均价测算，原则上测算比例不超过 30%。由于大型农用机械的市场销售均价高，产品的单台补贴金额也较高，大型农机占用了当年相当一部分补贴资金，在补贴资金规模不足的情况下，能够用于小型农用机械补贴的预算空间相对较小。

以广东省为例：2019 年，广东省将农机补贴资金优先用于大型农用机械，导致小型农机的补贴数量较低。

（5）受疫情因素影响

2020 年受疫情影响，一方面，进城务工人口返乡后受地区间人员流动性限制，农村家庭务农人口增加，降低了家庭单位申请补贴流中多次往返农机受理部门产生的误工成本；另一方面，农户收入下降，补贴意愿提升。此外，2020 年中央助力农机制造行业纾困解难，加大了农机补贴资金支持力度，大部分地区农机补贴资金规模扩大。该等较为特殊的历史背景在一定程度上提升了 2020 年农机补贴的申请数量，相比之下，2019 年的申请数量较低。

3. 2021 年补贴数量相对 2020 年较低的具体原因及相关补贴政策

全国大部分省份于 2021 年下半年开启补贴受理通道，各地的补贴申请情况均在不同程度上受该因素的影响，导致公司产品 2021 年申报补贴的数量与 2020 年存在较大差异。虽当年购买的产品可以于往后年度申请补贴，但随着时效性降低，跨期申请在一定程度上限制了购机者的补贴意愿。

4. 2019 年、2021 年未申报补贴产品对应的主要销售客户、地区

2019 年补贴数量与 2020 年存在较大差异的省份对应的主要销售客户如下：

地区	客户名称	2019 年补贴数量较低的原因
北京	北京威马腾龙科技有限公司	北京市自 2020 年起才对公司产品所属机具类别施行补贴
广东	广州市固升发电设备有限公司	广东省将农机补贴资金优先用于大型农用机械，导致小型农机的补贴数量较低
山西	山西佳享瑞农机设备有限公司、侯马市兴农友农机有限公司、柳林县春雨农机销售有限责任公司	补贴资金规模相对其他年份较小
陕西	城固县嘉禾农机有限责任公司、西咸新区凯拓农机有限公司、榆林源顺通农机有限公司	补贴资金规模相对其他年份较小
四川	宜宾翠屏区生友农机有限责任公司、四川合丰农机有限责任公司、广元市瑞杰天宇农机有限公司	补贴受理系统启用时间较晚，导致该地区当年申报补贴的数量低，虽 2019 年购买的产品可以于往后年度申请补贴，但随着时效性降低，跨期申请在一定程度上限制了购机者的补贴意愿

2021 年补贴数量与 2020 年存在较大差异的省份对应的主要销售客户如下：

地区	客户名称	2020 年补贴数量较低的原因
山西	山西佳享瑞农机设备有限公司、侯马市兴农友农机有限公司、柳林县春雨农机销售有限责任公司	补贴受理系统启用时间较晚，导致该地区当年申报补贴的数量低，虽 2019 年购买的产品可

重庆	江津区燕伟五金经营部、丰都县合盛农机销售有限公司、重庆市航旺农机有限公司	以于往后年度申请补贴，但随着时效性降低，跨期申请在一定程度上限制了购机者的补贴意愿
陕西	子洲县惠农农机有限责任公司、城固县嘉禾农机有限责任公司、榆林源顺通农机有限公司	
四川	宜宾翠屏区生友农机有限责任公司、四川合丰农机有限责任公司、广元市瑞杰天宇农机有限公司	
河南	郑州田野机械销售有限公司	

5. 与同行业可比公司趋势是否一致，并说明原因及合理性

小型农用机械与大型农用机械在单台补贴金额上存在较大差异，小型农用机械购买者的补贴意愿相对大型农用机械购买者的补贴意愿较小。小型农用机械与大型农用机械在补贴数据方面不具备可比性。

无论小型农用机械产品或大型农用机械产品，在农机补贴数量方面，目前暂无公开的可比同行业数据，因此无法进行趋势比较。

（二）截至目前公司 2021 年当年销售产品的补贴数量及金额，同比是否存在较大差异

截至 2022 年 7 月 4 日及截至 2022 年 9 月 12 日公司各年销售产品的补贴数量如下：

时 间	2021 年度	2020 年度	2019 年度
2022 年 7 月 4 日	15,497	27,027	14,897
2022 年 9 月 12 日	16,386	27,304	14,932
变动数量	889	277	35

截至 2022 年 9 月 12 日，公司 2021 年当年销售产品的补贴数量同比仍存在一定差异，2021 年补贴数量较 2020 年低的原因详见本说明二（一）3 之所述，该差异不存在异常。

2021 年当年销售产品的单台补贴金额主要集中于 600.00 元至 900.00 元之间，同比不存在较大差异。测算显示，随着时间推移，各年销售产品的补贴总数均呈现一定程度上升，但跨期越久，上升幅度越小，可证明农机补贴申请存在一定时效性，随着时效性降低，购机者申请补贴的意愿降低。

（三）核查程序及结论

1. 核查程序

(1) 电话访谈农业机械杂志社副社长，了解大型农机与小型农机在补贴政策上的差异等；

(2) 电话访谈北京威马腾龙科技有限公司、广州市固升发电设备有限公司、山西佳享瑞农机设备有限公司，了解 2019 年和 2021 年客户所在地区的农机补贴情况及限制因素；

(3) 登录全国农机购置与应用补贴信息实时公开系统查询 2019 年末补贴产品集中省份的农机补贴实施资金情况及 2022 年湖北省一拖股份产品、星光农机股份有限公司产品及公司产品的具体单台补贴金额；

(4) 查询同行业关于农机补贴的相关披露信息，分析补贴数量变动趋势；

(5) 查询报告期内农机补贴政策文件并登录各省农机购置与应用补贴申请办理服务系统导出并统计公司 2021 年当年销售产品的补贴数量截至 2022 年 7 月 4 日和 2022 年 9 月 12 日的补贴数据，分析同比数量差异原因。

2. 核查结论

经核查，我们认为：

(1) 2019 年补贴数量相对 2020 年较低的具体原因系补贴资金规模不足、2019 年个别省份未将公司产品纳入补贴范围、部分省份受理通道开通时间晚、补贴资金向大型农机倾斜以及受疫情因素影响；

(2) 2021 年补贴数量相对 2020 年较低的具体原因系全国补贴受理通道开启时间较晚；

(3) 小型农机与大型农机在补贴数据方面不具备可比性，小型农机补贴数量暂无可比同行业数据，故无法进行趋势比较；

(4) 截至 2022 年 9 月 12 日，公司 2021 年当年销售产品的补贴数量同比仍存在一定差异，该差异不存在异常。2021 年当年销售产品的单台补贴金额主要集中于 600 元至 900 元之间，同比不存在较大差异。

三、关于关联交易

报告期内，发行人向吉力芸峰、重庆和佳进行关联采购的金额总计为 4,649.07 万元、5,636.01 万元、6,180.90 万元，占比为 12.22%、11.24%、10.14%。发行人实际控制人之一夏峰持有吉力芸峰 97.80% 的股份并担任经理。重庆和佳

系重庆神鹿曾持股 45%，发行人董事、副总经理任勇华妻子徐筱兴曾持股 15%的企业。重庆神鹿为发行人实际控制人之一严华及其配偶夏梦丽持股 100%的公司。

请发行人说明：（1）向吉力芸峰、重庆和佳进行采购的必要性，相关付款条件、信用期政策等，与其他第三方供应商是否存在差异。（2）2022 年上半年向上述两家关联方的采购情况，已制定的减少及消除关联交易的相关措施是否有效执行。

请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见。（意见落实函问题 3）

（一）向吉力芸峰、重庆和佳进行采购的必要性

1. 向吉力芸峰、重庆和佳进行采购的必要性

（1）向吉力芸峰采购的必要性

吉力芸峰母公司 2021 年实现销售收入 13.58 亿元，2022 年 1-6 月，实现销售收入 6.25 亿元，已发展成为中国专业生产摩托车磁电机、起动电机主要生产基地之一。吉力芸峰主要客户包括宗申动力(001696.SZ)、隆鑫通用(603766.SH)、力帆科技(601777.SH)、庆铃汽车股份(1122.HK)等上市公司，其产品销往多个海外国家。

吉力芸峰业务规模大，研发能力强，产品种类齐全，且其配件产品质量的可靠性和稳定性、新品开发的及时性和保障性等方面能够较好满足公司的采购需求，以公司扫雪机产品为例，扫雪机主要配件之一起动电机主要采购自吉力芸峰，吉力芸峰长期给宗申动力、隆鑫通用供应扫雪机用内燃机动力用配件，在国内扫雪机起动电机市场占据前列。为保障公司业务发展需求，公司与吉力芸峰从 2009 年开始建立合作伙伴关系，系公司的电机、起动电机等配件供应商，与公司主营业务之间存在关系。故公司向吉力芸峰采购产品符合产业链实际情况且亦具有商业逻辑、必要性和合理性。

（2）向重庆和佳采购的必要性

重庆和佳成立于 2009 年 2 月，成立初期主要给发动机制造商康明斯公司供应配件，同时为一些配件厂商提供代工服务。重庆和佳与公司的合作开始于 2010 年，当时公司在俄罗斯市场销售的微耕机产品，因原供应商提供的传动箱总成内部配件拨叉和拨叉轴存在干涉与卡滞等质量问题，后改同重庆和佳达成合作，开始为公司提供拨叉和拨叉轴，并逐步开始生产传动箱、齿轮等配件。

由于公司所处的山地丘陵农业机械行业在耕地、耕种作物种类具有专业化、精细化、特色化的表征，因此公司以耕整地机械为代表的山地丘陵农业机械产品往往需要种类型号较多的定制化非标配件，重庆和佳凭借其多年来深耕山地丘陵农业机械零配件行业的经验与技术实力，能够提供配件种类全、定制程度高、产品性能优的原材料以保障公司业务发展的需求，因此公司自 2011 年起与重庆和佳建立业务合作，系公司制造山地丘陵农业机械产品的原材料供应商，与公司主营业务之间存在关系。故公司向重庆和佳采购产品符合产业链实际情况且亦具有商业逻辑、必要性和合理性。

合作初期，重庆和佳产能饱和，基于前期双方的关联关系和良好的合作历史，重庆和佳会优先保障公司的采购需求。随着重庆和佳的持续发展，开始逐步拓展其他客户，并为其他客户提供相应的定制化非标配件，如隆鑫通用(603766.SH)、宗申动力(001696.SZ)、重庆大江动力设备制造有限公司、重庆润通科技有限公司等行业内知名动力机械和山地丘陵农机客户，并开始拓展海外客户。

2. 相关付款条件、信用期政策等，与其他第三方供应商是否存在差异

报告期各期，公司对前五大供应商的付款条件、信用政策如下：

期间	序号	供应商名称	是否为关联方	当期采购金额	付款及信用政策
				(万元)	
2022 年 1-6 月	1	重庆和佳	是	1,358.31	以当月 1 日至 30(31) 日为一周期进行扎账，次月 3 日至 4 日进行挂账，付款日期为挂账后次月 3 日至 4 日支付挂账货款 结算方式：根据当期实际用量挂账，当月应付货款金额=（本月挂账金额+上月货款余额）*80%，以网银或电汇支付货款
	2	吉力芸峰	是	1,228.65	以当月 1 日至 30(31) 日为一周期进行扎账，次月 3 日至 4 日进行挂账，付款日期为挂账后次月 3 日至 4 日支付挂账货款 结算方式：根据当期实际用量挂账，当月应付货款金额=（本月挂账金额+上月货款余额）*80%，以网银或电汇支付货款
	3	重庆亚庆机械制造有限公司	否	817.37	以当月 1 日至 30(31) 日为一周期进行扎账，次月 3 日至 4 日进行挂账，付款日期为挂账后次月 3 日至 4 日支付挂账货款 结算方式：根据当期实际用量挂账，当月应付货款金额=（本月挂账金额+上月货款余额）*80%，以网银或电汇支付货款

