

上海市锦天城律师事务所
关于浙江长城搅拌设备股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市的

补充法律意见书（四）



地址：上海市浦东新区银城中路 501 号上海中心大厦 9/11/12 层
电话：021-20511000 传真：021-20511999
邮编：200120

目 录

目 录	2
声 明	4
一、落实函问题 1. 关于收入增长可持续性与推广服务商模式.....	6

上海市锦天城律师事务所
关于浙江长城搅拌设备股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市的
补充法律意见书（四）

案号：【2021】年上锦杭非诉字第 41108-1 号

致：浙江长城搅拌设备股份有限公司

上海市锦天城律师事务所（以下简称“本所”或“锦天城”）接受浙江长城搅拌设备股份有限公司（以下简称“公司”或“发行人”）的委托，担任其首次公开发行股票并在创业板上市的专项法律顾问。本所律师已根据相关法律、法规及规范性文件的规定并按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责的查验原则，对发行人已经提供的与本次发行上市有关的文件和有关事实进行了核查和验证，在此之前已出具了《上海市锦天城律师事务所关于浙江长城搅拌设备股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的法律意见书》（以下简称“《法律意见书》”）、《上海市锦天城律师事务所关于浙江长城搅拌设备股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的律师工作报告》（以下简称“《律师工作报告》”）、《上海市锦天城律师事务所关于浙江长城搅拌设备股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的补充法律意见书（一）》（以下简称“《补充法律意见书（一）》”）、《上海市锦天城律师事务所关于浙江长城搅拌设备股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的补充法律意见书（二）》（以下简称“《补充法律意见书（二）》”）和《上海市锦天城律师事务所关于浙江长城搅拌设备股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的补充法律意见书（三）》（以下简称“《补充法律意见书（三）》”）。

本所现根据深圳证券交易所于 2023 年 7 月 31 日下发的审核函(2023)010320 号《关于浙江长城搅拌设备股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上的审核中心意见落实函》（以下简称“落实函”）的要求，对相关事项进行核查，出具本补充法律意见书。

声 明

本所及本所经办律师依据《证券法》《律师事务所从事证券法律业务管理办法》（以下简称“《证券法律业务管理办法》”）、《律师事务所证券法律业务执业规则（试行）》《公开发行证券公司信息披露的编报规则第12号—公开发行证券的法律意见书和律师工作报告》（以下简称“《编报规则12号》”）、《监管规则适用指引——法律类第2号：律师事务所从事首次公开发行股票并上市法律业务执业细则》等规定及本补充法律意见书出具日以前已经发生或者存在的事实，严格履行了法定职责，遵循了勤勉尽责和诚实信用原则，进行了充分的核查验证，保证本补充法律意见书所认定的事实真实、准确、完整，所发表的结论性意见合法、准确，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并承担相应法律责任。

本所律师对所查验事项是否合法合规、是否真实有效进行认定是以该等事实发生时或事实处于持续状态下的现行有效的法律、法规、规范性法律文件、政府主管部门做出的批准和确认、本所律师从国家机关、具有管理公共事务职能的组织、会计师事务所、资产评估机构、资信评级机构、公证机构等公共机构直接取得的文书，或本所律师从上述公共机构抄录、复制、且经该机构确认后的材料为依据做出判断；对于不是从上述公共机构直接取得的文书，或虽为律师从上述公共机构抄录、复制的材料但未取得上述公共机构确认的材料，本所律师已经进行了必要的核查和验证。

本所律师对于会计、审计、资产评估等非法律专业事项不具有进行专业判断的资格。本所律师依据从会计师事务所、资产评估机构直接取得的文书发表法律意见并不意味着对该文书中的数据、结论的真实性、准确性、完整性做出任何明示或默示的保证。

发行人已向本所保证，其所提供的书面材料或口头证言均真实、准确、完整，有关副本材料或复印件与原件一致，所提供之任何文件或事实不存在虚假、误导性陈述或者重大遗漏。

本所律师严格履行了法定职责，遵循了勤勉尽责和诚实信用原则，保证本补充法律意见书所认定的事实真实、准确、完整，所发表的结论性意见合法、准确。

本补充法律意见书中不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本所律师依法对出具的法律意见承担相应法律责任。

本所同意将本补充法律意见书作为发行人申请公开发行股票所必备的法律文件，随同其他材料一同上报，并愿意承担相应的法律责任。

除非特别说明或文义另有所指，本所在《法律意见书》《律师工作报告》《补充法律意见书（一）》《补充法律意见书（二）》《补充法律意见书（三）》中的相关释义和声明事项适用于本补充法律意见书。

本所律师遵循审慎性及重要性原则，在查验相关材料及事实的基础上，出具本补充法律意见书。

正文

问题 1. 关于收入增长可持续性与推广服务商模式

问询回复显示：

（1）公司 2021 年度营业收入同比增长 39.66%，2022 年度营业收入同比增长 37.45%，主要受下游高分子材料及新能源等新兴行业市场需求增长影响所致。

（2）受到补贴政策及春节假期的影响，我国新能源汽车 2023 年 1 月份的产销量分别为 42.5 万辆和 40.8 万辆，同比分别下降 6.9%和 6.3%，环比分别下降 46.6%和 49.9%，新能源汽车行业的增速受到一定冲击。

（3）公司前五大推广服务商员工数量较少，奥蓝华图、科角贸易和安徽寰美为公司前员工控制的企业，2022 年公司通过上述三家服务商实现收入 11,419.97 万元，占营业收入的比例为 20.72%。

（4）前五大推广服务商对应的主要终端客户为四川惊雷压力容器制造有限责任公司、宁德邦普循环科技有限公司、赣州腾远钴业新材料股份有限公司等。

（5）成都奥蓝、安徽寰美等服务商成立时间较短即与发行人合作。

（6）岳阳德铨的推广服务费率在 2020 年及 2022 年较当年总推广服务费率的差异较为明显，主要原因系该推广服务商在 2020 年和 2022 年的非片区推广服务形成的收入占比较高所致（公司与推广服务商约定：针对所属片区内的合同，按标准报价的 10%计算推广服务费，跨片区的合同按标准报价的 7%计算），但该公司 2022 年的费率低于 4%，远低于约定的 7%和 10%。

（7）发行人单一销售人员的收入贡献为 1-2 千万，高于同行业公司 500 万元左右。

请发行人：

（1）结合下游高分子材料及新能源汽车行业发展趋势及周期性特点、中小客户情况、主要客户产线规划情况、订单变化等情况，分析发行人收入增长是否具有持续性，是否存在业绩下滑风险并完善风险提示。

（2）说明各主要推广服务商终端客户数量，是否存在只服务特定客户的情形及原因，其人数较少但却能获得大额订单的原因，服务商成立时间较短即与发行人合作且能够跨区域推广客户的原因，四川惊雷、宁德邦普等主要终端客户不直接与发行人合作而是通过推广服务商与发行人开展业务的原因，通过推广服务商和公司合作与直接和公司合作的区别。

（3）说明员工作为推广服务商和公司合作与其作为公司员工所从事的工作内容的差异情况，其与公司合作是否真实，并进一步从业务角度说明主要推广服务商为前员工的合理性。

（4）说明部分推广服务商的实际费率远低于约定费率的合理性及价格公允性，是否存在其他推广服务商的费率低于合同约定的情形，成本费用核算的完整性、准确性。

（5）说明报告期后经营情况和财务情况，包括订单获取、消化进度及对收入的影响，市场供需格局调整情况及对发行人议价能力、销售单价的影响，主要原材料采购价格变化及对成本、毛利率的影响等。

请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见。

请保荐人、发行人律师、申报会计师说明针对推广服务商实现收入的真实性以及是否存在通过推广服务商代垫费用及进行商业贿赂事项的核查情况。

回复：

一、结合下游高分子材料及新能源汽车行业发展趋势及周期性特点、中小客户情况、主要客户产线规划情况、订单变化等情况，分析发行人收入增长是否具有持续性，是否存在业绩下滑风险并完善风险提示

（一）下游高分子材料及新能源汽车行业发展趋势及周期性特点

1、高分子材料行业

（1）发展趋势

化工行业主要分为石油化工、基础化工以及化学化纤三大类，其中高分子材料作为石油化工的下游衍生产业，是当今世界发展最迅速的产业之一，每年产出

的新材料种类层出不穷。高分子材料作为现代化工产业链中不可缺少的材料，其用途多样，作用突出，可作为下游塑料、橡胶、树脂、涂料、纺织等制品产业的原料，广泛应用于汽车工业、电子电器、建筑工程、医疗卫生、纺织、轨道交通等日常生活所需的各行各业。

1) 细分领域发展趋势

工业和信息化部、国家发展和改革委员会、科学技术部、生态环境部、应急管理部、国家能源局于 2022 年 3 月 28 日发布的《关于“十四五”推动石化化工行业高质量发展的指导意见》指出，围绕新一代信息技术、生物技术、新能源、高端装备等战略性新兴产业，增加有机氟硅、聚氨酯、聚酰胺等材料品种规格，加快发展高端聚烯烃、电子化学品、工业特种气体、高性能橡塑材料、高性能纤维、生物基材料、专用润滑油脂等产品。报告期内，公司产品销售予高分子材料行业的客户中，主要将其用于合成树脂、合成纤维和合成橡胶的生产，报告期内三个细分领域各自合计收入占高分子材料行业收入的比例分别为 54.57%、20.72% 和 18.94%，为公司销售予高分子材料行业的主要领域，以下对前述细分领域进行分析。

①合成树脂

全球三大合成材料包括合成树脂、合成纤维和合成橡胶，其中合成树脂为产量和消费量最高的合成材料。合成树脂具有优良的可加工性和物理性能，易制成薄膜、中空容器、纤维、编织制品等多种形态，广泛应用于包装、农业、汽车、电子信息、建筑及节能环保等行业。

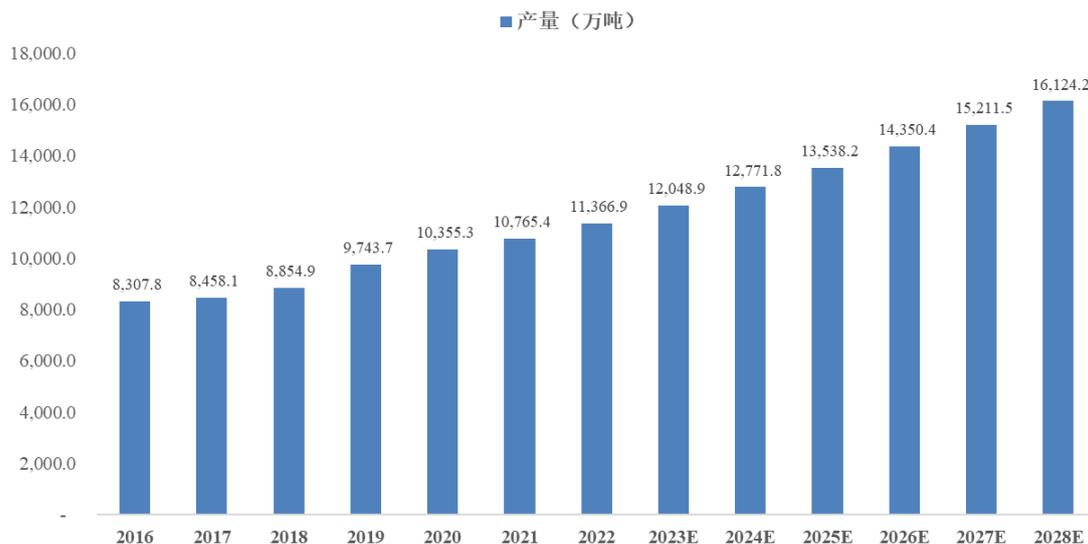
近年来，我国不断发展完善合成树脂产业链，产品自给率获得大幅提升且应用领域不断拓展，由原依赖进口向大部分由国内生产转变，部分产品已达到国际先进水平，产品由低端向高端发展，通用树脂向专用树脂发展。随着我国成为全球商品的制造基地，国内合成树脂的需求持续提升，国内企业的产能亦随之提升。截至 2020 年底，我国已成为五大通用合成树脂全球最大的生产国。

我国合成树脂领域中，目前高性能合成树脂仍主要依赖进口，高性能合成树脂包括光学级合成树脂（应用于液晶显示器、光伏电池、触摸屏保护膜等）、电子级合成树脂（应用于覆铜板基材、集成电路封装材料等）、膜级合成树脂（应

