



上海冠龙阀门节能设备股份有限公司
【Shanghai Karon Eco-Valve Manufacturing Co., Ltd.】

（上海市嘉定区南翔镇德园路 815 号）

关于上海冠龙阀门节能设备股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市的
发行注册环节反馈意见落实函的回复

保荐机构（主承销商）



中国（上海）自由贸易试验区世纪大道 1198 号 28 层

中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所：

深圳证券交易所于 2022 年 1 月 28 日转发的《发行注册环节反馈意见落实函》（审核函〔2022〕010143 号）（以下简称“落实函”）已收悉。长江证券承销保荐有限公司（以下简称“保荐机构”、“保荐人”）作为上海冠龙阀门节能设备股份有限公司（以下简称“冠龙股份”、“发行人”或“公司”）首次公开发行股票并在创业板上市保荐机构（主承销商），会同发行人及发行人律师北京海润天睿律师事务所（以下简称“发行人律师”）和申报会计师大华会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）等相关各方，本着勤勉尽责、诚实守信的原则，就落实函所提问题逐项进行认真讨论、核查与落实，并逐项进行了回复说明。现回复如下，请予审核。

如无特别说明，本回复中使用的简称或名词释义与《上海冠龙阀门节能设备股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》（以下简称“招股说明书”）一致。

本回复中若出现总计数尾数与所列数值总和尾数不符的情况，均为四舍五入所致。

本回复中的字体代表以下含义：

落实函所列问题	黑体
对落实函所列问题的回复	宋体
涉及对招股说明书等申请文件的修改内容	楷体（加粗）

目 录

问题 1. 关于客户	4
------------------	---

问题 1. 关于客户

报告期内，发行人下游客户主要集中在城镇给排水、水利、工业等领域，对单个客户的销售金额相对较小，客户结构较为分散。报告期内发行人对主要客户的销售情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	销售收入	占比
2021 年 1-6 月			
1	中冶京诚工程技术有限公司	2,973.42	6.61%
2	浙江水联环科集团有限公司	1,379.91	3.07%
3	深圳市广汇通流体设备有限公司	992.67	2.21%
4	广州市番禺水务股份有限公司	954.30	2.12%
5	中铁十六局集团有限公司	915.10	2.04%
合计		7,215.41	16.05%
2020 年			
1	浙江水联环科集团有限公司	3,374.17	3.32%
2	台湾明冠	3,300.00	3.25%
3	中铁一局集团市政环保工程有限公司	2,807.93	2.77%
4	首创爱华（天津）市政环境工程有限公司	1,826.57	1.80%
5	珠海水务环境控股集团有限公司	1,627.15	1.60%
合计		12,935.82	12.74%
2019 年			
1	浙江水联环科集团有限公司	2,886.44	3.05%
2	台湾明冠	2,834.01	3.00%
3	首创爱华（天津）市政环境工程有限公司	2,160.61	2.29%
4	广州市番禺水务股份有限公司	1,652.72	1.75%
5	杭州萧山环境投资发展有限公司	1,463.82	1.55%
合计		10,997.60	11.63%
2018 年			
1	深圳市水务（集团）有限公司	2,837.14	3.42%
2	浙江水联环科集团有限公司	2,576.29	3.10%
3	台湾明冠	2,136.67	2.58%
4	宏润建设集团股份有限公司	1,912.63	2.31%
5	上海公路桥梁（集团）有限公司	1,801.32	2.17%
合计		11,264.04	13.57%

报告期内，按收入规模发行人主营业务收入构成如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月			2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	金额	占比	家数	金额	占比	家数	金额	占比	家数	金额	占比	家数
500 万以上	13,589.82	30.24%	15	39,594.48	39.01%	41	39,490.25	41.79%	41	32,988.23	39.78%	27
200-500 万	8,358.24	18.60%	28	27,760.03	27.35%	93	19,510.59	20.65%	65	18,212.99	21.96%	60
100-200 万	7,742.30	17.23%	56	12,661.50	12.47%	88	13,286.11	14.06%	93	11,734.53	14.15%	82
50-100 万	7,397.28	16.46%	104	8,502.26	8.38%	117	10,359.61	10.96%	144	8,588.83	10.36%	118
50 万以下	7,856.86	17.48%	1,093	12,981.08	12.79%	1,596	11,839.71	12.53%	1,699	11,402.32	13.75%	1,631
合计	44,944.50	100%	1,296	101,499.34	100%	1,935	94,486.27	100%	2,042	82,926.90	100%	1,918

