



关于苏州百胜动力机器股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市
审核中心意见落实函的回复

保荐机构（主承销商）



（南昌市红谷滩新区红谷中大道 1619 号南昌国际金融大厦 A 栋 41 层）

深圳证券交易所：

贵所于 2022 年 12 月 15 日出具的《关于苏州百胜动力机器股份有限公司申请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〕011130 号）（以下简称“意见落实函”）已收悉，中航证券有限公司作为苏州百胜动力机器股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的保荐机构（主承销商），会同发行人、发行人律师北京海润天睿律师事务所及申报会计师容诚会计师事务所（特殊普通合伙）对意见落实函所列问题认真进行了逐项落实。

如无特别说明，本意见落实函回复中的简称或名词的释义与招股说明书（申报稿）中的相同。

意见落实函所列问题	黑体（加粗）
对问题的回复	宋体、Arial
对招股说明书等文件的修改、补充	楷体（加粗）

目 录

目 录	2
1.关于所处行业的发展趋势	3
2.关于经销核查	8
3.关于毛利率.....	37
4.关于销售费用	52

1. 关于所处行业的发展趋势

申报材料与前次审核问询回复显示：

(1) 发行人舷外机产品以汽油舷外机为主。

(2) 相较于汽油舷外机，柴油舷外机燃烧更加充分，能减少 CO₂ 约 45% 的排放量和有害气体 CO 的排放，燃油安全性更高、油耗更好，因此在商业用途、政府执法和国防建设等领域有很好的发展前景。

请发行人说明：

(1) 发行人主营产品未包括柴油舷外机的原因，发行人产品结构与雅马哈、宾士域集团存在的差异及合理性。

(2) 汽油舷外机产品相较于柴油舷外机产品的优劣势，二者未来的发展趋势；汽油舷外机是否存在被替代的风险，如存在，请说明对发行人的影响。

请保荐人发表明确意见。

回复：

一、发行人主营产品未包括柴油舷外机的原因，发行人产品结构与雅马哈、宾士域集团存在的差异及合理性

(一) 发行人主营产品未包括柴油舷外机的原因

1、汽油舷外机为全球舷外机消费市场主流机型，发行人聚焦汽油舷外机，行业龙头雅马哈发动机、宾士域集团亦是如此

舷外机按燃料类型分为汽油舷外机、柴油舷外机及电动舷外机，全球舷外机消费市场主流机型为汽油舷外机，汽油舷外机全球市场份额占比高且较为稳定，并广泛应用于水上娱乐运动、渔业捕捞、水上交通、应急救援、海岸登陆、海事巡逻等场景。根据 GMI 报告，2021 年汽油舷外机、柴油舷外机及电动舷外机的全球市场规模分别为 80.77 亿美元、10.83 亿美元及 7.47 亿美元，占比分别为 81.53%、10.93%及 7.54%；预计到 2030 年，汽油舷外机、柴油舷外机及电动舷外机的全球市场规模分别为 128.13 亿美元、18.36 亿美元及 13.26 亿美元，占比分别为 80.21%、11.49%及 8.30%。

舷外机作为船用配套设备，主要配套于中小型船舶，在休闲垂钓、休闲航海、休闲水上运动等娱乐领域的需求量最大，同时也应用到渔业捕捞、水上交通、应急救援、海岸登陆、海事巡逻等领域，市场消费者较为关注舷外机的价格、重量、振动、噪音等综合因素。相较于柴油舷外机，汽油舷外机具有性价比高、安装维护方便、结构紧凑、重量轻、振动噪声小等优势，使其成为全球舷外机消费市场的主流机型，具体而言：（1）柴油舷外机主要系通过高压压缩比将缸内压力和温度大幅提升，实现柴油的压燃（自燃），燃烧温度更高、压力更大，故柴油舷外机对发动机机体强度要求较高，通常其结构厚重，零部件主要采用铸铁材料而非轻质铝合金，导致柴油舷外机重量大、制造成本高，因而销售价格更高。（2）由于柴油舷外机采用压燃点火方式且压缩比较高，导致柴油舷外机振动噪音明显大于汽油舷外机；同时，柴油舷外机最大工作转速为 4,000 转/分左右，而汽油舷外机可达到 6,000 转/分，轻载条件下应用汽油舷外机的船速更高。（3）柴油舷外机虽能减少 CO₂ 和有害气体 CO 的排放量，但在燃烧过程中会排放颗粒物等有害物质，会对环境造成污染并危害身体健康。

汽油舷外机是全球舷外机消费市场的主流机型，市场空间广阔，因此公司成立以来优先战略聚焦于汽油舷外机市场，大力发展汽油舷外机产品。报告期内，公司汽油舷外机产品收入占舷外机收入的比例较高，分别为 99.33%、99.64%、97.09%及 97.37%，与全球舷外机市场需求结构较为一致。行业龙头企业雅马哈发动机、宾士域集团产品结构亦是以汽油舷外机为主。

2、柴油舷外机以大马力为主，主要为商业、军事和政府执法等用途，全球以柴油舷外机为主的公司为 OXE Marine（OXE.ST）和 COX Marine。发行人自 2021 年开始逐步布局柴油舷外机，大马力柴油舷外机已列入公司新品研发计划，有望在未来 2 年内推出市场

由于柴油能量密度高且挥发性小，常温常压下不易被点燃，较为安全，因此柴油舷外机在商业、军方和政府执法等领域有一定应用，具有一定市场空间。柴油舷外机制造成本相对较高但油耗成本相对较低，因此柴油舷外机主要以大马力机型为主，如柴油舷外机主要国际品牌 OXE 柴油舷外机和 COX 柴油舷外机，其产品均主要为大马力舷外机（200 马力以上）。根据公开披露的年报信息显示，2021 年度 OXE Marine（OXE.ST）和 COX Marine 销售额分别约为 7,500 万元

和 4,500 万元，规模较小。

公司在汽油舷外机行业内深耕十余年，随着市场地位的提升、技术研发经验的积累，公司已逐步进入柴油舷外机领域。为满足军方及政府机构等潜在客户需
求，公司自 2021 年起代理销售 OXE 柴油舷外机，并开始自主研发大马力柴油
舷外机，未来 2 年有望实现自有品牌大马力柴油舷外机的量产和销售。截至 2022
年 11 月 30 日，公司正在实施的柴油舷外机相关研发项目情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	项目研发内容、 拟达到目标	技术水 平	立项时间	目前 进展 状态	计划完 成时间	研发 预算	已投入 金额
1	多燃料舷 外机的研 发	创新开发，拥有自 主知识产权多燃 料舷外机，达到客 户特殊使用要求	国内先进	2021/2	样机 试验 阶段	2023/6	622.00	494.91
2	大马力柴 油舷外机 的研发	基于国内性价比 高的车用柴油机， 改造发动机辅件 和电控系统以满 足舷外机需求，设 计全新的传动系 统，完成全部本土 化设计	国内先进	2020/11	图纸 设计	2024/12	1,861.00	470.00

（二）发行人产品结构与雅马哈发动机、宾士域集团存在的差异及合理性

按燃料类型划分，公司舷外机产品结构与雅马哈发动机、宾士域集团一致，均以汽油舷外机为主，不存在明显差异。报告期内，公司汽油舷外机收入占舷外机收入的比例分别为 99.33%、99.64%、97.09%及 97.37%，为公司主要舷外机产品类型。根据宾士域集团旗下水星品牌舷外机官方网站介绍，宾士域集团舷外机产品主要为汽油舷外机产品，仅展示了一款 175 马力的直喷式柴油舷外机产品，该产品仅在浅水区域这一特定场所使用。根据雅马哈发动机官方网站介绍，雅马哈发动机的舷外机产品均为汽油舷外机产品。

按产品马力划分，公司目前产品结构以汽油小马力为主，而雅马哈发动机、宾士域集团产品结构则均以中大马力汽油舷外机为主，主要原因系：（1）国内舷外机行业的发展起步较晚，舷外机产品技术壁垒较高，大马力较小马力产品技术能力和研发成本投入要求更高；（2）关键零部件的国内产业链配套能力薄弱，且

大马力较小马力产品对供应商的配套能力要求更高；基于此，为降低经营风险，包括发行人在内的国内同行均会优先选择从研制中小马力舷外机产品开始，随着企业研发能力不断积累、经营规模和资金实力以及品牌影响力有所提升后，再逐步研制中大马力舷外机产品。因此，公司现阶段舷外机产品马力结构与雅马哈发动机、宾士域集团存在差异具有合理性，符合行业发展规律。

2019 年至 2022 年（预测），发行人中大马力舷外机销售金额及占舷外机销售收入的比重稳步上升，2019-2022 年销售金额复合增长率预计将超过 95%，销售占比将从 2019 年的 9.25% 增长至 2022 年的 34.01%，体现出发行人整体技术实力及品牌影响力的提升。同时，发行人不断加大中大马力舷外机产品的研发投入，在中大马力舷外机市场持续发力，不断优化产品结构，预计在中大马力领域的市场份额将快速提高，逐步缩小与国际品牌的差距。

单位：亿元

马力分类	复合增长率	2022 年（预测）		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
小马力	14.70%	2.57	65.99%	2.66	89.47%	1.82	91.71%	1.71	90.75%
中马力	94.36%	1.28	32.72%	0.28	9.55%	0.16	8.29%	0.17	9.25%
大马力	72.78%	0.05	1.29%	0.03	0.97%	-	-	-	-
中大马力小计	96.89%	1.33	34.01%	0.31	10.52%	0.16	8.29%	0.17	9.25%
整体合计	27.55%	3.90	100%	2.97	100%	1.98	100%	1.88	100%

注：发行人大马力舷外机为代销的 OXE 柴油舷外机产品。大马力销售数量和销售金额的复合增长率用 2022 年（预测数）同比增长率代替计算。

二、汽油舷外机产品相较于柴油舷外机产品的优劣势，二者未来的发展趋势；汽油舷外机是否存在被替代的风险，如存在，请说明对发行人的影响

相较于柴油舷外机，汽油舷外机具有性价比高、结构紧凑、重量轻、振动噪声小、安装维护方便等明显优势，但在载重量、油耗、特殊领域的安全性上存在一定劣势。汽油舷外机的具体优劣势情况如下表所示：

项目	具体内容
优势	①性能优势。由于汽油机压缩比较低，转速高，燃烧方式为火花塞点燃式均质混合气燃烧，燃烧柔和，振动噪音均较小； ②成本优势。由于汽油机爆发压力和燃烧温度相比柴油机相对较低，可采用铝合金作为主要制造材料，且加工工艺成本相对较低，；而柴油机采用

	高压共轨燃油喷射，喷油系统较为昂贵，而汽油机则以低压喷射为主。因此汽油机整体成本相对较低，同马力汽油舷外机销售单价低于柴油舷外机，例如 OXE200 马力柴油舷外机国内零售价为 34.50 万元/台左右，雅马哈 200 马力汽油舷外机约为 7.80-12.00 万元/台左右； ③重量和体积优势。由于汽油机爆发压力和燃烧温度相比柴油机相对较低，可采用铝合金作为主要制造材料，因此汽油舷外机重量轻、体积更小，便于安装和拆卸。
劣势	①载重量方面。汽油舷外机的扭矩小，载重量相对较小； ②安全性、排放、油耗方面。汽油舷外所使用的燃料汽油易燃易爆，不便于存储，对于军事领域等特殊用途安全性较低。相比于柴油舷外机，汽油舷外机燃烧相对不充分，CO₂ 和 CO 的排放相对较高。柴油的能量密度约为汽油能量密度的 1.1-1.2 倍，而且柴油机压缩比和空燃比均比汽油机高，因此热效率较高，油耗低，长期使用燃料成本相对较低。

汽油舷外机主要应用于水上娱乐运动、渔业捕捞、水上交通、应急救援、海岸登陆、海事巡逻等，且伴随着全球水上运动的不断盛行，中长期来看汽油舷外机仍会作为舷外机领域的主流产品、保持稳步发展。根据 GMI 报告，2030 年全球汽油舷外机市场规模将达到 128.13 亿美元，占全球舷外机市场规模的比重为 80.21%。

而柴油舷外机主要应用于军事和政府执法等用途，可满足特殊领域需求，未来仍将具有一定市场空间。根据 GMI 报告，2030 年全球柴油舷外机市场规模将达到 18.36 亿美元，占全球舷外机市场规模的比重为 11.49%。

综上所述，汽油舷外机和柴油舷外机应用领域有所不同，二者不存在相互替代关系，未来将保持同步发展趋势，汽油舷外机不存在被柴油舷外机替代的风险。

三、中介机构核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，保荐机构履行了如下核查程序：

1、查阅发行人所处行业相关行业研究报告、公开市场数据、同行业上市公司公告等资料；查阅发行人报告期内舷外机产品结构收入情况；

2、访谈发行人管理层，了解发行人主营产品结构情况、汽油舷外机与柴油舷外机的优劣势情况及发展趋势；查阅雅马哈、宾士域集团官网的产品信息、年度报告等资料；

3、获取发行人在研项目立项报告等文件，了解发行人在研项目情况；

4、查阅和比对 OXE 柴油舷外机国内零售价和雅马哈汽油舷外机产品零售价情况；

5、查阅了发行人与军方合作的供货合同、交易凭证、资质证书等资料。

（二）核查结论

经核查，保荐机构认为：

1、汽油舷外机是全球舷外机消费市场的主流机型，市场空间广阔，因此公司成立以来优先战略聚焦于汽油舷外机市场，大力发展汽油舷外机产品。柴油舷外机以大马力为主，主要应用于军事和政府执法等用途，公司正逐步布局大马力柴油舷外机。按燃料类型划分，公司舷外机产品结构与雅马哈发动机、宾士域集团一致，均以汽油舷外机为主，不存在明显差异；按产品马力划分，雅马哈发动机、宾士域集团产品结构均以中大马力舷外机为主，公司目前产品结构以小马力为主，产品结构存在差异具有合理性。

2、相较于柴油舷外机，汽油舷外机具有性价比高、结构紧凑、重量轻、振动噪声小、安装维护方便等明显优势，但在载重量、油耗、特殊领域的安全性上存在一定劣势。汽油舷外机和柴油舷外机应用领域有所不同，二者不存在相互替代关系，未来将保持同步发展趋势，汽油舷外机不存在被柴油舷外机替代的风险。

2.关于经销核查

申报材料与前次审核问询回复显示：

（1）发行人产品终端客户以个人消费者为主，较为分散。报告期内，中介机构对终端用户的核查数量为 146 人，金额 124.22 万元。

（2）进销存核查显示，报告期内，发行人向 RECAMBIOS 的销售收入分别为 1,035.02 万元、1,300.63 万元、3,562.03 万元和 3,280.11 万元，RECAMBIOS 期末存货金额分别为 362.94 万元、1,127.78 万元、717.41 万元和 3,032.21 万元；对 PT. Era Usaha Mandiri 的销售收入分别为 226.05 万元、130.16 万元、273.21 万元和 404.85 万元，PT. Era Usaha Mandir 期末存货金额分别为 92.24