用于锂电池隔膜、医用透析膜、夹层安全玻璃、航天器、精密仪器等）等，其下游应用范围广泛，基本为我国实现制造业转型升级需重点支持的高新技术产业。高性能合成树脂作为支撑我国先进制造、新能源、电子信息等国家战略性新兴产业发展的关键基础材料，未来将成为合成树脂领域的发展重点，随着下游新能源汽车、现代包装、航空航天、5G 及通信行业、轨道交通和电子工业等对其需求的增长，将带动合成树脂行业规模的持续增长。

随着我国合成树脂的国产化以及高性能合成树脂在下游应用的巨大需求，我国合成树脂产量近年来保持持续增长，2016-2022 年由 8,307.8 万吨增长至 11,366.9 万吨，年复合增长率为 5.36%；根据前瞻产业研究院¹的预测，2023-2028 年我国合成树脂产量将以 6% 的速度增长，至 2028 年我国合成树脂产量将达到 16,124.2 万吨，具体情况如下：

2016-2028年中国合成树脂产量及预测



数据来源：国家统计局、前瞻产业研究院。

②合成纤维

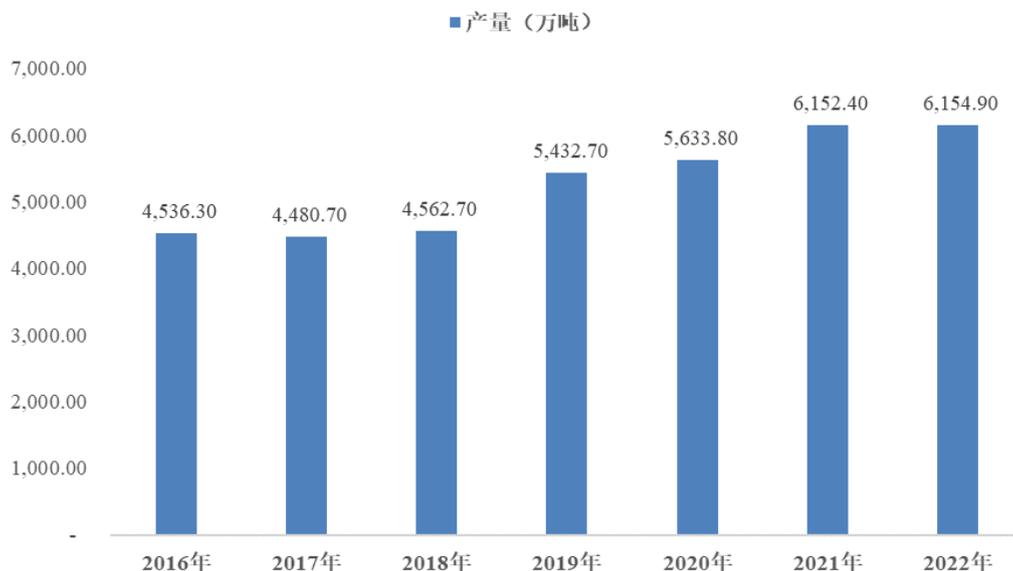
¹ 前瞻产业研究院：即深圳前瞻产业研究院有限公司，为深圳前瞻资讯股份有限公司（证券代码：839599，证券简称：前瞻资讯）全资子公司，为政府、企业、科研院所提供产业研究、统计调查等服务。经过 20 多年的发展，前瞻资讯已服务全国逾 2000 家政府单位，影响 93% 中国 500 强企业以及决策人、技术专家、科研人员和终端消费者，为产业研究领域知名企业。前瞻产业研究院为国务院国资委干部培训智库、与阿里云、金蝶等多家企业共同发布行业白皮书，在市场上具有一定影响力。

合成纤维为全球三大合成材料之一，主要包括涤纶、锦纶、腈纶、氯纶、维纶、氨纶、丙纶、聚烯烃弹力丝等，其中主要品种为涤纶，约占合成纤维产量的90%。合成纤维主要应用于服装制造、纺织品等领域。

近年来，随着我国经济的持续发展和居民生活水平的不断提高，对合成纤维的需求日渐强劲，国内合成纤维产量持续增长，目前我国已成为全球合成纤维最大的生产国。服装制造业为我国合成纤维主要的需求领域，其作为我国传统支柱产业之一，在国民经济中一直处于重要地位。随着科技进步、居民消费观念转变等因素影响，服装消费结构正逐步升级，居民对服装的消费不单单是为了满足最基本的需求，追求时尚、环保和功能性纺织品逐渐成为消费的主流。随着经济增长及消费升级，我国服装市场规模呈平稳增长态势，根据国家统计局数据，我国服装零售行业营业收入由2016年的3,077.78亿元增长至2021年的3,915.98亿元。随着服装行业规模的不断增长，庞大的消费需求带动了我国合成纤维行业的发展。

我国合成纤维产量近年来保持持续增长态势，2016-2022年由4,536.30万吨增长至6,154.90万吨，年复合增长率为5.22%，具体情况如下：

2016-2022年中国合成纤维产量



数据来源：华经产业研究院。

③合成橡胶

合成橡胶为人工合成的高弹性聚合物，分为通用橡胶和特种橡胶，其中通用

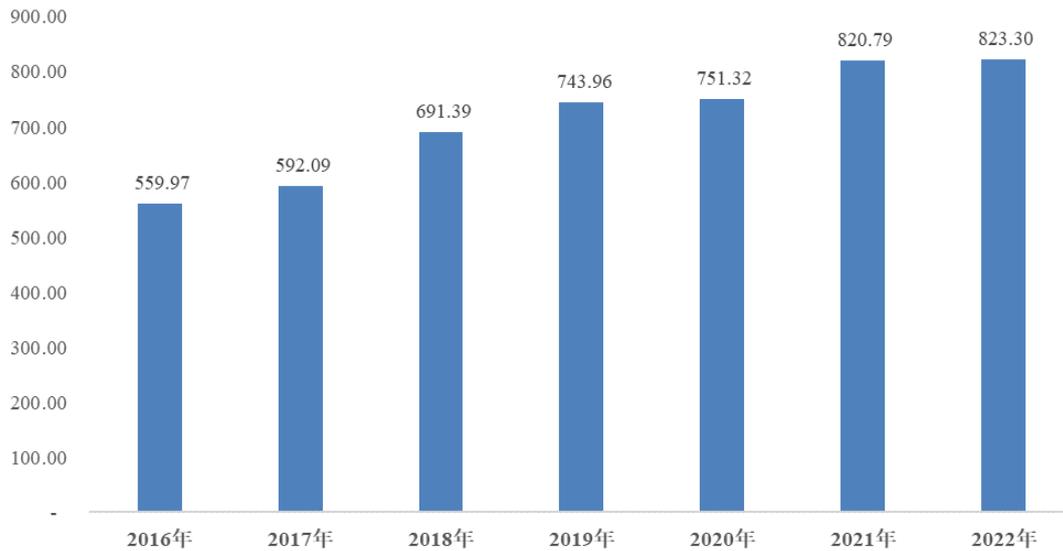
橡胶为合成橡胶的主要品种，占比 80% 以上，主要用于轮胎和工业橡胶制品的生产；特种橡胶为具有特殊性能及用途的合成橡胶，主要应用于要求某种特性的特殊场合。合成橡胶作为全球三大合成材料之一，广泛应用于汽车、航空航天、农业、日用品、建筑装饰胶粘剂、制鞋业等行业。

我国合成橡胶产业经过几十年的快速发展，全面实现了丁苯、顺丁、丁基、乙丙、丁腈、氯丁、SBCs、异戊等八大胶种的工业化生产，建立了品种齐全的合成橡胶工业体系，目前我国合成橡胶的产能接近全球产能的 30%、消费量约占全球消费量的 30%，均为全球第一。我国合成橡胶行业已拥有独立研发新产品和新技术的能力，但也存在产品同质化严重、高附加值产品占比较低等现象，特种高性能产品长期依赖进口。

在我国合成橡胶的下游应用中，轮胎生产为主要的应用领域，2022 年轮胎需求占比约为 73%。随着汽车行业，尤其新能源汽车的快速发展，轮胎行业需求占比将进一步提升。同时，在节能减排和“双碳”背景下，轮胎行业将向橡胶生产绿色化转型，并要求生产企业在高性能合成橡胶领域进行技术突破。轮胎产品的新业态将促进合成橡胶的发展，可降低滚动阻力、高抗湿滑性能、低噪声的高性能绿色轮胎将成为未来发展的方向，将拉动合成橡胶消费的增长。

随着合成橡胶下游应用行业的快速发展及其向绿色化转型，我国合成橡胶产量近年来保持持续增长，2016-2022 年由 559.97 万吨增长至 823.30 万吨，年复合增长率为 6.63%，具体情况如下：

2016-2022年中国合成橡胶产量（万吨）



数据来源：国家统计局。

2) 高分子材料行业的发展带动对搅拌设备的需求

《中国制造 2025》指出，以特种金属功能材料、高性能结构材料、功能性高分子材料、特种无机非金属材料 and 先进复合材料为发展重点，加快研发先进熔炼、凝固成型、气相沉积、型材加工、高效合成等新材料制备关键技术和装备，加强基础研究和体系建设，突破产业化制备瓶颈。因此，高分子材料的制备装备成为突破重点。在 高分子材料产品的生产过程中，通常会涉及到聚合反应，搅拌设备在聚合釜中起到使生产物料充分混合、加快反应速率、固液分离的关键作用，且高分子材料在生产过程中通常面临高温、高压、高腐蚀性的极端环境，因此对搅拌设备的加工精度、产品质量提出了更高的要求。

高分子材料应用范围广泛，行业市场空间广阔，近年来我国为解决新材料领域的“卡脖子”难题，国内企业纷纷加大对新材料的研发，带动高分子材料领域市场规模的持续增长。近年来，我国开始坚定的走自主可控的高质量发展道路，供应链国产化趋势进一步明确，国家对关键装备、关键材料的国产替代需求日益迫切，新材料的研发、落地层出不穷，对国产关键装备的需求亦日益加大。高分子材料领域的国产替代将加速推动其发展，从而不断增加对搅拌设备的需求，为公司的业务增长提供支撑。

（2）周期性特点

随着我国合成树脂的国产化以及高性能合成树脂在下游新能源汽车、现代包装、航空航天、5G 及通信等行业应用的巨大需求，我国合成树脂产量近年来保持持续增长；我国服装行业市场规模不断增长，庞大的消费需求带动了我国合成纤维的需求增长；随着合成橡胶下游新能源汽车市场的快速发展及其向绿色化转型，我国合成橡胶产量近年来保持持续增长。近年来，公司产品主要应用于高分子材料行业的前述领域中，其受到下游行业需求增长的带动而保持持续增长趋势，前述领域的行业发展仍处于上升阶段，不存在显著的周期性特点。

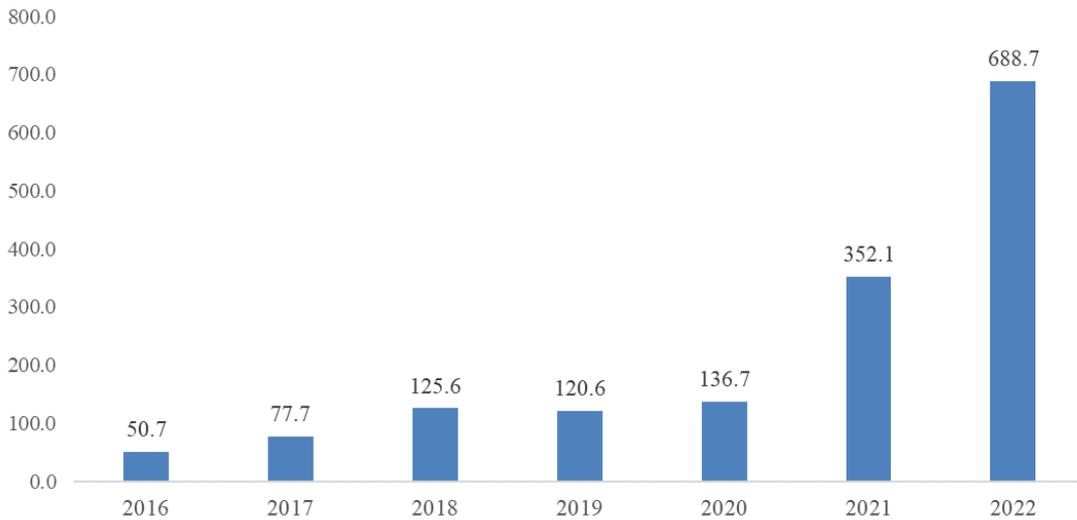
2、新能源汽车行业

（1）发展趋势

近年来，能源相关产业持续快速发展升级，新能源等领域的科技成果产业化应用加快。《中共中央、国务院关于完整准确全面贯彻新发展理念做好碳达峰碳中和工作的意见》指出，大力发展绿色低碳产业。加快发展新一代信息技术、生物技术、新能源、新材料、高端装备、新能源汽车、绿色环保以及航空航天、海洋装备等战略性新兴产业。建设绿色制造体系。到 2030 年，经济社会发展全面绿色转型取得显著成效，重点耗能行业能源利用效率达到国际先进水平；到 2060 年，绿色低碳循环发展的经济体系和清洁低碳安全高效的能源体系全面建立，能源利用效率达到国际先进水平。