报告期内，发行人部分客户存在大额持续采购的情形，此外，经销商客户根据其下游客户情况存在持续采购，具体如下：

单位：万元

序号	客户名称	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
1	浙江水联环科集团有限公司	1,379.91	3,374.17	2,886.44	2,576.29

2	台湾明冠	780.50	3,300.00	2,834.01	2,136.67
3	中铁一局集团市政环保工程有限公司	419.65	2,807.93	1,277.28	1,012.84
4	首创爱华(天津)市政环境工程有限公司	385.59	1,826.57	2,160.61	1,311.13
5	广州市番禺水务股份有限公司	954.30	1,112.89	1,652.72	1,208.45
6	杭州萧山环境投资发展有限公司	584.54	895.77	1,463.82	1,576.25
7	中冶京诚工程技术有限公司	2,973.42	979.22	144.22	791.02
8	深圳市广汇通流体设备有限公司	992.67	791.86	1,023.85	493.34
合计		8,470.59	15,088.40	13,442.95	11,105.98

请发行人说明报告期新增、持续交易、退出客户数量及收入占比，收入规模分层情况及毛利率水平，结合客户获取方式进一步说明客户结构的变化对发行人收入及毛利率的稳定性是否构成不利影响，相关风险是否充分披露，发行人的客户结构特征与同行业可比公司是否存在显著差异。

请保荐机构、申报会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、请发行人说明报告期新增、持续交易、退出客户数量及收入占比，收入规模分层情况及毛利率水平，结合客户获取方式进一步说明客户结构的变化对发行人收入及毛利率的稳定性是否构成不利影响，相关风险是否充分披露，发行人的客户结构特征与同行业可比公司是否存在显著差异

(一) 请发行人说明报告期新增、持续交易、退出客户数量及收入占比

报告期内，公司新增、持续交易、退出客户数量及收入占比情况如下：

项目	2021年1-6月			2020年度			2019年度			2018年度		
	数量	收入占比	毛利率	数量	收入占比	毛利率	数量	收入占比	毛利率	数量	收入占比	毛利率
新增客户(A)	510	17.09%	42.73%	999	27.02%	44.36%	1,102	24.89%	48.22%	985	25.04%	47.54%
其中：新增客户下期退出(B)	-	-	-	737	14.92%	44.31%	768	12.38%	49.57%	654	13.37%	46.76%
持续交易客户(C)	786	82.91%	45.76%	936	72.98%	44.34%	940	75.11%	46.42%	933	74.96%	44.26%
其中：持续交易客户下期退出(D)	-	-	-	412	8.05%	47.37%	338	6.77%	45.61%	324	7.39%	47.22%
退出客户(E=B+D)	-	-	-	1,149	22.97%	45.38%	1,106	19.15%	48.17%	978	20.75%	46.92%
当期客户合计(F=A+C)	1,296	100.00%	45.24%	1,935	100.00%	44.35%	2,042	100.00%	46.87%	1,918	100.00%	45.08%

注：以上新增客户数量为报告期各期与上期相比新增的客户数量，其中部分当期新增客户下期未再与公司发生交易；持续交易客户数量为报告期各期与上期均有交易的客户数量，其中部分持续交易客户下期未再与公司发生交易；退出客户数量为报告期各期客户在下一期未再发生交易的客户数量。新增客户、持续交易客户和退出客户收入占比为占当年主营业务收入的比例。

从上表中可以看出：

1、新增客户

报告期各期，公司新增客户数量分别为 985 家、1,102 家、999 家和 510 家，新增客户收入占比分别为 25.04%、24.89%、27.02%和 17.09%，随着公司实际经营情况有所波动，其中 2021 年 1-6 月新增客户数量较少和收入占比较低主要系该数据为半年数据，同时公司经营具有一定的季节性，上半年新增客户和交易相对较少。如与 2020 年 1-6 月相比，2020 年 1-6 月公司新增客户数量为 480 家，新增客户收入占比为 18.58%，与 2021 年 1-6 月新增客户数量和收入占比差异较小。