万元、101.51 万元、84.51 万元和 336.94 万元，对 ISLAND MARINE ENTERPRISES PTY. LTD.的销售收入分别为 437.50 万元、429.76 万元、574.8 万元和 289.33 万元，ISLAND MARINE ENTERPRISES PTY. LTD.期末存货金额分别为 36.44 万元、53.54 万元、57.81 万元和 253.11 万元。

请发行人说明 2022 年 6 月末相关客户存货金额较高的原因，是否存在向经销客户压货的情形，并说明与前述客户 2022 年相关交易的具体情况，包括但不限于合同签订时间、产品发出时间、客户签收时间、收入确认时间及确认依据、款项收回时间。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明：

(1) 针对部分经销客户 2022 年 6 月末存货金额较高及相关收入确认时点的核查方式及核查结论；

(2) 针对发行人终端客户分散、终端用户核查比例较低采取的替代程序及应对措施，并结合前述事项说明中介机构对发行人经销收入的核查思路、核查方法、获取的相关证据及核查结论。

回复：

一、说明 2022 年 6 月末相关客户存货金额较高的原因，是否存在向经销客户压货的情形，并说明与前述客户 2022 年相关交易的具体情况，包括但不限于合同签订时间、产品发出时间、客户签收时间、收入确认时间及确认依据、款项收回时间

(一) 2022 年 6 月末相关客户存货金额较高的原因，是否存在向经销客户压货的情形

2022 年 1-6 月，RECAMBIOS、PT. Era Usaha Mandiri（以下简称“PT. Era”）及 ISLAND MARINE ENTERPRISES PTY. LTD.（以下简称“ISLAND”）的进销存情况如下表所示：

单位：台、天、万元

项目	RECAMBIOS	PT. Era	ISLAND
发行人对其销售收入	3,280.11	404.85	289.33

项目	RECAMBIOS	PT. Era	ISLAND
期初库存数量①	1,004	220	182
当期采购数量②	4,006	994	629
当期销售数量③	1,675	243	200
期末库存数量④	3,335	971	611
期末库存金额	3,032.21	336.94	253.11
期末库存占当期销售数量比例⑤=④/③	99.55%	199.79%	152.75%
备货周期⑥=365*⑤	363	729	558

注：2022 年 1-6 月的期末存货占当期销售数量比例=2022 年 6 月末存货数量/（2022 年 1-6 月销售数量*2）。

1、RECAMBIOS

（1）基本情况

RECAMBIOS（官方网址：<https://www.recambiosmarinos.es/weblet/>）注册于西班牙，成立于 1994 年，AMADEO NUNEZ ROIG 为其唯一股东，主要从事皮划艇、舷外机、船用汽油、船用配件等海事产品的销售，以及船舶的维修和保养业务，终端用户主要为个人消费者、运输公司、船舶租赁公司等。RECAMBIOS 自 2010 年起与公司开始合作，其下游零售商遍布 20 多个欧洲国家，根据中信保报告查询结果及 RECAMBIOS 提供的数据，其 2018 年与 2019 年平均销售收入为 1.61 亿元，2021 年销售收入为 2.57 亿元，资金实力雄厚，客户基础稳固。

（2）2022 年 6 月末存货金额较高的主要原因

1）2021 年舷外机全球市场需求旺盛，但受疫情影响，海运费上涨，全球供应链周期延长，公司同样受到配件供应周期延长以及产能不足的双重压力，因此订单交付时间有所延长。RECAMBIOS 基于 2021 年市场需求的高景气度及对 2022 年市场的乐观预期，同时为避免 2022 年海运费持续上涨带来的利润空间挤压压力以及避免产品供应不及时，与往年采购政策一致，于 2021 年第 4 季度向公司下达较大规模采购订单并支付定金。2022 年 1-11 月公司对 RECAMBIOS 实现的销售收入对应订单来自上年度金额为 2,991.00 万元，占当期销售收入的比例为 82.99%。

2) 2022 年 2 月俄乌战争突然爆发, 历时半年多以来, 欧洲经济受到较大程度影响, 同时受美元加息影响, 欧元区在能源价格上涨及欧元贬值双重影响下, 市场进入下行阶段, 舷外机消费市场亦受到一定冲击, 另外, RECAMBIOS 基于 2021 年市场需求旺盛背景下于 2022 年 3 月向下游提高市场定价, 使得其 2022 年相关产品的销售不及预期。

RECAMBIOS 根据自身采购和销售情况动态调整下单计划, 2022 年 7-11 月仅签署订单金额 69.68 万元。

2、PT. Era

(1) 基本情况

PT. Era (官方网址: <https://erausaha.co.id/>) 注册于印度尼西亚, 成立于 2000 年, Mr. Herman Widjaja、Mrs. Valeria Vennika、Mr. Ivan Rifaldy 分别持有其 70%、29%、1% 的股权, 主要从事舷外发动机和备件等海事产品的销售业务。PT. Era 自 2019 年起与公司开始合作, 根据中信保报告查询结果, 其 2021 年销售收入为 1.35 亿元。

(2) 2022 年 6 月末存货金额较高的主要原因

2021 年全球舷外机市场需求较为旺盛, 使得该公司整机销售数量同比大幅提升, 同比增速为 81.88%; 基于 2021 年市场需求的高景气度及对 2022 年市场的乐观预期, 以及受海运费上涨、全球供应链周期延长的影响, PT. Era 自 2021 年第四季度以来陆续向发行人下达采购订单, 2022 年 1-6 月公司累计向其交付了 994 台舷外机, 高于 2021 年其全年采购的 542 台。

由于 2021 年销售数量大幅上升及对 2022 年市场的乐观预期, 导致 2022 年 1-6 月采购金额大幅上升, 但受俄乌冲突影响, 印尼国家货币贬值, 其经济受到一定不利影响, 舷外机消费市场亦受到一定冲击, 致使其销量增速有所下降, 导致 2022 年 6 月末存货金额较大。在此情况下, PT. Era 根据自身销售情况适时调整其采购计划, 2022 年 7-11 月仅签署订单金额 5.48 万美元。

3、ISLAND

(1) 基本情况

ISLAND（官方网址：<https://www.islandinflatables.com.au/>）注册于澳大利亚，成立于 2007 年，Gary John Balkovas 为其唯一股东，主要从事船舶配件等海事用品的销售业务。ISLAND 自 2011 年起与公司开始合作。

（2）2022 年 6 月末存货金额较高的主要原因

2022 年 1-6 月，ISLAND 向公司采购舷外机 629 台，低于 2021 年同期采购数量 861 台，处于正常备货水平。2022 年 6 月末存货数量 611 台。因该公司位于南半球，其销售主要集中在当年 10 月份至次年 2 月份左右。随着 2022 年下半年销售增加，截至 2022 年 11 月 30 日，该公司期末库存数量降至 260 台，库存得到有效消化，期末库存占年度销售数量的比例下降为 36.33%。

综上，公司上述三家经销客户 2022 年 6 月末库存较大具有合理性，不存在经销客户压货情形。

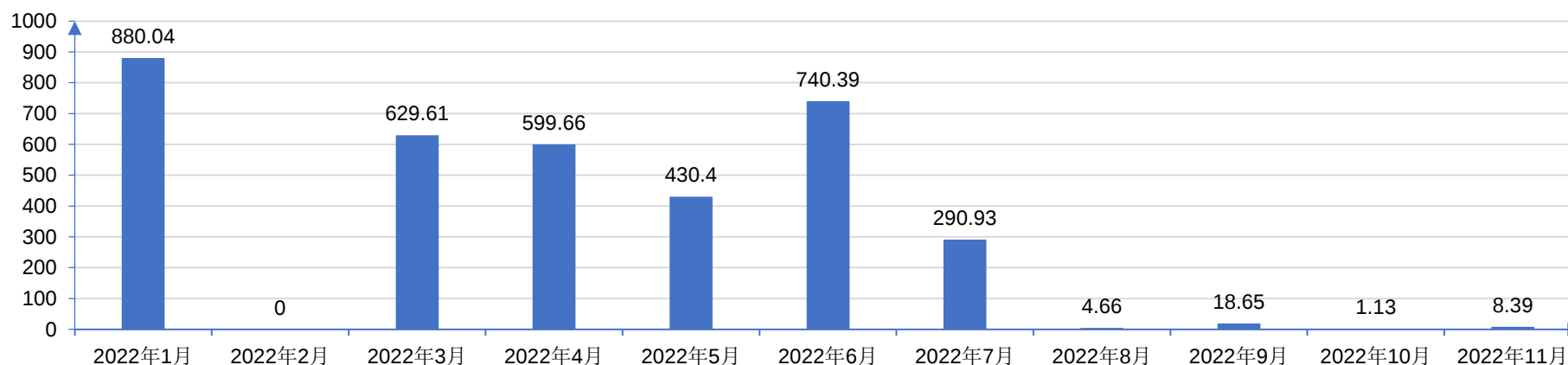
（二）说明与前述客户 2022 年相关交易的具体情况，包括但不限于合同签订时间、产品发出时间、客户签收时间、收入确认时间及确认依据、款项收回时间

2022 年 1 月至 11 月，发行人与 RECAMBIOS、PT. Era、ISLAND 的具体交易情况如下表所示：

1、RECAMBIOS

2022 年 1 至 11 月，发行人向 RECAMBIOS 实现销售收入的整体情况如下：

单位：万元



2022 年 1-11 月，发行人对 RECAMBIOS 的销售收入合计为 3,603.87 万元，并集中在 2022 年 1-6 月，全部收入对应订单主要来自上上年度订单，占比为 82.99%。2022 年 1-6 月发行人实现销售收入 3,280.10 万元，占 1-11 月销售收入总额的比例为 91.02%，相关收入对应订单来自上年度的比例为 89.72%。2022 年 7-11 月发行人实现销售收入 323.76 万元，占比 8.98%，相关收入对应订单来自上年度和 2022 年 1-6 月的比例为 94.94%。此外，RECAMBIOS 根据自身采购和销售情况动态调整下单计划，2022 年 7-11 月仅签署订单金额 69.68 万元，截至本意见落实函回复出具日，已签署但尚未交付的在手订单金额为 53.37 万元。

发行人与 RECAMBIOS 为外销出口业务，在商品发出并办理完毕出口报关手续，且取得货运提单时确认外销收入。根据发行人给予的信用政策，RECAMBIOS 会在下单时和发货前预付一定比例货款，并在取得提单复印件（一般为提单日当月或次月）后支付尾款。截至本意见落实函回复出具日，2022 年 1-11 月发行人与 RECAMBIOS 交易的款项均已收回，不存在款项未收回的情形。2022 年 1-11 月，发行人与 RECAMBIOS 交易的合同签订时间、产品发出时间、客户签收时间、收入确认时间的具体情况如下表所示：

单位：万元

序号	收入确认时间	收入确认金额	对应订单号	交易产品	合同签订时间	产品发出时间	客户签收时间（提单日期）
1	2022 年 1 月	18.23	PS21-A108	舷外机整机	2021 年 2 月	2022 年 1 月	2022 年 1 月
2		7.85	PS21-A144	舷外机整机	2021 年 3 月	2022 年 1 月	2022 年 1 月
3		6.28	PS21-A195	舷外机整机	2021 年 3 月	2022 年 1 月	2022 年 1 月
4		51.21	PS21-A228	舷外机整机	2021 年 3 月	2022 年 1 月	2022 年 1 月
5		0.90	PS21-A298	舷外机整机	2021 年 5 月	2022 年 1 月	2022 年 1 月
6		57.30	PS21-A345	舷外机整机	2021 年 5 月	2022 年 1 月	2022 年 1 月
7		89.58	PS21-A423	舷外机整机	2021 年 6 月	2022 年 1 月	2022 年 1 月
8		0.12	PS21-A622	舷外机配件	2021 年 8 月	2022 年 1 月	2022 年 1 月
9		0.27	PS21-A678	舷外机配件	2021 年 9 月	2022 年 1 月	2022 年 1 月
10		6.26	PS21-A752	舷外机配件	2021 年 10 月	2022 年 1 月	2022 年 1 月
11		203.42	PS21-A772	舷外机整机	2021 年 10 月	2022 年 1 月	2022 年 1 月
12		0.35	PS21-A780	舷外机配件	2021 年 10 月	2022 年 1 月	2022 年 1 月

序号	收入确认时间	收入确认金额	对应订单号	交易产品	合同签订时间	产品发出时间	客户签收时间（提单日期）
13		43.70	PS21-A792	舷外机整机	2021 年 10 月	2022 年 1 月	2022 年 1 月
14		306.27	PS21-A800	舷外机整机	2021 年 10 月	2022 年 1 月	2022 年 1 月
15		18.53	PS21-A835	舷外机整机	2021 年 11 月	2022 年 1 月	2022 年 1 月
16		3.71	PS21-A834	舷外机配件	2021 年 11 月	2022 年 1 月	2022 年 1 月
17		55.43	PS21-A858	舷外机整机	2021 年 11 月	2022 年 1 月	2022 年 1 月
18		7.62	PS21-A915	舷外机整机	2021 年 12 月	2022 年 1 月	2022 年 1 月
19		2.98	PS21-A916	舷外机配件	2021 年 12 月	2022 年 1 月	2022 年 1 月
20	2022 年 3 月	0.30	PS21-A357	舷外机配件	2021 年 6 月	2022 年 3 月	2022 年 3 月
21		8.52	PS21-A423	舷外机整机	2021 年 6 月	2022 年 3 月	2022 年 3 月
22		1.55	PS21-A481	舷外机配件	2021 年 7 月	2022 年 3 月	2022 年 3 月
23		0.07	PS21-A748	舷外机配件	2021 年 10 月	2022 年 1 月	2022 年 3 月
24		19.56	PS21-A772	舷外机整机	2021 年 10 月	2022 年 3 月	2022 年 3 月
25		373.77	PS21-A800	舷外机整机	2021 年 10 月	2022 年 3 月	2022 年 3 月
26		109.27	PS21-A858	舷外机整机	2021 年 11 月	2022 年 3 月	2022 年 3 月
27		44.24	PS21-A915	舷外机整机	2021 年 12 月	2022 年 3 月	2022 年 3 月
28		71.31	PS21-A919	舷外机整机	2021 年 12 月	2022 年 3 月	2022 年 3 月
29		0.14	PS22-A089	舷外机配件	2022 年 2 月	2022 年 3 月	2022 年 3 月
30		0.04	PS22-A090	舷外机配件	2022 年 2 月	2022 年 3 月	2022 年 3 月