新能源汽车作为新能源行业的终端应用分支，与国民日常生活联系紧密，近年来，国家不断出台政策大力推动新能源汽车的发展。2020 年 10 月，国务院在《新能源汽车产业发展规划（2021—2035 年）》中强调，发展新能源汽车是我国从汽车大国迈向汽车强国的必由之路，是应对气候变化、推动绿色发展的战略举措。根据中国汽车工业协会统计数据，我国 2016 年至 2022 年新能源汽车销量由 50.7 万台增长至 688.7 万台，一直位居全球新能源汽车产销市场首位，年复合增长率为 54.47%。根据中国汽车工业协会数据统计，2022 年我国新能源汽车的市场渗透率为 25.64%，仍存在较大的增长空间。

中国新能源汽车销量（万台）



数据来源：中国汽车工业协会。

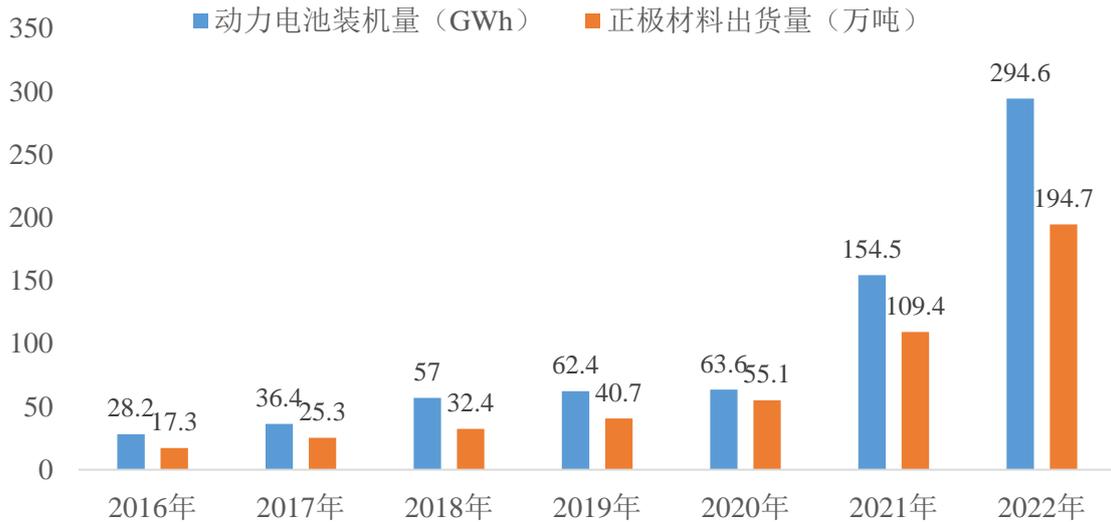
2022 年末，财政部、工业和信息化部、科技部、发展改革委发布的《关于 2022 年新能源汽车推广应用财政补贴政策的通知》指出，2022 年新能源汽车购置补贴政策于 2022 年 12 月 31 日终止，2022 年 12 月 31 日之后上牌的车辆不再给予补贴。受到该政策及春节假期的影响，我国新能源汽车 2023 年 1 月份的产销量分别为 42.5 万辆和 40.8 万辆，同比分别下降 6.9% 和 6.3%，环比分别下降 46.6% 和 49.9%，新能源汽车行业的增速受到一定冲击。但随着市场对政策的消化以及国内消费需求的逐步恢复，我国 2023 年 1-6 月新能源汽车产销量分别为 378.8 万辆和 374.7 万辆，同比分别增长 42.35% 和 44.12%，增速虽较 2022 年同期有所下降，但仍保持快速增长趋势。

在新能源汽车产业链中，新能源电池作为新能源汽车的核心部件，为汽车提供动力来源，其生产所需的主要材料包括正极材料、负极材料、电解液、隔膜等。前述材料的工业化生产需要通过搅拌设备来均匀混合反应釜中的固体和液体原料使其高效、充分反应，经固液分离、提纯后得到所需产物。搅拌设备在其中起到加快反应速率、提高产物转化率的核心作用。

在新能源汽车行业快速增长带动下，全球动力电池市场保持快速增长趋势。就国内市场而言，2016 年至 2022 年，我国动力电池装机量从 28.2GWh 增长到

294.6GWh，根据 GGII²、浙商证券研究所的预测数据显示，到 2025 年国内动力电池装机量将达到 821GWh。其中正极材料的生产项目建设、技改升级是搅拌设备在新能源汽车行业的重要增长驱动力之一，根据 GGII 预测，到 2025 年中国正极材料出货量将达 471 万吨，市场增长空间较大。

我国动力电池装机量及正极材料出货量

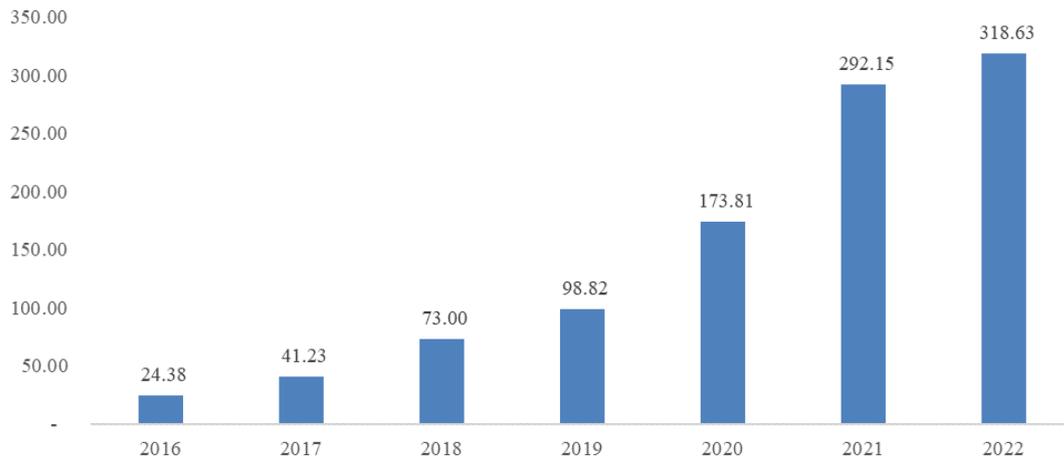


数据来源：中国汽车动力电池产业创新联盟。

除中国市场外，全球多国将发展新能源汽车作为应对气候变化、优化能源结构的重要战略举措，纷纷出台政策支持新能源汽车产业发展。除中国市场外，全球新能源汽车销量从 2016 年的 24.38 万辆增长到 2022 年的 318.63 万辆，复合年增长率达 53.48%，全球新能源汽车市场步入高速增长期。

2 高工产业研究院（GGII）：于 2006 年成立，专注国内新兴产业市场研究的专业咨询机构，为企业、金融机构和政府提供全方位咨询服务。涉及的新兴产业包括新能源汽车、锂电池、氢燃料电池、机器人、新材料及 LED 等，出具的研究报告在市场上被企业上市信息披露、证券公司研究报告等大量引用，具有一定的市场影响力。

国际新能源汽车销量（万台）

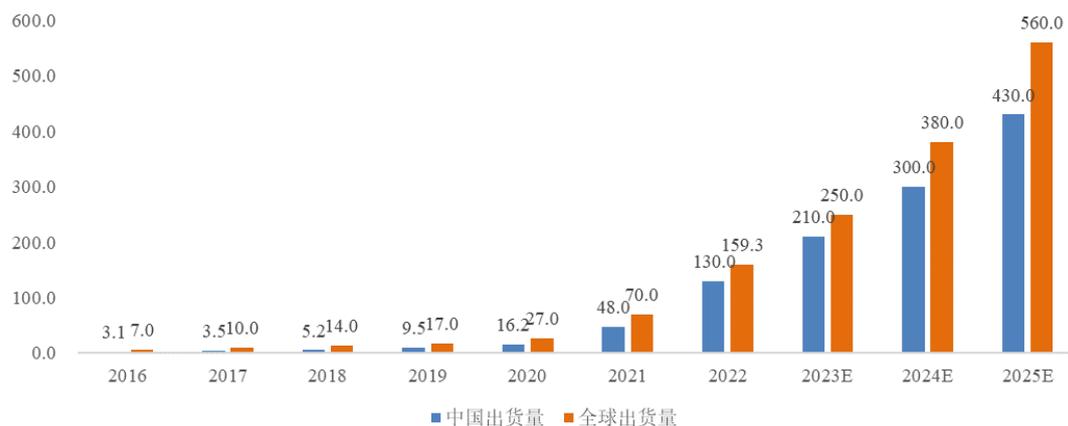


数据来源：同花顺 iFinD

此外，受益于“碳中和”战略下风电、光电等清洁能源的快速发展，电化学储能项目装机量规模快速增长，从而带动储能电池出货量的快速增长。2016年至2022年，我国及全球储能锂离子电池出货量分别由3.1GWh增长至130.0GWh、7.0GWh增长至159.3GWh，复合增长率分别为86.39%、68.34%，根据GGII预测，2025年的储能锂离子电池出货量将分别达到430GWh及560GWh，处于快速发展态势。

2016-2025年储能锂离子电池出货量

单位：GWh



数据来源：GGII。

（2）周期性特点

新能源汽车行业为国家鼓励发展行业，是我国迈向汽车强国的重要抓手，在国家政策的不断支持下，行业实现快速发展；国际方面，全球多国将发展新能源

汽车作为重要战略举措，支持新能源汽车产业发展；同时，清洁能源受益于“碳中和”战略，亦处于快速发展阶段，因此未呈现明显的周期性特点。

综上，公司下游高分子材料行业与宏观经济的景气度息息相关，近年来我国GDP仍保持持续增长态势，高分子材料行业需求将不断增加；新能源行业将仍保持快速发展趋势，不存在明显的周期性特点。随着下游行业的快速发展，将持续对搅拌设备产生需求。公司依托深耕行业多年积累的品牌、技术、历史业绩、产品质量等优势，将持续拓展客户获取订单，因此公司收入增长具有持续性。

（二）中小客户情况

报告期内，公司主营业务收入按中小客户分类情况如下：

单位：万元

项目	2022年度		2021年度		2020年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
大型客户	29,310.12	54.47%	13,748.89	35.24%	5,160.79	18.48%
中型客户	12,215.66	22.70%	12,412.60	31.81%	11,844.85	42.41%
小型客户	12,279.20	22.82%	12,856.05	32.95%	10,925.00	39.11%
合计	53,804.98	100.00%	39,017.54	100.00%	27,930.63	100.00%

注：公司大型客户为收入500万元以上的客户、中型客户为收入100万元至500万元的客户、小型客户为收入100万元以下的客户。

报告期内，公司中小客户收入合计额分别为22,769.84万元、25,268.65万元及24,494.86万元，保持平稳，其按行业分类的具体情况如下：

单位：万元

项目	2022年度		2021年度		2020年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
化工	13,571.09	55.40%	14,157.41	56.03%	12,425.95	54.57%
其中： 高分子材料	4,407.03	17.99%	4,593.63	18.18%	3,687.65	16.20%
生物工程	4,181.61	17.07%	4,843.57	19.17%	3,095.81	13.60%
环保	2,320.18	9.47%	3,320.04	13.14%	3,879.17	17.04%
新能源	2,104.98	8.59%	845.57	3.35%	1,320.32	5.80%
食品饮料	1,199.24	4.90%	1,039.88	4.12%	993.14	4.36%
冶金矿业	990.36	4.04%	753.93	2.98%	760.80	3.34%