	4	神驰机电股份有限公司	否	775.02	以当月1日至30(31)日为一周期进行扎账,次月3日至4日进行挂账,付款日期为挂账后次月3日至4日支付挂账货款 结算方式:根据当期实际用量挂账,当月应付货款金额=(本月挂账金额+上月货款余额)*80%,以网银或电汇支付货款
	5	重庆迈斯特贸易有限公司	否	520.92	收货后,次月10日支付货款
2021 年度	1	重庆和佳	是	3,608.10	以当月1日至30(31)日为一周期进行扎账,次月3日至4日进行挂账,付款日期为挂账后次月3日至4日支付挂账货款 结算方式:根据当期实际用量挂账,当月应付货款金额=(本月挂账金额+上月货款余额)*80%,以网银或电汇支付货款
	2	吉力芸峰	是	2,572.80	以当月1日至30(31)日为一周期进行扎账,次月3日至4日进行挂账,付款日期为挂账后次月3日至4日支付挂账货款 结算方式:根据当期实际用量挂账,当月应付货款金额=(本月挂账金额+上月货款余额)*80%,以网银或电汇支付货款
	3	神驰机电股份有限公司	否	1,884.92	以当月1日至30(31)日为一周期进行扎账,次月3日至4日进行挂账,付款日期为挂账后次月3日至4日支付挂账货款 结算方式:根据当期实际用量挂账,当月应付货款金额=(本月挂账金额+上月货款余额)*80%,以网银或电汇支付货款
	4	重庆迈斯特贸易有限公司	否	1,825.42	收货后,次月10日支付货款
	5	重庆亚庆机械制造有限公司	否	1,559.57	以当月1日至30(31)日为一周期进行扎账,次月3日至4日进行挂账,付款日期为挂账后次月3日至4日支付挂账货款 结算方式:根据当期实际用量挂账,当月应付货款金额=(本月挂账金额+上月货款余额)*80%,以网银或电汇支付货款
2020 年度	1	重庆和佳	是	3,797.68	以当月1日至30(31)日为一周期进行扎账,次月3日至4日进行挂账,付款日期为挂账后次月3日至4日支付挂账货款 结算方式:根据当期实际用量挂账,当月应付货款金额=(本月挂账金额+上月货款余额)*80%,以网银或电汇支付货款
	2	吉力芸峰	是	1,838.33	以当月1日至30(31)日为一周期进行扎账,次月3日至4日进行挂账,付款日期为挂账后次月3日至4日支付挂账货款

					结算方式：根据当期实际用量挂账，当月应付货款金额=（本月挂账金额+上月货款余额）*80%，以网银或电汇支付货款
	3	重庆迈斯特贸易有限公司	否	1,374.44	收货后，次月10日支付货款
	4	重庆亚庆机械制造有限公司	否	1,348.12	以当月1日至30（31）日为一周期进行扎账，次月3日至4日进行挂账，付款日期为挂账后次月3日至4日支付挂账货款 结算方式：根据当期实际用量挂账，当月应付货款金额=（本月挂账金额+上月货款余额）*80%，以网银或电汇支付货款
	5	廊坊津锡农业机械股份有限公司	否	1,015.05	以当月1日至30（31）日为一周期进行扎账，次月3日至4日进行挂账，付款日期为挂账后次月3日至4日支付挂账货款 结算方式：根据当期实际用量挂账，当月应付货款金额=（本月挂账金额+上月货款余额）*100%，以网银或电汇支付货款
2019 年度	1	重庆和佳	是	3,010.29	以当月1日至30（31）日为一周期进行扎账，次月3日至4日进行挂账，付款日期为挂账后次月3日至4日支付挂账货款 结算方式：根据当期实际用量挂账，当月应付货款金额=（本月挂账金额+上月货款余额）*80%，以网银或电汇支付货款
	2	吉力芸峰	是	1,638.78	以当月1日至30（31）日为一周期进行扎账，次月3日至4日进行挂账，付款日期为挂账后次月3日至4日支付挂账货款 结算方式：根据当期实际用量挂账，当月应付货款金额=（本月挂账金额+上月货款余额）*80%，以网银或电汇支付货款
	3	重庆天盛金属制造有限公司	否	1,385.41	以当月1日至30（31）日为一周期进行扎账，次月3日至4日进行挂账，付款日期为挂账后次月3日至4日支付挂账货款 结算方式：根据当期实际用量挂账，当月应付货款金额=（本月挂账金额+上月货款余额）*100%，以网银或电汇支付货款
	4	重庆迈斯特贸易有限公司	否	974.49	收货后，次月10日支付货款
	5	廊坊津锡农业机械股份有限公司	否	892.34	以当月1日至30（31）日为一周期进行扎账，次月3日至4日进行挂账，付款日期为挂账后次月3日至4日支付挂账货款 结算方式：根据当期实际用量挂账，当月应付货款金额=（本月挂账金额+上月货款余额）*100%，以网银或电汇支付货款

注 1：受同一实际控制人控制的供应商已合并计算，上表中神驰机电股份有限公司包括神驰机电股份有限公司和江苏神驰机电有限公司

注 2：重庆迈斯特贸易有限公司系公司钢材供应商，受大宗商品属性影响，结算周期较其他原材料存在差异

结合上表可见，除重庆迈斯特贸易有限公司外，公司向其他主要无关联供应商的付款条件及信用政策为：根据当期实际用量挂账，以当月 1 日至 30（31）日为一周期进行扎账，次月 3 日至 4 日进行挂账，付款日期为挂账后次月 3 日至 4 日支付挂账货款。报告期内，公司向吉力芸峰和重庆和佳的付款条件及信用政策与其他主要无关联第三方供应商不存在差异。

综上，公司向吉力芸峰和重庆和佳的付款条件及信用政策与其他主要无关联第三方供应商不存在差异。

（二）2022 年上半年向上述两家关联方的采购情况，已制定的减少及消除关联交易的相关措施是否有效执行

1. 2022 年上半年向上述两家关联方的采购情况

单位：万元、%

项 目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	关联采购金额	占总采购额比例	关联采购金额	占总采购额比例	关联采购金额	占总采购额比例	关联采购金额	占总采购额比例
重庆和佳	1,358.31	5.51	3,608.10	5.92	3,797.68	7.58	3,010.29	7.91
吉力芸峰	1,228.65	4.99	2,572.80	4.22	1,838.33	3.67	1,638.78	4.31
关联交易合计	2,586.96	10.50	6,180.90	10.14	5,636.01	11.24	4,649.07	12.22
当期采购总额	24,642.04		60,962.63		50,124.69		38,032.81	

2022 年 1-6 月上述两家关联方采购合计占比虽然较 2021 年度呈现小幅度上升，但自 2019 年起仍呈现下降趋势。

（1）重庆和佳

公司向重庆和佳采购 1000N（T26）变速箱体、1100A/1100 变速箱体、1000N（T26）行走箱体等独家定制化非标配件，随着多年的工艺积累和生产磨合，在产品参数、工艺指标要求等方面已经逐步成熟。报告期后期，随着公司生产规模

的扩大、并为了建立现代化的公司治理体系，公司开始持续降低配件采购的关联交易比例，逐步引入具备与重庆和佳生产能力、产品品质处于同一水平的供应商。

公司报告期内第一大供应商重庆和佳 2022 年 1-6 月份的采购占比较报告期内采购占比持续下降。

(2) 吉力芸峰

吉力芸峰母公司 2021 年实现销售收入 13.58 亿元，2022 年 1-6 月份，吉力芸峰母公司实现销售收入 6.25 亿元，公司当期与吉力芸峰发生的关联交易金额占吉力芸峰的收入比例均不足 2%，占比较低。

吉力芸峰 2022 年 1-6 月份的采购占比较 2021 年度采购占比出现小幅度上升，主要系 2022 年 1-6 月，吉力芸峰供应的起动电机应用的产品扫雪机、电机应用的产品汽油发电机组同比产量出现上涨所致，但整体采购金额仍处于稳定。

2. 已制定的减少及消除关联交易的相关措施是否有效执行

公司通过《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《独立董事议事规则》和《关联交易决策制度》对关联交易事项的决策权限和程序、关联交易的回避表决制度作出明确规定，对关联交易的审批程序和管理进行严格规范，对关联交易实施有效监督，同时切实履行信息披露的有关规定，确保关联交易的公平，不损害全体股东特别是中小股东的合法权益。

与此同时，公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员已出具《关于规范和减少关联交易的承诺》，承诺严格规范和减少关联交易，保证不通过关联交易谋取不正当利益。

经核查，上述关联交易均履行了公司对关联交易事项的决策程序，上述关联交易定价公允、合理，不存在损害公司及公司股东利益的情形。

此外，针对关联交易，公司持续引入同类供应商，扩大供应商体系，并随着与第三方同类供应商的合作深入，持续提高采购比例，以减少关联交易。

(1) 重庆和佳

公司向重庆和佳采购产品主要系变速箱体、传动箱体、行走箱体、齿轮轴类等原材料，报告期至今同类供应商引入情况如下表：

采购产品类别	引进第三方供应商名称	引入时间/状态
变速箱体	重庆炆烨机械有限公司	2021 年 3 月已批量供货

采购产品类别	引进第三方供应商名称	引入时间/状态
	重庆秉宪机械制造有限公司	2020 年 10 月已进入小批，现批量供货
	重庆升恒机械制造有限公司	2021 年 2 月已进入小批，现批量供货
传动箱体	重庆炆烨机械有限公司	2021 年 11 月已批量供货
	重庆市淳信机械制造有限公司	2021 年 5 月进入小批，现批量供货
行走箱体	重庆市笛林机械制造有限公司	2021 年 7 月进入小批，现批量供货
	重庆市淳信机械制造有限公司	2021 年 8 月进入小批，现批量供货
齿轮、轴类	重庆湛氏机械制造有限公司	2021 年 3 月进入小批，现已批量供货
	重庆通穗农用机械有限公司	2021 年批量供货因质量不稳定，现暂未供货
法兰盘	重庆升恒机械制造有限公司	2021 年 2 月已进入小批，现批量供货
	重庆秉宪机械制造有限公司	2020 年 10 月已进入小批，现批量供货
	重庆市笛林机械制造有限公司	2020 年 12 月进入小批，现批量供货
	重庆炆烨机械有限公司	2021 年 11 月已批量供货

