



**关于鑫磊压缩机股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市申请文件
第二轮审核问询函的回复**

保荐机构（主承销商）



中泰证券股份有限公司
ZHONGTAI SECURITIES CO.,LTD.

（山东省济南市市中区经七路 86 号）

二〇二二年二月

**关于鑫磊压缩机股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市申请文件
第二轮审核问询函的回复**

深圳证券交易所：

贵所于 2021 年 11 月 17 日出具的《关于鑫磊压缩机股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函》（审核函〔2021〕011283 号）（以下简称“问询函”）已收悉。鑫磊压缩机股份有限公司（以下简称“鑫磊股份”、“发行人”或“公司”）会同中泰证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”）、国浩律师（杭州）事务所（以下简称“发行人律师”）、立信会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）等相关各方对问询函所列问题逐项进行了落实，现回复如下，请予审核。

如无特别说明，本回复中的相关用语简称或名词释义与《鑫磊压缩机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（申报稿）》中相同。本回复中字体代表以下含义：

黑体（加粗）	问询函所列问题
宋体	对问询函所列问题的回复
楷体（加粗）	对招股说明书的修改、补充

目 录

目 录.....	2
1.关于历史沿革	3
2.关于行业环境	11
3. 关于关联方	17
4. 关于业务	34
5. 关于营业收入	50
6. 关于主要客户	140
7. 关于营业成本	167
8. 关于主要供应商	180
9. 关于毛利率	202
10. 关于存货	226
11. 关于预付账款.....	234
12. 关于资金流水	238

1.关于历史沿革

申报材料和前次审核问询回复显示：

2017 年 12 月，王相荣、王壮利增资发行人，增资后合计持有发行人 4.6654%股权；王相荣和王壮利两兄弟系利欧股份实际控制人，与钟仁志和蔡海红夫妻是多年的商业合作伙伴，且私人关系良好。

请发行人说明：

（1）结合资金流水核查，说明发行人实际控制人及其控制的其他企业与王相荣、王壮利及其控制的企业是否存在资金往来，如存在，请说明具体金额及原因；

（2）王相荣、王壮利控制的企业与发行人是否存在主要客户及供应商重叠，是否存在代发行人承担成本费用的情况。

请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、结合资金流水核查，说明发行人实际控制人及其控制的其他企业与王相荣、王壮利及其控制的企业是否存在资金往来，如存在，请说明具体金额及原因

报告期内，公司实际控制人及其控制的其他企业与王相荣、王壮利不存在资金往来；实际控制人控制的其他企业与王相荣、王壮利控制的企业存在资金往来，具体情况如下：

序号	公司实际控制人控制的企业名称	王相荣、王壮利控制的企业名称	资金往来金额	资金往来原因
1	温岭市鑫磊新能源有限公司（以下简称“鑫磊新能源”）	浙江利欧控股集团有限公司（以下简称“利欧控股”）	1、2018 年初鑫磊新能源应付利欧控股 4,000 万元，当年度鑫磊新能源累计付给利欧控股 32,768 万元，累计收到利欧控股 17,748 万元。 2、2019 年，鑫磊新能源累计付给利欧控股 20,280 万元，累计收到利欧控股 33,350 万元。 3、2020 年，鑫磊新能源累计付给利欧控股 2,060 万	往来款项均为资金拆借，鑫磊新能源收到利欧控股的款项主要用于转给子公司鑫磊博览城支付工程款、转给鑫磊环保用于偿还银行贷款及支付自身银行贷款和利息等。

序号	公司实际控制人控制的企业名称	王相荣、王壮利控制的企业名称	资金往来金额	资金往来原因
			元，累计收到利欧控股 1,770 万元。 4、2021 年 1-6 月，鑫磊新能源累计付给利欧控股 10,500 万元，累计收到利欧控股 10,700 万元。 截至 2021 年 6 月末，鑫磊新能源尚应付利欧控股 1,960 万元。	
		温岭市利欧小额贷款有限公司（以下简称“利欧小额贷款”）	1、2019 年，鑫磊新能源收到利欧小额贷款 180 万元。 2、2021 年 1-6 月，鑫磊新能源收到利欧小额贷款 400 万元，付给利欧小额贷款 60 万元。	往来款项为鑫磊新能源作为利欧小额贷款股东的分红款，因利欧小额贷款 2021 年多付分红款 60 万元，故鑫磊新能源将多付款项向利欧小额贷款退回 60 万元。
		利欧集团浙江泵业有限公司（以下简称“利欧泵业”）	2018 年，鑫磊新能源累计付给利欧泵业 6,000 万元，累计收到利欧泵业 6,000 万元。	往来款项为鑫磊新能源通过利欧泵业进行转贷，主要用于转给子公司鑫磊博览城支付工程款、转给鑫磊环保归还银行贷款等。
		温岭市利恒机械有限公司（以下简称“利恒机械”）	1、2019 年，鑫磊新能源累计付给利恒机械 3,000 万元，累计收到利恒机械 3,000 万元。 2、2020 年，鑫磊新能源累计付给利恒机械 5,200 万元，累计收到利恒机械 5,200 万元。 3、2021 年 1-6 月，鑫磊新能源累计付给利恒机械 1,500 万元，累计收到利恒机械 1,500 万元。	往来款项为鑫磊新能源通过利恒机械转贷，款项主要用于转给子公司鑫磊博览城支付工程款、转给鑫磊环保归还银行贷款及自身银行还款。
		温岭利欧贸易有限公司（以下简称“利欧贸易”）	1、2019 年，鑫磊新能源累计付给利欧贸易 6,000 万元，累计收到利欧贸易 6,000 万元。 2、2021 年 1-6 月，鑫磊新能源累计付给利欧贸易 1,400 万元，累计收到利欧贸易 1,400 万元。	往来款项为鑫磊新能源通过利欧贸易转贷，款项主要用于转给子公司鑫磊博览城支付工程款、归还银行贷款、转给鑫磊环保归还贷款。
2	温岭市鑫磊环保设备有限公司（以下简称“鑫磊环保”）	利欧贸易	1、2020 年，鑫磊环保累计付给利欧贸易 8,000 万元，累计收到利欧贸易 8,000 万元。 2、2021 年 1-6 月，鑫磊环保	往来款项为鑫磊环保通过利欧贸易转贷，款项主要用于自身还贷、转给鑫磊新能源后最终用于还贷。

序号	公司实际控制人控制的企业名称	王相荣、王壮利控制的企业名称	资金往来金额	资金往来原因
			累计付给利欧贸易 8,000 万元，累计收到利欧贸易 8,000 万元。	
		利欧控股	2021 年 1-6 月，鑫磊环保累计付给利欧控股 5,500 万元，累计收到利欧控股 5,500 万元。	往来款项为鑫磊环保通过利欧控股转贷，款项主要用于转给鑫磊新能源，最终用于还贷。
		利恒机械	2021 年 1-6 月，鑫磊环保累计付给利恒机械 4,800 万元，累计收到利恒机械 4,800 万元。	往来款项为鑫磊环保通过利恒机械转贷，款项主要用于归还银行贷款。
3	上海磊利汽车贸易有限公司（以下简称“磊利汽车”）	利欧控股	1、2018 年，磊利汽车累计付给利欧控股 150 万元。 2、2019 年，磊利汽车累计付给利欧控股 660 万元，累计收到利欧控股 19.2 万元。 3、2020 年，磊利汽车累计付给利欧控股 393 万元，累计收到利欧控股 145 万元。 4、2021 年 1-6 月，磊利汽车累计付给利欧控股 180 万元，累计收到利欧控股 30 万元。	王相荣持有磊利汽车 49% 的股权，磊利汽车借款给王相荣关联方利欧控股。
		利欧集团数字科技有限公司（以下简称“利欧数字”）	2021 年 1-6 月，磊利汽车累计收到利欧数字 18.54 万元。	磊利汽车收取利欧数字房屋租金。
4	温岭市鑫磊房地产开发有限公司（以下简称“鑫磊房地产”）	利欧控股	1、2018 年，鑫磊房地产累计付给利欧控股 1,771.16 万元，累计收到利欧控股 800 万元。 2、2019 年，鑫磊房地产累计付给利欧控股 7,930.30 万元，累计收到利欧控股 374.30 万元。	利欧控股持有鑫磊房地产 30% 的股权，鑫磊房地产借款给股东。

除上述情况外，报告期内，公司实际控制人及其控制的其他企业与王相荣、王壮利及其控制的企业均不存在资金往来。

鑫磊新能源的子公司鑫磊博览城房地产开发业务以及鑫磊环保购置土地、建设厂房投入的资金主要通过自有资金、银行借款等方式筹集，期间亦存在通过其他企业拆借资金进行资金周转的情况。报告期内，鑫磊新能源、鑫磊环保与王相荣、王壮利控制的相关企业资金往来，主要系资金周转，用于偿还到期银行借款或拆借给相关企业。报告期内，鑫磊新能源、鑫磊环保各期借款相关

情况如下：

1、鑫磊新能源

截至 2018 年初，鑫磊新能源的银行借款余额为 7,000.00 万元，形成原因为以前年度向银行借款后转给其子公司鑫磊博览城支付工程款；鑫磊新能源报告期内的银行借款情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
期初金额	24,200.00	14,000.00	26,000.00	7,000.00
当期借款金额	11,300.00	37,200.00	23,000.00	35,518.00
当期还款金额	11,557.00	27,000.00	35,000.00	16,518.00
当期新增金额	-257.00	10,200.00	-12,000.00	19,000.00
期末金额	23,943.00	24,200.00	14,000.00	26,000.00
当期新增金额 主要流向	收回利欧控股往 来款 200.00 万元	转给其子公司鑫 磊博览城支付工 程款 9,348.00 万 元，付给利欧控 股 290.00 万元	收回利欧控股往 来款 13,070.00 万 元	转给其子公司鑫磊博 览城 3,900.00 万元支 付工程款，归还期初 对利欧控股的欠款 4,000.00 万元并拆借 给利欧控股 11,020.00 万元

2、鑫磊环保

截至 2018 年初，鑫磊环保的银行借款余额为 29,294.00 万元，形成原因为以前年度向银行借款后用于购置土地及建设厂房 18,367.25 万元以及转给鑫磊新能源 9,169.50 万元；鑫磊环保报告期内的银行借款情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
期初金额	37,600.00	38,865.00	32,972.00	29,294.00
当期借款金额	27,100.00	43,900.00	45,065.00	43,780.00
当期还款金额	29,015.00	45,165.00	39,172.00	40,102.00
当期新增金额	-1,915.00	-1,265.00	5,893.00	3,678.00
期末金额	35,685.00	37,600.00	38,865.00	32,972.00
当期新增金额 主要流向	收回鑫磊新能源往 来款 1,188.30 万元	收回鑫磊新能源往 来款 3,412.70 万元	转给鑫磊新能源 5,342.74 万元	付银行保证金 3,200.00 万元用于 开具承兑汇票