其他	127.40	0.52%	308.26	1.22%	294.66	1.29%
合计	24,494.86	100.00%	25,268.65	100.00%	22,769.84	100.00%

报告期内，公司中小客户主要分布于传统化工、生物工程及环保等传统行业，主要系前述行业发展较为成熟，市场需求平稳增长，行业内企业新建项目的频次及投资规模保持平稳，不存在如新能源汽车行业因市场需求爆发而投资规模急剧增加的情形，导致对公司产品的需求相对新能源汽车行业较少；同时，受益于下游新能源汽车行业近年来的快速发展，公司订单规模快速增长，自有产能逐步难以满足所有客户的订单需求，考虑到新能源汽车行业发展较快且订单规模较大，公司将产能优先配置予该行业的大型客户。前述因素综合导致了公司销售予传统行业客户的收入处于中小规模。公司中小客户的划分主要受其报告期内向公司采购规模的影响，与其自身经营规模无关，如新安集团、益海嘉里、上海电气、鲁抗医药等知名大型企业因报告期内采购公司产品规模未达到大型客户标准，亦被划分为中小客户。

报告期内，公司基于品牌、产品质量等优势，持续获得中小客户订单，中小客户已成为公司收入的重要组成部分。公司通过本次募投项目扩大产能后，将持续维护并开拓中小客户，未来中小客户将成为公司收入的增长点，因此公司收入增长具有持续性。

（三）主要客户产线规划情况

1、高分子材料行业

报告期各期，公司向高分子材料行业前五名客户销售的具体情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	收入金额	占主营业务收入的 比例
2022 年度			
1	浙江石油化工有限公司	1,309.79	2.43%
2	安徽皖维高新材料股份有限公司	821.48	1.53%
3	郑州中远氨纶工程技术有限公司	471.99	0.88%
	郑州中远防务材料有限公司	175.16	0.33%
	小计	647.16	1.20%

序号	客户名称	收入金额	占主营业务收入的 比例
2022 年度			
4	益凯新材料有限公司	599.23	1.11%
5	上海津沛电气自动化有限公司	597.79	1.11%
合计		3,975.45	7.39%
2021 年度			
1	上海津沛电气自动化有限公司	857.97	2.20%
2	郑州中远氨纶工程技术有限公司	750.42	1.92%
	郑州中远防务材料有限公司	1.10	0.00%
	小计	751.52	1.93%
3	深圳汇硕融资租赁有限公司	640.44	1.64%
	山东京博中聚新材料有限公司	44.86	0.11%
	山东京博石油化工有限公司	31.70	0.08%
	山东京博装备制造安装有限公司	12.91	0.03%
	小计	729.91	1.87%
4	宁波利万新材料有限公司	434.51	1.11%
5	无锡兆阳化工装备有限公司	305.53	0.78%
合计		3,079.44	7.89%
2020 年度			
1	天津渤化化工发展有限公司	538.79	1.93%
2	山东圣泉新材料股份有限公司	451.33	1.62%
3	江苏华峰超纤材料有限公司	316.46	1.13%
	重庆华峰新材料有限公司	3.19	0.01%
	华峰化学股份有限公司	1.28	0.00%
	上海华峰超纤科技股份有限公司	0.77	0.00%
	华峰集团有限公司	0.31	0.00%
	小计	322.01	1.15%
4	无锡科伦达化工热力装备有限公司	258.41	0.93%
5	永胜机械工业（昆山）有限公司	191.15	0.68%
合计		1,761.69	6.31%

注：客户均按同一控制下合并口径列示。

报告期内，公司高分子材料行业前五名客户购买公司产品主要用于树脂、纤维（如氨纶）、橡胶等高分子材料的生产。在高分子材料行业前五名客户中，除

“浙江石油化工有限公司”为上市公司“荣盛石化（证券代码：002493.SZ）”控股子公司、“安徽皖维高新材料股份有限公司”为上市公司“皖维高新（证券代码：600063.SH）”、“益凯新材料有限公司”为上市公司“软控股份（证券代码：002073.SZ）”控股子公司、“山东圣泉新材料股份有限公司”为上市公司“圣泉集团（证券代码：605589.SH）”控股子公司，“江苏华峰超纤材料有限公司”为上市公司“华峰超纤（证券代码：300180.SZ）”控股子公司、“华峰化学股份有限公司”为上市公司“华峰化学（证券代码：002064.SZ）”外，其他客户均为非公众公司，不存在其产线规划的公开信息，因此以下仅对前述公众公司公告的产线规划情况进行分析，具体情况如下：

证券简称	主要产品	高分子材料项目名称	项目预算
荣盛石化	聚酯化纤薄膜	高端新材料项目	641 亿元
		高性能树脂项目	192 亿元
		新增 140 万吨/年乙烯及下游化工装置项目	345 亿元
皖维高新	聚乙烯醇、醋酸乙烯、水泥、醋酸甲酯等产品	投资 6000 吨/年水溶性聚乙烯醇纤维项目	0.6 亿元
		6万吨/年乙烯法特种聚乙烯醇树脂升级改造项目	约 13 亿元
软控股份	橡胶装备系统、橡胶新材料、化工材料	-	-
圣泉集团	酚醛树脂、铸造用树脂、电子化学品	年产 10/万吨生物基硬碳负极材料项目	24.8 亿元
华峰超纤	超细纤维底坯、绒面材料、超细纤维合成革、尼龙6等产品	-	-
华峰化学	化学纤维、化工新材料、基础化工产品	华峰新材料应用联合创新中心	8.5 亿元

注：1、上表为各公司已公告但截至 2023 年 6 月 30 日未见开工建设信息的项目；

2、资料来源：Wind、各公司公告。

由上表可知，公司报告期内主要高分子材料行业客户未来对高分子材料有投资建设规划，且产线规划投资金额较大，与高分子材料行业的发展趋势一致。随着客户产线的不断投入，将对公司产品持续产生需求。

2、新能源行业

报告期各期，公司向新能源行业前五名客户销售的具体情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	收入金额	占主营业务收入的 比例
2022 年度			
1	四川惊雷压力容器制造有限责任公司	11,027.04	20.49%
2	湖南邦普循环科技有限公司	418.91	0.78%
	宁德邦普循环科技有限公司	3,223.72	5.99%
	小计	3,642.64	6.77%
3	华友新能源科技（衢州）有限公司	732.94	1.36%
	衢州华友钴新材料有限公司	11.23	0.02%
	小计	744.17	1.38%
4	安徽西恩循环科技有限公司	663.50	1.23%
5	广东佳纳能源科技有限公司	336.51	0.63%
	江西佳纳能源科技有限公司	218.58	0.41%
	小计	555.10	1.03%
合计		16,632.45	30.91%
2021 年度			
1	湖南邦普循环科技有限公司	2,885.92	7.40%
2	华友新能源科技（衢州）有限公司	1,409.51	3.61%
	衢州华友资源再生科技有限公司	69.03	0.18%
	衢州华海新能源科技有限公司	35.84	0.09%
	小计	1,514.38	3.88%
3	四川惊雷压力容器制造有限责任公司	1,135.58	2.91%
4	万华化学集团物资有限公司	363.02	0.93%
	万华化学（烟台）氯碱热电有限公司	0.16	0.00%
	小计	363.18	0.93%
5	兰州金通储能动力新材料有限公司	139.67	0.36%
	兰州金川新材料科技股份有限公司	55.97	0.14%
	小计	195.65	0.50%
合计		6,094.69	15.62%
2020 年度			
1	四川惊雷压力容器制造有限责任公司	483.39	1.73%
2	福建常青新能源科技有限公司	323.89	1.16%
3	江西赣锋锂业集团股份有限公司	204.80	0.73%
4	LOTUS MIXERS INC.	148.50	0.53%

序号	客户名称	收入金额	占主营业务收入的 比例
2022 年度			
5	万华化学集团股份有限公司	145.66	0.52%
合计		1,306.24	4.68%

注：客户均按同一控制下合并口径列示。

报告期内，公司新能源行业前五名客户购买公司产品主要用于新能源锂离子电池正极材料的合成。在新能源行业前五名客户中，除“湖南邦普循环科技有限公司、宁德邦普循环科技有限公司”为上市公司“宁德时代（证券代码：300750.SZ）”控股子公司、“华友新能源科技（衢州）有限公司、衢州华友钴新材料有限公司、衢州华友资源再生科技有限公司、衢州华海新能源科技有限公司（已于2021年6月30日注销）”为上市公司“华友钴业（证券代码：603799.SH）”控股子公司、“安徽西恩循环科技有限公司”为IPO问询阶段企业“上海西恩科技股份有限公司（公司简称：西恩科技）”控股子公司、“广东佳纳能源科技有限公司、江西佳纳能源科技有限公司”为上市公司“道氏技术（证券代码：300409.SZ）”控股子公司、“万华化学集团物资有限公司、万华化学（烟台）氯碱热电有限公司”为上市公司“万华化学（证券代码：600309.SH）”控股子公司、“江西赣锋锂业集团股份有限公司”为上市公司“赣锋锂业（证券代码：002460.SZ）”外，其他客户均为非公众公司，不存在其产线规划的公开信息，因此以下仅对前述公众公司公告的产线规划情况进行分析，具体情况如下：

公司简称	主要产品	新能源项目名称	项目预算
宁德时代	动力电池系统、储能电池系统、电池材料及回收、电池矿产资源	济宁新能源电池产业基地项目	140 亿元
		匈牙利时代新能源电池产业基地项目	73.4 亿欧元
		洛阳新能源电池生产基地项目	140 亿元
		广东宁德邦普一体化新材料产业项目	238 亿元
华友钴业	钴产品、铜产品、镍产品、三元前驱体、正极材料、镍中间品、理产品	年产 5 万吨（金属量）高纯镍项目	14.94 亿元
		PT Kolaka Nickel Indonesia 波马拉 HPAL 项目	未公告
		电池材料（金属硫酸盐、前驱体）生产工厂（与 LG 化学拟在韩国合资设立）	未公告
		高镍型动力电池用三元正极项目	12.78 亿欧元
西恩科技	硫酸镍、三元前驱体、碳酸锂、氢氧化钴和危废处置服务	-	-

公司简称	主要产品	新能源项目名称	项目预算
道氏技术	锂电材料、陶瓷材料、碳材料及其他	-	-
万华化学	聚氨酯系列、石化系列、精细化学品及新材料系列产品	-	-
赣锋锂业	锂系列产品、锂电池系列产品	年产 24GWh 动力电池项目	100 亿元
		年产 10GWh 新型锂电池及储能总部项目	50 亿元
		年产 20GWh 锂电池项目	未公告

注：1、上表为各公司已公告但截至 2023 年 6 月 30 日未见开工建设信息的项目；
2、资料来源：Wind、各公司公告。

由上表可知，公司报告期内主要新能源行业客户未来产线规划投资金额较大，与新能源行业的发展趋势一致。随着客户产线的不断投入，将对公司产品持续产生需求。

（四）订单变化情况

2020 年末至 2023 年 6 月末，公司高分子材料及新能源行业在手订单情况如下：

单位：万元

项目	2023.6.30		2022.12.31		2021.12.31		2020.12.31	
	金额 (含税)	占比	金额 (含税)	占比	金额 (含税)	占比	金额 (含税)	占比
高分子材料	12,393.86	12.85%	14,081.79	15.69%	12,552.05	16.27%	5,807.70	13.86%
新能源	24,898.79	25.81%	26,709.04	29.77%	18,532.50	24.02%	4,773.30	11.39%
合计	37,292.65	38.65%	40,790.84	45.46%	31,084.55	40.29%	10,581.00	25.26%
期末在手订单总额	96,478.73	100.00%	89,726.90	100.00%	77,161.43	100.00%	41,894.36	100.00%