序号	收入确认时间	收入确认金额	对应订单号	交易产品	合同签订时间	产品发出时间	客户签收时间（提单日期）
31		0.84	PS22-A096	舷外机配件	2022 年 2 月	2022 年 3 月	2022 年 3 月
32	2022 年 4 月	28.05	PS21-A228	舷外机整机	2021 年 3 月	2022 年 4 月	2022 年 4 月
33		323.37	PS21-A800	舷外机整机	2021 年 10 月	2022 年 4 月	2022 年 4 月
34		43.51	PS21-A919	舷外机整机	2021 年 12 月	2022 年 4 月	2022 年 4 月
35		65.38	PS21-A858	舷外机整机	2021 年 11 月	2022 年 4 月	2022 年 4 月
36		126.49	PS22-A075	舷外机整机	2022 年 1 月	2022 年 4 月	2022 年 4 月
37		12.87	PS21-A915	舷外机整机	2021 年 12 月	2022 年 4 月	2022 年 4 月
38	2022 年 5 月	377.46	PS21-A800	舷外机整机	2021 年 10 月	2022 年 5 月	2022 年 5 月
39		7.35	PS21-A858	舷外机整机	2021 年 11 月	2022 年 5 月	2022 年 5 月
40		2.22	PS22-A148	舷外机整机	2022 年 2 月	2022 年 5 月	2022 年 5 月
41		2.92	PS22-A248	舷外机整机	2022 年 4 月	2022 年 5 月	2022 年 5 月
42		28.73	PS22-A263	舷外机整机	2022 年 4 月	2022 年 5 月	2022 年 5 月
43		0.12	PS21-A422	舷外机配件	2021 年 6 月	2022 年 5 月	2022 年 5 月
44		2.76	PS21-A423	舷外机配件	2021 年 6 月	2022 年 5 月	2022 年 5 月
45		0.53	PS21-A752	舷外机配件	2021 年 10 月	2022 年 5 月	2022 年 5 月
46		0.44	PS21-A869	舷外机配件	2021 年 11 月	2022 年 4 月	2022 年 5 月
47		3.26	PS22-A097	舷外机配件	2022 年 3 月	2022 年 5 月	2022 年 5 月
48		4.62	PS22-A098	舷外机配件	2022 年 3 月	2022 年 5 月	2022 年 5 月

序号	收入确认时间	收入确认金额	对应订单号	交易产品	合同签订时间	产品发出时间	客户签收时间（提单日期）
49	2022 年 6 月	1.87	PS21-A228	舷外机整机	2021 年 3 月	2022 年 6 月	2022 年 6 月
50		19.63	PS21-A423	舷外机整机	2021 年 6 月	2022 年 6 月	2022 年 6 月
51		206.81	PS21-A800	舷外机整机	2021 年 10 月	2022 年 6 月	2022 年 6 月
52		224.45	PS21-A858	舷外机整机	2021 年 11 月	2022 年 6 月	2022 年 6 月
53		11.71	PS21-A915	舷外机整机	2021 年 12 月	2022 年 6 月	2022 年 6 月
54		107.94	PS21-A919	舷外机整机	2021 年 12 月	2022 年 6 月	2022 年 6 月
55		0.49	PS22-A227	舷外机配件	2022 年 3 月	2022 年 6 月	2022 年 6 月
56		12.32	PS22-A263	舷外机整机	2022 年 4 月	2022 年 6 月	2022 年 6 月
57		80.47	PS22-A298	舷外机整机	2022 年 4 月	2022 年 6 月	2022 年 6 月
58		69.75	PS22-A323	舷外机整机	2022 年 5 月	2022 年 6 月	2022 年 6 月
59		0.26	PS22-A364	舷外机配件	2022 年 5 月	2022 年 6 月	2022 年 6 月
60		1.70	PS22-A327	舷外机配件	2022 年 5 月	2022 年 6 月	2022 年 6 月
61		2.08	PS22-A324	舷外机配件	2022 年 5 月	2022 年 6 月	2022 年 6 月
62		0.47	PS22-A393	舷外机配件	2022 年 5 月	2022 年 6 月	2022 年 6 月
63		0.47	PS22-A400	舷外机配件	2022 年 5 月	2022 年 6 月	2022 年 6 月
64	2022 年 7 月	0.19	PS21-A422	舷外机配件	2021 年 6 月	2022 年 7 月	2022 年 7 月
65		45.15	PS21-A919	舷外机整机	2021 年 12 月	2022 年 7 月	2022 年 7 月
66		88.23	PS22-A075	舷外机整机	2022 年 1 月	2022 年 7 月	2022 年 7 月

序号	收入确认时间	收入确认金额	对应订单号	交易产品	合同签订时间	产品发出时间	客户签收时间（提单日期）
67		0.25	PS22-A097	舷外机配件	2022 年 3 月	2022 年 7 月	2022 年 7 月
68		0.23	PS22-A098	舷外机配件	2022 年 3 月	2022 年 7 月	2022 年 7 月
69		2.95	PS22-A099	舷外机配件	2022 年 3 月	2022 年 7 月	2022 年 7 月
70		8.49	PS22-A100	舷外机配件	2022 年 3 月	2022 年 7 月	2022 年 7 月
71		4.26	PS22-A101	舷外机配件	2022 年 3 月	2022 年 7 月	2022 年 7 月
72		3.45	PS22-A228	舷外机配件	2022 年 3 月	2022 年 7 月	2022 年 7 月
73		0.27	PS22-A260	舷外机配件	2022 年 4 月	2022 年 7 月	2022 年 7 月
74		0.67	PS22-A303	舷外机配件	2022 年 4 月	2022 年 7 月	2022 年 7 月
75		65.72	PS22-A323	舷外机整机	2022 年 5 月	2022 年 7 月	2022 年 7 月
76		9.14	PS22-A328	舷外机配件	2022 年 5 月	2022 年 7 月	2022 年 7 月
77		45.51	PS22-A365	舷外机整机	2022 年 5 月	2022 年 7 月	2022 年 7 月
78		0.79	PS22-A366	舷外机配件	2022 年 5 月	2022 年 7 月	2022 年 7 月
79		8.04	PS22-A367	舷外机配件	2022 年 6 月	2022 年 7 月	2022 年 7 月
80		2.06	PS22-A422	舷外机配件	2022 年 6 月	2022 年 7 月	2022 年 7 月
81		0.06	PS22-A423	舷外机配件	2022 年 6 月	2022 年 7 月	2022 年 7 月
82		1.21	PS22-A454	舷外机配件	2022 年 6 月	2022 年 7 月	2022 年 7 月
83		4.23	PS22-A465	舷外机整机	2022 年 6 月	2022 年 7 月	2022 年 7 月
84		0.04	PS22-A475	舷外机配件	2022 年 7 月	2022 年 7 月	2022 年 7 月

序号	收入确认时间	收入确认金额	对应订单号	交易产品	合同签订时间	产品发出时间	客户签收时间（提单日期）
85	2022 年 8 月	1.24	PS22-A475	舷外机配件	2022 年 7 月	2022 年 8 月	2022 年 8 月
86		0.21	PS22-A570	舷外机配件	2022 年 8 月	2022 年 8 月	2022 年 8 月
87		3.21	PS22-A555	舷外机配件	2022 年 8 月	2022 年 8 月	2022 年 8 月
88	2022 年 9 月	2.81	PS21-A752	舷外机配件	2021 年 10 月	2022 年 9 月	2022 年 9 月
89		0.03	PS22-A100	舷外机配件	2022 年 3 月	2022 年 9 月	2022 年 9 月
90		0.67	PS22-A101	舷外机配件	2022 年 3 月	2022 年 9 月	2022 年 9 月
91		3.69	PS22-A367	舷外机配件	2022 年 6 月	2022 年 9 月	2022 年 9 月
92		0.14	PS22-A422	舷外机配件	2022 年 6 月	2022 年 9 月	2022 年 9 月
93		8.45	PS22-A423	舷外机配件	2022 年 6 月	2022 年 9 月	2022 年 9 月
94		1.43	PS22-A526	舷外机配件	2022 年 7 月	2022 年 9 月	2022 年 9 月
95		1.04	PS22-A535	舷外机整机	2022 年 8 月	2022 年 9 月	2022 年 9 月
96		0.03	PS22-A648	舷外机配件	2022 年 9 月	2022 年 9 月	2022 年 9 月
97		0.29	PS22-A673	舷外机配件	2022 年 9 月	2022 年 9 月	2022 年 9 月
98		0.07	PS22-A675	舷外机配件	2022 年 9 月	2022 年 9 月	2022 年 9 月
99	2022 年 10 月	0.42	PS22-A732	舷外机配件	2022 年 9 月	2022 年 10 月	2022 年 10 月
100		0.55	PS22-A758	舷外机配件	2022 年 10 月	2022 年 10 月	2022 年 10 月
101		0.16	PS22-A777	舷外机配件	2022 年 10 月	2022 年 10 月	2022 年 10 月
102	2022 年 11 月	0.03	PS22-A098	舷外机配件	2022 年 3 月	2022 年 11 月	2022 年 11 月

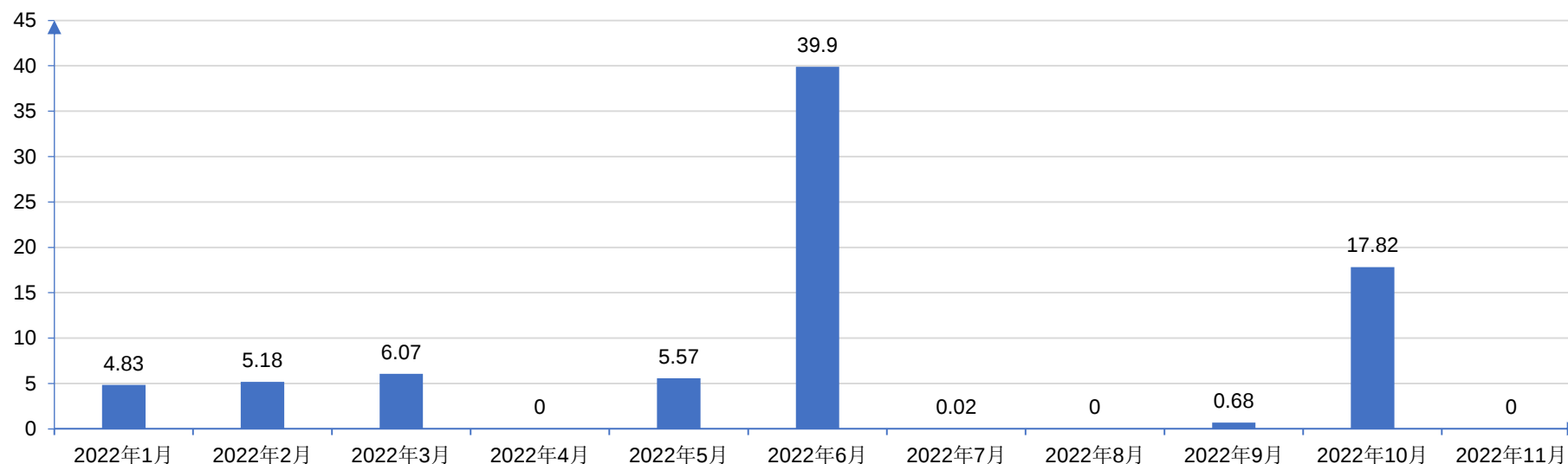
序号	收入确认时间	收入确认金额	对应订单号	交易产品	合同签订时间	产品发出时间	客户签收时间（提单日期）
103		0.64	PS22-A328	舷外机配件	2022 年 5 月	2022 年 11 月	2022 年 11 月
104		0.02	PS22-A367	舷外机配件	2022 年 6 月	2022 年 11 月	2022 年 11 月
105		0.05	PS22-A565	舷外机配件	2022 年 8 月	2022 年 11 月	2022 年 11 月
106		6.04	PS22-A648	舷外机配件	2022 年 9 月	2022 年 11 月	2022 年 11 月
107		0.50	PS22-A747	舷外机配件	2022 年 10 月	2022 年 11 月	2022 年 11 月
108		1.10	PS22-A758	舷外机配件	2022 年 10 月	2022 年 11 月	2022 年 11 月

注：由于发行人在商品发出并办理完毕出口报关手续，且取得货运提单时确认外销收入，故外销客户签收时间以发行人取得提单时间代替列示，下同。

2、PT. Era

2022 年 1 至 11 月，发行人向 PT. Era 实现销售收入的整体情况如下：

单位：万美元



2022 年 1-11 月，发行人对 PT. Era 的销售收入合计为 80.07 万美元，并集中在 2022 年 1-6 月份，全部收入对应订单主要来自上年度订单，占比为 53.64%。2022 年 1-6 月发行人实现销售收入 61.55 万美元，占 1-11 月销售收入总额的比例为 76.87%，相关收入对应订单来自上年度的比例为 62.88%，来自于 2022 年 1-6 月的比例为 37.12%。2022 年 7-11 月发行人实现销售收入 18.52 万美元，占 1-11 月销售收入总额的 23.13%，相关收入对应订单来自上年度和 2022 年 1-6 月的比例为 92.66%。此外，PT. Era 根据自

身销售情况适时调整其采购计划，2022 年 7-11 月仅签署订单金额 5.48 万美元，截至本意见落实函回复出具日，已签署但尚未交付的在手订单金额为 18.83 万美元。

发行人与 PT. Era 为外销出口业务，在商品发出并办理完毕出口报关手续，且取得货运提单时确认外销收入。根据发行人给予的信用政策，PT. Era 见提单复印件支付全款。截至本意见落实函回复出具日，2022 年 1-11 月发行人与 PT. Era 交易的款项均已收回，不存在款项未收回的情形。2022 年 1-11 月，发行人与 PT. Era 交易的合同签订时间、产品发出时间、客户签收时间、收入确认时间的具体情况如下表所示：