综上，鑫磊新能源报告期初的银行借款余额及报告期内新增的银行借款主

要用于其子公司鑫磊博览城的工程款支出；鑫磊环保报告期初的银行借款余额及报告期内新增的银行借款主要用于自身土地购置、建设厂房及拆借给鑫磊新能源用于其归还银行贷款。

二、王相荣、王壮利控制的企业与发行人是否存在主要客户及供应商重叠，是否存在代发行人承担成本费用的情况

根据王相荣、王壮利提供的控制企业名单，结合中介机构的网络检索结果，截至 2021 年 11 月，王相荣、王壮利控制的企业共计 214 家，其中制造业板块 40 家，互联网营销及其他业务板块 174 家。互联网营销及其他业务板块上下游与公司存在明显区别，故选取制造业板块企业与公司主要客户及供应商进行交叉比对。王相荣、王壮利控制的制造业板块企业主要客户、供应商的选取标准为各企业报告期各期前 20 大客户、供应商且至少一期交易金额超过 20 万元；公司主要客户、供应商的选取标准为报告期各期至少一期交易金额超过 20 万元。

经交叉比对王相荣、王壮利控制的制造业板块企业及公司的主要客户、供应商名单，报告期内，公司与利欧集团浙江泵业有限公司（以下简称“利欧泵业”）存在部分重叠主要供应商、客户，与温岭利欧电子科技有限公司（以下简称“利欧电子”）存在部分重叠主要供应商，另外，利欧泵业的部分主要供应商是公司的客户，具体情况如下：

1、主要客户重叠情况

单位：万元

王相荣、王壮利控制的企业名称	重叠客户名称	期间	王相荣、王壮利控制的企业向其销售金额	公司向其销售金额
利欧泵业	重庆市汉斯·安海酉阳进出口有限公司	2021 年 1-6 月	10,079.12	927.71
		2020 年	13,049.13	1,629.13
		2019 年	15,277.55	1,803.62
		2018 年	14,639.01	1,603.39
	TRUPER 集团	2021 年 1-6 月	2,142.96	1,265.86
		2020 年	4,429.41	1,686.81
		2019 年	4,104.35	1,580.22
		2018 年	1,819.21	1,724.43
	上海东贸贸易	2021 年 1-6 月	4,533.65	65.18

王相荣、王壮利控制的企业名称	重叠客户名称	期间	王相荣、王壮利控制的企业向其销售金额	公司向其销售金额
	有限公司	2020 年	5,454.10	114.03
		2019 年	4,891.38	98.20
		2018 年	6,494.45	109.40
	俄罗斯 VICTORIA LLC	2021 年 1-6 月	999.08	-
		2020 年	2,414.57	60.85
		2019 年	1,823.96	25.86
		2018 年	2,102.60	56.65
	瑞典 BIRGMA ASIA TRADING LIMITED	2021 年 1-6 月	1,572.83	878.24
		2020 年	1,842.67	1,605.21
		2019 年	1,787.66	1,281.54
		2018 年	2,121.20	1,517.37
	智利 DISTRIBUIDO RA KOSLAN LTDA.	2021 年 1-6 月	1,518.18	15.37
		2020 年	1,734.75	33.05
		2019 年	1,213.45	28.34
		2018 年	1,189.72	33.91

2、主要供应商重叠情况

单位：万元

王相荣、王壮利控制的企业名称	重叠供应商名称	期间	王相荣、王壮利控制的企业向其采购金额	公司向其采购金额
利欧泵业	浙江长城电工科技股份有限公司	2021 年 1-6 月	6,565.49	425.52
		2020 年	6,634.62	208.05
		2019 年	6,683.38	0.00
		2018 年	4,761.90	0.00
	台州亿腾铝业有限公司	2021 年 1-6 月	912.86	32.49
		2020 年	603.39	21.47
		2019 年	3,722.20	134.62
		2018 年	3,671.16	258.71
	森林包装集团股份有限公司	2021 年 1-6 月	1,769.51	464.39
		2020 年	2,190.27	709.38
		2019 年	1,827.33	590.39
		2018 年	1,858.63	774.44

	金华昌辉漆包线有限公司	2021年1-6月	3.40	0.00
		2020年	93.60	0.00
		2019年	799.47	0.00
		2018年	1,554.28	54.99
利欧电子	苏州伟创电气科技股份有限公司	2021年1-6月	3.72	258.03
		2020年	31.07	358.50
		2019年	1.68	237.95
		2018年	0.00	0.00

3、王相荣、王壮利控制企业的主要供应商与公司主要客户重叠情况

单位：万元

王相荣、王壮利控制的企业名称	重叠供应商/客户名称	期间	王相荣、王壮利控制的企业向其采购金额	公司向其销售金额
利欧泵业	浙江锦运再生资源股份有限公司	2021年1-6月	-	-
		2020年	1,671.79	-
		2019年	2,439.90	5.13
		2018年	2,305.50	49.08

报告期内，利欧泵业主要从事泵的研发、生产和销售，利欧电子主要从事泵、电机、光伏设备的研发、生产和销售，以上两家公司为上市公司利欧股份直接或间接控股的公司。利欧泵业向上述重叠供应商采购的主要为漆包线、曲轴箱毛坯、包装材料，利欧电子向重叠供应商采购的主要为变频器，相关原材料为制造业领域常用的原材料，公司生产亦需要相关原材料，故存在重叠供应商情况，具有合理商业背景。重叠客户主要为贸易类客户或国外五金工具商、电动工具连锁超市，利欧泵业向上述重叠客户主要销售各类泵产品，公司向上述客户销售空压机，具有合理商业背景。利欧泵业向浙江锦运再生资源股份有限公司主要采购铝锭，公司向该公司主要销售废料，具有合理商业背景。公司与上述重叠客户、供应商的销售和采购均参照市场价格定价，不存在王相荣、王壮利控制的企业为公司承担成本、费用的情况。

三、请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师、发行人律师执行了以下核查程序：

1、查阅报告期内发行人实际控制人的调查表及其控制的除发行人及其子公司以外的其他企业名单；查阅报告期内王相荣、王壮利的调查表及其控制的企业名单，查阅利欧股份关于其实际控制人王相荣、王壮利控制的企业的相关公告信息，通过企查查、天眼查等查询王相荣、王壮利控制的企业信息；取得报告期内发行人实际控制人及其控制的除发行人及其子公司以外的其他企业的银行账户资金流水、发行人实际控制人控制的除发行人及其子公司以外的其他企业的往来款明细，并将其与王相荣、王壮利及其控制的企业名单进行交叉核对；

2、取得报告期内王相荣、王壮利控制的企业的主要客户及供应商（制造业板块各企业报告期各期前 20 大客户、供应商且至少一期交易金额超过 20 万元）名单；取得发行人报告期内主要客户及供应商（报告期各期至少一期交易金额超过 20 万元）名单；将前述名单进行交叉核对；对发行人与重叠主要客户、供应商的交易价格是否与其他同类客户、供应商存在重大差异进行核查；

3、对发行人实际控制人及股东王相荣、王壮利进行访谈，了解发行人实际控制人及其控制的其他企业与王相荣、王壮利及其控制的企业是否存在资金往来，王相荣、王壮利控制的企业与发行人是否存在主要客户及供应商重叠，是否存在代发行人承担成本费用的情况。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师、发行人律师认为：

1、鑫磊新能源、鑫磊环保、磊利汽车、鑫磊房地产报告期内与王相荣、王壮利控制的部分企业存在资金往来，相关往来款项均有合理原因；除前述情况外，发行人实际控制人及其控制的其他企业与王相荣、王壮利及其控制的企业均不存在资金往来；

2、报告期内，发行人与王相荣、王壮利控制的利欧泵业、利欧电子存在主要客户、供应商重叠的情况。利欧泵业主要从事泵的研发、生产和销售，利欧电子主要从事泵、电机、光伏设备的研发、生产和销售，以上两家公司为上市公司利欧股份直接或间接控股的公司。利欧泵业向重叠供应商采购的主要为漆包线、曲轴箱毛坯、包装材料，利欧电子向重叠供应商采购的主要为变频器，相关原材料为制造业领域常用的原材料，发行人生产亦需要相关原材料，故存

在重叠供应商情况，具有合理商业背景。重叠客户主要为贸易类客户或国外五金工具商、电动工具连锁超市，利欧泵业向重叠客户主要销售各类泵产品，发行人向上述客户销售空压机，具有合理商业背景。利欧泵业向浙江锦运再生资源股份有限公司主要采购铝锭，发行人向该公司主要销售废料，具有合理商业背景。发行人与重叠客户、供应商的销售和采购均参照市场价格定价，不存在王相荣、王壮利控制的企业为发行人承担成本、费用的情况。

2.关于行业环境

申报材料和前次审核问询回复显示：

欧盟在 2008 年至 2010 年对原产于中国的压缩机产品征收最终反倾销税，因此鑫磊工贸 2010 年起逐步将压缩机业务转移至发行人前身鑫磊有限，目前发行人外销收入依旧主要来自欧洲区域。

请发行人说明：

（1）欧盟反倾销对鑫磊工贸的具体影响，在反倾销政策前后，主营产品的细分品类及产品价格对比情况，销售收入变化情况，反倾销后鑫磊工贸将业务转移至鑫磊有限的合理性和必要性；

（2）发行人当前的产品价格与欧洲竞争对手价格对比情况，境外国家或地区再次对原产于中国的压缩机产品发起双反调查等贸易制裁行为的可能性，对发行人生产经营、持续经营能力的影响以及发行人的应对措施。

请保荐人发表明确意见。

回复：

一、欧盟反倾销对鑫磊工贸的具体影响，在反倾销政策前后，主营产品的细分品类及产品价格对比情况，销售收入变化情况，反倾销后鑫磊工贸将业务转移至鑫磊有限的合理性和必要性

（一）欧盟反倾销对鑫磊工贸的具体影响，在反倾销政策前后，主营产品的细分品类及产品价格对比情况，销售收入变化情况

2008 年 3 月 20 日，欧盟委员会公布官方公报，公告通知欧盟委员会于 2008 年 3 月 17 日作出裁定对原产于中国的压缩机产品征收最终反倾销税。根据该公报内容，欧盟委员会裁定鑫磊工贸出口至欧盟的压缩机产品征收 77.6%反倾销税，为期两年，适用至 2010 年 3 月 21 日。2010 年 3 月 23 日，欧盟委员会发布公告称，由于成员国内企业未对原产于中国的空气压缩机提起反倾销日落复审申请，因此决定自 2010 年 3 月 21 日起正式取消该反倾销措施。

鑫磊工贸出口至欧盟的压缩机产品被征收反倾销税后，仍继续开展压缩机相关业务，由于出口至欧盟的压缩机产品失去价格优势，部分欧洲客户及原出口至欧洲的国内贸易商客户流失，订单大幅减少，销售收入显著下滑，导致整体业务规模下滑。

在反倾销政策前一年（即 2007 年）及当年（2008 年），鑫磊工贸主营产品均为活塞式压缩机，活塞式压缩机产品销售收入分别为 58,942.27 万元、24,284.91 万元，销售收入占各期营业收入的比例分别为 98.19%、89.64%，活塞式压缩机细分品类及产品价格对比情况如下：