注：1、上表中 2020 年及 2021 年末数据在二轮反馈回复中统计错误，此处进行更正；
2、占比为各期末各细分行业在手订单金额占在手订单总额的比例。

由上表可知，公司 2020 年末至 2023 年 6 月末在手订单总额（含税）分别为 41,894.36 万元、77,161.43 万元、89,726.90 万元和 96,478.73 万元，呈持续上升趋势，其中高分子材料及新能源行业在手订单合计金额（含税）分别为 10,581.00 万元、31,084.55 万元、40,790.84 万元和 37,292.65 万元，占各期末在手订单总额（含税）的比例分别为 25.26%、40.29%、45.46%和 38.65%。2023 年 6 月末，公司高分子材料及新能源行业在手订单较上年末有所下降，主要系 2023 年上半年

两个行业的部分客户项目完成验收，收入确认较多所致，其中高分子材料当期确认收入 6,412.66 万元、新能源行业当期确认收入 10,322.43 万元（未经审计），占 2022 年全年该行业确认收入的比例分别为 67.48%、54.91%。近年来，得益于高分子材料及新能源等新兴行业的持续发展，公司取得了较多订单。随着新兴产业的持续发展，将持续带动对公司搅拌设备的需求，为公司未来经营业绩的稳定增长奠定基础。

（五）公司收入增长具有持续性

1、下游新兴行业发展迅速

受益于下游新能源汽车、现代包装、航空航天、5G 及通信、服装等行业的持续发展，高分子材料行业的合成树脂、合成纤维、合成橡胶 2016 年至 2022 年的产量复合增长率分别为 5.36%、5.22% 和 6.63%，均保持持续增长，相关领域处于稳步增长阶段；我国及全球其他国家新能源汽车行业在政策的不断支持下实现快速发展，2016 年至 2022 年新能源汽车销量复合增长率分别为 54.47%、53.48%，同时受益于“碳中和”战略，清洁能源亦处于快速发展阶段，带动了储能电池出货量的快速增长，2016 年至 2022 年我国及全球储能锂离子电池出货量复合增长率分别为 86.39%、68.34%。下游行业的持续增长带动了对搅拌设备的持续需求，从而促进公司收入的增长。

2、公司持续开拓中小客户

报告期内，公司中小客户收入合计额分别为 22,769.84 万元、25,268.65 万元及 24,494.86 万元，保持平稳。公司中小客户主要分布于传统化工、生物工程及环保等传统行业，前述行业合计收入占中小客户各期收入的比例分别为 69.01%、70.16% 和 63.95%，主要系前述行业发展较为成熟，市场需求平稳增长，行业内企业新建项目的频次及投资规模保持平稳；同时，公司在自有产能不足时，将产能优先配置予新能源汽车行业的大型客户。前述因素综合导致了公司销售予传统行业客户的收入处于中小规模。公司通过本次募投项目扩大产能后，将持续维护并开拓中小客户，未来中小客户将会成为公司收入的增长点。

3、下游客户新增产线规划

随着下游高分子材料及新能源行业的快速发展，行业内企业纷纷扩大产能，公司主要下游客户不断规划新建产线，总计投资预算在百亿元级别，金额较大，从而带动对公司搅拌设备的需求。

4、新兴行业在手订单规模不断上升

近年来，得益于高分子材料及新能源等新兴行业的持续增长，公司取得了较多订单，公司 2020 年末至 2023 年 6 月末在手订单总额（含税）分别为 41,894.36 万元、77,161.43 万元、89,726.90 万元和 96,478.73 万元，呈持续上升趋势。随着新兴产业的持续发展，将持续带动对公司搅拌设备的需求，为公司未来经营业绩的稳定增长奠定基础。

5、公司持续开拓国际市场

随着国外新能源汽车市场的快速发展，国内新能源汽车产业链龙头企业如华友钴业等纷纷进行国际化布局，在国外投资建厂，公司基于与该类龙头企业的良好合作关系，将为其海外的投资建设配套搅拌设备。同时，公司持续关注全球不同市场地域的细分行业需求，有针对性地开拓不同区域国际市场的潜在客户，如目前部分国际知名搅拌设备厂商受国际形势等因素影响，在部分毗邻中国的区域市场运营难度提高，公司充分抓住市场机遇，增强对相关境外区域市场的推广覆盖，目前已取得较好效果，预计未来该市场将带来较大规模的订单。随着下游客户的海外布局以及公司加强对海外市场的开拓，将持续带动对公司搅拌设备的需求。

综上所述，公司的收入增长具有持续性。

（六）是否存在业绩下滑风险并完善风险提示

公司产品主要应用的高分子材料行业与宏观经济的景气度息息相关，行业发展随着宏观经济的周期性波动而产生波动；新能源汽车在国家政策的支持下快速发展，但产销量增速已有所下降。因此，如国家宏观经济发生不利变化或下游行业市场增速进一步下降，公司产品的需求将会受到抑制，经营业绩存在下滑风险。公司在招股说明书“第三节 风险因素”之“一（一）经营风险”中补充披露了“未来业绩下滑的风险”，具体如下：

“3、未来业绩下滑的风险

报告期内，公司下游高分子材料及新能源行业的收入合计分别为 6,190.74 万元、14,247.78 万元和 28,302.84 万元，占主营业务收入的比重分别为 22.16%、36.52% 和 52.60%，为公司主营业务收入的重要组成部分。高分子材料行业与宏观经济的景气度息息相关，行业发展随着宏观经济的周期性波动而产生波动；新能源汽车市场虽仍保持快速增长趋势，但增速已开始放缓，二者受宏观经济波动、市场需求变化等多种因素的影响。如果未来国家宏观经济发生不利变化或下游行业市场增速进一步下降，导致下游行业市场需求减少，将会对公司生产经营造成不利影响，公司经营业绩存在下滑的风险。”

二、说明各主要推广服务商终端客户数量，是否存在只服务特定客户的情形及原因，其人数较少但却能获得大额订单的原因，服务商成立时间较短即与发行人合作且能够跨区域推广客户的原因，四川惊雷、宁德邦普等主要终端客户不直接与发行人合作而是通过推广服务商与发行人开展业务的原因，通过推广服务商和公司合作与直接和公司合作的区别。

（一）公司主要推广服务商终端客户数量，是否存在只服务特定客户的情形及原因

报告期各期，公司主要推广服务商开拓的终端客户数量情况如下：

序号	主要推广服务商	终端客户数量		
		2022 年度	2021 年度	2020 年度
1	成都奥蓝华图科技有限公司	58	63	60
2	岳阳德铨科技有限公司	33	34	22
3	安徽寰美搅拌设备咨询服务有限公司	50	46	34
4	郑州科角贸易有限公司	44	46	52
5	上海瑞峰容器设备有限公司/上海剑枫信息技术服务中心（有限合伙）	97	64	65
合计		282	253	233

报告期内，公司主要推广服务商通过与行业龙头企业持续合作、专注优势行业及优势区域，结合下游行业的市场需求变化，持续挖掘老客户的项目需求，不断拓展新客户，并取得了较好效果，开拓的终端客户数量整体呈上升趋势，不存

在只服务特定客户的情形。

（二）主要推广服务商人数较少但却能获得大额订单的原因

报告期各期，公司主要推广服务商的员工人数情况如下：

序号	推广服务商名称	员工数量
1	成都奥蓝华图科技有限公司	5
2	岳阳德铨科技有限公司	4
3	安徽寰美搅拌设备咨询服务有限公司	5
4	郑州科角贸易有限公司	2
5	上海瑞峰容器设备有限公司/上海剑枫信息技术服务中心（有限合伙）	5

报告期内，公司主要推广服务商推广实现收入的大额订单对应的主要客户情况如下：

单位：万元

序号	主要推广服务商	报告期内大额订单对应收入总额	占比	对应的主要终端客户
1	成都奥蓝华图科技有限公司	9,593.98	89.82%	四川惊雷压力容器制造有限责任公司 广安利尔化学有限公司 广安利华化学有限公司 四川米高化肥有限公司 利尔化学股份有限公司
2	岳阳德铨科技有限公司	10,827.49	91.37%	湖南邦普循环科技有限公司 宁德邦普循环科技有限公司 浙江石油化工有限公司 深圳汇硕融资租赁有限公司 娄底市启源工贸有限公司
3	安徽寰美搅拌设备咨询服务有限公司	2,859.18	62.31%	赣州腾远钴业新材料股份有限公司 安徽西恩循环科技有限公司 宿迁市翔鹰新能源科技有限公司 江西赣锋锂业集团股份有限公司 常州市乐萌压力容器有限公司
4	郑州科角贸易有限公司	3,321.62	76.77%	郑州中远氨纶工程技术有限公司 广济药业（孟州）有限公司 河南金丹乳酸科技股份有限公司 江苏岭南发酵设备有限公司 宁夏上方生物科技有限公司
5	上海瑞峰容器设备有限公司/ 上海剑枫信息技术服务中心 （有限合伙）	2,008.16	52.02%	上海苏尔寿工程机械制造有限公司 沃威沃水技术（中国）有限公司 上海齐达重型装备有限公司 维美德（中国）有限公司 永胜机械工业（昆山）有限公司

注：1、占比=报告期内大额订单对应收入总额/该推广服务商报告期内形成主营业务收入总额；

- 2、对应的主要终端客户选取各推广服务商报告期内前五大客户；
- 3、深圳汇硕融资租赁有限公司为山东京博控股集团有限公司（中国企业 500 强，石油化工龙头企业）的控股子公司，为京博集团采购公司的搅拌设备。

报告期内，公司主要推广服务商人数较少但却能获得大额订单的原因如下：

1、主要推广服务商不依赖人数推广

公司主要推广服务商的员工数量较少，主要原因系公司推广服务商的业务核心为帮助公司开拓客户，在公司成功获取客户订单的过程中起到组织、协调作用，与客户的方案设计、技术交流等工作主要由公司负责，因此公司的主要推广服务商均采用轻资产运营模式，并不依赖于人数进行推广。

2、主要推广服务商长期合作客户快速发展带来大额订单

（1）主要推广服务商与公司大额订单客户合作时间久

报告期内，公司的主要推广服务商均与公司合作时间较长（奥蓝华图最早于 2016 年、岳阳德铨最早于 2009 年、安徽寰美最早于 2017 年、科角贸易最早于 2013 年、上海瑞峰/上海剑枫最早于 2003 年开始与公司合作），通过多年开拓，凭借其优质的服务与客户建立了良好的合作关系，积累了长期合作的客户，如四川惊雷压力容器制造有限责任公司（容器厂商，与奥蓝华图最早于 2016 年开始合作，其下游终端用户为华友钴业）、宁德时代下属企业（包括湖南邦普循环科技有限公司和宁德邦普循环科技有限公司，均为终端用户，与岳阳德铨最早于 2009 年开始合作）、赣州腾远钴业新材料股份有限公司（终端用户，与安徽寰美最早于 2018 年开始合作）、中远氨纶及其关联企业（包括郑州中远氨纶工程技术有限公司、郑州中远防务材料有限公司，为终端用户，与科角贸易最早于 2016 年开始合作）等。在合作初期，上述客户产生的订单金额较小。

（2）主要推广服务商长期合作客户快速发展带来大额订单

报告期内，随着公司下游高分子材料和新能源行业的快速发展，下游客户不断投资新建产线，大幅增加对公司产品的需求。公司主要推广服务商基于早期与客户良好、稳定的合作关系，在客户大幅新建项目时，协助公司获得了客户的大额订单（如岳阳德铨最早于 2009 年推广湖南邦普循环科技有限公司为公司客户，由公司为湖南邦普的正极材料项目提供搅拌设备，公司因此进入新能源电池材料

领域，因新能源汽车市场当时处于发展初期，双方合作金额较小。在岳阳德铨的推广下，公司自 2009 年开始一直与湖南邦普保持合作。2015 年，湖南邦普被宁德时代并购，成为其控股子公司。随着 2021 年新能源汽车市场的爆发，湖南邦普及其同一控制下企业宁德邦普大幅新建产能，从而对公司搅拌设备的需求大幅增加。在新能源汽车市场爆发前的 2020 年，公司对湖南邦普及宁德邦普的营业收入合计为 141.38 万元，爆发后的 2021 年及 2022 年，公司对湖南邦普及宁德邦普的营业收入合计分别为 2,885.92 万元及 3,646.61 万元，实现了大幅度增长。公司主要推广服务商基于在行业内深耕多年的经验和积累的客户资源，随着客户的规模增长而成长为公司的主要推广服务商，其在报告期内获得的大额订单并非突发取得，为其自身多年客户积累、客户所在行业快速发展等因素的综合作用。