单位：万美元

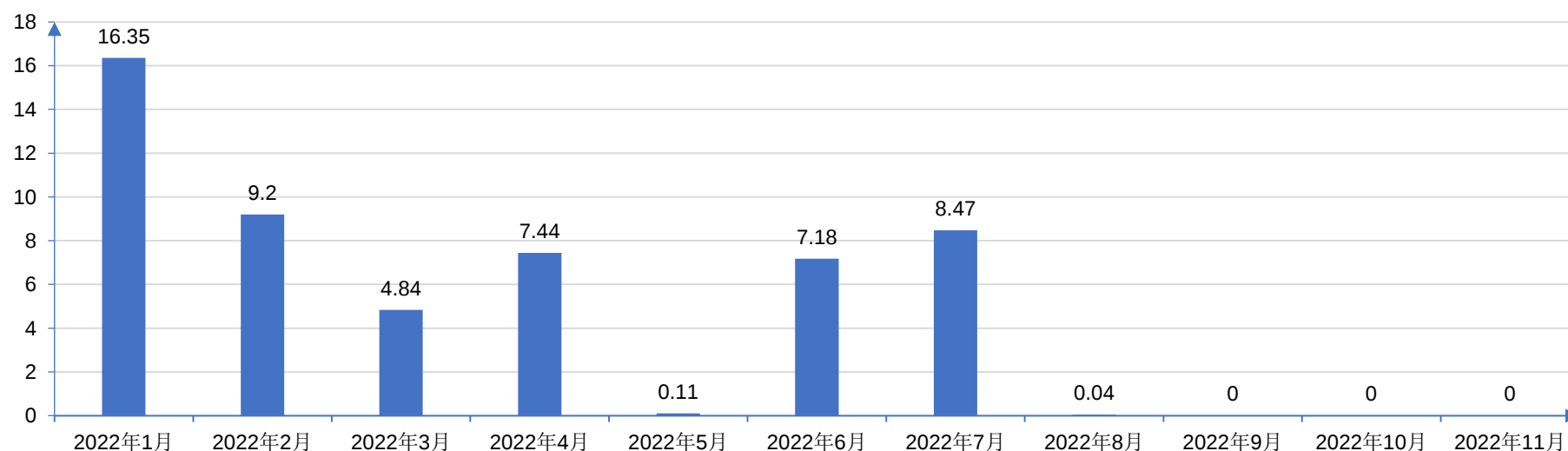
序号	收入确认时间	收入确认金额	对应订单号	交易产品	合同签订时间	产品发出时间	客户签收时间（提单日期）
1	2022 年 1 月	4.83	PS21-A778	舷外机整机	2021 年 10 月	2021 年 12 月	2022 年 1 月
2	2022 年 2 月	5.18	PS21-A779	舷外机整机	2021 年 10 月	2022 年 2 月	2022 年 2 月
3	2022 年 3 月	6.07	PS22-A082	舷外机整机	2021 年 11 月	2022 年 3 月	2022 年 3 月
4	2022 年 5 月	1.67	PS21-A954	舷外机整机	2021 年 12 月	2022 年 3 月	2022 年 5 月
5		3.90	PS22-A193	舷外机整机	2022 年 3 月	2022 年 5 月	2022 年 5 月
6	2022 年 6 月	5.30	PS22-A082	舷外机整机	2021 年 11 月	2022 年 6 月	2022 年 6 月
7		7.96	PS22-A203	舷外机整机	2021 年 12 月	2022 年 6 月	2022 年 6 月
8		7.69	PS22-A192	舷外机整机及配件	2021 年 12 月	2022 年 6 月	2022 年 6 月
9		10.61	PS22-A129	舷外机配件	2022 年 1 月	2022 年 6 月	2022 年 6 月
10		8.34	PS22-A192	舷外机整机	2022 年 2 月	2022 年 6 月	2022 年 6 月

序号	收入确认时间	收入确认金额	对应订单号	交易产品	合同签订时间	产品发出时间	客户签收时间（提单日期）
11	2022 年 7 月	0.02	PS22-A518	舷外机配件	2022 年 7 月	2022 年 7 月	2022 年 7 月
12	2022 年 9 月	0.68	PS22-A494	舷外机整机	2022 年 7 月	2022 年 8 月	2022 年 9 月
13	2022 年 10 月	0.28	PS22-A076	舷外机配件	2021 年 9 月	2022 年 10 月	2022 年 10 月
14		2.47	PS22-A203	舷外机整机	2021 年 12 月	2022 年 10 月	2022 年 10 月
15		1.50	PS22-A192	舷外机整机	2021 年 12 月	2022 年 10 月	2022 年 10 月
16		3.56	PS22-A129	舷外机配件	2022 年 1 月	2022 年 10 月	2022 年 10 月
17		1.23	PS22-A386	舷外机整机	2022 年 4 月	2022 年 10 月	2022 年 10 月
18		8.12	PS22-A370	舷外机整机	2022 年 5 月	2022 年 10 月	2022 年 10 月
19		0.66	PS22-A556	舷外机整机	2022 年 7 月	2022 年 10 月	2022 年 10 月

3、ISLAND

2022 年 1 至 11 月，发行人向 ISLAND 实现销售收入的整体情况如下：

单位：万美元



2022 年 1-11 月，发行人对 ISLAND 的销售收入合计为 53.64 万美元，并集中在 2022 年 1-6 月份，全部收入对应订单主要来自上年度订单，占比为 95.71%；2022 年 1-6 月发行人实现销售收入 45.13 万美元，占 1-11 月销售收入总额的比例为 84.13%，相关收入对应订单来自上年度的比例为 98.97%。2022 年 7-11 月仅 7、8 月份发生较小金额的交易，发行人合计实现销售收入 8.51 万美元，占 1-11 月销售收入总额的比例为 15.87%，相关收入对应订单来自上年度和 2022 年 1-6 月的比例为 99.49%。此外，2022 年

7-11 月 ISLAND 与发行人签署订单金额 18.11 万美元，截至本意见落实函回复出具日，已签署但尚未交付的在手订单金额为 18.07 万美元。

发行人与 ISLAND 为外销出口业务，在商品发出并办理完毕出口报关手续，且取得货运提单时确认外销收入。根据发行人给予的信用政策，ISLAND 会在下单时支付定金，并在取得提单复印件后 60 天内支付尾款。截至本意见落实函回复出具日，2022 年 1-11 月发行人与 ISLAND 交易的款项均已收回，不存在款项未收回的情形。2022 年 1-11 月，发行人与 ISLAND 交易的合同签订时间、产品发出时间、客户签收时间、收入确认时间的具体情况如下表所示：

单位：万美元

序号	收入确认时间	收入确认金额	对应订单号	交易产品	合同签订时间	产品发出时间	客户签收时间（提单日期）
1	2022 年 1 月	7.50	PS21-A632	舷外机整机	2021 年 8 月	2021 年 12 月	2022 年 1 月
2		7.36	PS21-A632	舷外机整机	2021 年 8 月	2021 年 12 月	2022 年 1 月
3		1.48	PS21-A820	舷外机整机	2021 年 11 月	2021 年 12 月	2022 年 1 月
4	2022 年 2 月	9.20	PS21-A808	舷外机整机	2021 年 10 月	2022 年 2 月	2022 年 2 月
5	2022 年 3 月	4.49	PS21-A808	舷外机整机	2021 年 10 月	2022 年 2 月	2022 年 3 月
6		0.02	PS22-A093	舷外机配件	2022 年 2 月	2022 年 3 月	2022 年 3 月
7		0.34	PS22-A214	舷外机配件	2022 年 2 月	2022 年 3 月	2022 年 3 月
8	2022 年 4 月	6.25	PS21-A922	舷外机整机	2021 年 12 月	2022 年 4 月	2022 年 4 月
9		1.19	PS21-A952	舷外机整机	2021 年 12 月	2022 年 4 月	2022 年 4 月
10	2022 年 5 月	0.11	PS22-A261	舷外机配件	2022 年 4 月	2022 年 4 月	2022 年 5 月

序号	收入确认时间	收入确认金额	对应订单号	交易产品	合同签订时间	产品发出时间	客户签收时间（提单日期）
11	2022 年 6 月	7.18	PS21-A261	舷外机整机	2021 年 12 月	2022 年 6 月	2022 年 6 月
12	2022 年 7 月	6.67	PS21-A922	舷外机整机	2021 年 12 月	2022 年 6 月	2022 年 7 月
13		1.80	PS22-A170	舷外机整机	2022 年 2 月	2022 年 6 月	2022 年 7 月
14	2022 年 8 月	0.04	PS22-A534	舷外机配件	2022 年 7 月	2022 年 7 月	2022 年 8 月

二、针对部分经销客户 2022 年 6 月末存货金额较高及相关收入确认时点的核查方式及核查结论

（一）核查方式

中介机构针对上述三家经销客户 2022 年 6 月末存货金额较高及相关收入确认时点的核查方式如下所示：

1、对 RECAMBIOS、PT. Era、ISLAND 执行了现场走访或视频访谈程序，访谈了解上述客户与发行人的交易情况、上述客户自身对外销售及期末库存情况、与发行人之间是否存在关联关系或其他利益安排等事项，获取了被访谈人身份证明文件、经销客户营业执照或注册资料、上述客户与发行人的交易凭证及与其下游客户的交易凭证、进销存等资料，以核查发行人销售真实性，并现场或通过视频方式察看了上述客户的办公场所、仓库以及发行人产品存放位置等情况；

2、对 RECAMBIOS、PT. Era、ISLAND 实施了函证程序，确认了报告期各期发行人对其的销售交易发生额及往来款余额；

3、对 RECAMBIOS、PT. Era、ISLAND 的终端销售情况进行了穿透核查。其中，RECAMBIOS 与 PT. Era 下游客户以零售商为主，中介机构对两家客户的下游主要零售商进行了实地走访或视频访谈，同时穿透访谈了零售商的最终用户（个人消费者为主）；报告期内，中介机构走访了 RECAMBIOS 的 17 家下游客户（零售商）（其中 13 家由境外事务所实地走访，4 家视频访谈），其已走访下游客户收入贡献合计占比分别为 51.87%、70.33%、65.21%、55.14%，并合计访谈了零售商的 3 个最终用户；走访了 PT. Era Usaha Mandiri 的 7 家下游客户（零售商）（其中 6 家由境外事务所实地走访，1 家视频访谈），其已走访下游客户收入贡献合计占比分别为 24.33%、37.66%、39.85%及 17.87%，并合计访谈了零售商的 3 个最终用户。ISLAND 下游客户以个人消费者等最终用户为主，中介机构访谈了其 3 个最终用户；

4、对 RECAMBIOS、PT. Era、ISLAND 的销售收入执行了细节测试，抽取销售合同或订单、出库单、发货单、运单、报关单、提单、发票、银行收款凭证等原始单据，核查经销收入的合理性、真实性和准确性，并进行了期后回款测试；

5、获取了 RECAMBIOS、PT. Era、ISLAND 报告期内的进销存数据，了解上述客户各期的产品采购、对外销售和期末库存情况、与其业务规模匹配情况、期末库存较高的原因，并对其退换货情况进行了核查；

6、访谈发行人销售人员，了解发行人与 RECAMBIOS、PT. Era、ISLAND 的合作背景、交易与回款情况；查阅发行人与其签订的合同或订单，了解主要合同条款有无重大变动情况；

7、取得发行人董监高人员、股东填写的调查问卷，取得并核查发行人、控股股东、实际控制人、董监高人员等主要关联方的银行流水，以及通过中信保等公开渠道查询客户相关信息，核查上述客户与发行人不存在关联关系或其他利益关系。

（二）核查结论

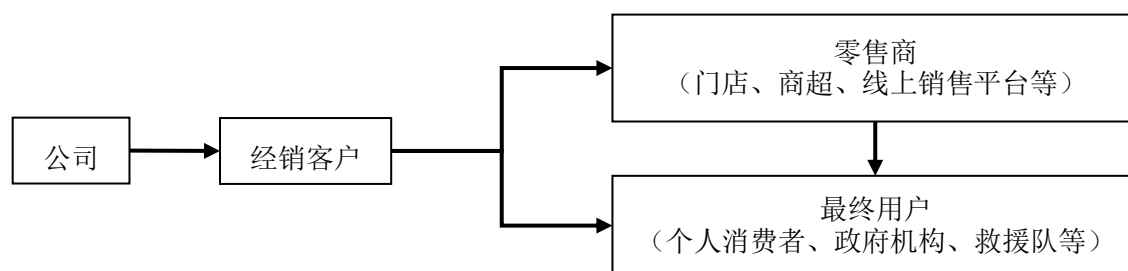
经核查，保荐机构、申报会计师认为：2022 年 6 月末，RECAMBIOS、PT. Era、ISLAND 存货金额较高具有商业合理性，不存在经销客户压货情形，发行人收入确认时点准确恰当、依据充分，相关收入具有真实性。

三、针对发行人终端客户分散、终端用户核查比例较低采取的替代程序及应对措施，并结合前述事项说明中介机构对发行人经销收入的核查思路、核查方法、获取的相关证据及核查结论

（一）中介机构对发行人经销收入的核查思路、核查方法、获取的相关证据及核查结论

1、核查思路、核查方法

报告期内，公司经销客户的下游客户主要为零售商（包括门店、商超、线上销售平台等）和个人消费者等最终用户，其中零售商为销售终端，最终面向个人消费者等最终用户；部分经销客户本身系零售商，直接向个人消费者等最终用户销售产品。公司产品销售流向如下图所示：



鉴于经销客户的下游客户类型不同,将经销客户分为A类和B类经销客户,其中A类经销客户指下游客户以零售商为主的经销客户,B类经销客户指下游客户以个人消费者等最终用户为主的经销客户。根据公司产品销售流向情况,中介机构对每一个层级的客户进行了核查,整体核查思路、核查方法如下图所示:

第一层
对经销客户
的核查

A 类经销客户（下游客户以零售商为主）

B 类经销客户（下游客户以最终用户为主）

核查样本：报告期各期前 15 大经销客户全部走访，同时对未进入前 15 大且报告期各期均有交易的其他经销客户各期简单随机抽样 1 家。若拒绝访谈，采用替代核查程序。

主要核查程序：1、实地或视频走访；2、函证；3、细节测试；4、进销存核查；5、内部控制测试；6、核查发行人及关联方的资金流水；7、取得经销客户注册资料；8、退换货核查；9、海关出口数据匹配分析等。

第二层
对经销客户
的下游客户
的核查

零售商（门店、商超、线上销售平台等）

核查样本：将已走访 A 类经销客户的前 5 大下游客户纳入样本，若不配合访谈，则要求顺位替代或受访零售商销售收入贡献比例超过 50%。

主要核查程序：1、实地或视频走访；2、查看经营场所/仓库，了解进销存情况；3、取得零售商与 A 类经销客户的交易凭证；4、取得零售商与最终用户的交易凭证；5、取得零售商注册资料。

最终用户（个人消费者为主）

核查样本：要求已走访 B 类经销客户提供销售清单，对至少 1 名最终用户（个人消费者等）进行访谈。

主要核查程序：1、电话或视频访谈；2、取得 B 类经销客户与最终用户的交易凭证；3、取得最终用户使用发行人产品的图片。

第三层
对经销客户
的下游客户
的最终用户
的核查

最终用户（个人消费者为主）

核查样本：要求已走访零售商提供销售清单，对至少 1 名最终用户（个人消费者等）进行访谈。

主要核查程序：1、电话或视频访谈；2、取得最终用户使用发行人产品的图片。

不适用

针对第一层级即发行人向经销客户进行销售，中介机构对经销客户实施了实地走访/视频访谈、函证、细节测试、进销存核查、内部控制测试、发行人及其关联方银行流水核查、退换货核查及海关出口数据匹配分析等分析性复核程序等。

针对第二层级即经销客户向其下游客户进行销售，经销客户根据流向可分为 A 类经销客户和 B 类经销客户，其中 A 类经销客户的下游客户，中介机构将已走访 A 类经销客户的前 5 大下游客户纳入核查样本，若不配合访谈，则要求顺位替代或受访零售商销售收入贡献比例平均超过 50%，中介对其实施了实地或视频走访、查看经营场所/仓库、了解进销存情况、取得零售商与 A 类经销客户的交易凭证、取得零售商与最终用户的交易凭证、取得零售商注册资料等核查程序，B 类经销客户的下游客户，中介机构要求已走访 B 类经销客户提供销售清单，并对至少 1 名最终用户（个人消费者等）执行了电话或视频访谈、取得 B 类经销客户与最终用户的交易凭证、取得最终用户使用发行人产品的图片。

针对第三层级即零售商向最终用户进行销售，要求已走访零售商提供销售清单，并对至少 1 名最终用户（个人消费者等）执行了电话或视频访谈、取得零售商与最终用户的交易凭证、取得最终用户使用发行人产品的图片。