产品细分品类	2007 年		2008 年		平均价格变动比例
	收入占比	平均价格（元/台）	收入占比	平均价格（元/台）	
皮带式	4.32%	899.68	6.96%	901.00	0.15%
直联无油	10.55%	371.08	6.69%	362.60	-2.29%
直联有油	85.13%	381.44	86.35%	399.59	4.76%
合计	100.00%	390.00	100.00%	412.77	5.84%

其中，直接出口欧洲的活塞式压缩机细分品类及产品价格对比情况如下：

产品细分品类	2007 年		2008 年		平均价格变动比例
	收入占比	平均价格（元/台）	收入占比	平均价格（元/台）	

皮带式	3.77%	952.00	6.94%	856.35	-10.05%
直联无油	16.57%	319.08	9.06%	280.99	-11.94%
直联有油	79.66%	389.85	84.00%	365.57	-6.23%
合计	100.00%	384.27	100.00%	370.19	-3.66%

由上表可见，在反倾销政策前一年（即 2007 年）及当年（2008 年），鑫磊工贸主营产品活塞式压缩机的产品结构、产品价格未发生重大变化。

（二）反倾销后鑫磊工贸将业务转移至鑫磊有限的合理性和必要性

2008 年，温岭市人民政府研究决定将鑫磊工贸原位于温岭市泽国镇的生产厂区的规划用地性质由工业用地性质调整为商业用地性质，并由温岭市国土资源局对该地块进行收购储备，用于建办机床市场。因 2008 年欧盟反倾销措施，鑫磊工贸压缩机业务萎缩，实际控制人拟对压缩机业务重新进行规划布局，配合政府对鑫磊工贸厂区土地收储工作，并决定将压缩机业务转移到其控制的具备生产场地的其他企业。2009 年 6 月，温岭市土地收购储备中心与鑫磊工贸签署了《温岭市国有土地使用权收购合同》（温土储字（2009）第 2 号）。

鑫磊有限于 2006 年通过分立方式设立，承继的资产为分立前鑫欧机电 3,612.07 万元在建工程，是位于温岭市城西工业城的土地使用权。2009 年下半年，鑫磊有限的厂房建设基本完成，开始逐步开展压缩机业务。

为保障压缩机业务的持续开展，考虑到鑫磊工贸厂区土地被收储且鑫磊有限厂房建设基本完成，鑫磊工贸的实际控制人决定将鑫磊工贸的压缩机业务全部转移至鑫磊有限。2010 年 7 月，鑫磊工贸进行业务、资产重组，处置相关经营资产给鑫磊有限，相关人员转至鑫磊有限，鑫磊有限集中开展压缩机业务。

综上所述，鑫磊工贸将业务转移至鑫磊有限具有合理性和必要性。

二、发行人当前的产品价格与欧洲竞争对手价格对比情况，境外国家或地区再次对原产于中国的压缩机产品发起双反调查等贸易制裁行为的可能性，对发行人生产经营、持续经营能力的影响以及发行人的应对措施

（一）发行人当前的产品价格与欧洲竞争对手价格对比情况

在欧洲市场，公司直接竞争对手主要为诺爱（上海）压缩机有限公司（以下简称“诺爱上海”）、浙江永源机电制造有限公司（以下简称“浙江永源”）、

江苏亿卡迪机械工业集团有限公司（以下简称“江苏亿卡迪”）。根据 2019 年海关数据，诺爱上海、浙江永源、江苏亿卡迪及公司出口欧洲国家的压缩机产品平均价格主要区间分别为 55~80 美元、45~75 美元、40~60 美元及 50~85 美元，公司与直接竞争对手价格区间差异主要由产品规格、性能等方面不同导致，具有合理性。直接竞争对手中，诺爱上海是意大利知名压缩机厂商 FNA 集团在中国境内投资设立的压缩机生产工厂，主要出口欧洲、美国等市场，其出口欧洲国家的产品价格区间与公司不存在显著差异。

（二）境外国家或地区再次对原产于中国的压缩机产品发起双反调查等贸易制裁行为的可能性，对发行人生产经营、持续经营能力的影响以及发行人的应对措施

国际贸易中，通常可采用反倾销、反补贴以及保障措施等贸易制裁行为，其中反倾销措施较为常见，以欧盟为例，其对中国发起贸易救济调查中，反倾销调查占比超过 80%。根据世界贸易组织的相关规定，一成员要实施反倾销措施，必须遵守三个条件：首先，确定存在倾销的事实；第二，确定对国内产业造成了实质损害或威胁，或对相关产业造成实质阻碍；第三，确定倾销和损害之间存在因果关系。按照倾销的定义，若产品的出口价格低于正常价格，就会被认为存在倾销，出口价格低于正常价格的差额被称为倾销幅度。所以，确定倾销必须经过三个步骤：确定出口价格，确定正常价格，对出口价格和正常价格进行比较。正常价格通常是指在一般贸易条件下出口国国内同类产品的可比销售价格，如该产品的国内价格受到控制，往往以第三国同类产品出口价格来确认正常价格。2001 年 12 月 11 日，中国在加入世界贸易组织时签订的《中华人民共和国加入世界贸易组织议定书》规定，自中国入世起的 15 年内，世贸组织成员在对中国进行反倾销调查时可以使用“替代国”的做法来计算正常价格，自 2016 年 12 月 11 日起，世贸组织成员不得在对中国发起的反倾销调查中使用第三国替代的方法。

由于中国劳动力优势及强大的制造能力，欧美市场上知名品牌企业主要选择中国企业通过 OEM/ODM 模式进行代工生产，部分企业直接在中国境内投资建厂。报告期内，公司境外销售区域主要集中在欧洲国家，国内出口欧洲市场的压缩机企业众多，市场化充分竞争。公司出口欧洲国家产品价格区间未显著

低于其他直接竞争对手，特别是与意大利知名压缩机厂商 FNA 集团在中国境内投资设立的诺爱上海价格区间较为接近。2018 年、2019 年、2020 年，公司外销毛利率分别为 16.44%、20.32%、18.33%，处于较为合理的水平；2021 年 1-6 月，公司外销毛利率为 9.79%，主要原因系 2021 年上半年公司活塞机产品生产所需的主要原材料价格上涨幅度较大，由于公司大额活塞机订单签订时间与交货时间的间隔较长，产品销售价格锁定，后期原材料价格的上涨对公司产品毛利率造成较大不利影响。综上，公司产品的出口价格不存在低于正常价格的情况，不存在倾销事实。

根据中国贸易救济信息网查询结果，2006 年 12 月，欧盟对原产于中国的空气压缩机进行反倾销立案调查；2008 年 3 月，欧盟对此案作出肯定性终裁；2010 年 3 月，欧盟委员会发布公告称，由于成员国内企业未对原产于中国的空气压缩机提起反倾销日落复审申请，因此决定自 2010 年 3 月 21 日起正式取消该反倾销措施。2011 年 3 月，欧盟对原产于中国的空气压缩机反倾销案进行重新审查，此次调查是欧盟委员会自动发起；2011 年 12 月，欧盟委员会对原产于中国的空气压缩机作出反倾销期中复审终裁：微型压缩机，即无储气罐、且能在 12 伏电源下运行的空气压缩机，将不纳入征税范围。此后，不存在境外国家或地区对中国压缩机产品发起双反调查等贸易制裁行为。

报告期内，公司主要出口国家和地区对中国压缩机产品没有设置特别的贸易障碍，相关贸易政策未发生重大不利变化，境外国家或地区再次对原产于中国的压缩机产品发起双反调查等贸易制裁行为的可能性较低；且公司产品的出口价格不存在低于正常价格的情况，不存在倾销事实，即使未来出现双反调查等贸易制裁行为，预计公司受到重大不利影响的可能性也会较低。截至本回复出具日，不存在境外国家或地区对中国压缩机产品发起双反调查等贸易制裁行为的情况，未对公司生产经营、持续经营能力产生不利影响。未来，公司将充分发掘国内市场需求，加大新产品开发力度，增加境内销售收入；对于国外市场，公司将继续深耕欧洲市场，加大对北美洲、南美洲、非洲、亚洲等市场的开发力度，在现有业务基础上，不断拓展相关市场的深度、广度，通过增强客户粘性及增加销售区域分布等方式抵消某些国家或地区发起贸易制裁行为可能对公司经营产生的不利影响。

三、请保荐人发表明确意见

（一）核查程序

保荐机构执行了以下核查程序：

1、对发行人董事长、财务负责人、销售部门相关人员进行了访谈，了解欧盟反倾销的具体情况及对鑫磊工贸的影响、鑫磊工贸将业务转移至鑫磊有限的背景原因、目前境外国家或地区对中国压缩机产品发起双反调查等贸易制裁行为的可能性及发行人相关应对措施；

2、查阅了欧盟反倾销的相关资料；取得了鑫磊工贸 2007 年、2008 年财务报表、销售明细表，分析了反倾销前后鑫磊工贸主营产品构成、价格、收入变化情况；

3、查阅了鑫磊工贸厂区土地收储相关政府会议纪要文件、温岭市土地收购储备中心与鑫磊工贸签署的《温岭市国有土地使用权收购合同》、鑫磊工贸与鑫磊有限关于业务转移的资产收购协议、股东会决议等资料；

4、查询了国际贸易中贸易制裁相关研究分析资料；查询了海关数据，分析了发行人与欧洲市场主要竞争对手价格对比情况；取得了发行人销售明细表，分析其境外销售分布、外销毛利率情况；

5、通过中国贸易救济信息网（<http://cacs.mofcom.gov.cn/>）检索是否存在境外国家或地区对中国压缩机产品发起双反调查等贸易制裁行为的情况。

（二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、鑫磊工贸出口至欧盟的压缩机产品被征收反倾销税后，仍继续开展压缩机相关业务，由于出口至欧盟的压缩机产品失去价格优势，部分欧洲客户及原出口至欧洲的国内贸易商客户流失，订单大幅减少，销售收入显著下滑，导致整体业务规模下滑；在反倾销政策前一年（即 2007 年）及当年（2008 年），鑫磊工贸主营产品活塞式压缩机的产品结构、产品价格未发生重大变化；鑫磊工贸将业务转移至鑫磊有限具有合理性和必要性；

2、发行人与欧洲市场直接竞争对手价格区间差异主要由产品规格、性能等

方面不同导致，具有合理性；直接竞争对手中，诺爱上海是意大利知名压缩机厂商 FNA 集团在中国境内投资设立的压缩机生产工厂，主要出口欧洲、美国等市场，其出口欧洲国家的产品价格区间与发行人不存在显著差异。报告期内，发行人主要出口国家和地区对中国压缩机产品没有设置特别的贸易障碍，相关贸易政策未发生重大不利变化，境外国家或地区再次对原产于中国的压缩机产品发起双反调查等贸易制裁行为的可能性较低。截至本回复出具日，不存在境外国家或地区对中国压缩机产品发起双反调查等贸易制裁行为的情况，未对发行人生产经营、持续经营能力产生不利影响。发行人已制定可行的应对措施。

3. 关于关联方

申报材料和前次审核问询回复显示：

（1）报告期内，发行人关联方鑫磊环保 2020 年至今主营业务为扫地机等环保设备生产销售；鑫磊新能源及子公司鑫磊博览城、中诚环球、鑫磊精诚物业、鑫磊未来城的主营业务为武汉地区房地产的尾盘销售、商铺租赁、商业管理等；磊利汽车主营上海地区的房产租赁业务，股东为钟仁志和王相荣；