综上所述，公司主要推广服务商人数虽少，但能取得大额订单具有合理性。

（三）服务商成立时间较短即与发行人合作且能够跨区域推广客户的原因

报告期各期，公司主要推广服务商中，存在部分推广服务商成立时间较短即与公司合作的情形，具体情况如下：

序号	公司名称	成立时间	最早开始合作年份	合作背景及商业合理性	是否为关联方
1	岳阳德铨科技有限公司	2019.10.24	2006 年	其实际控制人在成立该企业前以个人名义与公司合作，后成立该企业承接合作	否
2	成都奥蓝华图科技有限公司	2014.12.18	2014 年	前员工离职后设立，熟悉发行人产品及市场	否
3	安徽寰美搅拌设备咨询服务有限	2017.09.15	2017 年	前员工离职后设立，熟悉发行人产品及市场	否
4	郑州科角贸易有限公司	2016.09.19	2013 年	其实际控制人在成立该企业前以个人名义与公司合作，后成立该企业承接合作	否

注：成都奥蓝华图科技有限公司和郑州科角贸易有限公司均于 2016 年开始与公司合作，岳阳德铨科技有限公司于 2019 年与公司合作，在此之前其实际控制人通过个人名义与公司开展合作。

1、服务商成立时间较短即与公司合作的原因

上述推广服务商成立时间较短即与公司合作的原因如下：

（1）成都奥蓝华图科技有限公司

成都奥蓝华图科技有限公司（以下简称“奥蓝华图”）的实际控制人为宋新

荣，其于 2001 年入职公司，曾于研发部门任职，熟悉公司的产品结构与设计。考虑到个人的职业发展、对公司产品及业务的熟悉和自身较强的开拓能力，在与公司友好协商后，宋新荣于 2014 年离职，成为公司在四川片区的推广服务商，依靠自身销售服务客户的综合能力推广公司产品。2016 年，为符合公司规范推广服务商的管理要求，宋新荣通过 2014 年设立的奥蓝华图与公司继续合作，并不再以个人名义合作。

（2）岳阳德铨科技有限公司

岳阳德铨科技有限公司（以下简称“岳阳德铨”）的实际控制人为毛雷，其原为某石化公司的车间人员，对石化行业搅拌设备的应用较为了解且自身拥有客户资源，公司出于湖南地区的业务开拓和客户维护的需要，与其个人于 2006 年开展合作并一直持续。为符合公司规范推广服务商的管理要求，毛雷设立企业与公司继续合作，并不再以个人名义合作。

（3）安徽寰美搅拌设备咨询服务有限公司

安徽寰美搅拌设备咨询服务有限公司（以下简称“安徽寰美”）的实际控制人为江小军，其于 1998 年入职公司，曾于车间、销售部门任职，熟悉公司的产品结构和销售模式。考虑到个人的职业发展、对公司产品及业务的熟悉和自身较强的开拓能力，在与公司友好协商后，江小军于 2017 年离职，成为公司在江西、安徽片区的推广服务商，依靠自身销售服务客户的综合能力推广公司的搅拌设备产品。同年，为符合公司规范推广服务商的管理要求，江小军设立企业与公司开展合作。

（4）郑州科角贸易有限公司

郑州科角贸易有限公司的实际控制人为汪克照，其于 1995 年入职公司，曾于车间任职，熟悉公司的产品结构和下游应用。考虑到个人的职业发展、对公司产品的熟悉和自身较强的开拓能力，在与公司友好协商后，汪克照于 2013 年离职，成为公司在河南片区的推广服务商，以个人名义与公司开展合作。2016 年，为符合公司规范推广服务商的管理要求，汪克照设立企业与公司继续合作，并不再以个人名义合作。

2、上述服务商能够跨区域推广客户的原因

报告期内，公司主要推广服务商存在跨区域推广客户的情形，具体情况如下：

序号	主要推广服务商	协议约定区域	跨区域推广地区
1	成都奥蓝华图科技有限公司	四川、重庆	贵州、福建等
2	岳阳德铨科技有限公司	湖南	福建、湖北等
3	安徽寰美搅拌设备咨询服务有限公司	江西、安徽	江苏、河北等
4	郑州科角贸易有限公司	河南	宁夏、山东等
5	上海瑞峰容器设备有限公司/上海剑枫信息技术服务中心（有限合伙）	上海	浙江、江苏等

上述推广服务商能够跨区域推广客户的原因如下：

（1）推广服务商与客户合作具有连续性，客户的新建项目存在跨区域情况

推广服务商在为公司开拓客户的过程中，凭借自身的优质服务与客户建立了良好的合作关系，在合作过程中通过公司过硬的产品质量，提高了客户认可度，为后续的持续合作打下了坚实基础。因客户对推广服务商的认可，其在新建项目时会继续选择推广服务商进行业务对接，客户跨区域投资新项目（或设立新主体）会导致推广服务商出现跨区域推广客户的情形，如公司主要客户湖南邦普循环科技有限公司为宁德时代下属企业（推广湖南邦普的服务商负责片区为湖南），在新能源汽车市场爆发时期，其新设主体在宁德、宜昌等地新建产能，推广服务商基于与其良好、稳定的合作关系，成功获得其新建产能的订单，从而导致出现跨区域推广情形。

（2）客户对推广服务商满意度高，同行业内相互推荐

公司主要推广服务商凭借在公司或下游企业任职的经历，对公司产品结构特点、下游应用场景及客户生产工艺等较为熟悉，能高效地与客户进行沟通，快速响应客户的需求；通过在行业内的多年积累，形成了自身的优势行业并持续深耕，如科角贸易主要专注于高分子材料和生物工程行业客户、安徽寰美主要专注于新能源行业客户等，因此能为优势行业内客户提供可行性建议。

公司主要推广服务商基于自身的服务优势，获得了客户的认可，与客户建立了良好的合作关系。客户了解到行业内其他企业的搅拌设备需求时，会向其推荐

公司的推广服务商（如安徽寰美对接的客户“江苏永邦智能装备科技有限公司”，是由其之前推广服务的客户“河北乐恒节能设备有限公司”介绍），从而为其带来新的客户，而新客户在地域性上与原客户不存在必然联系，导致公司推广服务商跨区域获得客户。

综上，公司部分推广服务商成立时间较短即与发行人合作且能够跨区域推广客户具有合理性。

（四）四川惊雷、宁德邦普等主要终端客户不直接与发行人合作而是通过推广服务商与发行人开展业务的原因，通过推广服务商和公司合作与直接和公司合作的区别

1、主要终端客户不直接与发行人合作而是通过推广服务商与发行人开展业务的原因

（1）是否与公司直接合作对客户而言无实质差异

公司主要推广服务商凭借对公司产品结构特点、下游应用场景及客户生产工艺等的深刻理解，与客户高效沟通，快速响应客户的需求，为客户提供了较好的售前、售中及售后服务，同时依托公司品牌及产品质量优势，获得了客户认可，一直与客户保持持续、稳定的合作关系。

对于客户而言，推广服务商主要负责客户与公司的对接工作，客户所需搅拌设备的方案设计、技术交流、安装调试、售后服务等均主要由公司负责，产品标准价、信用政策等由公司统一确定，合同与公司直接签订，与其是否直接与公司合作无关，享受的权利和直接与公司合作不存在实质差异。在公司无法及时至客户现场提供安装、售后服务时，推广服务商基于本地化服务优势，能及时的为客户提供安装指导、售后等服务，同时基于与推广服务商长期稳定的合作关系，客户一般不会要求转为与公司直接合作。

（2）公司内控制度对客户资源归属有明确约定

公司内部对于客户资源的归属具有明确制度规定，即采取优先报备的管理方式，认定首个在公司内部为客户建立档案报备的销售经理或推广服务商为该客户的资源归属方，后续此客户由该归属方负责维护，客户订单计入该归属方名下。

报告期内，为了维持推广服务商开拓客户的积极性，保证公司业务的可持续发展，公司不会主动接手推广服务商负责的客户，亦不会要求其将客户转予公司，因此客户一直归属于相应的推广服务商，并由其进行维护与跟进，推广服务商付出了长期的开发时间和精力，通过推广服务商开展业务符合公司对于客户资源归属的规定。

报告期内，公司部分主要终端客户于早期即由推广服务商开拓并与公司进行合作，如奥蓝华图与四川惊雷（容器厂商，主要为华友钴业的新能源项目提供设备）最早于 2016 年、岳阳德铨与宁德时代下属企业（包括湖南邦普、宁德邦普）最早于 2009 年即开展业务联系，在合作初期，上述客户产生的订单金额较小。近年来，随着新能源汽车行业的高速发展，华友钴业、宁德时代作为行业内的龙头企业，纷纷大幅增加项目投资，从而对公司搅拌设备的需求增加较多。奥蓝华图、岳阳德铨基于早期与客户良好、稳定的合作关系，在客户大幅新建项目时，顺利协助公司取得前述客户的订单，因客户的订单金额较大，成为公司报告期内的主要终端客户。

综上，从客户角度，是否与公司直接合作对客户无重大影响；从公司角度，公司对客户资源归属有明确约定，四川惊雷、宁德邦普等客户均因报告期内新能源汽车行业快速发展而成为公司主要终端客户，因此其仍通过推广服务商与公司开展业务具有合理性。

2、主要终端客户通过推广服务商和公司合作与直接和公司合作的区别

（1）在产品服务、售价、合同签订主体等方面不存在区别

报告期内，公司主要推广服务商向公司提供前期项目了解、调研、市场推广、客户开发对接、促成签订合同、协助调试安装、售后维护、催收货款等服务，其业务核心为帮助公司开拓客户，在公司成功获取客户订单的过程中起到组织、协调作用。

推广服务商为公司对接客户后，客户的方案设计、技术交流、安装调试、售后服务等工作主要由公司负责，产品标准价、信用政策等由公司统一确定，合同由公司与客户直接签订，推广服务商并不作为合同第三方。公司给予推广服务商推广订单的产品标准价与自主开发订单的产品标准价计算方式一致，不会因推广

方式的不同而在售价上给予倾斜。因此，客户通过推广服务商和公司合作与直接和公司合作在产品服务、售价、合同签订主体等方面不存在区别。

（2）推广服务商在本地化服务的响应速度方面存在一定优势

客户在采购和使用搅拌设备的过程中，可能会面临搅拌设备到货后指导安装调试和投产后某些部件出现故障影响使用的情形，公司分散在全国各地的推广服务商可以在当地对维护的客户及时响应，在响应速度上能较好的满足客户需求。

综上所述，公司主要终端客户通过推广服务商和公司合作与直接和公司合作不存在实质差异。在客户出现售后需求时，推广服务商基于本地化服务在响应速度上具有一定的优势。

三、说明员工作为推广服务商和公司合作与其作为公司员工所从事的工作内容的差异情况，其与公司合作是否真实，并进一步从业务角度说明主要推广服务商为前员工的合理性

（一）说明员工作为推广服务商和公司合作与其作为公司员工所从事的工作内容的差异情况，其与公司合作是否真实

报告期内，公司前员工作为主要推广服务商和公司合作与其作为公司员工所从事的工作内容的差异情况如下：

序号	名称	涉及的前员工姓名	离职前所在部门	作为公司员工从事的工作内容	作为推广服务商从事的工作内容
1	成都奥蓝华图科技有限公司	宋新荣、左芳君	研发部门	搅拌设备的研发、设计、技术交流	向公司提供前期项目了解、调研、市场推广、客户开发、技术交流、促成签订合同、协助调试安装、售后维护、催收货款等服务
2	安徽寰美搅拌设备咨询服务 有限公司	江小军	生产、销售 部门	搅拌设备的制造、加工、安装；客户对接，促成签订合同、售后维护、催收货款	
3	郑州科角贸易有限公司	汪克照、吴彩兰	生产部门	搅拌设备的制造、加工、安装等	

根据上表，上述员工在公司任职期间，参与了生产、销售、研发部门的工作，对公司产品结构特点、生产制造过程、下游应用场景及客户生产工艺等均具有较为深刻的理解，有助于其作为推广服务商与公司合作的顺利开展。公司产品具有非标定制化特性，推广服务商需对公司产品结构、技术参数、设计、下游客户生