报告期各期，公司新增客户对应毛利率分别为 47.54%、48.22%、44.36%和 42.73%，有所波动，主要原因系公司新增客户对应收入相对较少，比较容易受不同交易年度产品销售结构的影响。其中 2020 年度下降的主要原因系公司 2020 年开始执行新收入准则，将运杂费计入营业成本中；此外，2020 年度公司对新增客户销售的控制阀产品销售占比由 10.01%下降至 7.05%，控制阀产品为公司高毛利率产品，平均毛利率为 55.90%，销售占比的下降拉低了 2020 年度公司对新增客户的销售毛利率。2021 年 1-6 月下降的主要原因为公司对新增客户销售的蝶阀产品销售占比由 50.62%下降至 45.19%，蝶阀产品平均毛利率为 45.03%，销售占比的下降拉低了 2021 年 1-6 月公司对新增客户的销售毛利率。

2、持续交易客户

报告期各期，公司持续交易客户数量分别为 933 家、940 家、936 家和 786 家，持续交易客户收入占比分别为 74.96%、75.11%、72.98%和 82.91%，随着公司实际经营情况有所波动，其中 2021 年 1-6 月持续交易客户数量较少主要系该数据为半年数据，2021 年 1-6 月持续交易客户收入占比较高主要系公司经营具有一定的季节性，上半年新增客户和交易相对较少，主要与前期客户交易产生收入。如与 2020 年 1-6 月相比，2020 年 1-6 月公司持续交易客户数量为 746 家，新增客户收入占比为 81.42%，与 2021 年 1-6 月持续交易客户数量和收入占比差异较小。

报告期各期，公司持续交易客户对应毛利率分别为 44.26%、46.42%、44.34%和 45.76%，总体较为稳定。

报告期各期均与公司有交易的客户数量为 388 家，该部分客户收入占公司主营业务收入的占比分别为 61.51%、60.45%、57.20%和 62.10%，总体较为稳定。发生持续交易的主要原因系公司工程承包商客户和最终客户存在不同年度承包

或投资多个工程项目，或项目建设周期较长，因不同项目需求或同一项目不同阶段需求而向公司持续采购；公司经销商客户持续经销公司产品，因此不同年度均向公司采购。

3、退出客户

2018 年度至 2020 年度，公司退出客户数量分别为 978 家、1,106 家和 1,149 家，退出客户收入占比分别为 20.75%、19.15%和 22.97%，总体较为稳定。公司客户退出的主要原因系公司产品需求具有一定的阶段性，同时较多客户交易规模较小，与公司的交易仅在个别年度发生，因此退出客户数量较多，但收入占比较低。

2018 年度至 2020 年度，公司退出客户中新增客户下期退出数量分别为 654 家、768 家和 737 家，收入占比分别为 13.37%、12.38%和 14.92%；公司退出客户中持续交易客户下期退出数量分别为 324 家、338 家和 412 家，收入占比分别为 7.39%、6.77%和 8.05%，随着公司实际经营情况有所波动，但总体较为稳定。

2018 年度至 2020 年度，公司退出客户中新增客户下期退出毛利率分别为 46.76%、49.57%和 44.31%，其中 2019 年度毛利率相对较高的主要原因为公司当年度对该部分客户销售的控制阀产品销售占比由 2018 年的 8.37%上升至 14.76%，并在 2020 年度下降至 7.15%，控制阀产品为公司高毛利率产品，平均毛利率为 55.90%，销售占比的变动导致公司退出客户中新增客户下期退出毛利率相应变动。退出客户中持续交易客户下期退出毛利率分别为 47.22%、45.61%和 47.37%，总体较为稳定。

（二）收入规模分层情况及毛利率水平

报告期内，公司不同客户收入规模分层及毛利率水平如下：

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
500 万以上	30.24%	47.54%	39.01%	43.63%	41.79%	45.04%	39.78%	42.91%
200-500 万	18.60%	43.62%	27.35%	44.23%	20.65%	48.43%	21.96%	44.73%
100-200 万	17.23%	43.60%	12.47%	44.31%	14.06%	46.73%	14.15%	45.40%
50-100 万	16.46%	44.12%	8.38%	45.33%	10.96%	46.90%	10.36%	48.17%
50 万以下	17.48%	45.66%	12.79%	46.19%	12.53%	50.53%	13.75%	49.26%
合计	100.00%	45.24%	100.00%	44.35%	100.00%	46.87%	100.00%	45.08%