（2）鑫磊环保与发行人在 2020 年度、2021 年 1-6 月存在重叠供应商，鑫磊环保向重叠供应商采购金额分别为 34.05 万元、138.98 万元；鑫磊环保、鑫磊新能源存在通过鑫磊股份的供应商进行转贷的情形；

（3）发行人实际控制人母亲丁复兰与发行人供应商股东存在资金往来。

请发行人说明：

（1）发行人与鑫磊环保重叠供应商的基本情况，包括供应商名称、股权结构，发行人、鑫磊环保分别与重叠供应商的交易金额、交易内容、交易金额占供应商销售金额比例，分析采购的合理性与价格公允性；

（2）供应商股东与丁复兰存在资金往来的供应商及股东基本情况，发行人与该供应商报告期内的交易金额，丁复兰与供应商股东资金往来的金额及合理性；

(3) 磊利汽车的历史沿革、主营业务变化情况，当前主营租赁业务的房产来源、报告期内的主要客户情况；

(4) 关联房地产公司的房地产建设或销售进展、未来业务发展所需资金来源、安排和需求状况，鑫磊环保的现金流和资金安排，结合上述业务发展前景，分析实际控制人和关联方未来是否存在占用发行人资金的风险以及保障措施；

(5) 控股股东、实际控制人是否存在对外担保和负债情况，如是，请说明对发行人实际控制权稳定和发行人持续经营能力、经营稳定性的影响。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、发行人与鑫磊环保重叠供应商的基本情况，包括供应商名称、股权结构，发行人、鑫磊环保分别与重叠供应商的交易金额、交易内容、交易金额占供应商销售金额比例，分析采购的合理性与价格公允性

报告期内，公司与鑫磊环保重叠供应商的基本情况如下：

序号	供应商名称	成立日期	经营范围	股权结构	主要人员
1	上海钢恒金属材料有限公司	2013年11月5日	金属材料、建筑材料、装潢材料、五金交电、橡塑制品、机械设备批兼零、代购代销；商务信息咨询服务。	林明华持股100%	林明华担任执行董事兼总经理、陈勇担任监事
2	温岭市君利金属有限公司	2016年10月16日	铁批发、零售。	占君利持股50%、陈万顺持股50%	陈万顺担任执行董事兼总经理、占君利担任监事
3	温州小松鼠五金有限公司	2014年5月6日	销售：紧固件、线材、金属材料、钢材、五金交电、五金制品、管道配件、管件、阀门、水泵及配件、五金轴承、铝合金制品和冶金设备；货物进出口、技术进出口。	曹建斌持股60%、曹良珍持股40%	曹建斌担任执行董事兼总经理、曹良珍担任监事
4	台州市黄岩正创模具有限公司	2018年4月17日	模具、塑料制品制造、加工、销售。	邱济正持股100%	邱济正担任执行董事兼总经理、邱士元担任监事
5	温岭市龙鸣机电贸易有限公司	2005年5月10日	五金工具、刀刀具、量具、机电产品、机械配件批发，零售。	俞菊清持股50%、周孔西持股50%	周孔西担任执行董事兼总经理、俞菊清担任监事
6	台州市久弘机械有限公司	2017年8月24日	泵及真空设备、风机、发电机、其他电机、电动车	王韬文持股30%、谢建勇	谢建勇担任执行董事兼总经理、王冰

			配件、其他机械配件制造、加工、销售。	持股 30%、杨智持股 20%、王冰持股 20%	担任监事
7	温岭市太平老赵水道配件商行	2014 年 5 月 8 日	水道配件、卫生洁具零售。	赵玲芬为个体工商户经营者	赵玲芬为个体工商户经营者
8	玉环华全机械有限公司	2004 年 2 月 13 日	汽车配件、摩托车配件、阀门及其配件、卫生洁具、水暖管件、建筑及家具用金属配件制造加工。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	林夏全持股 100%	林夏全担任执行董事兼总经理、李金平担任监事
9	杭州燕伟电气有限公司	2009 年 8 月 11 日	批发、零售：电气设备，计算机及配件，电子产品（除专控），五金交电；其他无需报经审批的一切合法项目。	盛迪军持股 50%、李军持股 50%	盛迪军担任执行董事兼总经理、李军担任监事

注：由于部分重叠供应商交易金额较小，此处仅列举报告期内与鑫磊环保发生交易累计金额在 5 万元以上的重叠供应商，鑫磊环保与上述供应商的报告期内合计交易金额占其与所有重叠供应商的报告期内合计交易金额的 80%以上。

报告期内，上述主要重叠供应商与公司、鑫磊环保的交易情况如下：

单位：万元

序号	供应商名称	公司向其采购情况				鑫磊环保向其采购情况			
		期间	交易内容	交易金额	占供应商销售额比例	期间	交易内容	交易金额	占供应商销售额比例
1	上海钢恒金属材料有限公司	2021 年 1-6 月	钢板	2,203.24	20.00%	2021 年 1-6 月	钢板	33.30	0.30%
		2020 年度		3,143.46	20.00%	2020 年度		-	-
2	温岭市君利金属有限公司	2021 年 1-6 月	钢材等	29.31	3.00%	2021 年 1-6 月	钢管、方管等	18.81	1.92%
		2020 年度		77.91	10.00%	2020 年度		6.90	0.88%
3	温州小松鼠五金有限公司	2021 年 1-6 月	螺钉、螺栓等	64.27	8.00%	2021 年 1-6 月	螺钉、螺栓等	17.55	2.18%
		2020 年度		193.80	10.00%	2020 年度		3.36	0.17%
4	台州市黄岩正创模具有限公司	2021 年 1-6 月	模具	15.24	30.00%	2021 年 1-6 月	模具	11.08	21.81%
		2020 年度		36.94	40.00%	2020 年度		-	-
5	温岭市龙鸣机电贸易有限公司	2021 年 1-6 月	五金件	16.00	50.00%	2021 年 1-6 月	五金件	9.86	30.81%
		2020 年度		33.87	60.00%	2020 年度		-	-
6	台州市久弘机械有限公司	2021 年 1-6 月	曲轴箱、缸盖、门盖等	791.58	78.70%	2021 年 1-6 月	刮耙挡板、刷盘固定盘等	9.85	0.97%
		2020 年度		715.99	70.00%	2020 年度		5.72	0.55%

序号	供应商名称	公司向其采购情况				鑫磊环保向其采购情况			
		期间	交易内容	交易金额	占供应商销售额比例	期间	交易内容	交易金额	占供应商销售额比例
7	温岭市太平老赵水道配件商行	2021 年 1-6 月	五金件	14.25	6.14%	2021 年 1-6 月	水道配件	7.73	3.33%
		2020 年度		18.53	8.00%	2020 年度		3.95	1.70%
8	玉环华全机械有限公司	2021 年 1-6 月	螺母、球阀、排水塞等	32.99	3.00%	2021 年 1-6 月	衬套、嵌件螺母等	5.15	0.47%
		2020 年度		70.36	3.00%	2020 年度		-	-
9	杭州燕伟电气有限公司	2021 年 1-6 月	端子、色套等	83.67	4.00%	2021 年 1-6 月	指示灯、直流接触器	4.06	0.19%
		2020 年度		158.46	6.00%	2020 年度	刷盘电机启动按钮、直流接触器	2.76	0.10%
合计		2021 年 1-6 月	-	3,250.55	-	2021 年 1-6 月	-	117.40	-
		2020 年度	-	4,449.32	-	2020 年度	-	22.68	-

注：占供应商销售额比例数据来自供应商出具的确认文件。

鑫磊环保自 2020 年度开始生产扫地机等环保设备，需要采购钢板、五金件、包装材料等原材料，与公司存在供应商重叠的情形，具有合理性。鑫磊环保基于自身业务开展需要，与重叠供应商进行了业务往来，2020 年度、2021 年 1-6 月的交易金额分别为 34.05 万元、138.98 万元，交易金额较小；2021 年 1-6 月交易金额较 2020 年度有所增长，主要原因系鑫磊环保自身环保设备业务规模有所增长，具有合理性。

重叠供应商中，上海钢恒金属材料有限公司、台州市久弘机械有限公司为公司主要供应商，公司向其采购定价公允，具体情况详见首轮审核问询函回复“15.关于主要供应商”第一问之“（一）报告期内各类产品主要原材料的主要供应商名称、发行人的采购金额、采购价格的公允性，是否存在异常采购情形；同种原材料采购价格在不同供应商之间是否存在显著差异”及本回复“12.关于资金流水”第一问之“（一）与久弘机械、博沙机械交易价格的公允性”；除前述两家公司之外，公司、鑫磊环保向其他重叠供应商采购金额均较低，采购价格均系参照市场价格协商确定，定价公允。

综上，公司与鑫磊环保存在重叠供应商具有合理性；报告期内鑫磊环保向

重叠供应商采购金额合计 173.03 万元，金额较低；公司、鑫磊环保向重叠供应商的采购价格均系参照市场价格协商确定，定价公允，鑫磊环保及重叠供应商不存在为公司承担成本费用、进行利益输送的情形。

二、供应商股东与丁复兰存在资金往来的供应商及股东基本情况，发行人与该供应商报告期内的交易金额，丁复兰与供应商股东资金往来的金额及合理性

（一）供应商股东与丁复兰存在资金往来的供应商及股东基本情况

报告期内，丁复兰与两名供应商股东存在资金往来，分别为王韬文（公司供应商台州市久弘机械有限公司股东、公司客户宁德博沙机械设备有限公司股东）、李素娥（公司供应商江苏淮宇铸造有限公司股东），上述供应商、客户基本情况如下：

1、台州市久弘机械有限公司

企业名称	台州市久弘机械有限公司		
类型	有限责任公司（自然人投资或控股）		
住所	浙江省台州市温岭市温峤镇青屿中心村工业集聚点（温岭市圣方工具有限公司内）		
法定代表人	谢建勇		
注册资本	300 万元		
成立日期	2017 年 08 月 24 日		
营业期限	2017 年 08 月 24 日至长期		
经营范围	泵及真空设备、风机、发电机、其他电机、电动车配件、其他机械配件制造、加工、销售。		
股权结构	股东姓名或名称	出资金额（万元）	出资比例（%）
	王韬文	90.00	30.00
	谢建勇	90.00	30.00
	杨智	60.00	20.00
	王冰	60.00	20.00
	合计	300.00	100.00

2、宁德博沙机械设备有限公司

企业名称	宁德博沙机械设备有限公司
类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
住所	福建省宁德市周宁县李墩镇工业路 2 号（裕翔铸业厂区内）

法定代表人	李春方		
注册资本	100 万元		
成立日期	2018 年 03 月 21 日		
营业期限	2018 年 03 月 21 日至长期		
经营范围	泵及真空设备制造；风机、风扇制造；黑色金属铸造；金属材料铸造，机械配件加工，模具设计。		
股权结构	股东姓名或名称	出资金额（万元）	出资比例（%）
	陈立	45.00	45.00
	王韬文	40.00	40.00
	李春方	15.00	15.00
	合计	100.00	100.00