2、获取的相关证据

报告期内，中介机构对经销客户及其终端销售的整体核查情况如下表所示：

单位：家、人、万元

经销客户 各层级情况	项目	整体情况（A 类经销客户+ B 类经销客户）				A 类经销客户				B 类经销客户			
		2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度

经销客户 各层级情况	项目	整体情况（A 类经销客户+ B 类经销客户）				A 类经销客户				B 类经销客户			
		2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
①第一层： 对经销客户 的核查	客户类型	经销客户				经销客户（下游客户以零售商为主）				经销客户（下游客户以最终用户为主）			
	访谈数量	21	21	30	29	13	13	11	11	8	8	19	18
	核查金额	15,661.92	24,272.20	16,172.26	12,907.35	13,941.44	21,223.40	11,846.85	9,056.70	1,720.47	3,048.80	4,325.41	3,850.65
	占经销收入比例	79.29%	79.40%	71.61%	67.00%	70.58%	69.42%	52.46%	47.01%	8.71%	9.97%	19.15%	19.99%
②第二层： 对经销客户 下游客户的 核查	客户类型	零售商+最终用户（以下数据未包含最终用户）				零售商（门店、商超、线上销售平台等） ^{注1}				最终用户（个人消费者为主） ^{注2}			
	访谈数量	88	88	77	72	88	88	77	72	31			
	核查金额	6,743.28	12,349.96	7,089.93	5,262.92	6,743.28	12,349.96	7,089.93	5,262.92	30.80			
	占经销收入比例	34.14%	40.40%	31.39%	27.32%	34.14%	40.40%	31.39%	27.32%	0.03%			
③第三层： 对经销客户 下游客户的 最终用户的 核查	客户类型	最终用户				最终用户（个人消费者为主）				不存在第三层			
	访谈数量	115				115							
	核查金额	93.42				93.42							
	占经销收入比例	0.10%				0.10%							

注 1：对零售商的核查金额=发行人向经销客户的销售收入×下游零售商向经销客户采购占比。

注 2：对最终用户的核查金额=发行人产品销售均价×最终用户购买产品数量，根据访谈了解，每名最终用户购买产品数量平均约为两台，下同。

报告期内，中介机构对经销客户的整体穿透核查情况如下：

单位：家、万元

核查程序	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
执行穿透核查程序的经销客户数量	20	20	20	21
执行穿透核查程序的经销收入①	15,392.50	24,197.19	14,336.88	10,816.27
发行人经销收入②	19,753.55	30,571.33	22,583.69	19,265.96
执行穿透核查程序的核查比例①/②	77.92%	79.15%	63.48%	56.14%
对经销客户的穿透核查金额 ¹ ③	8,194.34	15,323.75	9,579.96	7,277.19
对经销客户的穿透核查金额占 已执行穿透核查程序的经销收入比例③/①	53.24%	63.33%	66.82%	67.28%
对经销客户的穿透核查金额占经销收入比例 ③/②	41.48%	50.12%	42.42%	37.77%
访谈最终用户数量 ²	218（境内 170+境外 48）			
最终用户核查金额④	190.40			
占发行人报告期内合计经销收入比例④/②	0.21%			

注 1：对经销客户的穿透核查金额=A 类经销客户穿透核查金额+B 类经销客户穿透核查金额，其中：

A 类经销客户穿透核查金额 =

$\sum_{i=1}^n \text{公司对客户}_i \text{的经销收入} \times \text{已走访下游零售商采购额占客户}_i \text{营业收入的比例}$ ，B 类经销客户穿透核查金额=已执行最终用户穿透访谈核查的 B 类经销客户收入。

注 2：访谈最终用户数量=A 类经销客户穿透核查的最终用户数量（115）+B 类经销客户穿透核查的最终用户数量（31）+售后回访数量（72）。

具体核查情况如下：

（1）第一层：对经销客户的核查

1）实地走访/视频访谈

中介机构结合重要性原则以及随机抽样原则选取经销客户进行访谈，以保证样本代表性，截至本意见落实函回复出具日，报告期各期经销客户走访数量分别为 29 家、30 家、21 家和 21 家，各期经销收入走访核查比例分别为 67.00%、71.61%、79.40%、79.29%。

2) 函证

中介机构对经销客户实施了函证程序,根据回函信息确认各期销售交易发生额及往来款余额。报告期各期,经销客户回函比例分别为 72.48%、74.87%、88.40% 及 81.87%。

3) 细节测试

针对经销客户销售收入执行了细节测试,抽取销售合同或订单、出库单、运单、签收单、报关单、提单、发票、银行收款凭证等原始单据,核查经销收入的合理性、真实性和准确性。报告期各期,经销客户细节测试核查比例分别为 79.75%、82.30%、94.77%及 83.80%。

4) 进销存核查

中介机构获取了经销客户的进销存数据,了解经销客户产品采购、对外销售和期末库存情况、与其业务规模是否相匹配、是否存在大额压货情形。报告期各期,经销客户进销存核查比例分别为 58.42%、63.51%、83.93%及 76.51%。

5) 其他核查程序

①访谈管理层及查阅公司经销合同

访谈发行人管理层和销售负责人,了解销售业务的开展、主要经销客户向发行人采购产品的原因、合理性;了解发行人对于经销客户的定价策略和结算方式;查阅发行人与主要经销客户签署的经销合同,了解发行人与主要经销客户的合作背景、主要合作条款、结算方式、退换货政策等情况。

②内部控制测试

了解和评价与收入确认及经销客户管理相关的内部控制设计的有效性,选取一定数量的样本,对经销模式执行穿行测试及内控测试;获取并查阅了退换货管理及处理规范及发行人与经销客户签署的经销协议,核查了其定价机制、运输费用承担情况、物流、退换货机制、信用政策等条款;获取了报告期内公司退换货明细;查阅公司 ERP 系统及存货管理制度,核查关键控制运行的有效性。

③资金流水核查

取得并核查发行人及其子公司、董监高、关键岗位人员、控股股东及实际控制人、主要关联方（包括东方精工除发行人以外的主要子公司）的银行流水，相关主体和人员与经销客户不存在异常资金往来，发行人实际控制人银行流水不存在大额外汇出入境的情形。

④经销客户信息核查

通过国家企业信用信息公示系统、天眼查等公开网站以及中国信保资信出具的标准信用报告核查了主要经销客户的基本工商信息、经营信息和股权结构等信息，重点核查了主要经销客户的成立时间、注册资本、注册地址、股权结构、主要人员、经营业务等情况，核查经销客户是否与发行人存在关联关系。报告期内，中介机构取得中信保报告的境外经销客户比例 75.59%、73.51%、71.64%及 71.24%。

⑤退换货情况核查

访谈发行人管理层，了解发行人与经销客户具体结算安排、退换货条款，查看销售退换货明细表，统计退换货客户金额及比例，结合收入账面的确认记录进行核查，了解退换货具体原因。

⑥境外销售收入与海关数据匹配

报告期内，发行人境外销售收入与海关数据匹配情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
海关出口收入	18,123.02	30,189.38	24,022.89	22,019.66
外销收入	18,270.32	30,567.62	24,104.36	22,030.79
差异额	-147.30	-378.24	-81.47	-11.13
差异率	-0.81%	-1.25%	-0.34%	-0.05%

注：海关出口收入来源于第三方软件擎天全税通生产贸易应用智慧云平台系统软件。

报告期内，发行人经销收入中的外销收入占比分别为 60.98%、55.39%、50.03%和 51.68%。经核查，海关数据统计的出口收入与发行人外销收入能够相互匹配，差异主要系时间性差异且金额较小。

(2) 第二层：对经销客户的下游客户的核查

1) 对于 A 类经销客户，中介机构核查情况如下所示：

①要求走访经销客户的下游前 5 大客户或受访下游客户销售收入贡献比例（报告期内经销客户向受访下游客户的销售金额占该经销客户总销售收入的平均比例）超过 50%。截至本意见落实函回复出具日，报告期各期经销客户的零售商客户走访数量分别为 72 家、77 家、88 家和 88 家，各期穿透核查金额占 A 类经销收入比例分别为 45.94%、48.36%、49.18%及 41.72%。

②获取经销客户与受访下游客户之间的交易凭证或交易记录；截至本意见落实函回复出具日，报告期各期经销客户的零售商客户提供交易凭证或交易记录分别为 53 家、56 家、63 家和 63 家，各期取得凭证的核查金额占 A 类经销收入比例分别为 33.70%、37.24%、30.85%及 29.78%。

2) 对于 B 类经销客户，中介机构核查情况如下所示：

①获取了其至少 1 名下游最终用户（个人消费者）名单，并进行电话或视频访谈；截至本意见落实函回复出具日，报告期内 B 类经销商的最终用户走访数量 31 人。

②获取受访经销客户向个人消费者等最终用户销售的交易凭证或交易记录。截至本意见落实函回复出具日，报告期各期经销客户提供交易凭证或交易记录分别为 6 家、6 家、4 家和 4 家，各期取得凭证的核查金额占 B 类经销收入比例分别为 12.61%、24.65%、24.34%及 19.74%。

（3）第三层：对零售商的最终用户的核查

对于 A 类经销客户的零售商的最终用户，中介机构核查情况如下所示：

1) 要求已走访零售商提供至少 1 名最终用户（个人消费者等）名单，进行电话或视频访谈。截至本意见落实函回复出具日，报告期内 A 类经销商的零售商最终用户走访数量 115 人。

2) 获取受访下游客户向个人消费者等最终用户销售的交易凭证或交易记录。截至本意见落实函回复出具日，报告期各期经销客户的零售商提供交易凭证或交易记录分别为 39 家、41 家、43 家和 45 家，各期取得凭证的核查金额占 A 类经销收入比例分别为 17.85%、16.76%、11.69%及 9.10%。

3、核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：报告期内，发行人经销模式下的收入真实、准确、完整。

（二）针对发行人终端客户分散、终端用户核查比例较低采取的替代程序及应对措施

对于经销收入，保荐机构和申报会计师采取了层层穿透直至最终用户的核查方式，以检验发行人产品是否实现终端销售。因海外法律十分注重个人隐私及商业秘密保护，叠加俄乌战争、新冠疫情等因素影响，导致客户配合程度较低，使得中介机构对于最终用户穿透访谈难度较大。针对发行人终端客户分散、终端用户核查比例较低的情况，保荐机构和申报会计师采取了如下替代程序及应对措施：

1、执行了访谈最终用户前的客户穿透核查程序

（1）经销客户走访及穿透走访核查

保荐机构和申报会计师结合重要性原则以及随机抽样原则选取经销客户进行访谈，以保证样本代表性，截至本意见落实函回复出具日，报告期各期经销客户走访数量分别为 29 家、30 家、21 家和 21 家，各期经销收入走访核查比例分别为 67.00%、71.61%、79.40%、79.29%；对经销客户进行了穿透核查，即对 A 类经销客户的零售商及其最终用户进行访谈核查，对 B 类经销客户的最终用户进行访谈核查，报告期各期经销客户穿透核查比例合计分别为 37.77%、42.42%、50.12%及 41.48%。

（2）经销客户函证

保荐机构和申报会计师对经销客户实施了函证程序，根据回函信息确认各期销售交易发生额及往来款余额。报告期各期，经销客户回函比例分别为 72.48%、74.87%、88.40%及 81.87%。

（3）经销客户的进销存核查

保荐机构和申报会计师获取了经销客户的进销存数据，了解经销客户产品采购、对外销售和期末库存情况、与其业务规模是否相匹配、是否存在大额压货情

形。报告期各期，经销客户进销存核查比例分别为 58.42%、63.51%、83.93% 及 76.51%。

（4）经销客户对外销售及零售商对外销售交易凭证核查

保荐机构和申报会计师获取 A 类经销客户与零售商之间的交易凭证或交易记录、A 类经销客户的零售商与最终用户的交易凭证或交易记录，B 类经销客户与最终用户的交易凭证或交易记录；截至本意见落实函回复出具日，报告期各期经销客户执行了上述交易凭证或交易记录核查的分别为 16 家、17 家、16 家和 16 家，各期取得凭证的经销客户经销收入占经销收入比例分别为 42.08%、44.40%、60.77%及 56.79%。

（5）经销客户退换货核查

报告期各期，公司经销客户的退换货金额分别为 0 万元、0 万元、2.41 万元及 2.45 万元。保荐机构和申报会计师访谈发行人管理层，了解发行人与经销客户具体结算安排、退换货条款，查看销售退换货明细表，统计退换货客户金额及比例，结合收入账面的确认记录进行核查，了解退换货具体原因。

（6）经销客户期后回款核查

保荐机构和申报会计师根据百胜动力报告期各期末应收账款余额情况，对应收账款余额较大的经销客户的期后回款情况进行检查，以确保应收账款及期后回款的真实性、准确性。

截至本意见落实函回复出具日，发行人经销客户期后回款情况如下：

单位：万元

项目	2022/6/30	2021/12/31	2020/12/31	2019/12/31
应收经销客户款项	5,055.51	2,950.81	1,584.85	2,205.59
期后回款金额	5,055.02	2,950.81	1,584.73	2,205.47
期后回款比例	99.99%	100.00%	99.99%	99.99%

经核查，百胜动力经销客户回款情况良好，期后回款真实。

（7）海关出口数据匹配分析

报告期内，发行人境外销售收入与海关数据匹配情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
海关出口收入	18,123.02	30,189.38	24,022.89	22,019.66
外销收入	18,270.32	30,567.62	24,104.36	22,030.79
差异额	-147.30	-378.24	-81.47	-11.13
差异率	-0.81%	-1.25%	-0.34%	-0.05%

注：海关出口收入来源于第三方软件擎天全税通生产贸易应用智慧云平台系统软件。

报告期内，发行人经销收入中的外销收入占比分别为 60.98%、55.39%、50.03%和 51.68%。经核查，海关数据统计的出口收入与发行人外销收入能够相互匹配，差异主要系时间性差异且金额较小。

（8）其他核查程序

针对经销客户，保荐机构和申报会计师通过国家企业信用信息公示系统、天眼查等公开网站以及中国信保资信出具的标准信用报告核查了主要经销客户的基本工商信息、经营信息和股权结构等信息，重点核查了主要经销客户的成立时间、注册资本、注册地址、股权结构、主要人员、经营业务等情况，核查经销客户是否与发行人存在关联关系。

同时，针对 A 类经销客户的零售商，保荐机构和申报会计师获取报告期内经销客户部分境外下游零售商的中信保报告，通过国家企业信用信息公示系统、天眼查等网站查询部分国内下游零售商的工商登记信息，了解和核查下游零售商的基本情况，核查是否与发行人及其关联方是否存在关联关系等；登入下游零售商客户官方网站、线上销售平台，核查其对外销售情况。

2、执行了终端销售交易凭证核查程序

针对 A 类经销客户的零售商，保荐机构和申报会计师获取受访零售商向个人消费者等最终用户销售的交易凭证或交易记录。截至本意见落实函回复出具日，报告期各期取得凭证的经销客户经销收入占 A 类经销收入比例分别为 17.85%、16.76%、11.69%及 9.10%。