随着公司陆续引进第三方供应商，从完成配件样品验证到小批量采购再到批量采购，公司与重庆和佳的关联采购金额和占比均呈现下降趋势。

此外，为了消除关联交易，针对重庆和佳，已经先后于 2016 年、2020 年，经历两次股权转让，目前已经与公司不存在关联关系。

(2) 吉力芸峰

公司向吉力芸峰采购产品主要为电机/电机组件、起动电机总成/起动电机组件、电器元件，报告期至今同类供应商引入情况如下表：

配件类别	引进第三方供应商名称	引入时间/状态
电机/电机组件	江苏神驰机电有限公司	2022 年 1 月已批量供货
起动电机总成/	常州吉科传动设备有限公司	2022 年 1 月已进入小批量供货
起动电机组件	重庆泰能机械有限公司	2022 年 3 月已进入小批量供货
电器元件	福州汉晶电子科技有限公司	2022 年 1 月已进入小批量供货
	重庆宗申电器有限公司	2022 年 4 月已进入小批量供货

公司自 2021 年起开始陆续引入吉力芸峰同类供应商，并完成了配件的样品验证，至 2022 年开始陆续完成小批量供货，随着后续开展批量供货，公司与吉力芸峰的关联采购金额和占比将会呈现下降趋势。虽然 2022 年 1-6 月公司与吉

力芸峰的采购占比呈现小幅上升，但预计 2022 年全年，同吉力芸峰的关联采购占比会较 2021 年同比下降，关联交易持续减少。

公司已就与重庆和佳、吉力芸峰的采购事宜出具如下承诺：“公司报告期内已经引入并将持续引入同类型的供应商，不断丰富供应商渠道，提高向非关联方供应商的采购比例，预计 2022 年度及以后会持续减少向吉力芸峰和重庆和佳的采购比例。与此同时，公司承诺将继续严格执行已制定的规范和减少关联交易的相关措施，切实维护公司和股东的利益。”

综上，已制定的减少及消除关联交易的相关措施得到有效执行。

（三）核查程序及结论

1. 核查程序

（1）获取关联方采购合同，查阅付款及信用政策，并与其他第三方供应商进行对比；

（2）获取报告期及 2022 年 1-6 月关联采购数据，了解关联交易采购情况；

（3）查阅公司章程、关联交易制度等制度文件；查阅公司股东（大）会、董事会和监事会文件等相关会议资料；查阅公司控股股东、实际控制人等出具的关于规范关联交易的相关承诺。

（4）查阅关联方同类供应商引入时间和供货情况，了解减少及消除关联交易的相关措施的执行情况。

（5）查阅公司出具的关于减少及消除关联交易的相关承诺。

2. 核查结论

经核查，我们认为：

（1）公司向吉力芸峰、重庆和佳进行采购具有必要性；相关付款条件、信用期政策等，与其他第三方供应商不存在差异；

（2）公司向重庆和佳、吉力芸峰的采购定价合理、公允，不存在损害公司及股东利益的情形，公司对重庆和佳、吉力芸峰不存在重大依赖；公司已制定的减少及消除关联交易的相关措施得到有效执行。

四、关于收入增长及核查

问询回复显示：（1）保荐人、申报会计师于 2021 年 8 月 25 日至 31 日对

终端消费者进行电话访谈。基于经销商对客户隐私的保护，共 69 家经销商（均为境内经销商）提供了部分终端客户或下游分销商联系信息，保荐机构、申报会计师针对上述经销商提供的下游客户信息从中随机抽取 199 家独立进行电话访谈，最终成功访谈 93 家。经访谈，访谈成功的终端客户或下游分销商均表示存在购买行为，无明显异常情况。部分终端客户或下游分销商因个人隐私问题拒绝配合，访谈成功率为 46.73%。（2）报告期内，对取得进销存的经销商销售收入分别为 13,192.94 万元、16,190.70 万元和 11,700.58 万元，占经销收入的比例为 68.08%、70.59%和 53.71%。文山市无极农机经贸有限责任公司、南宁市秋璐商贸有限公司、郑州田野机械销售有限公司 2021 年末的库存基本已于 2022 年上半年完成销售，不存在压货行为。（3）发行人向经销商销售均为买断式销售，分地域对经销商进行管理，经销商自行发展其下游客户，自行定价、供货和收款，不存在二级或多级经销模式。（4）报告期内，发行人境外收入占比超过 70%，销售地域主要为欧洲及亚洲。报告期内，发行人前五大客户富世华集团、Miralbueno Products S.L、SABZ KOOSH NEGIN CO.,LTD、MILLASUR, S.L.、000 SNV KARGO、PISHROSAZANE ARAK COP, CO. 均存在采购金额大幅增加的情况。报告期内，发行人境外收入中直销占比分别为 79.47%、79.63%、82.44%。直销主要面向 ODM 客户。

请发行人说明：（1）上述境外客户报告期内采购发行人各产品的数量、金额及占比，采购额增加的原因及合理性，与其经营规模的匹配性，部分客户采购金额存在波动的原因，上述客户向发行人采购为自产转为 ODM 模式还是发行人替代了其他 ODM 厂商。（2）在境外铺设网点的情况，发行人与境外 ODM 客户的售后责任约定，报告期内的退换货情况。

请保荐人、申报会计师：（1）说明对终端客户访谈成功率的定义，访谈成功率较低的原因，访谈的主要内容及结果、抽样及核查比例是否充足，是否足以支撑核查结论；说明在经销商自行发展其下游客户的情况下如何确认不存在二级或多级经销模式；说明对境外经销商是否实现最终销售的核查方法、核查比例及核查结论；结合上述因素对经销收入的真实、准确发表明确意见。（2）说明 2021 年末取得进销存数据的经销商收入占比下降的原因，对经销商期末库存是否实现最终销售的核查方法、核查比例及核查结论，对部分经销客户期末

库存较大对应原因真实性的核查方法，相关库存较大的经销商期后回款、退货、采购情况。(3)针对发行人境外 ODM 客户终端销售真实性采取的相关核查方法、核查过程、核查证据、核查比例及核查结论，相关核查证据能否支撑核查结论。(4)区分境内外销售，分层说明不同销售模式下各期不同收入层级客户对收入增长的贡献程度，在客户数量较大的情形下，中介机构对各期收入增长及其真实性的核查方法及其充分性。(意见落实函问题 4)

(一)说明对终端客户访谈成功率的定义，访谈成功率较低的原因，访谈的主要内容及结果、抽样及核查比例是否充足，是否足以支撑核查结论；说明在经销商自行发展其下游客户的情况下如何确认不存在二级或多级经销模式；说明对境外经销商是否实现最终销售的核查方法、核查比例及核查结论；结合上述因素对经销收入的真实、准确发表明确意见

1.说明对终端客户访谈成功率的定义，访谈成功率较低的原因，访谈的主要内容及结果、抽样及核查比例是否充足，是否足以支撑核查结论

我们于 2021 年 8 月 25 日至 31 日对终端消费者进行电话访谈。基于经销商对客户隐私的保护，共 69 家经销商（均为境内经销商）提供了部分终端客户或下游分销商联系信息，针对上述经销商提供的下游客户信息从中随机抽取 199 家进行电话访谈，最终成功访谈 93 家，访谈成功率为 46.73%。访谈成功率的定义是有效访谈的数量占访谈样本的比例，有效访谈指成功打通电话后用户接受访谈并且提供了有效回复。访谈成功率相对较低，一方面部分终端客户或下游分销商因个人隐私问题拒绝配合，另一方面公司主要产品应用于丘陵山地地区，部分终端客户或下游分销商分布在经济相对落后的偏远地区，文化水平较低，对电话访谈接受程度较低，具有合理性。

访谈内容包括其身份信息、住所/经营场所、购买时间、购买渠道、产品类型、购买价格、购买用途、退换货情况、满意度等，核实其购买行为的真实性。经访谈，访谈成功的终端客户或下游分销商均表示存在购买行为，无明显异常情况。通过电话访谈核查方式，我们认为公司客户消费行为真实，不存在其他异常情况。

2.说明在经销商自行发展其下游客户的情况下如何确认不存在二级或多级经销模式

公司向经销商销售均为买断式销售，经销商向公司采购产品后，直接向其下游终端消费者或者通过分销商进行销售。公司的经销商管理体系仅为一级，由经销商自行发展其下游客户，自行定价、供货和收款，公司不存在二级或多级经销模式，具体说明如下：

(1) 公司仅与经销商就产品销售区域及产品类别进行授权管理。其中境外以国家为单位拓展经销商，由其覆盖本国或周边国家及地区销售；境内以省或市县为单位拓展经销商，由其覆盖本地区产品销售。公司对经销商销售区域进行了明确的约定，每一区域仅指定一家经销商，严格限制经销商将产品销售到指定经销区域之外的地区，不同区域经销商之间不得随意窜货，一经发现存在窜货情况，公司有权予以处罚和取消经销商资格。

公司在将产品交付经销商后，由经销商对产品实物进行管理，并在确定的销售区域内自主进行销售。公司通常不限制经销商仅销售公司产品，在合同中也无排他条款，不过多干预经销商的日常经营管理。

(2) 公司与经销商业务相互独立。公司经销商均为一级经销商，均由经销商向公司买断产品后自行对外销售，其是否下设二级经销商或分销商与公司无关。经销商对外销售公司产品具有自主权，公司将产品交付经销商后，经销商与其下游客户之间的结算价格对公司与经销商对该项产品之间的结算价格不存在影响，相关产品发生减值或毁损与公司无关，公司不对经销商的下游销售进行干涉，亦不存在主动拓展二级或多级经销商的情况。同时，经销商开发与维护的客户，与公司不直接发生业务关系，其下游客户不直接纳入公司经销管理体系。

(3) 经销商的终端客户或下游分销商位于偏远乡镇或农村地区，经济发展水平相对落后，资金实力和经营规模有限。经销商的终端客户或下游分销商向经销商采购商品无法享受公司的返利政策，同时受经营规模和采购量限制，在日常交易中经销商下游客户基本采取“钱货两讫”的商业习惯，因此经销商的终端客户或下游分销商通常根据自身使用需求及市场行情向经销商进行采购，以避免商品积压造成资金占用，即不具备压货能力。

综上，公司不存在二级或多级经销模式，经销商自行发展其下游客户不存在配合公司进行压货的情况。

3. 说明对境外经销商是否实现最终销售的核查方法、核查比例及核查结论

(1) 核查方法及核查比例

1) 对报告期内主要境外经销商进行视频询问，了解产品终端销售情况，视频询问的主要境外经销客户覆盖境外经销收入比例分别为 69.28%、66.09%、65.00%和 67.71%；

2) 我们对报告期内主要境外经销商独立发送往来函证，函证内容包括各年度交易发生额、各期末应收账款余额、预收款项余额，报告期各期回收并确认往来函证的主要外销经销客户覆盖外销经销收入比例分别为 96.88%、91.48%、76.28%和 65.66%；

3) 取得境外主要经销商的中信保报告，主要核查该客户的存续状态、成立时间、注册国家、注册资本、主要股东、员工人数、业务规模和是否存在异常经营情况等信息（如有）；

4) 获取境外经销商各期末应收账款明细及期后回款统计表，检查境外经销商期后回款情况，截至 2022 年 9 月 30 日，报告期各期末境外经销商应收账款期后回款比例为 100.00%、100.00%、99.76%和 84.46%；

5) 获取公司海关报关数据、出口退税数据，分析相关数据与公司境外销售收入的匹配性；

6) 获取公司退换货明细，检查境外经销商是否存在期后异常退货情况；

7) 就各期产品库存情况向主要境外经销商获取进销存确认表，了解经销商的终端销售和库存情况，报告期各期已获取境外经销商进销存对应收入占境外经销收入比例分别为 61.14%、64.22%、67.42%和 74.53%。