3、江苏淮宇铸造有限公司

企业名称	江苏淮宇铸造有限公司		
类型	有限责任公司（自然人投资或控股）		
住所	盱眙县观音寺镇工业集中区		
法定代表人	李素娥		
注册资本	1,000 万元		
成立日期	2011 年 08 月 09 日		
营业期限	2011 年 08 月 09 日至 2061 年 08 月 08 日		
经营范围	机械铸造、加工及销售；机械铸造技术研究开发。		
股权结构	股东姓名或名称	出资金额（万元）	出资比例（%）
	李素娥	622.50	62.25
	林新军	250.00	25.00
	李雨泽	127.50	12.75
	合计	1,000.00	100.00

（二）发行人与该供应商报告期内的交易金额

公司与上述供应商、客户报告期内的交易金额如下：

单位：万元

供应商/客户名称		交易内容	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
台州市久弘机械有限公司	供应商	曲轴箱毛坯、缸盖毛坯等	791.58	715.99	494.22	472.40
	客户	铝件废料	3.67	4.60	3.30	7.60
宁德博沙机械设备有限公司	客户	生铁粉废料	24.23	151.37	172.42	18.06

江苏淮宇铸造有限公司	供应商	机身、排气座、端盖等	210.31	404.49	401.18	631.72
	客户	生铁铸件废料、螺杆机	0.11	2.97	28.34	56.90

报告期内，公司基于自身生产经营需求向上述供应商、客户进行交易，交易价格公允。公司与上述供应商、客户交易价格公允性分析具体情况详见本回复“12.关于资金流水”第一问之“（一）与久弘机械、博沙机械交易价格的公允性”与第二问之“（二）是否完整核查了控股股东、实际控制人、发行人主要关联方、董事、监事、高管、关键岗位人员等与发行人客户、供应商及其关联方的资金往来；是否存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形”。上述供应商、客户不存在为公司承担成本费用、进行利益输送的情形。

（三）丁复兰与供应商股东资金往来的金额及合理性

1、丁复兰与王韬文的资金往来情况

报告期内，丁复兰与王韬文存在资金往来，即存在丁复兰向王韬文转账的情形，具体情况如下：

日期	往来金额（元）	资金用途
2020年7月20日	22,000.00	支付利息
2020年8月20日	30,600.00	支付利息
2020年9月18日	30,570.00	支付利息
2020年10月20日	29,600.00	支付利息
2020年11月20日	30,570.00	支付利息
2020年12月18日	29,600.00	支付利息
2021年1月20日	30,570.00	支付利息
2021年2月9日	30,570.00	支付利息
2021年3月19日	27,610.00	支付利息
2021年4月10日	30,570.00	支付利息
2021年5月20日	29,585.00	支付利息
2021年6月18日	30,570.00	支付利息

2020年6月29日，温岭市城西一川贸易商行（王韬文为经营者的个体工商户）、王韬文/董诗梦、钟仁志/蔡海红与中国建设银行股份有限公司温岭支行签订了《小微企业抵押快贷借款合同》，合同约定温岭市城西一川贸易商行向该银行借款1,000万元，借款期限为2020年6月29日至2023年5月29日，王韬文

/董诗梦、钟仁志/蔡海红为共同借款人。温岭市城西一川贸易商行取得前述借款后拆借给鑫磊新能源，钟仁志委托其母亲丁复兰按月向王韬文支付前述融资应承担的利息，丁复兰、王韬文之间的资金往来具有合理性。

2、丁复兰与李素娥的资金往来情况

报告期内，丁复兰与李素娥存在资金往来，具体情况如下：

日期	收到/支出	往来金额（元）	资金用途
2018年6月7日	支出	100,000.00	借款
2020年3月14日	收到	26,400.00	支付利息
2021年1月11日	收到	200,000.00	借款归还

报告期以前，李素娥因自身资金周转需要向丁复兰借款，截至报告期期初（2018年1月1日），借款余额为60.00万元。报告期内，李素娥继续向丁复兰借款，同时归还了部分借款及支付了部分利息，故双方存在资金往来，丁复兰、李素娥之间的资金往来具有合理性。

三、磊利汽车的历史沿革、主营业务变化情况，当前主营租赁业务的房产来源、报告期内的主要客户情况

（一）磊利汽车的历史沿革

磊利汽车的历史沿革具体情况如下：

1、2004年4月设立

2004年3月12日，上海市工商行政管理局出具沪名称预核号01200403110661《企业名称预先核准通知书》，同意预先核准由上海东松国际贸易有限公司（以下简称“东松贸易”）、钟仁志共同出资1,000.00万元设立的企业名称为“上海磊利汽车贸易有限公司”。

2004年3月19日，上海东松国际贸易有限公司、钟仁志签署《公司章程》，约定磊利汽车的注册资本为1,000.00万元，其中钟仁志认缴510.00万元，占注册资本的51.00%，东松贸易认缴490.00万元，占注册资本的49.00%。

2004年4月2日，上海江南会计师事务所有限公司出具“上南师报字（2004）第301号”《验资报告》，经审验，截至2004年3月31日止，磊利汽车已收到全体股东缴纳的注册资本合计1,000.00万元，其中钟仁志缴纳510.00

万元，占注册资本的 51.00%，东松贸易缴纳 490.00 万元，占注册资本的 49.00%。

2004 年 4 月 19 日，经上海市工商行政管理局核准，磊利汽车设立，其设立时的股权结构如下：

序号	股东姓名或名称	出资金额（万元）	出资比例（%）
1	钟仁志	510.00	51.00
2	东松贸易	490.00	49.00
合计		1,000.00	100.00

2、2005 年 8 月，股权转让

根据“沪国资评备[2005]第 668 号”《上海市国有资产评估项目备案表》，上海国信资产评估事务所出具“国信评报字[2005]第 20 号”《上海磊利汽车贸易有限公司整体资产评估报告书》，经评估，截至 2005 年 2 月 28 日，磊利汽车评估净资产为 16,508,878.75 元。

2005 年 6 月 15 日，东松贸易股东会作出决议，同意根据“国信评报字[2005]第 20 号”《上海磊利汽车贸易有限公司整体资产评估报告书》的结果由东松贸易将其所持磊利汽车 49.00%的股权以 808.94 万元转让给王相荣。

2005 年 8 月 19 日，东松贸易的股东东方国际集团上海市对外贸易有限公司出具《同意转让上海磊利汽车贸易有限公司股权的批复》，同意根据“国信评报字[2005]第 20 号”《上海磊利汽车贸易有限公司整体资产评估报告书》的结果由东松贸易将其所持磊利汽车 49.00%的股权以 808.94 万元转让给王相荣。

2005 年 10 月 8 日，磊利汽车股东会作出决议，同意上海国信资产评估事务所出具“国信评报字[2005]第 20 号”《上海磊利汽车贸易有限公司整体资产评估报告书》的评估结果，即截至 2005 年 2 月 28 日，磊利汽车评估净资产为 16,508,878.75 元；同意东松贸易将其所持磊利汽车 49.00%的股权以 808.94 万元转让给王相荣。

2005 年 10 月 12 日，东松贸易与王相荣签署《上海市产权交易合同》，约定东松贸易将其所持磊利汽车 49.00%的股权以 808.94 万元转让给王相荣。

2005 年 10 月 25 日，上海联合产权交易所出具《产权转让交割单》，确认东

松贸易将其所持磊利汽车 49.00%的股权以 808.94 万元转让给王相荣。

2005 年 11 月 30 日，磊利汽车完成本次股权转让的工商变更登记，取得了上海市工商行政管理局换发的《企业法人营业执照》。本次股权转让完成后磊利汽车的股权结构变更为如下：

序号	股东姓名或名称	出资金额（万元）	出资比例（%）
1	钟仁志	510.00	51.00
2	王相荣	490.00	49.00
合计		1,000.00	100.00

本次股权变更后，截至本回复出具日，磊利汽车的股权结构未再发生变化。

（二）磊利汽车的主营业务及变化情况

磊利汽车成立于 2004 年 4 月，成立后未实际经营；2010 年开始逐步从事房产租赁业务，报告期内一直从事房产租赁业务，主营业务未发生变更。

（三）磊利汽车当前租赁业务的房产来源及主要客户

1、当前租赁业务的房产来源

磊利汽车当前租赁业务的房产来源为其自建的自有房产，相应产权证书情况如下：

不动产权证号	宗地面积 (平方米)	建筑面积 (平方米)	坐落	取得 方式	用途	使用期限
沪房地嘉字 (2010) 第 020091 号	9,861.00	9,273.32	安亭镇吕浦 村（20-2 宗）	出让	商业	2004 年 6 月 18 日至 2044 年 6 月 17 日

2、主要客户

磊利汽车报告期内的主要客户情况如下：

期间	客户名称	交易内容	金额（万元）	占比（%）
2021 年 1-6 月	上海翼锐汽车科技有限公司	房租	218.84	77.39
	上海车城物业管理有限公司	房租	46.27	16.36
	利欧集团数字科技有限公司	房租	17.66	6.25
	合计		282.77	100.00
2020 年度	上海翼锐汽车科技有限公司	房租	466.33	83.44
	上海车城物业管理有限公司	房租	92.55	16.56

	合计		558.88	100.00
2019 年度	上海翼锐汽车科技有限公司	房租	496.60	84.29
	上海车城物业管理有限公司	房租	92.55	15.71
	合计		589.15	100.00
2018 年度	上海翼锐汽车科技有限公司	房租	223.30	72.63
	上海车城物业管理有限公司	房租	84.13	27.37
	合计		307.43	100.00

报告期内，磊利汽车的客户较为稳定，为上海翼锐汽车科技有限公司、上海车城物业管理有限公司、利欧集团数字科技有限公司。

四、关联房地产公司的房地产建设或销售进展、未来业务发展所需资金来源、安排和需求状况，鑫磊环保的现金流和资金安排，结合上述业务发展前景，分析实际控制人和关联方未来是否存在占用发行人资金的风险以及保障措施

实际控制人控制的企业中，鑫磊房地产、鑫磊新能源、鑫磊置业及鑫磊博览城涉及房地产开发业务，鑫磊置业投资开发的楼盘已清盘，鑫磊房地产与鑫磊新能源投资开发的楼盘仅剩少量车位、商铺在售，鑫磊博览城投资开发的楼盘已封顶，目前正在销售中，预计资金需求为 5,000 万元；中诚环球、鑫磊精诚物业、鑫磊未来城、磊利汽车、鑫都商业涉及房产租赁或物业管理相关业务；实际控制人及其控制的企业自 2013 年起未参与购买土地。截至本回复出具日，除鑫磊博览城预计有资金需求 5,000 万元（主要为尚未支付的工程款项以及水电施工、门窗电梯安装、景观绿化等方面支出）外，上述涉及房地产开发业务的公司目前均不存在大额资金需求，具体情况如下：