针对 B 类经销客户，保荐机构和申报会计师获取已走访 B 类经销客户向个人消费者等最终用户销售的交易凭证或交易记录，截至本意见落实函回复出具日，

报告期各期取得凭证的经销客户经销收入占 B 类经销收入比例分别为 12.61%、24.65%、24.34%及 19.74%。

3、执行了发行人及其关联方银行流水核查程序

保荐机构和申报会计师取得并核查发行人及其子公司、董监高、关键岗位人员、控股股东及实际控制人、主要关联方（包括东方精工除发行人以外的主要子公司）的银行流水，相关主体和人员与经销客户不存在异常资金往来，发行人实际控制人银行流水不存在大额外汇出入境的情形。

综上，因海外法律十分注重个人隐私及商业秘密保护，叠加俄乌战争、新冠疫情等因素影响，保荐机构和申报会计师通过最终用户访谈进行终端核查的收入比例较低，具有合理性；保荐机构和申报会计师已通过执行了访谈最终用户前的客户穿透核查程序、终端销售交易凭证核查程序、发行人及其关联方银行流水核查程序等方式对终端销售进行补充替代核查，可以进一步验证发行人产品实现最终销售的核查结论，相关依据具有充分性。

3. 关于毛利率

申报材料与前次审核问询回复显示：

（1）报告期内，发行人舷外机毛利率分别为 32.08%、29.71%、30.99%和 28.15%。雅马哈发动机的毛利率分别为 26.57%、25.27%、27.96%和 26.87%；宾士域集团（水星）毛利率分别为 25.41%、27.90%、28.50%和 28.88%。

（2）根据市场公开数据，发行人部分舷外机产品零售单价较雅马哈、水星等品牌低约 30%。

请发行人结合舷外机生产工艺流程、主要零部件构成、成本构成及差异、主要原材料市场价格等进一步说明发行人舷外机销售单价较低而毛利率高于同行业公司的原因。

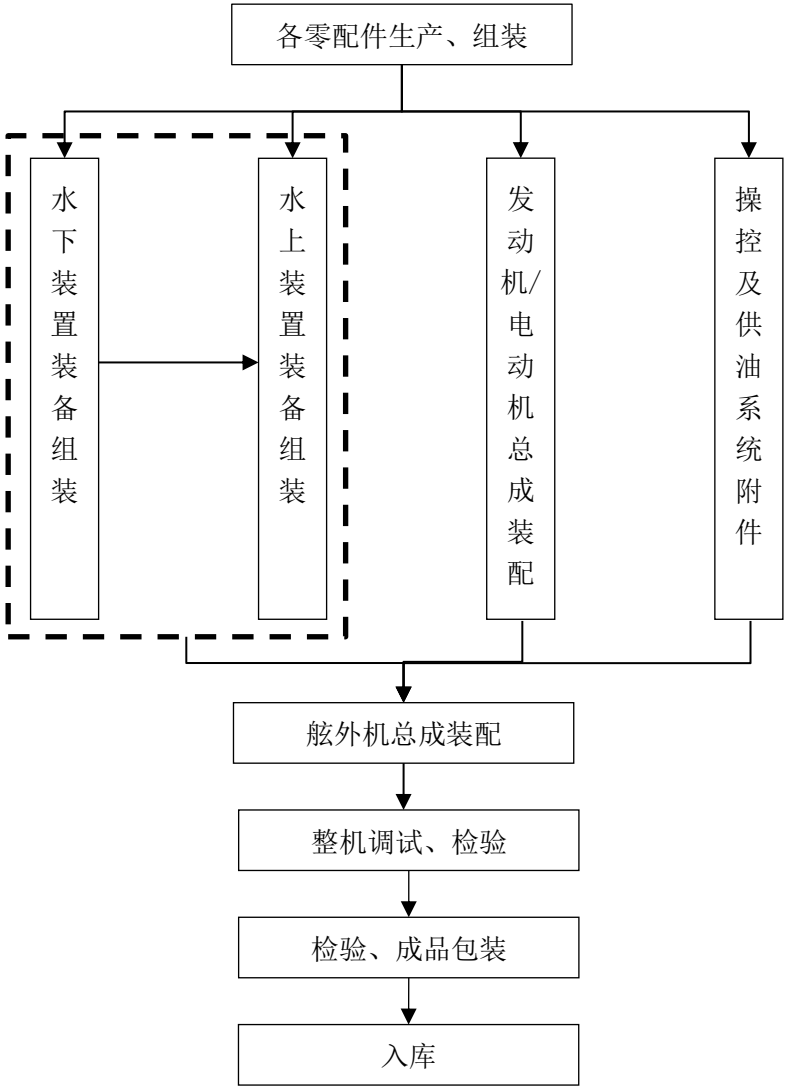
请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、发行人舷外机生产工艺流程、主要零部件构成、成本构成及差异、主要原材料市场价格与雅马哈发动机、宾士域集团的对比情况

（一）舷外机生产工艺流程

发行人舷外机产品的生产工艺流程如下图所示：



发行人于 2005 年开始组建舷外机研发团队，并于 2006 年成功研发并量产舷外机产品。经过长期生产经验的积累和技术方法的改进，发行人舷外机生产工艺已相对成熟。发行人按工艺专业化、流程专业化组织完成零部件的生产，经检测合格的零部件进入装配流水线组装为成品，生产工艺与雅马哈发动机、宾士域集团不存在明显差异。

（二）主要零部件构成

发行人舷外机主要零部件构成示例如下：



如上图所示，发行人主要零部件包括发动机总成（含电控系统）、传动装置、托架总成、顶罩组件、水上装置总成、底罩、螺旋桨等，该等零部件主要由铝铸件构成，其余零部件主要为钢铁零件、橡塑件、标准件等。发行人主要零部件均由发行人自主设计研发，除关键部件由发行人自行加工外，其余零部件主要向外部供应商采购，具体情况如下：

主要零部件	设计研发及供应情况
发动机总成 （含电控系统）	发行人负责设计研发，电控系统中的 ECU 模块（硬件）通过向外部供应商购买并与其共同完成底层软件的开发
传动装置	发行人负责设计研发，关键铝铸件由发行人加工，其他零部件由供应商按照发行人设计图纸生产，发行人负责涂装、总装及测试
托架总成	负责整体设计研发，供应商提供铝压铸毛坯，发行人负责进一步加工、涂装和装配
顶罩组件	供应商按照公司设计图纸加工，发行人负责涂装、装配和测试
水上装置总成	
底罩	
螺旋桨	

（三）成本构成及差异

报告期内，发行人舷外机产品的成本构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度	
	金额	占比	金额	占比
直接材料	10,593.69	81.27%	16,486.77	80.48%
直接人工	828.67	6.36%	1,450.06	7.08%
制造费用	1,373.32	10.54%	2,140.44	10.45%
合同履约成本	239.07	1.83%	408.23	1.99%
合计	13,034.74	100.00%	20,485.50	100.00%
项目	2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比
直接材料	10,944.78	78.58%	10,168.69	79.65%
直接人工	1,044.85	7.50%	934.73	7.32%
制造费用	1,688.57	12.12%	1,663.25	13.03%
合同履约成本	249.96	1.79%	-	-
合计	13,928.16	100.00%	12,766.68	100.00%

报告期内，公司舷外机产品成本主要由直接材料和制造费用构成，其中直接材料占比较为稳定，约 80%左右。

雅马哈发动机和宾士域集团的主要生产基地位于日本和美国，当地人工成本约为发行人所在苏州地区的 3-4 倍，因此雅马哈发动机和宾士域集团舷外机业务成本构成中，人工成本和制造费用（包括间接人工成本）的占比更高。

（四）主要原材料市场价格

舷外机主要原材料为金属制品、橡塑件和电子元器件，其中金属制品主要为铝铸件，根据不同机型设计和工艺要求，定制化程度较高，缺少公开市场价格且可比性较低。而对于轴承、化油器总成等标准零部件，发行人与雅马哈发动机、宾士域集团均主要向外部供应商采购。以部分型号标准零部件为例，发行人及雅马哈发动机对外采购情况如下：

单位：元/件

标准件名称	发行人采购情况		雅马哈发动机采购情况		单价 差异率
	供应商	市场价格	供应商	市场价格	
圆锥滚子轴承 (322)	苏州人本轴承 销售有限公司	38.00	日本精工株式会社 (NSK LTD.)，系全 球知名轴承公司	53.51	40.82%
圆锥滚子轴承 (26882R/2682 2R)	万微传动科技 (上海)有限公 司	83.27		115.33	38.51%
化油器总成 (06000700)	浙江瑞星化油 器制造有限公 司	109.23	日本 TK 汽化器株式 会社 (TK vaporizer Co., Ltd) 系全球知名 化油器公司，为丰田 汽车 (Toyota) 子公 司	293.90	169.07%
化油器总成 (05060000)		111.04		385.00	246.72%
化油器总成 (05010000)		110.11		261.59	137.57%

圆锥滚子轴承用于水下组件，一般在驱动轴上和正档齿轮上应用，用于止推；化油器总成位于发动机进气管和空滤之间，利用吸入空气流的动能实现汽油的雾化。相同的标准件，日本厂商由于当地人工成本、基础原材料成本较高且具有品牌溢价，售价相对更高。因此，雅马哈发动机的原材料采购成本较高。

二、发行人舷外机销售单价较低而毛利率高于同行业公司的原因

(一) 雅马哈发动机和宾士域集团拥有较多业务板块，发行人舷外机业务的毛利率与该两家公司综合毛利率不完全可比，而营业利润率略低于该两家公司相关业务板块，不存在显著差异

1、雅马哈发动机和宾士域集团业务种类较多，舷外机业务系其相关业务板块的重要组成部分，收入贡献比例相对发行人较低

雅马哈发动机（东京证券交易所上市公司）和宾士域集团（纽约证券交易所上市公司）均为历史悠久的知名企业，拥有较多业务板块。该两家公司均为境外上市企业，其公开披露的年度报告等资料未详细披露舷外机相关业务板块的毛利率。舷外机业务系该两家公司相关业务板块的重要组成部分，其中雅马哈发动机的舷外机收入占比约为 11%至 13%，宾士域集团则约为 33%，收入贡献比例相对发行人较低。

(1) 雅马哈发动机主营业务构成

雅马哈发动机主营业务主要包括陆地交通板块、海洋事业板块、机器人技术板块和金融服务板块，其中海洋事业板块包含舷外机、摩托艇、运动喷射艇、配件等业务。报告期内，雅马哈发动机主营业务收入具体构成如下表所示：

单位：亿日元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
陆地交通板块	11,797	65.09%	9,465	64.33%	11,004	66.10%
海洋事业板块 (含舷外机)	3,911	21.58%	3,283	22.32%	3,451	20.73%
机器人技术板块	1,203	6.64%	830	5.64%	756	4.54%
金融服务板块	486	2.68%	461	3.13%	409	2.46%
其他	727	4.01%	674	4.58%	1,027	6.17%
合计	18,124	100.00%	14,713	100.00%	16,647	100.00%

雅马哈发动机海洋事业板块的产品主要包括舷外机、游艇和水上摩托等，最近三年，该公司舷外机业务销售收入分别为 1,877 亿日元、1,785 亿日元和 2,126 亿日元、占海洋事业板块收入的比重分别为 54.39%、54.37%和 54.36%，占该公司主营业务收入的比重分别为 11.28%、12.13%和 11.73%。

(2) 宾士域集团主营业务构成

宾士域集团主要经营海事产品，包括推进系统（含舷外机）、零配件、游艇等业务，报告期内该公司主营业务收入具体构成如下表所示：

单位：亿美元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
推进系统 (含舷外机)	25.05	42.84%	18.78	43.21%	16.93	41.21%
零配件	20.08	34.35%	15.09	34.71%	13.80	33.59%
游艇	17.03	29.13%	12.50	28.76%	13.34	32.48%
分部抵销 ^注	-3.70	-6.32%	-2.90	-6.67%	-2.99	-7.28%
主营业务	58.46	100.00%	43.48	100.00%	41.08	100.00%

注：分部抵销为集团内部不同业务分部之间交易的抵销。

宾士域集团的推进系统业务板块主要由舷外机业务构成，最近三年，该公司舷外机业务销售收入分别为 13.07 亿美元、14.72 亿美元和 19.35 亿美元，占推

进系统业务板块收入比重分别为 77.20%、78.38%和 77.25%，占该公司主营业收入的比重分别为 31.82%、33.85%和 33.10%。

2、发行人综合毛利率低于雅马哈发动机和宾士域集团，而舷外机业务利润率低于该两家公司舷外机相关业务板块，不存在显著差异

（1）综合毛利率对比情况

发行人主营业务由舷外机、通机产品及配件组成，与雅马哈发动机及宾士域集团的业务板块存在一定差异，相关业务毛利率不完全可比。报告期内，因受通机业务毛利率较低的影响，发行人综合毛利率低于雅马哈发动机和宾士域集团，而舷外机业务毛利率略高于该两家公司的综合毛利率。具体情况如下：

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
雅马哈发动机	26.87%	27.96%	25.27%	26.57%
宾士域集团	28.88%	28.50%	27.90%	25.41%
平均值	27.88%	28.23%	26.59%	25.99%
发行人综合毛利率	21.54%	22.93%	20.98%	23.97%
发行人舷外机业务毛利率	28.15%	30.99%	29.71%	32.08%

（2）舷外机相关业务营业利润率对比情况

雅马哈发动机的海洋事业板块、宾士域集团的推进系统板块包含舷外机业务，与发行人舷外机业务较为可比，报告期内发行人舷外机业务的营业利润率略低于该两家同行业公司相关业务板块，不存在显著差异。具体如下：

公司名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度
雅马哈发动机海洋事业板块	19.60%	15.40%	16.70%
宾士域集团推进系统业务	18.00%	15.20%	14.20%
平均值	18.80%	15.30%	15.45%
百胜动力	13.82%	11.98%	13.49%
公司舷外机业务模拟营业利润率 ^{注 2}	16.68%	14.09%	15.46%

注 1：营业利润率=营业利润/销售收入。

注 2：公司舷外机业务模拟营业利润率=（公司营业利润—通机及配件业务毛利）/舷外机业务销售收入。

最近三年，雅马哈发动机、宾士域集团的期间费用占主营业务收入的比重情况如下：

项目		2021 年度	2020 年度	2019 年度
雅马哈发动机	销售及一般费用占比	17.90%	19.72%	19.64%
	研发费用占比	5.26%	6.39%	6.13%
	合计	23.16%	26.11%	25.77%
宾士域集团	销售总务管理支出占比	11.94%	12.51%	12.40%
	研发费用占比	2.64%	2.90%	2.96%
	合计	14.58%	15.41%	15.36%

注：雅马哈发动机期间费用系引用其年报披露的销售及一般费用与研发费用之和，宾士域集团期间费用系引用其年报披露的销售、行政及一般费用与研发费用之和。

假设雅马哈发动机、宾士域集团的期间费用在各个业务板块平均分布并以此推导，则模拟测算的最近三年雅马哈发动机海洋事业板块的毛利率（=营业利润率+期间费用率）分别为 42.47%、41.51%和 42.76%，宾士域集团推进系统板块的毛利率分别为 29.56%、30.61%和 32.58%。最近三年，发行人舷外机毛利率分别为 32.08%、29.71%和 30.99%，低于雅马哈发动机舷外机相关业务板块毛利率水平，与宾士域集团舷外机相关业务板块较为接近。