(2) 核查结论

经核查，我们认为：

报告期内公司与境外经销商交易真实，主要境外经销商经营情况不存在异常；境外经销商期后回款情况良好；境外经销商期后不存在异常退货情况；主要境外经销商报告期各期末库存变动具有合理性，各期末不存在压货行为，期末结存产品期后销售情况良好。

综上，报告期内公司经销收入真实、准确。

(二) 说明 2021 年末取得进销存数据的经销商收入占比下降的原因，对经销商期末库存是否实现最终销售的核查方法、核查比例及核查结论，对部分经

销客户期末库存较大对应原因真实性的核查方法，相关库存较大的经销商期后回款、退货、采购情况

1. 说明 2021 年末取得进销存数据的经销商收入占比下降的原因，对经销商期末库存是否实现最终销售的核查方法、核查比例及核查结论

截至本说明出具日，公司对取得进销存数据的经销商销售收入及占经销收入的比例如下：

单位：万元

项 目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
取得进销存数据的经销商销售收入金额	7,584.00	15,217.44	16,190.70	13,192.94
经销收入金额	9,315.46	21,786.37	22,936.18	19,377.96
占比	81.42%	69.85%	70.59%	68.08%

截至上述数据首次披露日，2021 年度取得进销存数据的经销商销售收入占经销收入的比例为 53.71%，相比 2020 年度及 2019 年度有所下降，主要原因为截至上述数据首次披露日，部分经销商加盖公章的进销存确认表原件尚未收回。截至本说明出具日，取得进销存数据的经销商 2021 年度销售收入金额为 15,217.44 万元，占 2021 年度经销收入的比例为 69.85%，与 2020 年度、2019 年度的核查比例不存在显著差异。

针对经销商期末库存的最终销售情况，实施了以下主要核查程序：

(1) 获取主要经销商的进销存确认表，核查各期主要经销商的上期末库存和当期采购的最终销售实现情况；

(2) 获取经销商各期末应收账款明细及期后回款统计表，检查经销商期后回款情况；

(3) 获取公司退换货明细，检查经销商是否存在期后大额异常退货情况。

报告期内经销商核查情况见下表：

单位：万元

项 目	2022 年 1-6 月/2022 年 6 月 30 日	2021 年度/2021 年 12 月 31 日	2020 年度/2020 年 12 月 31 日	2019 年度/2019 年 12 月 31 日
取得进销存数据的经销商销售收入金额	7,584.51	15,217.44	16,190.70	13,192.94
经销商期后回款金额	1,567.43	1,395.57	1,447.79	1,137.42

经销商退换货金额	40.19	225.74	157.32	151.44
经销收入金额	9,315.46	21,786.37	22,936.18	19,377.96
经销商应收账款期末余额	2,169.06	1,411.25	1,447.79	1,137.42
取得进销存数据的经销商销售收入占经销收入比例	81.42%	69.85%	70.59%	68.08%
经销商期后回款占期末经销商应收账款余额比例	72.26%	98.89%	100.00%	100.00%
经销商退换货金额占经销收入比例	0.43%	1.04%	0.69%	0.78%

经核查，我们认为，公司经销商各期末应收账款的期后回款情况良好，不存在大额异常退换货的情况，各期末不存在压货行为，期末结存产品期后销售情况良好，基本实现了最终销售。

2. 对部分经销客户期末库存较大对应原因真实性的核查方法，相关库存较大的经销商期后回款、退货、采购情况

对部分经销客户期末库存较大的情形，主要执行了如下核查程序：

(1) 获取期末库存较大的主要经销客户期后进销存确认表，检查其期后的采购和终端销售情况；

(2) 获取此类客户的期后回款统计表和退换货明细，检查期后回款情况和退换货情况；

(3) 对公司相关业务人员进行访谈，了解此类经销客户期末库存较大的原因及合理性；

(4) 对此类经销客户进行访谈，了解其期末库存较大的原因以及期后销售的完成情况；

(5) 对此类经销客户提到的原因，通过查询当地政府公告、新闻或上市公司年报等公开信息对真实性进行复核。

上述期末库存较大的经销客户在 2021 年 12 月 31 日的库存数量、2022 年 1-6 月采购数量、对外销售数量，以及 2021 年末应收账款余额和期后回款情况、退货金额、采购情况如下：

单位：台、万元

经销商	2021 年 末库存 数量	2022 年 1-6 月采 购数量	2022 年 1-6 月对 外销售 数量	2021 年 末应收 账款余 额	期后回 款金额	退货 金额	期后采 购金额	期后回 款比例
EGYPCO IMPORT CO.,	2,924	3,217	4,967				278.81	
Jerton Industrial Sales Corporation	1,990	4,103	5,642				649.37	
Limited Liability Company TechTorg	2,322		1,904	198.13	198.13			100.00%
ELEKTROAVTOMATIKA Co., Ltd.	900	727	1,245	20.33	20.33		129.26	100.00%
文山市无极农机经贸有限责任公司	391	1,673	1,748	6.00	6.00	5.69	395.40	100.00%
南宁市秋璐商贸有限公司	425	1,687	1,854	90.54	90.54	2.24	453.22	100.00%
郑州田野机械销售有限公司	190	1,136	1,130	4.16	4.16	1.16	247.85	100.00%

注：期后回款金额、退货金额、期后采购金额统计期间均为 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 9 月 30 日

经核查，我们认为，公司各期末库存较大的主要经销客户在期末的库存量相比各期其向公司采购量较小，不存在期末有大额库存的情形，各期末库存在期后基本实现了最终销售，各期末应收账款期后回款情况良好，不存在大额异常退换货的情形，各期末不存在压货行为，其期末库存相对较大系市场原因、采购策略等因素导致，具有真实性和合理性。

（三）针对公司境外 ODM 客户终端销售真实性采取的相关核查方法、核查过程、核查证据、核查比例及核查结论，相关核查证据能否支撑核查结论

ODM 模式下，品牌委托方在交易链条中居于中心位置，拥有自有品牌和自有商业渠道，根据自身商业决策组织分工采购，自行对其商业决策行为承担责任。公司的境外客户为 ODM 定制化生产为主，为买断式销售，非质量问题客户不可退货，客户是否实现其对终端客户的销售不影响公司对该客户收入的确认。由于 ODM 客户出于其自身商业考量，抵触公司及我们获取其销售数据或与其下游客户进行接触，因此无法获取 ODM 客户进销存数据及其下游客户的相关信息。

针对境外 ODM 客户终端销售，实施了以下主要核查程序：

1. 访谈公司销售负责人、财务负责人，了解公司境外销售模式、销售合同的签订过程及执行情况、境外销售收入的确认政策、境外销售产品资质认证等；

2. 获取与境外客户签订的销售合同、报关单、提单、产品出库单、银行回单等内外部凭据，对公司境外销售与收款内部控制的运行有效性进行穿行测试和控制测试；

3. 选取报告期内的主要境外 ODM 客户进行函证，各期外销 ODM 客户函证确认金额占各期境外 ODM 客户销售收入的比例分别为 93.62%、95.36%、80.50%和 84.63%，对于未能回函的客户执行替代程序；

4. 获取境外 ODM 客户各期末应收账款明细及期后回款统计表，检查境外 ODM 客户期后回款情况，截至 2022 年 9 月 30 日，报告期各期末境外 ODM 客户应收账款期后回款比例为 100.00%、100.00%、99.96%和 78.58%；

5. 对报告期内主要境外 ODM 客户进行视频询问（因受疫情影响无法实地走访），核查公司与主要客户的合作历史、销售内容、客户对所采购产品的使用情况以及是否存在关联关系；报告期内，被访谈的境外 ODM 客户收入占境外 ODM 客户收入的比例分别为 71.28%、73.75%、70.03%和 76.50%；

6. 取得公司海关报关数据、出口退税数据、外汇账户银行流水等，将相关数据与公司境外销售金额对比，多维度验证公司境外销售收入的准确性、真实性；

7. 取得境外主要 ODM 客户的中信保报告，核查公司存续状态、成立时间、注册国家、注册资本、主要股东、员工人数和业务规模等信息（如有）；

8. 对主要 ODM 客户销售情况与其经营规模匹配性进行分析。

经核查，我们认为，公司境外 ODM 客户终端销售具有真实性，主要 ODM 客户销售情况与其经营规模具有匹配性。

（四）区分境内外销售，分层说明不同销售模式下各期不同收入层级客户对收入增长的贡献程度，在客户数量较大的情形下，中介机构对各期收入增长及其真实性的核查方法及其充分性

1. 区分境内外销售，不同销售模式下各期不同收入层级客户对收入增长的贡献程度

报告期各期公司主营业务收入分别为 50,584.92 万元、64,175.10 万元、77,088.24 万元和 33,213.00 万元，2022 年 1-6 月相较于 2021 年同期主营业务收入减少 4,499.85 万元，2021 年相较于 2020 年主营业务收入增长 12,913.14 万元，2020 年相较于 2019 年主营业务收入增长 13,590.19 万元。结合境内外客

户销售金额，按当年销售额“500 万元以上”、“250 万至 500 万元”、“50 万元至 250 万元”及“50 万元以下”将客户层级分为四层，不同销售模式下不同收入层级客户对收入增长的贡献程度具体情况如下：

(1) 境外销售

1) 不同销售模式下不同收入层级客户对收入增长的贡献程度表

单位：万元

销售模式	销售规模	2022 年 1-6 月相较于 2021 年同期销售变动额	2022 年 1-6 月相较于 2021 年同期增长贡献占比	2021 年相较于 2020 年销售变动金额	2021 年相较于 2020 年增长贡献占比	2020 年相较于 2019 年销售变动金额	2020 年相较于 2019 年增长贡献占比
直销	50 万元以下	-265.78	-5.91%	-95.79	-0.74%	308.50	2.27%
直销	50 万元至 250 万元	-658.94	-14.64%	618.99	4.79%	662.90	4.88%
直销	250 万元至 500 万元	-1,685.25	-37.45%	545.23	4.22%	-235.97	-1.74%
直销	500 万元以上	1,856.15	41.25%	10,133.75	78.48%	8,720.37	64.17%
小 计		-753.82	-16.75%	11,202.18	86.75%	9,455.80	69.58%
经销	50 万元以下	-33.23	-0.74%	-169.90	-1.32%	129.56	0.95%
经销	50 万元至 250 万元	-143.77	-3.20%	-190.98	-1.48%	47.43	0.35%
经销	250 万元至 500 万元	859.69	19.10%	-994.56	-7.70%	1,858.91	13.68%
经销	500 万元以上	-1,857.43	-41.28%	2,091.86	16.20%	309.29	2.28%
小 计		-1,174.75	-26.11%	736.41	5.70%	2,345.20	17.26%
合 计		-1,928.56	-42.86%	11,938.59	92.45%	11,801.00	86.83%

注：增长贡献占比=业务收入增长额/该年度主营收入增长总额

2) 不同销售模式下不同收入层级客户数量表

单位：家

销售模式	销售规模	2022 年 1-6 月发生交易往来的客户数量	2021 年度发生交易往来的客户数量	2020 年度发生交易往来的客户数量	2019 年度发生交易往来的客户数量
直销	50 万元以下	49.00	63.00	67.00	62.00
直销	50 万元至 250 万元	38.00	50.00	50.00	47.00
直销	250 万元至 500 万元	5.00	16.00	15.00	15.00