序号	公司名称	房产开发或运营区域	建设或销售进展	资金需求	资金来源安排
1	鑫磊房地产	温岭	基本清盘，剩余少量车位在售	无	无需求
2	鑫磊新能源		基本清盘，剩余少量商铺在售	无	无需求
3	鑫磊置业		已全部销售完毕	无	无需求
4	鑫磊博览城	武汉	已封顶，正处于销售阶段	5,000 万元	自有资金
5	中诚环球		不涉及建设或销售	无	无需求
6	鑫磊精诚物业		不涉及建设或销售	无	无需求
7	鑫磊未来城		不涉及建设或销售	无	无需求
8	磊利汽车	上海	不涉及建设或销售，房产	无	无需求

			租赁业务		
9	鑫都商业	宁波	不涉及建设或销售	无	无需求

鑫磊环保目前自身经营业务规模不大，需要的资金投入相对较少，目前鑫磊环保的主要现金需求是偿还前期为建造厂房的银行贷款。该银行贷款以鑫磊环保的厂房作为贷款抵押物，该厂房的评估价值较高，且鑫磊环保均按期支付贷款利息，其无法继续获取银行贷款支持的可能性较小。若未来鑫磊环保无法继续从银行获得贷款支持，实际控制人将以自有资金偿还银行贷款。

公司制定完善了《资金管理内控制度》、《关联交易决策制度》等一系列内控制度，对公司关联交易的审批权限以及关联股东及董事回避表决、防范关联方资金占用等事项作出了相关规定，报告期内，上述内控制度健全并得到有效执行。此外，公司实际控制人钟仁志、蔡海红出具了《关于避免实际控制人和关联方资金占用的承诺》：“本人将严格遵守《公司法》、《证券法》、中国证监会《关于规范上市公司与关联方资金往来及上市公司对外担保若干问题的通知》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等相关法律、法规、规范性文件及公司的《公司章程》、《关联交易决策制度》等的有关规定，提高守法合规意识；保证公司及其控股子公司财务独立，确保不利用关联交易、资产重组、垫付费、对外投资、担保、利润分配和其他方式直接或者间接侵占公司及其控股子公司资金、资产，损害公司、其控股子公司及其他股东的利益；依法行使实际控制人、控股股东/高级管理人员/关联方的权利，不滥用实际控制人、控股股东/高级管理人员/关联方权利侵占公司及其控股子公司的资金、资产、损害公司、其控股子公司及其他股东的利益；本人将严格履行上述承诺，若因未履行本承诺所赋予的义务和责任而使公司及其控股子公司遭受损失的，本人愿意承担损失赔偿责任。”

综上所述，关联房地产公司目前没有新的房地产项目开发业务，除鑫磊博览城预计有资金需求 5,000 万元外，未来业务发展不存在大额资金需求，鑫磊博览城的资金需求将通过自有资金进行解决；鑫磊环保用于抵押贷款的厂房评估价值较高，其未来无法获取银行贷款支持的可能性较小；实际控制人现金流状况良好，其拥有的可变现资产较多，资金实力较强，可以自有资金支持关联公司的发展；公司建立了完善的内控制度，实际控制人对相关事项做出了书面

承诺，实际控制人和关联方未来占用公司资金的风险较低。

五、控股股东、实际控制人是否存在对外担保和负债情况，如是，请说明对发行人实际控制权稳定和发行人持续经营能力、经营稳定性的影响

（一）负债情况

截至本回复出具日，公司控股股东鑫磊科技不存在对外借款的情况；实际控制人不存在民间借贷，其银行贷款负债情况如下：

单位：万元

债务人	项目	借款余额	是否到期
钟仁志	银行贷款	2,930.00	否
蔡海红	银行贷款	1,400.00	否
合计		4,330.00	-

注 1：日常消费涉及的信用卡余额除外；

注 2：上述银行贷款系钟仁志、蔡海红作为借款人/共同借款人产生的债务，如双方均属于同一笔债务的债务人则不重复计算余额。

截至本回复出具日，公司实际控制人因资金周转等需求，存在一定银行贷款债务，但不存在大额债务到期未清偿的情况，且实际控制人现金流状况良好，拥有的可变现资产较多，资金实力较强，到期不能清偿债务的风险较低。

（二）对外担保情况

截至本回复出具日，公司控股股东鑫磊科技不存在对外担保的情况；公司实际控制人存在为公司提供保证担保的情况，担保金额合计 21,000.00 万元；除为公司提供担保之外，公司实际控制人存在为实际控制人控制的其他企业、关联自然人提供保证或抵押担保的情况，其中保证担保金额合计为 25,000.00 万元，抵押担保金额合计为 16,720.00 万元，对应实际借款余额为 45,450.00 万元，具体情况如下：

1、为实际控制人控制的其他企业提供保证或抵押担保的情况

（1）鑫磊新能源

截至本回复出具日，公司实际控制人为鑫磊新能源提供的担保情况如下：

单位：万元

债权人	借款余额	担保方式	保证人/抵押物	担保金额	担保额度有效期
-----	------	------	---------	------	---------

债权人	借款余额	担保方式	保证人/抵押物	担保金额	担保额度有效期
浙江泰隆商业银行股份有限公司台州温岭支行	3,000.00	最高额保证	钟仁志、蔡海红、王相荣	3,800.00	2020年6月24日至2023年6月24日
广发银行股份有限公司台州温岭支行	7,000.00	最高额保证	钟仁志、蔡海红	7,000.00	2021年11月3日至2022年11月2日
		最高额保证	鑫磊博览城	7,000.00	2021年11月3日至2022年11月2日
		最高额抵押	鑫磊博览城不动产（评估价值15,010.00）	15,010.00	2020年10月20日至2030年10月20日
		最高额保证金质押	鑫磊新能源	8,000.00	2021年11月3日至2022年11月2日
合计	10,000.00	/	/	实际控制人提供的保证担保金额：10,800.00；无抵押担保	/

截至本回复出具日，公司实际控制人向鑫磊新能源提供的保证担保金额合计为 10,800.00 万元、无抵押担保，鑫磊新能源对应的实际借款余额为 10,000.00 万元，其收到借款后的后续用途主要为归还前期房产开发资金投入形成的银行贷款和其他往来款。鑫磊新能源经营情况正常，资信状况良好，债务到期无法清偿的风险较低，且鑫磊新能源、鑫磊博览城同时为以上借款中的 7,000.00 万元提供了保证及抵押担保，鑫磊新能源上述债务到期无法清偿进而需要实际控制人履行担保责任的风险较低。

（2）鑫磊环保

截至本回复出具日，公司实际控制人为鑫磊环保提供的担保情况如下：

单位：万元

债权人	借款余额	担保方式	保证人/抵押物	担保金额	担保额度有效期
广发银行股份有限公司台州温岭支行	4,000.00	最高额保证	钟仁志、蔡海红	4,000.00	2021年11月3日至2022年11月2日
		最高额保证	鑫磊博览城	4,000.00	2021年11月3日至2022年11月2日
		最高额抵押	鑫磊博览城不动产（评估价值16,581.00）	16,581.00	2020年10月9日至2030年10月9日
中国农业银行股份有限公司	24,850.00	最高额抵押	钟仁志房产（评估价值16,720.00）	16,720.00	2021年4月12日至2024年4月11日

债权人	借款余额	担保方式	保证人/抵押物	担保金额	担保额度有效期
温岭市支行		最高额抵押	鑫磊环保不动产 (评估价值 46,540.00)	21,430.00	2020年8月26日至 2023年8月25日
中信银行股份有限公司台州温岭支行	6,000.00	最高额保证	钟仁志、蔡海红	9,600.00	2021年8月27日至 2024年8月27日
		最高额抵押	张杰房产(评估 价值 3,264.00 万 元)	3,264.00	2021年8月26日至 2026年8月26日
		最高额抵押	钟千红、张文聪 房产(评估价值 1,753.00 万元)	1,753.00	2021年8月26日至 2026年8月26日
合计	34,850.00	/	/	实际控制人提供的保证担保 金额: 13,600.00; 实际控制人提供的抵押担保金 额: 16,720.00	/

截至本回复出具日，公司实际控制人向鑫磊环保提供的保证担保金额为 13,600.00 万元，实际控制人向鑫磊环保提供的抵押额度为 16,720.00 万元，鑫磊环保对应的实际借款余额为 34,850.00 万元，鑫磊环保收到借款后的后续用途主要为支付货款、归还银行贷款、归还往来款。鑫磊环保厂房及土地评估价值较高，资信状况良好，债务到期无法清偿的风险较低；同时，鑫磊博览城、鑫磊环保同时为以上借款中的 28,850.00 万元提供了保证及抵押担保；鑫磊环保债务到期无法清偿进而需要实际控制人履行担保责任的风险较低。

2、为关联自然人提供的担保

截至本回复出具日，公司实际控制人为关联自然人提供的担保情况如下：

单位：万元

债权人	被担保人	借款余额	借款期间	担保方式	保证人	担保金额
台州银行股份有限公司	蔡海兵	400.00	2021年8月16日至 2022年8月12日	保证担保	蔡海红	400.00
浙江民泰商业银行股份有限公司	杨美丽	200.00	2021年7月27日至 2022年9月1日	保证担保	蔡海红	200.00
合计	/	600.00	/	/	/	600.00

截至本回复出具日，公司实际控制人向关联自然人提供的保证额度为 600.00 万元，对应实际借款余额为 600.00 万元，蔡海兵系实际控制人蔡海红的

哥哥，杨美丽系蔡海兵的配偶，该借款主要用于蔡海兵个人经营投资，金额较小，债务到期无法清偿进而需要实际控制人履行担保责任的风险较低。

综上所述，截至本回复出具日，公司实际控制人因资金周转等需求，存在一定债务，但不存在大额债务到期未清偿的情况；公司实际控制人存在为公司、关联企业及关联自然人提供担保的情形，提供担保的参与方式为多方担保，且实际控制人现金流状况良好，其拥有的可变现资产较多，资金实力较强，实际控制人自身具备较强的补充清偿能力，亦不会出现因履行担保责任而出现大额债务不能清偿并进而影响实际控制人持有的公司股份的情况。公司实际控制人的债务状况及提供担保的情况不会对公司实际控制权稳定、公司持续经营能力及经营稳定性造成重大不利影响或实质性障碍。

六、请保荐人、发行人律师发表明确意见

（一）核查程序

保荐机构、发行人律师执行了以下核查程序：

1、访谈了发行人、鑫磊环保的采购业务负责人，了解通过重叠供应商进行采购的原因；获取发行人、鑫磊环保的采购明细帐，查阅了发行人、鑫磊环保与重叠供应商的交易明细、交易合同、采购商品的出入库单据；通过公开渠道检索重叠供应商的工商信息，与发行人的关联方进行核对；将发行人向重叠供应商采购原材料的价格与发行人向同类原材料的其他供应商的采购价格、市场公开价格进行对比，分析采购定价公允性；对交易金额较大的重叠供应商进行了走访；

2、访谈了丁复兰及相关存在资金往来的供应商的股东，了解资金往来的原因；获取丁复兰的银行对账单，与发行人供应商、客户的股东进行比对；获取并查阅了丁复兰及相关存在资金往来的供应商、客户的股东的借款协议等资料；获取相关供应商、客户与发行人的交易明细并与发行人同类交易价格、市场公开价格进行比对，分析交易定价公允性；