产工艺等具有一定的了解，才能更好的解决客户的需求，更快的获得客户认可。因此，上述员工离职后基于上述背景开拓客户，能高效地与客户进行沟通，快速响应客户的需求，从而不断取得订单。因此，上述员工作为推广服务商和公司合作的工作内容，是在其作为公司员工所从事工作内容基础上的拓展与延伸，因此其与公司的合作真实。

（二）进一步从业务角度说明主要推广服务商为前员工的合理性

公司主要推广服务商中，成都奥蓝华图科技有限公司（以下简称“奥蓝华图”）、郑州科角贸易有限公司（以下简称“科角贸易”）和安徽寰美搅拌设备咨询服务股份有限公司（以下简称“安徽寰美”）为公司前员工控制的企业，其合理性分析如下：

1、公司早期业务开拓需要

在国家政策的推动下，自 20 世纪 90 年代开始，生物工程行业中的生物发酵产业迎来高速发展期，搅拌设备被广泛应用于生物发酵制药过程中的大型种子罐、发酵罐。公司于 1993 年 12 月成立，面对生物发酵产业庞大的市场需求，公司急需销售人员开拓市场，当时行业内以哈药集团、东北制药为代表的制药企业主要分布于东北地区，因此公司安排销售人员常驻当地拓展客户，但效果并不理想。公司综合考虑销售人员在外地开展业务存在的管理成本等问题，且部分销售人员存在创业意愿，因此公司将与其合作方式由员工转变为推广服务商的方式，充分调动其积极性，取得了较好的效果。公司成功成为主要制药企业的供应商，在生物发酵产业高速发展时期，占据了该行业较大的市场份额。

随着公司业务规模的增长，公司逐步在全国建立销售网络，基于部分偏远地区（如新疆等）客户希望获得当地化服务、开拓空白市场、部分员工的创业意愿等需求，公司综合考虑管理成本、员工销售能力后，同意部分员工离职成为推广服务商的申请，来更好地本地化服务公司客户，提高公司销售网络覆盖的广度和深度，助力公司在全国市场的业务开拓。

在公司不断发展的历程中，前员工推广服务商为公司在早期市场的开拓做出了一定的贡献，在市场摸索及实践中，前员工因对公司产品结构、性能、客户等较为了解，因此在开拓客户方面具有优势，从而作为与公司持续的合作方式得以

延续。

2、前员工熟悉公司产品，具有开拓客户优势

公司搅拌设备具有非标定制化特性，推广服务商在进行产品推广时，需对公司产品结构、技术参数、设计、下游客户生产工艺等具有一定的了解，才能更好的解决客户的需求，更快的获得客户认可。

相较非前员工推广服务商，公司前员工一般曾于研发、生产或销售部门任职，对于公司的产品结构、制造工艺、设计技术和现场应用等更为熟悉，能与下游客户进行技术交流，从而更快的获得客户认可，具有客户开拓优势。

3、前员工从业时间长，积累了客户资源

公司前员工离职后即为公司提供推广服务，在多年的推广过程中，积累了优势行业及优质客户，如奥蓝华图开拓了四川惊雷、科角贸易专注于高分子材料行业和生物工程行业、安徽寰美专注于新能源行业等，在各自领域积累了丰富的客户资源。报告期内，随着新兴行业的快速发展，行业内客户需求不断增加，公司前员工推广服务商基于长期服务客户的经验以及对市场的理解，抓住下游客户快速发展机遇，基于前期的稳定合作关系成功促成公司获得客户订单，推动自身推广业绩实现增长，从而成为公司主要推广服务商。

综上所述，公司在业务发展的过程中，由于早期业务开拓的需求，发展了前员工推广服务商，其对公司早期市场的开拓做出了一定的贡献；前员工因对公司的产品结构、制造工艺、设计技术和现场应用等更为熟悉，具有客户开拓优势，在报告期内取得了较好的开拓效果；前员工从业时间长，客户资源丰富，及时抓住了下游行业客户增长的机遇，实现自身推广业绩的增长，因此主要推广服务商为前员工具有合理性。

四、说明部分推广服务商的实际费率远低于约定费率的合理性及价格公允性，是否存在其他推广服务商的费率低于合同约定的情形，成本费用核算的完整性、准确性

（一）说明部分推广服务商的实际费率远低于约定费率的合理性及价格公允性

报告期内，公司通过主要推广服务商实现主营业务收入的推广服务费率情况如下：

推广服务商	推广服务费率			是否存在低于约定费率较多的情况
	2022 年度	2021 年度	2020 年度	
成都奥蓝华图科技有限公司	10.09%	8.61%	11.34%	否
岳阳德铨科技有限公司	3.33%	9.73%	7.44%	否
安徽寰美搅拌设备咨询服务有限公司	11.06%	12.68%	10.37%	否
郑州科角贸易有限公司	9.56%	11.58%	9.69%	否
上海瑞峰容器设备有限公司/上海剑枫信息技术服务中心（有限合伙）	11.11%	10.85%	10.65%	否

公司与推广服务商约定的推广服务费计算依据为：针对所属片区内的合同，按标准报价的 10% 计算推广服务费，跨片区的合同按标准报价的 7% 计算推广服务费（基准费率）；针对推广服务商在公司标准报价基础上加价/降价进行推广的，对于加价或降价部分，推广服务商将额外获取/减少一定比例的推广服务费；如推广服务费低于合同总价的 2%，则按照合同总价的 2% 保底计算推广服务费（保底费率合同须经公司单独审核批准），其中标准报价系由公司销售报价系统中按部件清单将各部件的标准价进行组合得出的产品标准报价，公司自主开发及推广服务商推广的模式均在标准报价的基础上与客户进行商务谈判，最终确定成交价（即为合同总价）。

根据公司与推广服务商约定的费率计算依据，公司主要推广服务商均不存在低于约定费率的情况，其中岳阳德铨科技有限公司存在低于基准费率较多的情况。

岳阳德铨科技有限公司的推广服务费率 2020 年和 2022 年相对较低，主要原因为该推广服务商在 2020 年和 2022 年的跨片区推广服务形成的主营业务收入占比较高所致，具体情况如下：

单位：万元

项目	岳阳德铨科技有限公司		全部推广服务商	
	形成收入	占比	形成收入	占比
2022 年度				
片区内	857.87	13.56%	13,945.27	61.81%
跨片区	5,470.38	86.44%	8,616.92	38.19%

项目	岳阳德铨科技有限公司		全部推广服务商	
	形成收入	占比	形成收入	占比
2022 年度				
片区内	857.87	13.56%	13,945.27	61.81%
跨片区	5,470.38	86.44%	8,616.92	38.19%
合计	6,328.25	100.00%	22,562.19	100.00%
2020 年度				
片区内	443.92	36.67%	5,585.40	64.22%
跨片区	766.52	63.33%	3,112.46	35.78%
合计	1,210.44	100.00%	8,697.86	100.00%

注：表中全部推广服务商指与公司签署相关合作协议后划分了各自片区的推广服务商。

其中，岳阳德铨科技有限公司 2022 年度的推广服务费率低于 7%，具体情况如下：

单位：万元

期间	项目	形成收入	占比	平均折价率
2022 年度	片区内	857.87	13.56%	84.59%
	跨片区	5,470.38	86.44%	77.66%
	合计	6,328.25	100.00%	78.53%

注：平均折价率=当期合同成交价总额/当期标准报价总额。

由上表可知，岳阳德铨科技有限公司 2022 年度跨片区收入占比较高，并且其跨片区推广订单整体降价幅度较大，导致其推广服务费下降较多，对应的推广服务费率较低，拉低了整体的推广服务费率。2022 年，因维护宁德时代下属企业、荣盛石化下属企业、广东佳纳能源科技有限公司及其下属企业等新能源、化工领域重要客户，相关订单价格下降较多，岳阳德铨科技有限公司推广实现收入的 50.88% 仅按合同总价的 2% 收取保底推广服务费，导致其 2022 年度整体的推广服务费率仅为 3.33%，因此低于 7% 具有合理性，费率公允。

（二）其他推广服务商的费率低于合同约定的情形

公司报告期各期前十大推广服务商（占各期推广服务商推广完成主营收入比例分别为 86.46%、89.21% 和 96.63%）中，沈阳迅起科技有限公司、沈阳诺石科技有限公司（为同一控制下企业，以下合称“沈阳迅起”）和西安诺瑞佳传动设备有限公司（以下简称“西安诺瑞佳”）于 2021 年度的推广服务费率低于 7%，

分别为 6.05% 和 4.65%，具体情况如下：

单位：万元

期间（费率）	项目	形成收入	占比	平均折价率
沈阳迅起				
2021 年度 (6.05%)	片区内	786.11	80.84%	80.78%
	跨片区	186.37	19.16%	89.37%
	合计	972.48	100.00%	82.30%
西安诺瑞佳				
2021 年度 (4.65%)	片区内	4.46	0.99%	108.68%
	跨片区	443.83	99.01%	85.37%
	合计	448.29	100.00%	85.55%

注：平均折价率=当期合同成交价总额/当期标准报价总额。

由上表可知，沈阳迅起和西安诺瑞佳于 2021 年度的推广服务费率较低，系为维护黑龙江诺潜生物科技有限公司、中石油下属企业、益海嘉里下属企业等重要客户，于当期完成收入占比较高的区域对应订单的整体降价幅度较大，对应的推广服务费率较低，从而拉低了整体的推广服务费率。

（三）成本费用核算的完整性、准确性

公司主要推广服务商协助公司为客户提供及时、专业的售前、售中和售后服务，根据公司的《推广服务商管理制度》以及与其签署的《推广服务商协议》履行相应义务，主要推广服务商责任清晰、盈亏自负，自觉履行相关反商业贿赂条款并承担相应责任。

公司根据推广服务商推广订单的完成情况，于相关订单确认收入时，根据公司与推广服务商约定的费率计算依据确认相应推广服务费用，推广服务费定价公允、计算准确，公司与主要推广服务商之间不存在因推广服务费计算问题产生重大纠纷的情况。公司实际控制人及其配偶的资金流水主要去向为投资理财（银行理财、保险、投资二级市场等），与主要推广服务商之间不存在资金往来情况，不存在主要推广服务商替公司代垫成本费用的情况。综上，公司相关成本费用核算完整、准确。

综上所述，公司推广服务费价格公允，少量推广服务商的推广服务费率较低具备商业合理性，公司不存在通过少计推广服务费降低成本费用的情况，公司成

本费用核算完整、准确。

五、说明公司销售人员人均收入远高于同行业公司的合理性，在远高于同行业公司的销售人员人均收入模式下，发行人强化推广服务商模式的合理性

（一）说明公司销售人员人均收入远高于同行业公司的合理性

报告期内，公司与同行业公司销售人员的人均营业收入情况如下：

单位：人、万元

期间	项目	恒丰泰	欧迈机械	本公司
2022	营业收入	35,881.10	12,707.84	55,126.84
	自主开发主营业务收入	-	-	31,242.79
	期末销售人员人数	60	30	28
	销售人员人均营业收入 (对应全部营业收入)	598.02	423.59	1,968.82
	销售人员人均营业收入 (对应自主开发主营业务收入)	-	-	1,115.81
2021	营业收入	30,177.40	8,602.35	40,106.35
	自主开发主营业务收入	-	-	23,131.70
	期末销售人员人数	55	23	29
	销售人员人均营业收入 (对应全部营业收入)	548.68	374.02	1,382.98
	销售人员人均营业收入 (对应自主开发主营业务收入)	-	-	797.64
2020	营业收入	18,403.94	4,920.74	28,716.40
	自主开发主营业务收入	-	-	18,762.80
	期末销售人员人数	56	20	27
	销售人员人均营业收入 (对应全部营业收入)	328.64	246.04	1,063.57
	销售人员人均营业收入 (对应自主开发主营业务收入)	-	-	694.92