直销	500 万元以上	9.00	22.00	17.00	14.00
小 计		101.00	151.00	149.00	138.00
经销	50 万元以下	13.00	10.00	13.00	13.00
经销	50 万元至 250 万元	16.00	19.00	18.00	22.00
经销	250 万 元 至 500 万元	6.00	6.00	9.00	5.00
经销	500 万元以上		8.00	5.00	5.00
小 计		35.00	43.00	45.00	45.00
合 计		136.00	194.00	194.00	183.00

由上表可见，境外销售收入中对公司主营业务收入增长贡献程度最大的为当年销售额 500 万元以上的客户，该部分客户亦相对比较集中。

(2) 境内销售

1) 不同销售模式下不同收入层级客户对收入增长的贡献程度表

单位：万元

销售模式	销售规模	2022 年 1-6 月相较于 2021 年同期销售变动额	2022 年 1-6 月相较于 2021 年同期增长贡献占比	2021 年相较于 2020 年销售变动金额	2021 年相较于 2020 年增长贡献占比	2020 年相较于 2019 年销售变动金额	2020 年相较于 2019 年增长贡献占比
直销	50 万元以下	-72.75	-1.62%	-249.65	-1.93%	14.61	0.11%
直销	50 万元至 250 万元	361.67	8.04%	-349.01	-2.70%	170.59	1.26%
直销	250 万 元 至 500 万元	-569.40	-12.65%	1,292.34	10.01%	390.97	2.88%
直销	500 万元以上	1,050.90	23.35%	2,167.09	16.78%		
小 计		770.43	17.12%	2,860.76	22.15%	576.17	4.24%
经销	50 万元以下	-408.72	-9.08%	-805.76	-6.24%	-27.56	-0.20%
经销	50 万元至 250 万元	-770.37	-17.12%	-1,372.81	-10.63%	947.73	6.97%
经销	250 万 元 至 500 万元	-420.91	-9.35%	725.63	5.62%	-104.53	-0.77%
经销	500 万元以上	-1,741.71	-38.71%	-433.28	-3.36%	397.37	2.92%
小 计		-3,341.72	-74.26%	-1,886.21	-14.61%	1,213.02	8.93%
合 计		-2,571.28	-57.14%	974.55	7.55%	1,789.19	13.17%

注：增长贡献占比=业务收入增长额/该年度主营收入增长总额

2) 不同销售模式下不同收入层级客户数量表

单位: 家

销售模式	销售规模	2022 年 1-6 月发生交易往来的客户数量	2021 年度发生交易往来的客户数量	2020 年度发生交易往来的客户数量	2019 年度发生交易往来的客户数量
直销	50 万元以下	51.00	69.00	138.00	233.00
直销	50 万元至 250 万元	10.00	12.00	14.00	14.00
直销	250 万元至 500 万元		5.00	2.00	1.00
直销	500 万元以上	1.00	2.00		
小 计		62.00	88.00	154.00	248.00
经销	50 万元以下	360.00	376.00	379.00	399.00
经销	50 万元至 250 万元	12.00	38.00	48.00	46.00
经销	250 万元至 500 万元	2.00	5.00	3.00	3.00
经销	500 万元以上		3.00	4.00	4.00
小 计		374.00	422.00	434.00	452.00
合 计		436.00	510.00	588.00	700.00

由上表可见,境内销售收入中对公司主营业务收入增长贡献程度较大的主要为当年销售额 50 万元至 250 万元、250 万元至 500 万元、500 万元以上三个层级的客户,该部分客户数量亦相对比较集中。

2. 在客户数量较大的情形下,中介机构对各期收入增长及其真实性的核查方法及其充分性

报告期各期,与公司发生交易往来的客户数量分别为 883 家、782 家、704 家和 572 家,客户数量相对较多,但销售规模 50 万元以下客户数量占比分别为 80.07%、76.34%、73.58%和 82.69%,而其收入增长贡献占比较低,增长贡献程度最大的为当年销售额 250 万元至 500 万元、500 万元以上两个层级的客户,该两个层级的客户数量在总客户数量中占比分别为 5.32%、7.03%、9.52%和 4.02%,具有一定的客户集中度。报告期内,对公司收入增长及真实性实施的主要核查方法如下:

(1) 对公司财务总监、销售负责人等管理人员进行访谈,了解公司生产经营

模式、销售模式、销售流程、收入确认原则及了解公司的销售与收款内部控制的设计评价内部控制设计是否有效，执行控制测试，评价内部控制运行有效性；

(2) 取得公司主要客户业务合同，了解公司收入确认时点，了解公司与主要客户的业务合同执行情况，以及对不同客户销售变化的相关原因；

(3) 对于内销收入，采取抽样方式，检查大额销售合同、发票、出库单、物流单及签收记录等；对于外销收入，获取国家外汇管理局出口电子数据或电子口岸数据并与账面记录核对、以抽样方式检查大额销售合同、出口报关单、货运提单等支持性文件；对保税区销售收入，以抽样方式检查报关单、签收记录等，具体核查情况如下：

单位：万元

项 目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
营业收入	33,310.65	77,319.80	64,382.53	50,744.99
细节测试金额	25,028.85	57,488.80	44,875.82	36,124.62
细节测试占比	75.14%	74.35%	69.70%	71.19%

(4) 对资产负债表日前后确认的营业收入实施截止测试，评价营业收入是否在恰当期间确认，具体核查比例情况如下：

单位：%

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	资产负债 表日前一 个月	资产负债 表日后一 个月	资产负债 表日前一 个月	资产负债 表日后一 个月	资产负债 表日前一 个月	资产负债 表日后一 个月	资产负债 表日前一 个月	资产负债 表日后一 个月
核查比例	71.27	82.47	73.59	73.11	69.98	63.21	77.96	73.33

(5) 对报告期内主要客户进行函证，函证内容包括各期间交易金额、各期末应收账款、预收款项余额等。对未回函或回函有差异的客户，实施包括检查与销售有关的文件、检查期后回款，检查差异形成的原因以测试和验证收入的真实性，具体函证情况如下：

单位：万元

项 目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
营业收入	33,310.65	77,319.80	64,382.53	50,744.99
函证金额	30,247.66	62,752.56	57,381.34	44,558.38

发函比例	90.80%	81.16%	89.13%	87.81%
回函可确认金额[注 1]	25,604.69	56,617.37	56,056.00	43,602.85
回函比例[注 2]	84.65%	90.22%	97.69%	97.86%

[注 1]回函可确认金额包含回函相符及已确认回函不符系时间性差异金额

[注 2]回函比例=回函可确认金额/发函金额

(6) 对报告期内主要客户进行实地走访或视频询问（受疫情影响，部分客户采取视频形式询问），了解其基本情况和经营状况、与公司之间的交易情况、合作模式等，了解主要客户与公司及其股东、董事、监事、高级管理人员之间是否存在关联关系，具体核查情况如下：

单位：万元

项 目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
营业收入	33,310.65	77,319.81	64,382.53	50,744.99
走访或视频询问客户覆盖的销售金额	23,499.69	51,356.20	44,903.01	34,995.65
走访或视频询问覆盖收入占比	70.55%	66.42%	69.74%	68.96%

(7) 检查公司主要客户应收账款期后回款情况；

(8) 对营业收入及毛利率按产品、模式等实施实质性分析程序，核查是否存在重大或异常波动。

经核查，我们认为：

公司各期收入增长具有真实性，对各期收入增长及其真实性实施的核查方法是充分的。

五、关于第三方回款

请发行人说明外销回款中，受外汇管制/限制影响委托其他方付款的占比情况，相关客户持续合作情况，后续合作和回款的风险，客户的关联方代为付款和客户的商业合作伙伴代为付款的变化情况。

请保荐人、发行人律师和申报会计师发表明确意见，说明对于第三方回款中如何判定支付方与客户的关系及其准确性。（意见落实函问题 5）

（一）外销回款中，受外汇管制/限制影响委托其他方付款的占比情况

报告期内，外销回款中受外汇管制/限制影响委托其他方付款的占比情况如下：

单位：万元

项 目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
外销第三方回款金额	5,798.83	10,411.50	10,462.05	7,329.88
外汇管制/限制影响委托其他方付款	5,338.54	8,679.51	7,690.69	6,388.24
占 比	92.06%	83.36%	73.51%	87.15%

报告期内，公司外销回款中受外汇管制/限制影响委托其他方付款的金额分别为 6,388.24 万元、7,690.69 万元、8,679.51 万元和 5,338.54 万元，占各期外销第三方回款金额的比例分别为 87.15%、73.51%、83.36%和 92.06%。

（二）相关客户持续合作情况，后续合作及回款风险

1. 相关客户持续合作情况及目前合作情况

外销回款中受外汇管制/限制影响委托其他方付款主要客户报告期内持续合作及后续合作情况如下：

单位：万元

受外汇管制/限制影响委托其他方付款主要客户	国家	当期第三方回款金额				报告期内是否持续合作	2022 年下半年是否合作
		2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度		
ELEKTROAVTOMATIKA Co.,Ltd.	乌克兰	101.12	384.96	521.64	899.44	是	是
SABZ KOOSH NEGIN CO.,LTD	伊朗	2,152.93	2,224.98	1,057.25	564.88	是	是
SPART SISTEM Co.,Ltd	乌兹别克斯坦	354.06	765.25	845.60	421.55	是	是
PISHROSAZANE ARAK COP, CO.	伊朗	309.49	216.68	[注 1]	418.75	是	是
OOO SNV KARGO	俄罗斯	1,061.63	794.45	694.13	316.86	是	是
ADVANCE CO.LTD	俄罗斯	19.07	479.59	600.15	[注 2]	是	是
KAYHAN MOTOR CO.	伊朗	251.15	521.11	509.15	332.17	是	是

[注 1] PISHROSAZANE ARAK COP, CO. 2020 年末委托其他方付款主要系该客户当年通过昆仑银行股份有限公司向公司付款

[注 2]ADVANCE CO.LTD 2019 年末委托其他方付款主要系该客户于当年 9 月份与公司首次开展合作

2. 后续合作和回款风险

公司与主要客户均保持稳定、持续的合作关系，并建立良好有效的沟通机制。报告期内，公司销售规模快速增长，且下游客户规模不一，较为分散，因此公司在市场开拓、销售过程中尤为重视回款的安全性和及时性，针对涉及第三方回款的销售业务，在合同订单评审、出库及报关出口、付款控制等环节均制定了较为完善的有效内部控制措施。

公司外销结算方式主要包括 L/C（信用证）、T/T（电汇）、D/P（付款交单）。在 L/C 结算方式下，公司发货交单后由开证行在一定期限内进行付款；在 T/T 结算方式下，分为“前 T/T”和“后 T/T”，“前 T/T”下，一般收取全部货款后发货并寄送提单，或收取一定比例定金后发货，发货后支付尾款，全部款项支付后寄送提单；“后 T/T”下，根据不同客户情况，给予客户不超过 180 天的信用期，或在收取一定比例定金的基础上给予客户不超过 180 天的信用期，一般针对小部分合作历史较长、信用较好、交易规模较大的客户如富世华集团、百力通集团等；在 D/P 结算方式下，客户支付全款后由银行将提单交付客户。