（二）相较国际竞争对手雅马哈发动机和宾士域集团，发行人在人工、材料及运营等方面具有一定成本优势，且现阶段百胜品牌溢价相对较低，产品售价较低具有合理性

1、人工成本对比

根据官网信息显示，雅马哈发动机和宾士域集团的舷外机生产制造基地主要位于日本、美国等发达国家，其中雅马哈发动机主要位于日本磐田、滨松以及八代等地区，宾士域集团则主要位于美国威斯康星州、日本驹根等地区。该等地区的月均工资系发行人所在苏州地区的 3-4 倍，人工成本较高，具体对比如下：

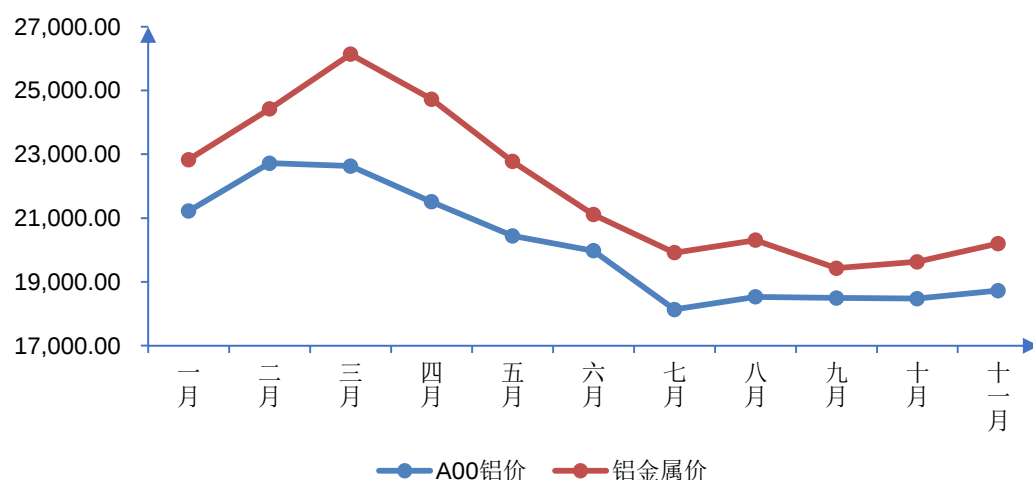
项目	2021 年月均薪酬（人民币元/月）
美国威斯康星州	34,619.29
日本	18,072.66
苏州城镇私营单位	6,236.83

注：美国威斯康星州月均薪酬数据来源于美国劳工部劳工统计局，统计口径为威斯康星私营制造业人均工资；日本月均薪酬数据来源于厚生劳动省统计数据；苏州城镇私营单位月均工资数据来源于苏州统计局；人民币金额按照当年平均汇率折算。

2、材料成本对比

舷外机生产原材料主要为铝铸件、钢材等金属零部件，由于中国人工成本及上游原材料价格相对较低，发行人采购原材料价格相较雅马哈发动机和宾士域集团亦较低。2022 年 1-11 月日本铝价较我国铝价高出约 10%，具体如下：

单位：元/吨

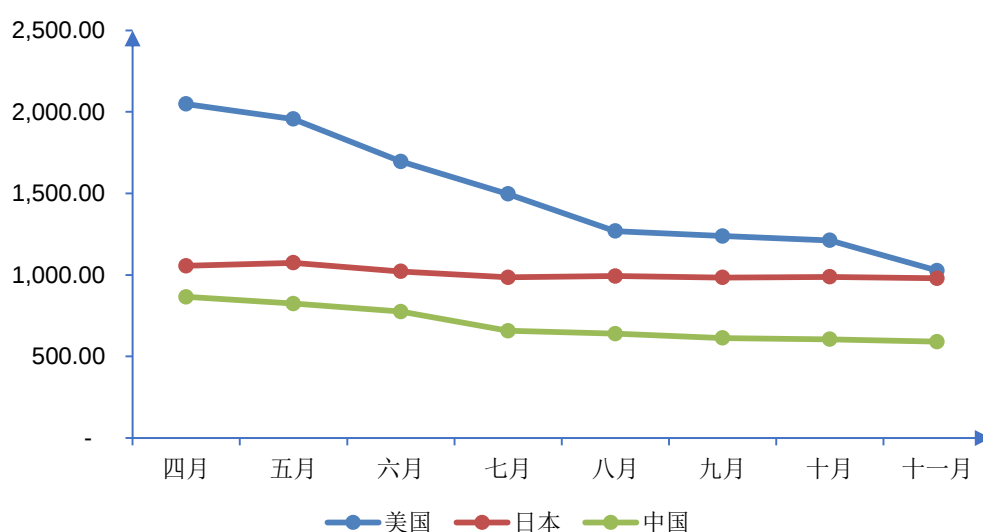


注 1：A00 铝锭价格数据来源于 iFind 金融长江有色平均价；

注 2：日本国内铝金属价格数据来源于日本 Kaimei copper elongation 公司跟踪数据。

2022 年 4-11 月，美国钢材冷轧板卷价格较我国高出约 1 至 1.3 倍，日本较我国高出 22%至 65%，具体如下：

单位：美元/吨



注：钢材冷轧板卷价格数据来自百川盈孚。

如前所述，由于日本地区人工成本较高，将铝材、钢材等金属原材料进一步加工成舷外机零部件的加工费用会更高，因此其材料成本亦将高于发行人。以部分型号标准零部件为例，发行人采购的中国品牌轴承、化油器等标准零部件价格显著低于雅马哈发动机采购的日本品牌标准零部件价格，具体情况如下：

单位：元/件

部件名称	发行人采购情况		雅马哈发动机采购情况		单价差异率
	国产供应商	市场价格	境外供应商	市场价格	
圆锥滚子轴承（322）	苏州人本轴承销售有限公司	38.00	日本精工株式会社（NSK LTD.），系全球知名轴承公司	53.51	40.82%
圆锥滚子轴承（26882R/26822R）	万微传动科技（上海）有限公司	83.27		115.33	38.51%
化油器总成（06000700）	浙江瑞星化油器制造有限公司	109.23	日本 TK 汽化器株式会社（TK vaporizer Co., Ltd）系全球知名化油器公司，为丰田汽车（Toyota）子公司	293.90	169.07%
化油器总成（05060000）		111.04		385.00	246.72%
化油器总成（05010000）		110.11		261.59	137.57%

3、期间费用对比

雅马哈发动机和宾士域集团均属于跨国经营的国际化公司，分支机构遍布全球众多国家且境外人员较多，人工成本亦相对较高，因此该两家公司的期间费用占营业收入比重明显高于发行人。具体对比如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
雅马哈发动机	23.16%	26.11%	25.77%
宾士域集团	14.58%	15.41%	15.36%
平均值	18.87%	20.76%	20.57%
百胜动力	8.91%	9.20%	9.71%
占舷外机收入比例	14.07%	16.08%	15.49%

注：雅马哈发动机期间费用系引用其年报披露的销售及一般费用与研发费用之和，宾士域集团期间费用系引用其年报披露的销售、行政及一般费用与研发费用之和，考虑数据可比性，未包含财务费用。

综上所述，相较于全球知名舷外机生产企业雅马哈发动机和宾士域集团，发行人在人工、材料及运营等方面具有一定成本优势。同时，发行人作为市场追赶

者，现阶段品牌溢价相对较低，主要采取高性价比优势的竞争策略争夺市场份额，产品售价较低具有一定的合理性。

（三）发行人舷外机毛利率与 A 股同行业上市公司类似产品较为接近

广义范围内，舷外机属于内燃机，因此发行人舷外机产品与春风动力的发动机、神驰机电的终端类产品较为可比。报告期内，发行人舷外机毛利率与春风动力、神驰机电类似产品较为接近，具有合理性。具体情况如下：

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
春风动力—发动机	未披露	30.52%	29.18%	26.87%
神驰机电—终端类	未披露	25.90%	30.77%	31.80%
平均值	未披露	28.21%	29.98%	29.34%
百胜动力舷外机毛利率	28.15%	30.99%	29.71%	32.08%

（四）在售价较低的情况下，国产品牌依靠高性价比优势，相关产品毛利率存在高于国际品牌的情形

一般而言，国际品牌厂商拥有悠久的发展历史和良好的品牌影响力，产品定价话语权较高，而国产品牌因进入市场较晚通常以高性价比优势与国际品牌竞争全球市场份额。参考市场案例，主营滑动轴承产品的湖南崇德科技股份有限公司（简称“崇德科技”）相较国际知名品牌竞争对手，其产品售价低于国际品牌可比公司同类产品，但毛利率高于国际品牌可比公司，具体情况如下：

公司名称	竞争对手介绍	毛利率
RENK AG	注册于德国，成立于 1873 年，在电机行业所用的滑动轴承制造方面，是国际市场中的领导者	33%-35%
Kingsbury, Inc.	注册于美国，成立于 1912 年，主要生产滑动轴承、推力轴承、特种轴承及滚动轴承，另外，还提供轴承维修及服务。主要服务领域包括能源、海事、化工和国防等，其产品赢得了包括美国海军、美国西屋公司等高知名度客户的认可	35%以上
湖南崇德科技股份有限公司	注册于中国湖南省，成立于 2003 年，主营轴承机械零部件、成套机械设备等开发、设计、制造和销售	40%-42%

参考发展较为成熟的汽车产业，通常情况下，类似配置的车型，奔驰、宝马等品牌的汽车零售价高于国产品牌汽车。但从毛利率来看，国产品牌整车厂商与国际品牌整车厂商的毛利率并无显著差异，具体对比情况如下：

公司名称	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
梅赛德斯-奔驰（MBG.DF）	23.16%	22.91%	16.58%	16.88%
宝马集团（BMW.DF）	17.21%	19.76%	13.72%	17.33%
大众汽车（VOW.DF）	19.29%	18.88%	17.47%	19.45%
国际品牌均值	19.89%	20.52%	15.92%	17.89%
比亚迪（002594.SZ）	15.89%	13.02%	19.38%	16.29%
长城汽车（601633.SH）	19.92%	16.16%	17.21%	16.22%
吉利汽车（0175.HK）	14.57%	17.14%	16.00%	17.37%
国产品牌均值	16.79%	15.44%	17.53%	16.63%

综上所述，发行人舷外机毛利率与雅马哈发动机和宾士域集团的综合毛利率不完全可比，而营业利润率与该两家公司相关业务板块不存在显著差异。经模拟测算后，发行人舷外机毛利率水平低于雅马哈发动机相关业务板块毛利率，而与宾士域集团舷外机较为接近。相较于国际同行业竞争对手，发行人在人工、材料及运营等综合方面具有一定成本优势，但因发行人现阶段品牌溢价相对较低，因此主要采取高性价比策略争夺全球市场份额，产品售价具有一定的合理性。同时，发行人舷外机产品与同样为中国品牌的春风动力及神驰机电相似产品毛利率较为接近，亦具有合理性。

三、中介机构核查情况

（一）核查程序

针对上述事项，保荐机构、申报会计师履行了以下核查程序：

- 1、查阅同行业可比公司的年报，分析其产品收入结构、成本构成、经营指标等数据，并与发行人进行对比。
- 2、访谈发行人管理人员、销售人员等，了解公司舷外机的生产工艺流程、主要零部件构成并与同行业可比公司对比。
- 3、获取并复核公司舷外机成本明细，分析舷外机成本构成。
- 4、查阅公开数据，比对发行人与同行业可比公司的主要原材料市场价格。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：发行人舷外机毛利率与雅马哈发动机和宾士域集团的综合毛利率不完全可比，而营业利润率与该两家公司相关业务板块不存在显著差异。经模拟测算后，发行人舷外机毛利率水平低于雅马哈发动机相关业务板块毛利率，而与宾士域集团舷外机较为接近。相较于国际同行业竞争对手，发行人在人工、材料及运营等综合方面具有一定成本优势，但因发行人现阶段品牌溢价相对较低，因此主要采取高性价比策略争夺全球市场份额，产品售价具有一定的合理性。同时，发行人舷外机产品与同样为中国品牌的春风动力及神驰机电相似产品毛利率较为接近，亦具有合理性。

4. 关于销售费用

申报材料与前次审核问询回复显示，报告期内，发行人销售费用率分别为2.97%、2.08%、1.41%和1.91%；同行业可比公司销售费用率均值分别为11.89%、9.85%、7.43%和6.51%，高于发行人。

请发行人结合销售费用具体构成、与同行业可比公司的差异情况进一步说明发行人销售费用率低于同行业公司的原因，是否符合行业惯例。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、发行人销售费用具体构成及变动情况

报告期内，发行人销售费用（剔除运输费影响）具体构成情况如下：

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
职工薪酬	355.08	65.82%	415.70	63.12%	321.35	44.64%	379.77	55.97%
业务开拓及推广费	68.49	12.70%	91.22	13.85%	181.91	25.27%	153.02	22.55%
保险费	23.79	4.41%	42.66	6.48%	55.98	7.78%	42.73	6.30%
质保费	19.18	3.56%	23.38	3.55%	36.91	5.13%	18.76	2.76%
差旅费	4.04	0.75%	20.37	3.09%	38.49	5.35%	13.59	2.00%

股份支付费用	7.53	1.40%	11.28	1.71%	0.26	0.04%	-	-
业务招待费	0.49	0.09%	6.86	1.04%	4.00	0.56%	9.87	1.45%
办公费	10.29	1.91%	6.69	1.02%	22.41	3.11%	5.65	0.83%
其他	50.58	9.38%	40.47	6.14%	58.63	8.14%	55.15	8.13%
合计	539.46	100.00%	658.62	100.00%	719.95	100.00%	678.54	100.00%
占营业收入比重	1.91%		1.41%		2.08%		2.26%	
占发行人剔除通机业务后的收入比重 ^注	2.86%		2.12%		3.43%		3.39%	

注 1：报告期内发行人销售费用主要系为开展舷外机及配件业务所形成。

注 2：发行人于 2020 年开始执行新收入准则，原计入销售费用中的运输费调整计入主营业务成本，2019 年运输费未在表格中列示，下同。

报告期内，发行人销售费用主要由职工薪酬、业务开拓及推广费、保险费、质保费等费用构成，销售费用金额较为稳定。受新冠疫情及加强费用管控等因素影响，2020 年和 2021 年，发行人业务推广、差旅费等有所减少；2022 年舷外机市场需求持续旺盛，发行人收入增长迅速，销售人员数量和薪酬、展会费用等有所增加。