注：1、销售人员人均营业收入（对应全部营业收入）=营业收入/期末销售人员人数；

2、销售人员人均营业收入（对应自主开发主营业务收入）=自主开发主营业务收入/期末销售人员人数；

3、因恒丰泰、欧迈机械未披露其推广服务商推广实现的收入情况，因此本处仅列示其整体营业收入进行比较。

报告期各期，公司销售人员人均营业收入、人均自主开发主营业务收入均高于恒丰泰和欧迈机械人均营业收入较多，主要原因系：

1、公司具备品牌和服务优势

公司搅拌设备产品广泛应用于化工、新能源、生物工程、环保等领域，客户数量较多，客户群体具有行业分布广泛、产品需求多元化等特征。在各细分市场领域，公司结合行业特性设计了专业化程度高、适用性强的搅拌设备产品，在国内搅拌设备行业赢得了客户的良好口碑。公司销售团队熟悉公司产品的结构、性能、下游应用等特点，同时具备一定的技术背景，在开拓增量市场客户和维护现有存量市场客户方面拥有丰富的经验，能与客户进行高效的商务交流和技术沟通，精确把握客户的实际需求。依托公司研发等部门的支持，公司销售团队为客户提供优质的售前、售中和售后的全流程服务。

公司在搅拌设备行业深耕多年，凭借搅拌设备良好的运行效果和过硬的产品质量，在搅拌设备行业赢得了客户的良好口碑，为行业内的优秀品牌。公司基于在行业内深耕多年积累的品牌、技术、质量、服务等优势，产品报价与可比公司相比相对较高。根据公司与可比公司一起参与投标的情况，公司产品的投标报价基本高于可比公司。截至本回复出具日，公司内部立项且竞争对手为可比公司的主要项目情况如下：

单位：万元

年份	项目名称	公司最后一轮报价	可比公司最后一轮报价	成交方
2023	某化工企业 12 万吨/年甘氨酸项目双相不锈钢搅拌成套设备采购	490.00	349.00	本公司
2022	某化工企业尼龙 66 高端新材料项目己二酸装置搅拌器（A 包）	97.07	82.74	可比公司
2022	某化工企业高性能新材料一体化项目 30 万吨/年 EOD 装置	249.00	142.30	本公司
2022	某化工企业聚合物添加剂项目	1,138.00	928.88	本公司
2021	某新能源企业新能源产业基地（一期）三元前驱项目（10 立方反应釜）	961.00	898.00	可比公司

由上表可知，公司在面对激烈市场竞争时，整体仍保持相对较高的报价水平，是公司品牌和服务优势的良好体现。

公司凭借优秀的品牌和服务优势，在国内搅拌设备行业中处于领先地位，相对于同行业公司更容易拓展市场。报告期各期，公司自主开发模式下主营业务收入中不同订单获取方式情况如下：

单位：万元

订单获取方式	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
客户主动上门接洽	12,061.24	38.60%	10,826.82	46.81%	9,835.90	52.42%
主动开发（销售自主开发、参与招投标、展会获客等）	19,181.54	61.40%	12,304.88	53.19%	8,926.90	47.58%
合计	31,242.79	100.00%	23,131.70	100.00%	18,762.80	100.00%

由上表可见，公司凭借优秀的品牌和服务优势，客户主动上门接洽的订单占比较高，使得公司销售人员可以保持较低工作量的同时达到较高的人均自主开发主营业务收入水平。

2、公司大型项目收入持续增长

报告期内，公司大型项目订单（单笔订单含税金额大于 100 万元）持续增长，主要系公司结合下游行业发展趋势变化，主动调整市场开发策略，将销售资源主动向大型订单倾斜，增加大型项目订单的成功获取几率，相应地提升了人均自主开发主营业务收入水平，公司自主开发主营业务收入按单笔订单金额分类的具体情况如下：

单位：万元

期间	合同总额	金额	占比
2022 年度	100 万元以内	11,191.36	35.82%
	100 万元及以上	20,051.43	64.18%
	合计	31,242.79	100.00%
2021 年度	100 万元以内	11,548.61	49.93%
	100 万元及以上	11,583.09	50.07%
	合计	23,131.70	100.00%
2020 年度	100 万元以内	9,688.19	51.64%
	100 万元及以上	9,074.61	48.36%
	合计	18,762.80	100.00%

综上，公司销售人员人均营业收入高于恒丰泰和欧迈机械具备合理性。

（二）在远高于同行业公司的销售人员人均收入模式下，公司强化推广服务商模式的合理性

报告期内，公司始终坚持自主开发为主、推广服务商为辅的销售模式，不存在强化推广服务商模式的情形。报告期内，公司自主开发完成收入规模呈增长趋势，且为公司主营业务收入的主要构成；公司并未倾斜资源加强推广服务商的发展，推广服务商基于其开拓能力以及长期服务客户的快速增长，实现报告期内推广服务对应收入的快速增长。报告期内，公司人均营业收入水平较高，但仍采用推广服务模式的原因如下：

1、推广服务模式为公司历史业务模式的延续，未来公司将持续加大自主开发的力度

公司早期通过试点推广服务商的模式取得较好效果后，逐步将销售区域向全国展开，基于高效利用当地信息和资源优势、为客户提供及时的销售服务、降低当地运营成本等市场拓展的实际需求，公司通过推广服务商协助公司在全国市场进行业务开拓并且将该模式持续延续至今。截至报告期末，公司与主要推广服务商的合作年限均已超过 5 年。

未来，公司将持续加大自主开发的力度，增强自身市场拓展能力，保证公司主营业务的持续平稳发展。

2、推广服务商完成的收入增长属于业务的自然发展，具有合理性

推广服务商根据其自身对于公司产品和技术理解、行业的销售及从业经验、客户资源的维护及开拓等情况，向有需求的客户提供专业、及时的售前、售中和售后服务，从而持续协助公司获取客户订单，公司在推广服务商市场开发过程中给予必要技术、生产等方面的支持。报告期内，公司推广服务商基于其开拓能力以及长期服务客户需求的增长，特别是受下游新能源行业客户增速较快影响，实现报告期内推广服务模式对应收入的快速增长，具有合理性。相关订单均为推广服务商主动开发获取，不存在公司将销售资源转移给推广服务商的情况。

3、推广服务商自身具备较强销售服务能力

相比公司，推广服务商在当地更加具备项目信息获取能力以及服务能力，通过推广服务商进行推广，公司能够以较低的成本提升公司的销售网络覆盖面，并且能够快速响应客户需求，为客户提供专业的服务。推广服务商推广模式作为公

司自主开发模式的重要补充，能够持续稳定为公司提供业绩增长动力，符合公司经营的实际需要。

综上，公司未主动强化推广服务商模式，公司将持续加大自主开发的力度，增强自身市场拓展能力，保证公司主营业务的持续平稳发展。

六、核查程序及核查意见

（一）核查程序

1、访谈发行人总经理，了解下游高分子材料及新能源汽车行业发展趋势及周期性特点，获取发行人收入成本明细表，了解中小客户情况，获取主要客户公告，了解未来产线规划情况，获取发行人报告期各期末在手订单情况，了解订单变化情况；

2、获取发行人推广服务费明细表，了解各主要推广服务商终端客户数量，是否存在只服务特定客户的情形及原因；访谈发行人总经理，了解主要推广服务商人数较少但却能获得大额订单的原因、服务商成立时间较短即与发行人合作且能够跨区域推广客户的原因，了解四川惊雷、宁德邦普等主要终端客户不直接与发行人合作而是通过推广服务商与发行人开展业务的原因，了解主要终端客户通过推广服务商和公司合作与直接和公司合作的区别；

3、访谈发行人总经理，了解员工作为推广服务商和公司合作与其作为公司员工所从事的工作内容的差异情况，其与公司合作是否真实，并进一步了解从业务角度说明主要推广服务商为前员工的合理性；

4、访谈发行人总经理、查阅发行人的《推广服务商管理制度》以及其与主要推广服务商签署的《推广服务商协议》，了解发行人主要推广服务商的推广服务费计算依据及其实际推广服务费率水平，获取发行人报告期内的推广服务费明细表，核查推广服务费率低于合同约定的基础比例的原因是否符合实际情况；

5、访谈发行人总经理，了解并分析公司销售人员人均收入远高于同行业公司的合理性，了解并分析在远高于同行业公司的销售人员人均收入模式下，保持较高水平的推广服务商模式推广强度的合理性。

（二）核查意见

经核查，本所律师认为：

1、发行人下游高分子材料及新能源汽车行业发展速度较快，不存在显著的周期性特点；发行人中小客户收入保持平稳，募投项目新增产能后，将持续维护并开拓中小客户；主要客户未来产线规划投入规模较大，带动对发行人搅拌设备的需求；发行人高分子材料及新能源行业在手订单报告期内逐年上升，为发行人未来经营业绩的稳定增长奠定基础；随着下游客户的海外布局以及发行人加强对海外市场的开拓，将带动对搅拌设备的需求，因此发行人收入增长具有持续性；发行人存在业绩下滑风险并已完善风险提示；

2、报告期内，发行人主要推广服务商不存在只服务特定客户的情形；发行人主要推广服务商不依赖于人数进行推广，其获得大额订单具有合理性；发行人主要推广服务商成立时间较短即与发行人合作且能够跨区域推广客户具有合理性；四川惊雷、宁德邦普等主要终端客户不直接与发行人合作而是通过推广服务商与发行人开展业务具有合理性，通过推广服务商和公司合作与直接和公司合作无显著区别；

3、员工作为推广服务商和发行人合作与其作为发行人员工所从事的工作内容存在联系，其与发行人的合作真实；发行人主要推广服务商为前员工具有合理性；

4、发行人推广服务费价格公允，少量推广服务商的推广服务费率较低具备商业合理性，发行人不存在通过少计推广服务费降低成本费用的情况，成本费用核算完整、准确；

5、发行人销售人员人均营业收入高于同行业公司具备合理性，发行人不存在主动强化推广服务商模式的情形。

（三）针对推广服务商实现收入的真实性以及是否存在通过推广服务商代垫费用及进行商业贿赂事项的核查情况

1、访谈发行人总经理、财务总监并获取发行人的《推广服务商管理制度》以及发行人与主要推广服务商签署的《推广服务商协议》，了解推广服务商在提供推广服务过程中的角色和工作内容，了解双方的权利义务约定情况，了解发行

人推广服务费的入账时点以及费用计算规则，了解发行人与推广服务商就反商业贿赂的约定；

2、走访发行人通过推广服务商实现收入的客户，观察其实际经营情况并向其了解与发行人的具体合作情况，向其确认是否存在商业贿赂等违法违规行为，报告期走访比例分别为 63.48%、73.48%和 77.42%；

3、向发行人通过推广服务商实现收入的客户进行函证，核查交易额的真实性及准确性，函证比例分别为 74.45%、80.53%和 79.94%；

4、获取报告期内收入成本明细表，对于发行人通过推广服务商实现收入的订单执行了穿行测试，测试比例分别为 50.37%、59.34%和 54.70%；

5、获取发行人报告期内收入成本明细表及推广服务费明细表，核查推广服务费与相关收入的匹配性以及推广服务费入账期间和金额的准确性；

6、获取推广服务商开展业务过程中，在售前、售中、售后及催款等各环节的邮件、（企业）微信沟通记录，核查推广服务是否真实发生，核查比例分别为其推广实现收入的 46.41%、49.23%和 57.25%；

7、获取发行人及其控股子公司的银行流水，核查与推广服务商之间是否存在除推广服务费之外的往来情况；获取发行人关键自然人银行流水，核查资金往来的发生原因和合理性，对比交易对手方是否为推广服务商或相关人员，核查是否存在推广服务商为发行人承担成本费用的情形，推广服务费记录是否完整、准确，核查是否存在商业贿赂等违法违规情况；

8、查阅发行人报告期内主要推广服务商的企业信用信息公示报告，登录中国裁判文书网、中国检察网、全国法院被执行人信息查询网、国家企业信用信息公示系统、信用中国等第三方网站查询发行人主要推广服务商是否存在商业贿赂等违法违规行为；

9、走访各推广服务商，了解其与发行人之间的合作情况，向其确认在业务开展过程中是否存在商业贿赂等违法违规行为，走访比例分别为其推广实现收入的 95.64%、95.83%和 99.52%。

经核查，发行人通过推广服务商实现的收入真实，发行人不存在通过推广服

务商代垫成本费用及进行商业贿赂的情况。

（以下无正文）

（本页无正文，为《上海市锦天城律师事务所关于浙江长城搅拌设备股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的补充法律意见书（四）》之签署页）

上海市锦天城律师事务所
负责人：
顾功耘

经办律师：
孙雨顺

经办律师：
金海燕

经办律师：
沈璐

2023年8月28日