对于处于外汇管制/限制国家或地区且属于中信保无法投保区域的客户，公司通常采用 D/P（付款交单）或“前 T/T”方式与该客户进行结算，即先款后货。对于处于外汇管制国家或地区，但属于中信保可投保区域的客户，公司通常采用 D/P（付款交单）、“前 T/T”或“后 T/T”等方式与该客户进行结算，对于可以在中信保进行投保的客户，给予一定时间的信用期。报告期内，部分先款后货的客户在期末有少量应收账款挂账，主要原因为其交易金额较大，公司允许部分合作期限较长、交易规模较大、信用较好的客户因特殊情况申请临时信用额度，如年底码头集装箱数量较为紧张，为保证供应，在未付款时即装船发出，申请该临时信用额度需经过公司领导审批通过。此类情况产生的应收账款金额较小，对公司的经营情况不存在重大影响。此外，近年来，公司持续加强应收账款管理并严格执行内部考核制度，以降低应收账款坏账风险。报告期内，公司应收账款回款情况良好，不存在重大逾期情况。

综上，公司已建立起较为完善的有效内部控制措施，相关客户所在国或地区受外汇管制/限制影响对双方未来合作的回款质量不存在重大影响。

（三）客户的关联方代为付款和客户的商业合作伙伴代为付款的变化情况

1. 报告期内，外销回款中客户存在使用关联方代为付款或商业合作伙伴付款的情况主要原因系：

(1) 客户的关联方代为付款：付款方与客户间存在关联关系，如该客户与付款方为同一集团内公司、多名客户均由该付款方控制、多名客户属于同一实控人控制且该实控人与付款方存在关联关系等；

(2) 客户的商业合作伙伴代为付款：部分客户因结算便捷性、临时性资金周转、汇率差异等原因，通过区域代理公司、专业清关公司、专业付款机构等商业合作伙伴支付货款。

2. 报告期各期，外销第三方回款中客户的关联方代为付款和客户的商业合作伙伴代为付款的变化情况如下：

单位：万元、%

项 目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
客户的关联方代为付款	265.71	4.58	717.39	6.89	1,186.90	11.34	789.01	10.76
客户的商业合作伙伴	194.58	3.36	1,014.60	9.74	1,584.46	15.14	152.63	2.08
小 计	460.30	7.94	1,731.99	16.64	2,771.36	26.49	941.64	12.85
外销第三方回款金额	5,798.83		10,411.50		10,462.05		7,329.88	

(四) 请申报会计师发表明确意见，说明对于第三方回款中如何判定支付方与客户的关系及其准确性

1. 核查程序

(1) 获取主要客户出具的第三方付款确认函，核查相关客户委托支付原因及与支付方之间的关系；

(2) 查询支付方公开网站，了解其公司性质及基本信息；

(3) 询问第三方确认函中覆盖的部分客户，了解第三方确认函真实性及准确性；

(4) 查询第三方回款涉及的主要国家和地区的外汇管理政策，分析第三方回款的必要性和合理性；

(5) 获取公司部分涉外收入申报单，确认境外支付方常驻国家（地区）及外

汇收入真实性；

(6) 获取并核查了外销大额第三方回款的销售合同或订单、出库单、报关单、提单及银行回单等原始单据，核查公司外销第三方回款的真实性；

(7) 查阅公司实际控制人及董监高的关联方调查表，核查公司实际控制人、董监高及其关联方与第三方回款支付方是否存在关联关系；

(8) 核查公司实际控制人及主要亲属、董监高、主要财务人员银行流水，核查其是否与公司客户及第三方付款方存在资金往来；

(9) 通过网络查询，以确认公司报告期内是否存在因第三方回款导致货款归属纠纷情况。

2. 核查结论

经核查，我们认为：

(1) 公司报告期内的上述第三方回款情形具有商业合理性，相关第三方回款真实，不存在虚构交易或调节账龄情形；

(2) 公司及其实际控制人、董监高或其他关联方与相关外销第三方回款客户、付款方不存在关联关系或其他利益安排，也不存在法律纠纷；

(3) 公司相关主要客户与支付方的关系能够得到合理确认/验证。公司第三方回款中支付方与客户关系具有真实性及准确性。

六、关于毛利率

申报材料及审核问询回复显示，报告期内，公司山地丘陵农业机械产品毛利率分别为 18.34%、17.60%和 16.67%，其他动力机械产品毛利率分别为 12.67%、11.93%和 10.33%，均呈下滑趋势。公司称毛利率下滑的原因包括汇率变动和原材料价格上涨，外销客户价格调整具有滞后性等。

请发行人：(1) 结合市场需求、竞争环境、发行人的销售策略和定价策略、原材料价格变动、客户价格调整等因素，分析说明发行人产品销售是否存在毛利率继续下滑的风险。(2) 说明境内直销客户类别，结合分析境内直销业务毛利率与经销业务毛利率差异的合理性，经销商的盈利空间。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。（意见落实函问题 6）

(一) 结合市场需求、竞争环境、公司的销售策略和定价策略、原材料价

格变动、客户价格调整等因素，分析说明公司产品销售是否存在毛利率继续下滑的风险

1. 报告期内，公司产品毛利率变动情况

项 目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	毛利率	毛利率变动	毛利率	毛利率变动	毛利率	毛利率变动	毛利率
山地丘陵农业机械	15.81%	-0.86%	16.67%	-0.93%	17.60%	-0.74%	18.34%
其他动力机械	12.42%	2.09%	10.33%	-1.61%	11.93%	-0.74%	12.67%

由上表可见，报告期内公司产品毛利率整体呈下降趋势，主要原因如下：

(1) 列报口径变化影响

2020 年度公司产品毛利率下降，主要系公司根据新收入准则的规定，将运输费、报关费等作为合同履约成本调整为营业成本列报，导致 2020 年及后续年度毛利率计算营业成本口径和 2019 年存在差异，如剔除运费后公司产品毛利率变动情况如下：

项 目	2021 年度		2020 年度		2019 年度
	剔除运费后毛利率	毛利率变动	剔除运费后毛利率	毛利率变动	毛利率
山地丘陵农业机械	17.58%	-0.82%	18.40%	0.06%	18.34%
其他动力机械	11.48%	-1.50%	12.98%	0.31%	12.67%

由上表可见，剔除新收入准则列报口径影响后，公司 2020 年山地丘陵农业机械产品和其他动力机械产品毛利率较 2019 年分别增加 0.06%和 0.31%，2020 年度不存在毛利率下降的情况。

(2) 2021 年公司产品毛利率下降主要系产品成本受原材料价格上涨及人民币对美元汇率升值影响所致。

2. 2022 年 1-6 月公司产品毛利率情况

项 目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度
	毛利率	毛利率变动	毛利率	毛利率变动	毛利率
山地丘陵农业机械	15.81%	-0.86%	16.67%	-0.93%	17.60%
其他动力机械	12.42%	2.09%	10.33%	-1.61%	11.93%

2022 年 1-6 月，威马农机（无锡）为配合当地疫情防控，存在暂停生产经营的情形，导致当期产品成本上升。如剔除威马农机（无锡）疫情影响后，公司产品毛利率变动如下：

项 目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度
	剔除后毛利率	毛利率变动	剔除后毛利率	毛利率变动	毛利率
山地丘陵农业机械	16.16%	-0.51%	16.67%	-0.93%	17.60%
其他动力机械	13.19%	2.86%	10.33%	-1.61%	11.93%

由上表可知，2022 年 1-6 月山地丘陵农业机械产品毛利率较 2021 年度仅小幅度下降 0.51%，主要系年初美元兑人民币汇率尚处于低位及原材料价格上升所影响。

3. 综合市场需求、竞争环境、公司的销售策略和定价策略、原材料价格变动、客户价格调整等因素分析公司产品销售是否存在毛利率继续下滑的风险

（1）市场需求

国际市场方面，农业机械产品及动力机械产品全球市场需求的平稳增长是公司业务发展的推动力。随着发展中国家工业化和城镇化的快速发展，劳动力短缺和人口老龄化的提升使得农业生产对农业机械的需求越来越明显。欧洲、美洲等相对发达地区虽然农业机械化水平已达较高水平，但其主要以生产大型通用农机设备为主，对山地丘陵等特殊地形地貌的适用性较低，使得山地丘陵农业机械存在持续的市场需求。国内市场方面，我国人均耕地面积小，耕地质量较差，农业发展和粮食安全的压力较大，同时城镇化带来的农村人口的减少和农业劳动力的老龄化，发展农机产业，尤其是山地丘陵农机产业，用技术弥补土地的不足，提高农业机械化水平和单位产出效率需求迫切。

（2）竞争环境

目前全球农业机械制造行业已经形成国际巨头规模化竞争和中小企业细分市场并存的局面。欧美地区形成了约翰·迪尔公司、凯斯纽荷兰公司、爱科公司、克拉斯公司和赛迈道依兹公司五大农机集团，日本则形成了以久保田株式会社为首的四大农机生产巨头。上述企业均是以生产大中型农业机械为主，部分企业生产的中小型农业机械大多无法顺利应用于国内山地丘陵地区。整体上，应用于山地丘陵的农业机械是目前国际国内大型农机生产企业尚未形成优势的细

分领域。其余中小企业专注细分市场、坚持自主产品特色、与国际巨头错位发展，两者形成互补的竞争格局。

报告期各期，公司山地丘陵农业机械类产品销售收入占主营业务收入的比重均在 70%以上，是公司收入的主要来源。公司已经发展成为国内山地丘陵农业机械行业的领先企业。随着我国城市化进程的不断推进，从事农业生产的劳动力数量在不断下降，机械化的农业生产是大势所趋，下游终端对定制化的中、高端山地丘陵农业机械有着较大的需求，公司在山地丘陵农业机械类产品领域竞争优势较为明显。

(3) 销售策略和定价策略

1) 销售策略

① 存量客户维护

公司适时分析现有存量客户销售产品结构，寻找新品合作机会，增加客户合作产品品类。

② 新客户开拓

公司分析重点销售国家及区域，借助自身的配件自制能力和技术研发团队，采取差异化产品定制推广，发展新客户，提升产品在对应国家区域的市场占有率；安排驻外业务人员实地走访国外空白市场国家，调研产品需求，深挖产品在国外市场的销售潜力。

2) 定价策略

公司在定价策略方面，自有品牌业务主要根据公司自有品牌产品的终端售价、市场销售情况、竞争情况等要素由公司与客户协商定价；ODM 业务主要采取成本加上合理利润率的方式由公司与客户采用市场化的方式协商定价。影响该合理利润率的主要因素包括市场同类产品销售价格、公司同类产品利润率水平、客户过往合作历史、重点客户开发与维护、合同规模、汇率变动、结算周期及比例等。