二、与同行业公司对比情况

（一）销售费用总体情况对比

报告期内，发行人与同行业公司的销售费用金额（剔除运输费影响）及占营业收入比重的对比情况如下表所示：

单位：万元

公司名称	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
春风动力	30,705.49	6.26%	51,908.60	6.60%	39,228.44	8.67%	31,933.18	9.85%
神驰机电	6,638.17	4.75%	13,529.54	5.55%	14,440.37	9.25%	10,146.91	7.99%
均值	18,671.83	5.51%	32,719.07	6.08%	26,834.41	8.96%	21,040.05	8.92%
发行人	539.46	1.91%	658.62	1.41%	719.95	2.08%	678.54	2.26%
占发行人剔除通机业务后的收入比重	2.86%		2.12%		3.43%		3.39%	

注：雅马哈发动机及宾士域集团年度报告中未披露销售费用金额。

相较于春风动力及神驰机电，报告期内发行人经营规模较小，销售费用金额亦相对较低。发行人销售费用占营业收入比重较低，主要原因在于：（1）发行人通机业务具有一定收入规模，而该业务相关销售费用投入极少，整体拉低了销售费用率；（2）春风动力及神驰机电为开拓并维护美国等境外特定销售区域及自身营销需要所支出的相关投入较大，同时与发行人销售费用明细对应的相关费用因业务经营特点需要，春风动力在广告费、三包费的投入高于发行人，而神驰机电在出口费用、其他费用的投入高于发行人。

（二）销售费用明细对比情况

报告期内，发行人各销售费用明细金额（剔除运输费影响）占营业收入比重与春风动力、神驰机电对比如下：

2022 年 1-6 月							2021 年度						
发行人			春风动力		神驰机电		发行人			春风动力		神驰机电	
销售费用明细	占比 1	占比 2	对应科目名称	占比	对应科目名称	占比	销售费用明细	占比 1	占比 2	对应科目名称	占比	对应科目名称	占比
职工薪酬	1.26%	1.88%	职工薪酬	1.49%	职工薪酬	1.73%	职工薪酬	0.89%	1.34%	职工薪酬	1.82%	职工薪酬	1.71%
业务开拓及推广费	0.24%	0.36%	广告费	0.63%	广告宣传费	0.21%	业务开拓及推广费	0.19%	0.29%	广告费	1.24%	广告宣传费	0.20%
保险费	0.08%	0.13%	中信保费	0.08%	出口费用	0.48%	保险费	0.09%	0.14%	中信保费	0.11%	出口费用	0.44%
质保费	0.07%	0.10%	三包费	0.93%	售后服务费	0.17%	质保费	0.05%	0.08%	三包费	0.89%	售后服务费	0.15%
差旅费	0.01%	0.02%	差旅费	0.09%	差旅费	0.14%	差旅费	0.04%	0.07%	差旅费	0.13%	差旅费	0.09%
办公费	0.04%	0.05%	办公费	0.05%	办公费	0.10%	办公费	0.01%	0.02%	办公费	0.03%	办公费	0.13%
业务招待费	0.00%	0.00%	业务招待费	0.02%	业务招待费	0.06%	业务招待费	0.01%	0.02%	业务招待费	0.03%	业务招待费	0.06%
股份支付费用	0.03%	0.04%	股权激励	0.17%	-	-	股份支付费用	0.02%	0.04%	-	-	-	-
-	-	-	业务服务费	0.43%	-	-	-	-	-	业务服务费	0.65%	-	-
-	-	-	美国市场促销费	1.12%	-	-	-	-	-	美国市场促销费	0.83%	-	-
-	-	-	经销商贴息	0.12%	-	-	-	-	-	经销商贴息	0.07%	-	-
-	-	-	消费者贴息	0.43%	-	-	-	-	-	消费者贴息	0.37%	-	-
-	-	-	仓储费	0.48%	仓储租赁费	0.43%	-	-	-	仓储费	0.25%	仓储租赁费	0.35%
-	-	-	进出口服务费	0.03%	-	-	-	-	-	进出口服务费	0.04%	-	-
-	-	-	中介服务费	0.07%	-	-	-	-	-	中介服务费	0.08%	-	-
-	-	-	会务费	0.00%	-	-	-	-	-	会务费	0.01%	-	-

-	-	-	-	-	关税	0.64%	-	-	-	-	-	关税	1.72%
-	-	-	-	-	佣金	0.15%	-	-	-	-	-	佣金	0.34%
其他	0.18%	0.27%	其他	0.12%	其他	0.65%	其他	0.09%	0.13%	其他	0.07%	其他	0.36%
合计	1.91%	2.86%	合计	6.26%	合计	4.75%	合计	1.41%	2.12%	合计	6.60%	合计	5.55%
2020 年度							2019 年度						
发行人			春风动力		神驰机电		发行人			春风动力		神驰机电	
销售费用明细	占比 1	占比 2	对应科目名称	占比	对应科目名称	占比	销售费用明细	占比 1	占比 2	对应科目名称	占比	对应科目名称	占比
职工薪酬	0.93%	1.53%	职工薪酬	2.33%	职工薪酬	2.14%	职工薪酬	1.27%	1.90%	职工薪酬	2.59%	职工薪酬	1.96%
业务开拓及推广费	0.53%	0.87%	广告费	1.58%	广告宣传费	0.44%	业务开拓及推广费	0.51%	0.76%	广告费	1.62%	广告宣传费	0.65%
保险费	0.16%	0.27%	中信保费	0.08%	出口费用	0.53%	保险费	0.14%	0.21%	中信保费	0.14%	出口费用	0.67%
质保费	0.11%	0.18%	三包费	0.98%	售后服务费	0.26%	质保费	0.06%	0.09%	三包费	1.26%	售后服务费	0.27%
差旅费	0.11%	0.185	差旅费	0.18%	差旅费	0.10%	差旅费	0.05%	0.07%	差旅费	0.45%	差旅费	0.24%
办公费	0.06%	0.11%	办公费	0.01%	办公费	0.13%	办公费	0.02%	0.03%	办公费	0.03%	办公费	0.10%
业务招待费	0.01%	0.02%	业务招待费	0.04%	业务招待费	0.08%	业务招待费	0.03%	0.05%	业务招待费	0.12%	业务招待费	0.08%
股份支付费用	0.00%	0.00%	-	-	-	-	股份支付费用	-	-	-	-	-	-
-	-	-	业务服务费	0.91%	-	-	-	-	-	业务服务费	1.25%	-	-
-	-	-	美国市场促销费	1.27%	-	-	-	-	-	美国市场促销费	1.01%	-	-
-	-	-	经销商贴息	0.09%	-	-	-	-	-	经销商贴息	0.26%	-	-
-	-	-	消费者贴息	0.52%	-	-	-	-	-	消费者贴息	0.52%	-	-

-	-	-	仓储费	0.17%	仓储租赁费	0.37%	-	-	-	仓储费	0.23%	仓储租赁费	0.47%
-	-	-	进出口服务费	0.06%	-	-	-	-	-	进出口服务费	0.09%	-	-
-	-	-	中介服务费	0.35%	-	-	-	-	-	中介服务费	0.07%	-	-
-	-	-	会务费	0.01%	-	-	-	-	-	会务费	0.05%	-	-
-	-	-	-	-	关税	4.20%	-	-	-	-	-	关税	2.23%
-	-	-	-	-	佣金	0.51%	-	-	-	-	-	佣金	0.74%
其他	0.17%	0.28%	其他	0.08%	其他	0.51%	其他	0.18%	0.28%	其他	0.15%	其他	0.58%
合计	2.08%	3.43%	合计	8.67%	合计	9.25%	合计	2.26%	3.39%	合计	9.85%	合计	7.99%

注：占比 1 系指销售费用占营业收入比重，占比 2 系指销售费用占发行人剔除通机业务后的收入比重。

报告期内，发行人各销售费用明细累计金额（剔除运输费影响）占营业收入比重与春风动力及神驰机电对比情况如下：

发行人			春风动力		神驰机电		可比公司平均占比
销售费用明细	占比 1	占比 2	对应科目名称	占比	对应科目名称	占比	
职工薪酬	1.05%	1.62%	职工薪酬	1.97%	职工薪酬	1.86%	1.92%
业务开拓及推广费	0.35%	0.54%	广告费	1.23%	广告宣传费	0.34%	0.79%
保险费	0.12%	0.18%	中信保费	0.10%	出口费用	0.51%	0.31%
质保费	0.07%	0.11%	三包费	0.98%	售后服务费	0.20%	0.59%
差旅费	0.05%	0.08%	差旅费	0.18%	差旅费	0.13%	0.16%
办公费	0.03%	0.05%	办公费	0.03%	办公费	0.12%	0.07%
业务招待费	0.02%	0.02%	业务招待费	0.04%	业务招待费	0.07%	0.06%
股份支付费用	0.01%	0.02%	股权激励	0.04%	-	-	0.04%
-	-	-	业务服务费	0.75%	-	-	-
-	-	-	美国市场促销费	1.02%	-	-	-
-	-	-	经销商贴息	0.12%	-	-	-
-	-	-	消费者贴息	0.44%	-	-	-
-	-	-	仓储费	0.28%	仓储租赁费	0.39%	0.34%
-	-	-	进出口服务费	0.05%	-	-	-
-	-	-	中介服务费	0.14%	-	-	-
-	-	-	会务费	0.01%	-	-	-
-	-	-	-	-	关税	2.17%	-
-	-	-	-	-	佣金	0.41%	-
其他	0.15%	0.23%	其他	0.10%	其他	0.50%	0.30%
合计	1.86%	2.86%	合计	7.49%	合计	6.71%	-

注：占比 1 系指销售费用占营业收入比重，占比 2 系指销售费用占发行人剔除通机业务后的收入比重。

发行人报告期内平均销售费用率低于春风动力及神驰机电，主要原因在于：

1、发行人通机业务具有一定收入规模，而该业务相关销售费用投入较少，由此整体拉低了销售费用率

报告期内通机业务并非发行人核心业务，由于发行人通机产品较早进入非洲及西亚市场，凭借产品质量可靠、性能稳定，在当地市场具有较高的品牌知名度

和美誉度，由于该业务客户群体相对稳定，发行人可通过少量投入就可维持公司在非洲及西亚市场占有率，目前仅配备 1 名销售人员及 1 名兼职通机及舷外机的销售总监负责通机销售工作。

发行人聚焦舷外机业务，报告期内销售费用主要系为开展舷外机业务所形成，而通机业务销售收入占发行人整体收入比例约 35%但相关销售费用投入较少，由此拉低了整体销售费用率。剔除通机业务收入后，报告期内发行人销售费用率分别为 3.39%、3.43%、2.12%和 2.86%。

2、春风动力及神驰机电为开拓并维护境外特定区域的相关投入较大，且与发行人相似销售费用亦略高于发行人

不考虑通机业务影响，报告期内发行人销售费用（剔除运输费）占舷外机及配件业务收入的比重分别为 3.39%、3.43%、2.12%和 2.86%，累计占比约 2.86%，仍低于春风动力及神驰机电，主要原因在于：

（1）春风动力和神驰机电为开拓并维护境外特定销售区域及自身营销需要所支出的相关投入较大，其中春风动力的美国市场促销费、经销商贴息及消费者贴息（针对美国市场向经销商及消费者提供融资利息补贴）、业务服务费（向第三方销售服务公司所支付费用）和仓储费合计占比约为 2.61%；神驰机电的关税（主要系向其美国子公司出口货物所产生）、佣金（为开拓北美市场与第三方专业机构合作佣金费用）和仓储租赁费（美国及迪拜子公司开展业务所租赁场地及仓库所发生费用）合计占比约 2.97%。相较于此，发行人境外市场主要通过当地经销客户进行开拓，不存在境外子公司及仓储需要，因此无相关销售费用支出。

（2）春风动力及神驰机电与发行人销售费用明细所对应的明细费用支出合计占比分别为 4.67%和 3.73%，分别高于发行人对应销售费用占比 1.81 和 0.87 个百分点。其中，春风动力在广告费和三包费（售后费用）投入较高，该两项费用分别高于发行人 0.69 和 0.87 个百分点；而神驰机电在出口费用和其他费用的投入较高，分别高于发行人 0.33 和 0.27 个百分点。

春风动力主要销售自有品牌产品，除营销网店建设外，还包括赞助冠名、商业合作、网络宣传等多种渠道进行品牌推广，广告费用投入较高。而发行人除经销客户外，其他主要客户类型为非自有品牌的 ODM 客户（占比约 1/3），且报

告期内主要客户较为稳定，前五大客户集中度（约 50%）高于春风动力（约 25%），收入增长主要来自于老客户，因此业务开拓及推广费投入相对较少。此外，春风动力的三包费主要系美国市场发生的售后维修工时费及售后配件，服务内容包括配件实物与工时部分，相关市场人工成本显著高于国内。而发行人舷外机销售一般仅提供质保配件，不提供人工服务，通常由经销商自行安排提供人工维修，因此质保费投入亦相对较少。

神驰机电的出口费用主要系出口业务发生的保险费与报关手续费，其中报关手续费与报关次数、货物装箱数量相关，神驰机电列示在销售费用中的出口费用主要为境内母公司对美国子公司出口销售相关的报关手续费。而发行人销售费用中的保险费主要系出口业务相关保险费，无相关报关手续费，因此保险费投入少于神驰机电的出口费用。

综上所述，发行人销售费用率低于同行业可比公司具有合理性，符合发行人现阶段业务经营情况。

三、中介机构核查情况

（一）核查程序

针对上述事项，保荐机构、申报会计师履行了如下核查程序：

1、查阅同行业上市公司的销售费用明细等，并结合销售模式、销售网络建设、销售费用明细等情况与报告期内发行人销售费用情况进行比较，分析差异原因。

2、询问发行人销售负责人和财务负责人，了解发行人业务开拓及推广费、质保政策、销售费用明细等与同行业上市公司存在差异的原因及合理性。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：相较于春风动力及神驰机电，发行人销售费用占营业收入比重较低，主要原因在于：（1）发行人通机业务具有一定收入规模，而该业务相关销售费用投入极少，整体拉低了销售费用率；（2）春风动力及神驰机电为开拓并维护美国等境外特定销售区域及自身营销需要所支出的相关投入较大，同时与发行人销售费用明细对应的相关费用因业务经营特点

需要，春风动力在广告费、三包费的投入高于发行人，而神驰机电在出口费用、其他费用的投入高于发行人。发行人销售费用率低于同行业可比公司具有合理性，符合发行人现阶段业务实际经营情况。

（本页无正文，为《关于苏州百胜动力机器股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市审核中心意见落实函的回复》之签章页）


苏州百胜动力机器股份有限公司
2022 年 12 月 22 日

发行人董事长声明

本人已认真阅读苏州百胜动力机器股份有限公司本次意见落实函回复的全部内容，确认意见落实函回复不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。

发行人董事长：

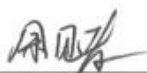
边晓然

边晓然



（本页无正文，为中航证券有限公司《关于苏州百胜动力机器股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市审核中心意见落实函的回复》之签章页）

保荐代表人：



余见孝



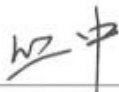
张威然



保荐机构（主承销商）董事长声明

本人已认真阅读苏州百胜动力机器股份有限公司本次意见落实函回复的全部内容，了解本次意见落实函回复涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，意见落实函回复不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构董事长：


丛 中