报告期内，公司收入以 500 万以上、200-500 万客户（即超过 200 万元）为主，合计收入占比分别为 61.74%、62.44%、66.36%和 48.84%，2021 年 1-6 月占

比较低主要系该数据为半年数据，公司部分客户在 2021 年下半年仍与公司发生交易，因此，如以 2021 年 1-6 月客户收入规模超过 100 万元计算，则占比为 66.07%，总体较为稳定。如与 2020 年 1-6 月相比，2020 年 1-6 月公司客户收入规模超过 200 万元的客户收入占比为 52.81%，与 2021 年 1-6 月相比差异较小。

报告期内，公司产品销售价格主要根据成本加成的原则确定，同时考虑客户采购规模、公司产品在销售区域的市场竞争情况等因素，协商定价或者参与招投标定价。受不同客户具体交易产品、采购规模、市场竞争情况等因素的影响，公司不同收入规模层级的销售毛利率存在一定差异，但不同收入规模层级的毛利率总体较为稳定。

（三）结合客户获取方式进一步说明客户结构的变化对发行人收入及毛利率的稳定性是否构成不利影响

公司客户获取方式包括商业谈判和招投标方式，具体如下：

1、商业谈判：公司业务部及销售人员在通过公开网站、展会、技术交流会等公开渠道或他人介绍等方式获取潜在的交易机会，与客户就产品技术参数、交易条件等方面进行协商，最终签订销售合同。

2、招投标：公司业务部及销售人员在通过公开网站、展会、技术交流会等公开渠道或他人介绍等方式获取潜在的交易机会，并及时收集和分析相关信息，提交相关资质文件并进行报名。对于拟投标项目，初步确定技术方案和预算价格，经审批后制定投标文件，参与投标。项目中标后，公司与客户签订销售合同。

报告期内，公司通过商业谈判和招投标方式实现的收入及毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月			2020年度			2019年度			2018年度		
	收入	占比	毛利率	收入	占比	毛利率	收入	占比	毛利率	收入	占比	毛利率
商业谈判	35,072.84	78.04%	43.45%	77,577.74	76.43%	44.56%	68,512.23	72.51%	46.14%	62,447.44	75.30%	45.29%
招投标	9,871.66	21.96%	51.59%	23,921.60	23.57%	43.65%	25,974.05	27.49%	48.80%	20,479.46	24.70%	44.42%
合计	44,944.50	100.00%	45.24%	101,499.34	100.00%	44.35%	94,486.27	100.00%	46.87%	82,926.90	100.00%	45.08%

报告期内，公司客户获取方式主要为商业谈判，公司通过商业谈判方式实现销售收入占比分别为 75.30%、72.51%、76.43%和 78.04%，受市场整体发展趋势、下游客户结构及其采购模式等因素的影响，总体呈现增长趋势。

报告期内，公司通过商业谈判方式实现的销售毛利率分别为 45.29%、46.14%、44.56%和 43.45%，波动较小，其中 2020 年度毛利率有所下降的主要原因为公司

2020 年开始执行新收入准则，将运杂费计入营业成本中，导致 2020 年度毛利率有所下降；2021 年 1-6 月毛利率有所下降的主要原因为公司通过商业谈判实现销售的产品中，由于客户对公司产品需求发生变化，蝶阀产品销售占比由 45.38% 降低至 41.23%，蝶阀产品平均毛利率为 45.03%，销售占比的下降拉低了公司 2021 年 1-6 月通过商业谈判方式实现销售的毛利率。

报告期内，公司通过招投标方式实现的销售毛利率分别为 44.42%、48.80%、43.65%和 51.59%，由于公司招投标方式实现的销售收入相对较少，比较容易受不同交易年度产品销售结构的影响。其中 2018 年至 2020 年毛利率先升后降的主要原因系毛利率较高的控制阀和止回阀销售合计占比由 2018 年的 13.95% 上升至 2019 年的 16.52%，并在 2020 年下降至 9.41%，控制阀和止回阀为公司高毛利率产品，平均毛利率分别为 55.90%和 58.79%，销售占比的变动导致公司通过招投标方式实现的销售毛利率相应变动。2021 年 1-6 月毛利率上涨的主要原因为 2021 年 1-6 月公司气动法兰蝶阀和传动帽蝶阀合计销售占比由 7.04% 上升至 16.12%，气动法兰蝶阀和传动帽蝶阀为蝶阀细分产品，平均毛利率较高，分别为 47.63% 和 47.16%，销售占比的增加导致蝶阀销售占比和毛利率均有所上涨，拉高了 2021 年 1-6 月公司通过招投标方式实现的销售毛利率。