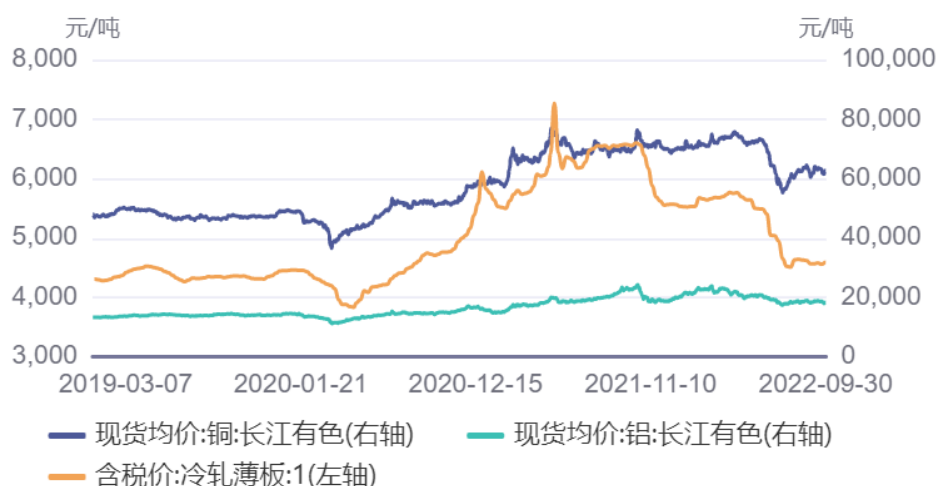
(4) 原材料价格变动

报告期内，与耕整地机械及内燃机产品相关的主要原材料采购价格变动情况如下：

单位：元/件、公斤				
主要原材料	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019

类别							年
	单价	变动率	单价	变动率	单价	变动率	单价
曲轴箱体	94.13	6.67%	88.24	15.97%	76.09	-0.29%	76.31
气缸头	36.40	10.00%	33.09	12.67%	29.37	-0.58%	29.54
飞轮	30.01	7.03%	28.04	7.60%	26.06	-0.53%	26.20
曲轴箱盖	30.41	13.90%	26.70	19.30%	22.38	-0.09%	22.40
消声器总成	23.67	3.27%	22.92	16.23%	19.72	3.68%	19.02
油箱组件	24.73	4.21%	23.73	8.85%	21.80	1.63%	21.45
管材	5.61	-3.94%	5.84	23.21%	4.74	0.42%	4.72
板材	5.16	-6.52%	5.52	32.69%	4.16	3.48%	4.02

2019 年至 2020 年，公司主要原材料采购单价总体平稳。2021 年公司原材料采购单价整体呈增长趋势。公司原材料采购价格受到基材价格波动的影响，主要原材料采用的基材为冷轧薄板、铝、铜，其在 2019 至 2022 年 9 月的大宗商品价格变动走势对比分析如下：



数据来源：同花顺 iFind

2019 年至 2020 年上半年，冷轧薄板、铝、铜价格整体保持相对平稳，2020 年下半年开始出现波动上涨趋势。由于上游主要大宗品价格涨跌不一，叠加向下游原材料供应商为代表的生产端传导的时滞，未对公司 2020 年平均采购价格造

成显著涨价压力。2021 年初以来，由于全球主要经济体政府出台大规模刺激方案，主要经济体中央银行实施超宽松货币政策，全球流动性环境持续处于极度宽松状态，再加上境外疫情明显反弹，供给端仍存在制约因素，上游铜、铝等大宗商品持续上涨，并保持高位波动。大宗商品价格持续上涨趋势传导至下游生产端，导致上述主要原材料 2021 年采购单价较 2020 年呈现较大程度上涨并进一步导致产品成本上升以及产品毛利率下降。

2022 年 1-3 月，冷轧薄板、铝、铜价仍维持高位，随着 2022 年 3 月美国结束量化宽松货币政策，进入加息周期，全球疫情趋于平稳，供需紧张逐步缓解，冷轧薄板、铝、铜价显著回落。

(5) 客户价格调整

公司仅与部分客户在合同中就原材料价格、外汇汇率的波动约定销售价格调整机制。

在实际的商业往来中，公司的价格调整机制主要是公司或客户根据实际生产经营情况提出价格调整要求，双方通过商业谈判进行价格调整。公司在外销业务中，与客户按批次签订销售合同，单批次销售合同的销售价格主要根据商务谈判确定，一价一议，公司可视内外部情况变化及时与客户商讨调整定价，具有较强的应变性。调整报价后，公司与客户按新的价格签订销售合同，新的销售价格在新合同审批流程中予以确认。当汇率及原材料价格等因素波动较大的时候，公司经与客户协商将一定比例的成本变动反映至销售价格中从而传递给下游客户，公司具备一定传递成本上涨风险的能力。

(6) 汇率波动

报告期内，公司外销收入占主营业务收入比例分别为 72.30%、75.38%、78.24% 和 77.04%，公司与境外客户主要结算货币为美元，因此美元对人民币汇率波动直接影响到公司以人民币计价的销售收入及毛利率，2019 年至 2022 年 9 月美元兑人民币的即期汇率变动情况如下图所示：



数据来源：同花顺 iFind

2019 年美元兑人民币汇率于年初小幅下降后，持续上涨至当年 11 月，当年 12 月相对有所回落，全年整体呈上升趋势。2020 年美元兑人民币汇率在年初小幅上涨后，全年持续降低，2020 年平均汇率较 2019 年下降 0.01%。2021 年美元兑人民币汇率继续呈下降趋势，2021 年平均汇率较 2020 年下降 6.47%，从而导致公司外销产品毛利率有所下降。

2022 年 1-3 月汇率相对稳定，自当年 4 月美联储加息后，美元兑人民币汇率大幅上升后保持平稳，截至本说明出具日美元对人民币继续上升至 7.10 附近，持续维持上涨趋势。

综上所述，公司主要产品市场需求较好，竞争优势较为明显，重要客户群体稳定，亦具备一定转移传递成本上涨风险的能力，原材料基材相应的大宗商品价格高位运行后呈逐步下降趋势，同时在美国联储 2022 年 3 月宣布加息后美元兑人民币汇率近期出现上升预期，即影响产品毛利率的不利因素正在或已消除，公司产品销售毛利率继续下滑的风险较低。

（二）说明境内直销客户类别，结合分析境内直销业务毛利率与经销业务毛利率差异的合理性，经销商的盈利空间

1. 直销客户类别

公司境内直销客户分为自有品牌直销客户和 ODM 客户。报告期内，公司境内直销客户按类别划分的收入情况如下：

单位：万元

年 度	自有品牌客户		ODM 客户	
	销售收入	占比	销售收入	占比
2022 年 1-6 月	1,987.90	70.27%	840.88	29.73%
2021 年度	4,180.43	74.95%	1,397.54	25.05%
2020 年度	1,864.70	68.63%	852.51	31.37%
2019 年度	1,323.09	61.80%	817.94	38.20%

2. 境内直销业务毛利率与经销业务毛利率差异的合理性

报告期内，公司境内业务分销售模式毛利率情况如下：

单位：万元

年 度	经销			直销		
	销售收入	占比	毛利率	销售收入	占比	毛利率
2022 年 1-6 月	4,796.24	62.90%	15.48%	2,828.78	37.10%	16.10%
2021 年度	11,195.97	66.75%	17.81%	5,577.97	33.25%	17.23%
2020 年度	13,082.18	82.80%	16.50%	2,717.21	17.20%	17.82%
2019 年度	11,869.16	84.72%	18.00%	2,141.03	15.28%	17.57%

报告期各期，公司境内经销模式毛利率分别为 18.00%、16.50%、17.81%和 15.48%，境内直销模式毛利率分别为 17.57%、17.82%、17.23%和 16.10%，境内经销模式毛利率与直销模式毛利率整体不存在显著差异。进一步拆分按产品分类分析境内不同销售模式下的毛利率及其收入占比情况如下：

销售模式	产品类别	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		毛利率	占比	毛利率	占比	毛利率	占比	毛利率	占比
经销	耕整地机械	14.60%	48.39%	17.78%	66.74%	16.10%	66.54%	17.94%	66.90%
	内燃机	18.49%	12.38%	16.87%	9.22%	16.10%	8.32%	15.61%	8.98%
	田间管理机械	22.08%	13.59%	25.68%	8.73%	18.71%	11.91%	23.44%	10.80%
	排灌机械	10.00%	7.45%	14.09%	4.00%	13.37%	3.51%	12.48%	3.62%

	农用搬运机械	16.59%	1.68%	19.55%	1.78%	20.54%	2.09%	20.05%	2.41%
	发电机组	13.44%	11.99%	10.70%	7.11%	12.19%	4.79%	13.18%	5.28%
	其他	10.73%	4.52%	19.35%	2.41%	25.98%	2.85%	21.85%	2.02%
	经销小计	15.48%	100.00%	17.81%	100.00%	16.50%	100.00%	18.00%	100.00%
直 销	耕整地机械	18.03%	56.12%	18.41%	54.50%	19.23%	25.20%	18.54%	32.64%
	内燃机	10.99%	21.87%	14.54%	27.79%	16.60%	58.80%	17.88%	48.92%
	田间管理机械	25.01%	2.96%	23.54%	2.85%	17.05%	4.69%	23.58%	2.46%
	排灌机械	5.20%	0.53%	17.44%	2.27%	11.09%	0.79%	12.33%	2.84%
	农用搬运机械	20.67%	3.26%	21.93%	3.60%	21.19%	5.32%	15.20%	5.04%
	发电机组	14.47%	0.08%	16.65%	5.13%	15.61%	0.74%	19.18%	4.73%
	其他	14.01%	15.18%	11.55%	3.85%	24.24%	4.46%	4.79%	3.37%
	直销小计	16.10%	100.00%	17.23%	100.00%	17.82%	100.00%	17.57%	100.00%

由上表可知，境内经销模式毛利率与直销模式毛利率整体不存在显著差异，受产品结构、产品市场、客户对象等不同影响，不同年份之间存在小幅变动。直销模式和经销模式下的销售市场和客户对象不同，直销模式客户与经销模式客户不存在直接竞争关系，经销模式下的终端客户是境内的农业生产者，市场也是国内的终端市场，而直销模式下的客户包括整机厂商购买公司产品用作其生产整机产品、境内 ODM 客户用于出口等，公司针对不同类型客户采取市场化的定价政策，略有差异亦具有合理性。

3. 经销商的盈利空间

鉴于直销模式和经销模式下的销售市场和客户对象不同，直销模式客户与经销模式客户不存在直接竞争关系，在此销售策略下，虽然直销模式毛利率与经销模式毛利率差异较小，但不存在直销客户销售冲击经销模式下的市场和客户的情形，对经销模式下的经销商销售定价不存在竞争。

以公司耕整地机械产品在经销模式下的定价为例，报告期内公司耕整地机械的内销直销平均出厂价格约为 2,200.00 元，经销平均出厂价格约为 2,049.00 元，而经销商终端销售定价约为 2,900.00 元左右，溢价率约 40%左右，由此可见经销商具有相应的盈利空间。

（三）核查程序及结论

1. 核查程序

(1) 获取公司产品的主要原材料构成情况，结合主要原材料的采购价格及汇率变动情况、客户价格调整情况，分析山地丘陵农业机械产品毛利率变动的原因及合理性；

(2) 获取公司销售明细表，分析不同系列产品的毛利率情况，与市场需求、竞争情况的匹配性；

(3) 与公司管理层沟通，了解公司对主要产品的销售策略、定价策略和价格调整情况，以及针对原材料价格上涨拟采取的措施；

(4) 获取公司销售明细表，分析报告期内不同销售模式下各类产品的销售数量、销售收入、销售占比和毛利率之间差异的原因及合理性。

2. 核查结论

经核查，我们认为：

(1) 公司主要产品市场需求较好，竞争优势较为明显，重要客户群体稳定，亦具备一定转移传递成本上涨风险的能力，原材料基材相应的大宗商品价格在高位运行后呈逐步下降趋势，同时在美联储 2022 年 3 月宣布加息后美元兑人民币汇率近期出现上升预期，即影响产品毛利率的不利因素正在或已消除，公司产品销售毛利率继续下滑的风险较低。