3、访谈了发行人实际控制人，了解磊利汽车的业务相关情况；获取并查阅了磊利汽车的全套工商档案资料；查阅了磊利汽车的房产证、财务报表、租赁业务合同及销售清单；

4、访谈了发行人实际控制人，了解关联房地产公司的房地产建设或销售进展、未来业务发展所需资金来源、安排和需求状况，鑫磊环保的现金流和资金安排情况；查阅了实际控制人控制的关联房地产公司的财务报表、销售明细、房产土地清单及相应权属证书；查阅了鑫磊环保的财务报表、银行借款合同；查阅了发行人实际控制人的资产清单及相关权属证明文件；

5、查阅了发行人控股股东、实际控制人的征信报告；查阅了发行人实际控制人银行负债的银行借款合同；访谈了蔡海兵及杨美丽，了解蔡海红为其提供担保的原因；查阅了发行人实际控制人提供对外担保的合同及主合同及相应主债权对应的其他担保合同。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、发行人与鑫磊环保主要重叠供应商的基本情况不存在重大异常；鑫磊环保自 2020 年度开始生产扫地机等环保设备，需要采购钢板、五金件、包装材料等原材料，与发行人存在供应商重叠的情形，具有合理性；鑫磊环保与重叠供应商 2020 年度、2021 年 1-6 月的交易金额分别为 34.05 万元、138.98 万元，交易金额较小；发行人、鑫磊环保与重叠供应商的采购价格均系参照市场价格协商确定，定价公允，鑫磊环保及重叠供应商不存在为发行人承担成本费用、进行利益输送的情形；

2、报告期内，丁复兰与两名供应商股东存在资金往来，分别为王韬文（发行人供应商台州市久弘机械有限公司股东、发行人客户宁德博沙机械设备有限公司股东）、李素娥（发行人供应商江苏淮宇铸造有限公司股东），上述公司基本情况不存在重大异常；报告期内，发行人基于自身生产经营需求向上述供应商、客户进行交易，交易价格公允，上述供应商、客户不存在为发行人承担成本费用、进行利益输送的情形；丁复兰与王韬文、李素娥之间的资金往来具有合理性；

3、2004 年 4 月，磊利汽车设立，磊利汽车的注册资本为 1,000.00 万元，其中钟仁志认缴 510.00 万元，占注册资本的 51.00%，东松贸易认缴 490.00 万元，占注册资本的 49.00%；2005 年 8 月，东松贸易将其所持磊利汽车 49.00%的股

权以 808.94 万元转让给王相荣；此次股权变更后，截至本回复出具日，磊利汽车的股权结构未再发生变化。磊利汽车成立后未实际经营，2010 年开始逐步从事房产租赁业务，报告期内主营业务未发生变更。磊利汽车当前租赁业务的房产来源为其自建的自有房产，其主要客户为上海翼锐汽车科技有限公司、上海车城物业管理有限公司、利欧集团数字科技有限公司；

4、关联房地产公司目前没有新的房地产项目开发业务，除鑫磊博览城预计有资金需求 5,000 万元外，未来业务发展不存在大额资金需求，鑫磊博览城的资金需求将通过自有资金进行解决；鑫磊环保用于抵押贷款的厂房评估价值较高，其未来无法获取银行贷款支持的可能性较小；实际控制人现金流状况良好，拥有的可变现资产较多，资金实力较强，可以自有资金支持关联公司的发展；发行人建立了完善的内控制度，实际控制人对相关事项做出了书面承诺，实际控制人和关联方未来占用发行人资金的风险较低；

5、截至本回复出具日，发行人控股股东不存在对外借款及对外担保情况；发行人实际控制人因资金周转等需求，存在一定债务，但不存在大额债务到期未清偿的情况；发行人实际控制人存在为发行人、关联企业及关联自然人提供担保的情形，提供担保的参与方式为多方担保，且实际控制人现金流状况良好，其拥有的可变现资产较多，资金实力较强，实际控制人自身具备较强的补充清偿能力，亦不会出现因履行担保责任而出现大额债务不能清偿并进而影响实际控制人持有的发行人股份的情况。发行人实际控制人的债务状况及提供担保的情况不会对发行人实际控制权稳定、发行人持续经营能力及经营稳定性造成重大不利影响或实质性障碍。

4. 关于业务

申报材料和前次审核问询回复显示：

（1）从活塞机类型来看，发行人主要出口欧洲市场的活塞机产品为直联有油产品系列，ODM 模式为主，2021 年上半年由于原材料上涨，毛利率大幅下

降；发行人的竞争对手诺爱上海、浙江永源、江苏亿卡迪等主要出口串激无油产品系列；

（2）合同能源管理业务模式下，发行人为客户提供节能空压机设备的投资、安装和运营管理，并在合同约定的收益分享期内以节电量和协议价格为依据分享节能收益，收益分享期满后公司将相关设备所有权移交给客户。

请发行人：

（1）结合压缩机的技术路线，说明直联有油和串激无油压缩机产品的技术、应用领域、应用市场、终端客户的差异，二者是否为替代关系，欧洲市场与北美市场的产品差异，发行人与竞争对手产品差异的原因及合理性；

（2）说明发行人向活塞机前五大客户销售的产品占主要客户采购的比例情况，结合上述情况分析发行人小型活塞机在欧洲以 ODM 模式销售的市场空间；

（3）结合合同内容，说明与活塞机前五大客户的合同期限与续签情况，分析客户稳定性；说明主要产品价格变化情况，实际执行中发生价格向下调整和向上调整的次数及幅度，论述发行人是否具备议价能力；

（4）发行人的合同能源管理业务的客户开拓方式与合同签署方式，平均收益分享期限，该业务是否存在竞争对手，主要竞争对手的基本情况与规模。

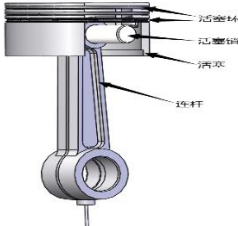
请保荐人发表明确意见。

回复：

一、结合压缩机的技术路线，说明直联有油和串激无油压缩机产品的技术、应用领域、应用市场、终端客户的差异，二者是否为替代关系，欧洲市场与北美市场的产品差异，发行人与竞争对手产品差异的原因及合理性

（一）结合压缩机的技术路线，说明直联有油和串激无油压缩机产品的技术、应用领域、应用市场、终端客户的差异，二者是否为替代关系

从技术路线角度来看，直联有油活塞机采用感应电机进行驱动，活塞环与气缸内加润滑油；串激无油活塞机采用串激电机进行驱动，活塞环与气缸内无润滑油。以下以公司功率为 1.5KW 的直联有油活塞机和串激无油活塞机相同容量下两款产品进行对比：

项目	直联有油活塞机	串激无油活塞机
产品示例		
产品结构	感应电机、有油气缸、连杆组件、活塞环	串激电机、无油气缸、连杆组件、活塞环
连杆组件构造示例		
连杆组件具体构成	连杆组件由连杆和活塞构成，活塞销将活塞与连杆连接，保证活塞顶部始终处于水平	连杆组件由连杆组成，排气过程中连杆顶端有一个倾斜角，运行过程中逐渐调整
密封性	连杆与活塞结构压缩气体过程中密封性较好	连杆结构在压缩气体过程中气体有泄漏，密封性一般
冷却方式	散热片、润滑油和风扇降温，冷却快，内部温度低	风扇降温，冷却较慢，内部温度高
润滑方式	活塞环与气缸间加润滑油润滑，机器不易磨损	活塞环内部碳粉润滑，无外部润滑剂，活塞环与气缸间干摩擦，机器易磨损
使用寿命	整机耐久寿命达 500 小时以上	整机耐久寿命约 150 小时左右
标准比功率 KW/(m ³ /min)	14.7	15.4
主机体积	0.016m ³	0.004m ³
主机重量	11.2Kg	3.2Kg
气体洁净度	润滑油在气缸内参与压缩过程，排气时气体经过储气罐冷却分离，压缩后气体含油量较低	在气缸吸气压缩、排气过程中没有润滑油参与，压缩后气体纯净无油
应用领域	与气钉枪、充气枪、气动扳手、棘轮扳手、黄油枪、喷枪、砂轮机等家用气动工具相连接，为住宅、公共建筑和汽车维修养护店等家庭及商业场所提供小流量的空气动力，终端客户不存在明显差异	
应用市场		
终端客户		

直联有油活塞机与串激无油活塞机因技术路线的不同，导致在使用寿命、产品能效等方面存在一定差异，具体如下：

1、电机、冷却方式、润滑方式不同导致使用寿命存在差异

直联有油活塞机主要以感应电机作为动力驱动，结合合理的维护措施，整

机耐久寿命可达 500 小时以上；串激无油活塞机以串激电机作为动力驱动，使用过程中受其电机碳刷磨损限制，整机耐久性寿命相对较短，约为 150 小时左右。串激无油活塞机内部仅依靠风扇降温，冷却较慢，内部温度较高，且仅依靠活塞环内部碳粉润滑，无外部润滑剂，活塞环与气缸间干摩擦，机器内部损耗较大，降低机器的使用寿命；直联有油活塞机同时使用散热片、润滑油和风扇降温，加润滑油润滑，机器内部温度低、磨损较小，使用寿命更长。

2、连杆组件结构差异导致产品能效存在差异

在连杆组件结构上，直联有油活塞机连杆组件由连杆和活塞组成，在排气时，连杆向上运动，因活塞和连杆采用销连接结构，所以能保证活塞顶部始终处于一平行面，密封性好，产气效率更高；串激无油活塞机连杆组件在运行过程中，排气时，由于连杆顶端有一个倾斜角，导致活塞环四周密封不均匀，气体会会有泄露。因而，在相同排气压力下，直联有油活塞机比串激无油活塞机比功率更低，能耗更小，节能效果更好。

3、其他方面差异

串激无油活塞机主机体积更小、重量更轻，更易便携。在气体洁净度上，串激无油活塞机压缩后气体纯净无油，直联有油活塞机在压缩气体过程需要润滑油参与，排气时气体经过储气罐冷却分离，压缩后气体含油量较低。

在应用领域、应用市场和终端客户方面，直联有油活塞机和串激无油活塞机都是与气动工具相连为住宅、公共建筑和汽车维修养护店等家庭及商业场所提供小流量的空气动力，终端客户不存在明显差异。

综上所述，消费者综合考虑产品寿命、产品质量、价格、气体洁净度要求等因素，根据个人偏好与需求进行选择，直联有油活塞机与串激无油活塞机存在一定的竞争关系，短期内不存在明显的替代关系。

（二）欧洲市场与北美市场的产品差异

欧洲市场、北美市场是全球小型空压机设备最主要的消费市场，由于我国劳动力优势及强大的制造能力，欧美市场上知名品牌企业主要选择国内小型空压机企业通过 OEM/ODM 模式进行代工生产。目前，国内行业内领先企业已基本掌握了核心工艺技术，积累了丰富的生产经验，在产品质量和性能上能够满