总体而言，报告期内公司主营业务毛利率较为稳定，通过商业谈判或招投标方式实现的销售毛利率也总体较为稳定，存在一定波动的原因主要系产品销售结构变动的影响。报告期内公司新增、持续交易和退出客户收入占比，以及不同收入规模客户收入占比等客户结构指标总体也较为稳定，客户结构较为分散的情况不会对公司收入和毛利率的稳定性构成重大不利影响。

（四）相关风险是否充分披露

公司已在招股说明书“第四节 风险因素”之“二、经营风险”补充披露如下：

“（十二）客户结构较为分散的风险

报告期内，公司对单个客户的销售金额相对较小，客户结构较为分散，客户集中度较低。分散的客户结构对公司市场开发、客户管理和产品销售等方面提出了更高的要求，如果公司不能有效实施客户开发、维护和管理，及时满足客户多样化需求，并在与合作过程中保持有利地位，可能导致公司营业收入和毛利率下降，对公司经营业绩造成一定的不利影响。”

（五）发行人的客户结构特征与同行业可比公司是否存在显著差异

报告期内，公司客户集中度与同行业可比公司比较情况如下：

公司名称	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
纽威股份	-	16.91%	22.06%	32.02%
江苏神通	-	24.63%	20.82%	24.21%
中核科技	-	26.60%	39.01%	41.39%
伟隆股份	24.74%	21.21%	21.04%	22.76%
同行业平均值	24.74%	22.34%	25.73%	30.10%
公司	16.05%	12.74%	11.63%	13.57%

注：客户集中度为前五大客户收入占比。

从上表中可以看出，公司及同行业可比公司的客户集中度均较低，存在一定差异，主要原因为：

1、与纽威股份、江苏神通和中核科技相比

纽威股份、江苏神通和中核科技的产品应用领域主要为石油化工、冶金、核电等工业领域，与公司产品应用领域差异较大，其下游应用领域的客户集中度相对较高。例如，根据纽威股份公开信息披露，其已取得众多大型跨国企业集团的认可，成为众多国际级最终用户的合格供应商；根据江苏神通公开信息披露，其下游客户主要为国内大中型的钢铁企业、核电站及石油石化企业。与之相比，公司目前主要客户为工程承包商和最终客户，其中最终客户主要为各地水务公司及其下属企业。我国各地水务公司主要通过获取特许经营权的方式开展业务，存在较强的区域性。根据 Wind 资讯数据，截止 2021 年 5 月，我国水的生产和供应业共有规模以上（年主营业务收入超过 2000 万元）企业 2,794 家，因此，公司最终客户所属行业整体集中度较低。此外，根据 Wind 资讯数据，截止 2019 年，我国总承包建筑业企业家数为 71,430 家，其中特级总承包建筑业企业达 640 家，因此，我国总承包建筑业也较为分散。

2、与伟隆股份相比

伟隆股份的产品应用领域为城镇给排水等民生领域，与公司产品应用领域基本一致，但伟隆股份的经营模式与公司存在较大差异，导致其下游客户与公司存在差异。

根据伟隆股份 2017 年披露的招股书显示，其 2016 年度 OEM 模式占比为 59.63%，自主品牌经销占比为 34.62%，自主品牌直销占比为 5.75%，销售模式以 OEM 和自主品牌经销为主。报告期内，发行人直销比例分别为 95.03%、95.02%、

95.46%和 96.45%，直销占比远高于伟隆股份自主品牌直销占比。经查阅伟隆股份自 2017 年度至 2020 年度定期报告，伟隆股份年度报告中均写明“报告期内，公司主营经营模式、主营业务及主要产品未发生重大变化”。因此，伟隆股份虽然未在其定期报告中披露其具体的 OEM 模式和自主品牌经销模式销售金额及占比，但仍可以合理推定伟隆股份报告期内销售模式仍以 OEM 和自主品牌经销为主，与发行人直销为主的模式存在差异。