(2) 公司境内直销业务毛利率与经销业务毛利率差异具有合理性，经销商仍有相应的盈利空间。

七、关于期后业绩情况

根据审核问询回复，2022 年上半年收入 34,210.28 万元，较上年同期下降 9.55%（未经审计，下同），扣非后归母净利润为 3,114.23 万元，较上年同期增加 13.21%。主要影响因素包括俄乌冲突部分客户取消订单，受疫情防控影响无锡子公司存在暂停经营情形。

请发行人：（1）说明各类业务最新的在手订单情况及实施进展，披露 2022 年上半年业绩情况及变化原因，相关不利影响因素是否已经消除。（2）说明 2022 年 1-9 月业绩预计情况，新冠疫情、国际形势对 2022 年业绩的影响，同时更新最新的各类存货期后结转情况及应收款项期后回款的情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。（意见落实函问题 8）

（一）说明各类业务最新的在手订单情况及实施进展，披露 2022 年上半年业绩情况及变化原因，相关不利影响因素是否已经消除

1. 各类业务最新的在手订单情况及实施进展

公司在手订单情况如下：

截止日期	订单数量（万台）	订单金额（万元、不含税）
2022 年 9 月 30 日	5.53	7,484.27

注：以外币计量的订单金额选取该截止日外币兑人民币中间价进行折算

公司目前在手订单金额较为充足，执行情况良好，在手订单涉及的采购、生产、发货等流程进展有序进行。

2. 2022 年 1-6 月业绩情况及同比变动原因

单位：万元

项 目	2022 年 1-6 月	2021 年 1-6 月	变动率
营业收入	33,310.65	37,821.35	-11.93%
毛利	5,177.80	5,369.71	-3.57%
归母净利润	2,824.52	3,322.23	-14.98%
扣非后归母净利润	3,009.50	2,750.80	9.40%

公司已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“六、审计基准日至招股书签署日之间的主要财务信息及经营状况”补充披露如下：

“2022 年 1-6 月营业收入为 33,310.65 万元，同比下降 11.93%；归属于母公司股东的净利润为 2,824.52 万元，同比下降 14.98%；扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润为 3,009.50 万元，同比增长 9.40%。

（1）公司 2022 年 1-6 月收入 33,310.65 万元，较上年同期下降 11.93%，主要影响因素为：

1) 2022 年 2 月 24 日，俄罗斯与乌克兰发生冲突，受此影响，部分客户取消了发往俄罗斯及乌克兰的微耕机、发电机组、水泵等产品订单；

2) 2022 年上半年，国内疫情反复，部分地区受疫情防控影响严重，导致公司内销收入出现下滑。

（2）公司 2022 年上半年归母净利润为 2,824.52 万元，较上年同期下降

14.98%，扣非后归母净利润为 3,009.50 万元，较上年同期增加 9.40%，主要影响因素为：

1) 2022 年上半年，美元兑人民币汇率总体保持稳中有升的态势，公司前期远期结售汇业务形成投资损失，且计入非经常性损益项目列报，因此出现当期扣非后归母净利润较上年同期有所增加，但归母净利润下滑的情形；

2) 2022 年 1 月，公司成立泰国子公司诺威斯动力，目前诺威斯动力尚处于建设期，无收入来源，前期发生的与自身建设相关的筹建及开办费用支出相对较大，2022 年 1-6 月，诺威斯动力净利润-123.23 万元；

3) 为保证公司产品持续竞争力，公司持续加大新产品研发；2022 年 1-6 月相较于上年同期研发费用增加 205.41 万元。

公司 2022 年上半年经营业绩受国内疫情和俄乌冲突的叠加影响，仍然保持稳健经营。上海及周边疫情好转后，子公司威马农机（无锡）已恢复正常生产经营，长三角地区上游配件供应链也已恢复正常；2022 年 5 月以来，俄乌冲突的影响逐渐弱化，原取消订单正逐步恢复。截至本说明出具日，上海及周边地区疫情防控、俄乌冲突相关不利影响因素已经基本消除。

3. 相关不利影响因素消除情况

公司 2022 年上半年经营业绩受国内疫情和俄乌冲突的叠加影响，仍然保持稳健经营。上海及周边疫情好转后，子公司威马农机（无锡）已恢复正常生产经营，长三角地区上游配件供应链也已恢复正常；2022 年 5 月以来，俄乌冲突影响逐渐弱化，原取消订单正逐步恢复。截至本说明出具日，新冠疫情、俄乌冲突相关不利影响因素已基本消除，同时为应对这些不可控因素的影响，公司积极采取了以下主要措施：

(1) 公司积极加强与原有客户的合作，原有客户与公司合作时间较长，对公司的产品种类、质量较为了解，有更强的意愿增加对公司产品的采购，主要大客户如富世华集团、百力通集团、KISANKRAFT LIMITED 等系公司长期合作客户；

(2) 公司持续扩展境外销售网络，凭借可靠的产品质量和良好的信誉提高公司产品在境外的知名度，为公司与潜在客户合作打下良好的基础，深挖亚洲、欧洲地区境外客户，并积极开拓美洲、非洲等市场；

(3) 公司不断挖掘市场需求并完善产品结构,通过市场调研,进行自主研发和技术改造,针对客户个性化需求进行快速响应,拓展市场边界。

(二) 说明 2022 年 1-9 月业绩预计情况,新冠疫情、国际形势对 2022 年业绩的影响,同时更新最新的各类存货期后结转情况及应收款项期后回款的情况

1. 2022 年 1-9 月业绩情况

单位: 万元

项 目	2022 年 1-9 月	2021 年 1-9 月	变动金额	变动比率
营业收入	49,675.11	57,485.60	-7,810.49	-13.59%
扣非后归母净利润	4,892.04	4,181.20	710.84	17.00%

注: 2021 年 1-9 月财务数据未经审计

2022 年 1-9 月营业收入为 49,675.11 万元,同比下降 13.59%;扣非后归母净利润为 4,892.04 万元,同比上升 17.00%。相关主要原因如下:

(1) 新冠疫情及俄乌冲突影响详见本说明七(一)2 之所述;

(2) 2022 年 8 月,受重庆区域持续高温、限电以及区域疫情管控影响,公司依照主管部门规定暂停了生产经营活动,导致营业收入出现下滑;

(3) 2022 年 1 月份,公司成立泰国子公司诺威斯动力,目前诺威斯动力尚处于建设期,无收入来源,前期发生的与自身建设相关的筹建及开办费用支出相对较大。截至 2022 年 9 月 30 日,诺威斯动力的未分配利润为-256.04 万元。

2. 新冠疫情、国际形势对 2022 年业绩的影响

受俄乌冲突影响,部分客户取消了发往俄罗斯及乌克兰的微耕机、发电机组、水泵等产品订单;国内疫情反复,威马农机(无锡)为配合防疫暂停生产经营,长三角地区上游配件供应链出现短缺;重庆地区因持续高温于 2022 年 8 月期间对园区实施拉闸限电导致当月开工不足。该等不可控因素的出现,致使公司营业收入在 2022 年 1-9 月期间出现下滑。

但在有效的疫情防控下,公司面临的新冠疫情影响已基本消除,威马农机(无锡)生产经营、长三角地区上游配件供应链已恢复正常;2022 年 5 月份以来,俄乌冲突影响逐渐减弱,原取消订单正在逐步恢复;与此同时,公司适时主动调整经营策略应对风险,相关生产、销售及经营均已恢复正常。

经测算,2022 年度扣非后归母净利润预计为 6,350.00 万元至 6,700.00 万

元(未经审计或审阅),较2021年度扣非后归母净利润6,002.69万元增加5.80%至11.60%。

3. 各类存货期后结转情况

截至2022年9月30日,报告期内各期末存货期后结转情况如下:

单位:万元、%

时间	项目	存货余额	期后结转金额	期后结转比例
2022年6月30日	原材料	1,807.33	1,099.51	60.84
	库存商品	4,144.46	2,127.01	51.32
	发出商品	666.20	666.20	100.00
	委托加工物资	38.61	38.43	99.53
	周转材料	66.13	20.35	30.77
	自制半成品	238.37	140.43	58.91
	在产品	244.90	234.27	95.66
	合 计	7,206.00	4,326.20	60.04
2021年12月31日	原材料	1,745.37	1,373.50	78.69
	库存商品	5,084.98	4,592.20	90.31
	发出商品	401.41	401.41	100.00
	委托加工物资	190.05	189.89	99.91
	周转材料	68.28	41.96	61.45
	自制半成品	471.53	444.43	94.25
	在产品	281.79	281.26	99.81
	合 计	8,243.42	7,324.65	88.85
2020年12月31日	原材料	1,620.54	1,518.01	93.67
	库存商品	3,669.33	3,604.09	98.22
	发出商品	262.53	262.53	100.00
	委托加工物资	138.69	138.69	100.00
	周转材料	78.05	62.47	80.03
	自制半成品	590.50	583.07	98.74
	在产品	426.74	426.74	100.00

时间	项目	存货余额	期后结转金额	期后结转比例
	合 计	6,786.38	6,595.61	97.19
2019 年 12 月 31 日	原材料	1,129.09	1,060.54	93.93
	库存商品	3,170.25	3,120.05	98.42
	发出商品	222.63	222.63	100.00
	委托加工物资	151.00	151.00	100.00
	周转材料	68.25	56.21	82.35
	自制半成品	448.25	447.66	99.87
	在产品	196.94	196.94	100.00
	合 计	5,386.41	5,255.04	97.56

由上表可见，公司报告期内的各类存货期后结转比例不存在异常情形，各类存货期后消化结转情况良好。

4. 应收款项期后回款情况

截至 2022 年 9 月 30 日，报告期内各期末应收款项期后回款情况如下：

单位：万元、%

时间	应收账款期末余额	期后回款金额	期后回款比例
2022 年 6 月 30 日	13,402.62	9,873.79	73.67
2021 年 12 月 31 日	14,291.97	14,266.46	99.82
2020 年 12 月 31 日	9,981.09	9,981.09	100.00
2019 年 12 月 31 日	6,298.66	6,298.66	100.00

（三）核查程序及结论

1. 核查程序

(1) 获取公司 2022 年 1-6 月、2022 年 1-9 月财务报表和 2022 年度业绩预计相关的财务数据，了解业绩预测过程，分析业绩预测的合理性，并与上年同期数据进行对比分析；

(2) 访谈公司管理层，了解公司主营业务收入下降、归母净利润下降的原因以及公司应对不利因素的措施；

(3) 获取公司最新在手订单情况，对公司在手订单情况进行分析；

(4) 取得公司报告期内存货期后结转明细表，复核期后结转情况，结合成本结转情况分析各期存货结转比例是否存在异常；

(5) 获取期末应收账款明细表及期后回款统计表，检查期后回款情况。

2. 核查结论

经核查，我们认为：

(1) 公司目前在手订单金额较为充足，执行情况良好，在手订单涉及的采购、生产、发货等流程进展有序进行；

(2) 截至本说明出具日，新冠疫情、俄乌冲突相关不利影响因素已基本消除，公司 2022 年 1-9 月业绩符合实际情况，新冠疫情、国际形势对 2022 年业绩的影响可控；

(3) 截至 2022 年 9 月 30 日，公司报告期内的各类存货期后结转比例不存在异常情形，各类存货期后消化结转情况良好；

(4) 截至 2022 年 9 月 30 日，公司报告期内应收账款回款比例为 100.00%、100.00%、99.82%和 73.67%，回款比例较高。

专此说明，请予察核。



中国注册会计师：

十字一



中国注册会计师：

宋军



二〇二二年十一月二十日