在 OEM 模式下，企业的下游客户为品牌商，不直接面向最终用户或工程承包商。在经销模式下，企业的下游客户为经销商，也不直接面向最终用户或工程承包商，导致伟隆股份的下游客户与公司存在差异。

综上所述，公司及同行业可比公司的客户集中度均较低，存在一定差异的原因因为同行业可比公司产品应用领域或经营模式与公司存在差异，具有合理性。

二、请保荐机构、申报会计师核查并发表明确意见

（一）核查程序

针对上述事项，保荐人、申报会计师执行了以下核查程序：

1、获取发行人销售收入及成本明细表，计算分析报告期内发行人新增、持续交易、退出客户数量、收入占比以及不同收入规模的客户收入占比及毛利率等相关数据；

2、计算发行人商业谈判和招投标方式下不同业务收入规模及毛利率情况，分析其对公司收入及毛利率的影响；

3、获取同行业可比公司招股说明书、定期报告等公开披露文件，计算分析同行业可比公司客户集中度，并与发行人客户集中度进行比较，分析差异的原因及合理性；

4、访谈发行人业务总监、财务负责人，了解发行人客户整体较为分散的具体原因。

（二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

报告期内发行人新增、持续交易、退出客户数量均较多，2018 年度至 2020 年度数量和收入占比均总体较为稳定；2021 年 1-6 月新增、持续交易客户数量和收入占比较低的主要原因为半年度数据的影响，如与 2020 年 1-6 月相比，则差异较小。报告期内发行人新增、持续交易、退出客户毛利率因为执行新收入准则、

产品销售结构的变化等因素的影响有所波动，但总体较为稳定。

发行人主要客户收入规模为超过 200 万元的客户收入占比分别为 61.74%、62.44%、66.36%和 48.84%，2018 年度至 2020 年度总体较为稳定；2021 年 1-6 月占比较低的主要原因为半年度数据的影响，如与 2020 年 1-6 月相比，则差异较小。发行人不同收入规模层级的毛利率也总体较为稳定。

发行人客户获取方式主要为商业谈判，报告期内发行人主营业务毛利率较为稳定，通过商业谈判或招投标方式实现的销售毛利率也总体较为稳定，存在一定波动的原因主要系执行新收入准则、产品销售结构变动的影响。报告期内发行人新增、持续交易和退出客户收入占比，以及不同收入规模客户收入占比等客户结构指标总体也较为稳定，客户结构较为分散的情况不会对发行人收入和毛利率的稳定性构成重大不利影响。

发行人已在招股说明书中对发行人客户结构较为分散的风险进行充分披露。

发行人及同行业可比公司的客户集中度均较低，存在一定差异的原因为同行业可比公司产品应用领域或经营模式与发行人存在差异，具有合理性。

（此页无正文，为上海冠龙阀门节能设备股份有限公司《关于上海冠龙阀门节能设备股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的发行注册环节反馈意见落实函的回复》之签章页）

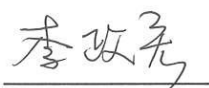
上海冠龙阀门节能设备股份有限公司



发行人董事长声明

本人已认真阅读《关于上海冠龙阀门节能设备股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的发行注册环节反馈意见落实函的回复》的全部内容，确认本次回复中不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

董事长：



李政宏

上海冠龙阀门节能设备股份有限公司

2022年2月5日



（此页无正文，为长江证券承销保荐有限公司《关于上海冠龙阀门节能设备股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的发行注册环节反馈意见落实函的回复》之签章页）

保荐代表人： 苏海清
苏海清

何君光
何君光

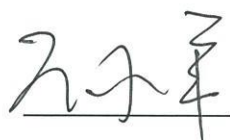
长江证券承销保荐有限公司
2022年2月15日



保荐机构（主承销商）总经理声明

本人已认真阅读《关于上海冠龙阀门节能设备股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的发行注册环节反馈意见落实函的回复》的全部内容，了解报告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，本次回复中不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

总经理：



王承军

长江证券承销保荐有限公司



2022 年2 月15 日

保荐机构（主承销商）董事长声明

本人已认真阅读《关于上海冠龙阀门节能设备股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的发行注册环节反馈意见落实函的回复》的全部内容，了解报告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，本次回复中不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

董事长：



吴勇

长江证券承销保荐有限公司