足国外知名客户的要求，并已进入北美、欧盟等主流市场，与国外品牌厂商及全球连锁零售商建立了长期稳定的供应合作关系。据中国海关总署信息中心统计，2019 年我国空气及其他气体压缩机出口数量达到 1,153.25 万台，其中北美、欧洲和亚洲市场占比分别为 29.07%、39.71%及 20.43%。

小型空压机主要通过气动工具连接，为住宅、公共建筑和汽车维修养护店等家庭及商业场所提供空气动力，在欧洲市场与北美市场的应用领域不存在明显差异。欧洲市场与北美市场产品类型不存在明显差异，其差异主要体现在参数设置、认证标准、款式选择等。欧洲市场活塞机产品参数通常为 220-240V/50HZ，北美市场则通常为 120V/60HZ；认证标准方面，欧洲市场需要取得 CE、GS 等认证，美国市场则要求 ETL、CSA、ASME 等认证，不同的认证标准对于产品的特性、规格等分别有着严格的规定。此外，基于欧洲与北美市场消费者的理念和习惯不同，产品款式选择也存在一定差异，欧洲市场消费者注重产品的耐用性，款式需求更偏向简单与经典，北美市场消费者更为注重产品的外观与款式多样性以满足多样的个性化需求。

（三）发行人与竞争对手产品差异的原因及合理性

小型空压机在欧美等地区具有刚性需求，使用历史悠久，据中国海关总署统计，2020 年我国“空气及其他气体压缩机”出口数量已达到 1,316.20 万台，预计小型空压机的出口需求将会持续上升。当前，空压机行业技术发展较为成熟、市场竞争较为充分，竞争格局较为稳定，国际市场参与者主要通过出口不同类型产品来满足消费者差异化的需求。公司多年深耕于直联有油活塞机这一细分领域，依托产品研发设计优势、规模化生产优势以及完善的质量控制体系等核心竞争优势，打造高性价比机型，满足客户对空压机产品在能效、耐久性等方面需求，占据国内空压机出口欧洲市场一定的市场份额。据中国海关总署统计，报告期内，公司活塞机出口欧洲市场金额占我国空气及其他气体压缩机出口欧洲市场总金额的比例分别为 15.48%、9.44%、8.54%和 9.15%。公司欧洲市场主要竞争对手诺爱上海、浙江永源、江苏亿卡迪等主要出口串激无油、静音无油活塞机，以满足客户在便携、静音、气体纯净度等方面的不同需求。

综上所述，基于小型空压机在欧美等地区的刚性需求，消费者选择偏好、产品需求也具有多样性，为满足不同客户的需求，市场参与者主要根据产品性

能、价格、渠道等在不同细分赛道进行竞争，因而公司与竞争对手产品存在差异具有合理性。

二、说明发行人向活塞机前五大客户销售的产品占主要客户采购的比例情况，结合上述情况分析发行人小型活塞机在欧洲以 ODM 模式销售的市场空间

（一）发行人向活塞机前五大客户销售的产品占主要客户采购的比例情况

报告期内，公司活塞机产品主要进行境外销售，业务以 ODM 模式开展，销往全球 100 多个国家和地区，与活塞机主要客户合作稳定，前五名客户没有变化。活塞机前五大客户主要情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	销售内容	2021年1-6月销售额	2020年度销售额	2019年度销售额	2018年度销售额	客户简介	占其同类产品采购额的比重
1	WOODSTER GMBH	皮带式活塞机	-	-	-	-	该公司是一家集木工机械、发电机、充电工具、电动工具及相关配件等综合经营的企业。该公司于 2008 年开始涉足空气压缩机领域，自 2012 年开始向发行人采购活塞式空压机	-
		直联无油活塞机	229.21	297.54	531.27	99.97		5%-10%
		直联有油活塞机	4,005.14	6,845.46	6,768.43	14,882.09		大于 50%
2	FNA 集团	皮带式活塞机	55.51	-	-	-	该集团由意大利三大压缩机传统企业合并而成，是空气压缩机的领先制造商，在世界市场上排名前列，产品包括各种型号的螺杆机和活塞机等。活塞机方面，其自身生产的主要为出口北美市场的串激无油产品系列和皮带式产品系列，基于对发行人生产能力、产品质量、产品性价比的认可，自 2017 年开始向发行人采购小型活塞机产品，主要为出口欧洲市场的直联有油产品系列	1%-5%
		直联无油活塞机	35.47	-	0.06	-		小于 1%
		直联有油活塞机	3,225.96	4,647.35	3,993.38	3,699.33		大于 50%
3	AIRPRESS 集团	皮带式活塞机	-	-	-	-	该公司主要经营压缩机、气动工具、空气喷枪、气动系统，空气干燥器，过滤器和微过滤器等，在波兰市场具有较高知名度，自 2010 年开始从发行人采购活塞式空压机，2018 年开始采购螺杆式空压机	-
		直联无油活塞机	30.94	30.88	-	0.08		1%-10%
		直联有油活塞机	1,328.55	2,411.50	2,248.41	2,287.32		大于 50%
4	TRUPER 集团	皮带式活塞机	552.44	669.24	659.80	667.56	该集团是墨西哥及南美洲地区最大的五金工具商，主要	接近 100%

序号	客户名称	销售内容	2021年 1-6月 销售额	2020 年度 销售额	2019 年度 销售额	2018 年度 销售额	客户简介	占其同类产品采购额的 比重
5		直联无油活塞机	-	-	21.29	16.46	经营五金工具及照明产品，其产品销往美国、欧洲在内的三十多个国家，自 2010 年开始与发行人接触，主要采购活塞式空气压缩机	小于 5%
		直联有油活塞机	696.72	946.95	781.45	965.04		50%左右
	EINHELL 集团	皮带式活塞机	-	-	-	-	该公司是一家集电动工具和五金工具及零部件、园林工具和庭院工具及零部件、体育用品及器材及其零部件、家用电器及零部件批发等综合经营的企业，在全球市场上排名前列，目前，已在 40 多个国家和地区开展业务。该公司于 2000 年开始涉足空气压缩机领域，自 2010 年开始向发行人采购活塞式空气压缩机	-
		直联无油活塞机	153.89	612.45	395.32	277.58		5%-10%
		直联有油活塞机	954.50	1,732.30	2,218.17	2,428.58		25%-30%

注：占其同类产品采购额的比重数据来源于客户访谈或调查问卷。

公司活塞机主要客户系欧美市场大型零售商、知名品牌厂商，报告期内公司与主要客户保持紧密的合作，受第一大客户 WOODSTER GMBH 活塞机大额促销订单因素影响，2018 年度公司活塞机收入处于高位水平，除去 2018 年度大额促销订单影响，报告期内公司活塞机主要客户销售收入较为稳定。

报告期内，前五大客户主要向公司采购直联有油活塞机。TRUPER 集团是墨西哥及南美洲地区最大的五金工具商，基于对公司供货能力、产品质量稳定等方面的认可，TRUPER 集团向公司采购直联有油活塞机占其同类产品采购额比例在 50%左右，此外，因部分南美地区经济欠发达，终端用户会采购皮带式活塞机以替代售价较高的螺杆机，因公司皮带式活塞机具有较高的性价比，该客户所需皮带式活塞机基本完全向公司采购；EINHELL 集团系全球集电动工具、五金工具及零部件批发等综合经营的上市企业，产品销往 40 多个国家和地区，产品种类丰富、销售规模较大，向公司采购直联有油活塞机占其同类产品采购比例为 25%-30%；WOODSTER GMBH、FNA 集团、AIRPRESS 集团等其他主要客户均系欧洲市场大型零售商、知名品牌产商，客户信任与认可公司的供货能力、产品质量、价格优势等，向公司采购直联有油活塞机占其同类产品采购额比重均大于 50%。

报告期内，前五大客户向公司采购直联无油活塞机占其同类产品采购额比

重较低，主要原因系受公司前期产能限制、市场销售策略等因素影响，公司主推直联有油活塞机，直联无油活塞机售价相对较高，产品款式设计、规格型号可供客户选择较少，性价比优势不明显。通过获取活塞机前五大客户的问卷进行了解，客户主要向诺爱上海、江苏亿卡迪、浙江永源等竞争对手采购直联无油活塞机。

由于我国劳动力优势及强大的制造能力，欧美知名企业选择国内小型空压机企业通过 OEM/ODM 模式进行代工生产。通过获取活塞机前五大客户的问卷进行了解，从中国进口的小型空压机占欧洲市场所有小型空压机比例超过 70%；公司客户向其他国内供应商采购产品的价格作为商业秘密不对外提供，因此无法对其他供应商的实际销售价格情况进行直接对比，公司通过客户访谈的形式对同行业公司同类产品的情况进行了解如下：

产品类型	同行业公司与发行人对比的情况
皮带式活塞机	公司产品性价比高，款式类型较为单一
直联无油活塞机	公司产品价格高于其他供应商，款式类型有限
直联有油活塞机	公司产品性价比高，款式类型丰富、认证齐全

境外客户前期对供应商的考察周期长且选择程序较为严格，对进入其合格供应商名录的国内企业不轻易更换，会保持长期稳定的合作；公司具有持续稳定的供货能力、完善的质量控制体系，直联有油活塞机较同行业其他供应商具有较高的性价比、款式类型丰富、认证齐全，得到上述客户的认可与信任，在客户的供应链体系内的重要程度较高，通过多年合作与公司形成了稳定的采购关系。

（二）发行人小型活塞机在欧洲以 ODM 模式销售的市场空间

在欧美国家和地区，由于人们多数拥有带庭院的独栋房屋，居民的汽车保有量高于其他地区，同时欧美地区的房屋翻修、汽车修配的人工成本较高，发达国家的居民尽量避免聘请收费较高的专业工匠和专业修理修配公司，人们尤其热衷于从家居建材用品零售商购买半成品及工具，在家自己组装的 DIY（Do-It-Yourself）生活方式，因此对于气动工具以及相应的小型空压机设备需求量较大。同时，由于发达国家人工成本、制造成本不断上升，跨国小型空压机品牌企业纷纷将生产制造环节转移至亚洲及其他地区的发展中国家，

亚洲已成为全球空压机的重要生产基地。通过获取活塞机前五大客户的问卷进行了解，从中国进口的小型空压机占欧洲市场所有小型空压机比例已超过 70%。

报告期内，我国对欧洲出口空压机及公司对欧洲出口空压机、活塞机情况如下：

单位：万元、台

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
中国对欧洲出口空压机金额	131,401.24	242,068.71	198,655.13	181,856.74
公司对欧洲出口空压机金额	13,980.36	23,697.11	21,213.33	29,293.50
其中：公司对欧洲出口活塞机金额	12,026.95	20,662.69	18,747.84	28,142.93
公司出口活塞机金额占比	9.15%	8.54%	9.44%	15.48%
中国对欧洲出口空压机数量	2,507,083	4,575,392	4,604,387	4,369,168
公司对欧洲出口空压机数量	272,632	454,127	397,803	617,309
其中：公司对欧洲出口活塞机数量	271,184	451,954	395,964	616,312
公司出口活塞机数量占比	10.82%	9.88%	8.60%	14.11%

数据来源：海关总署

报告期内，我国空气及其他气体压缩机出口欧洲市场金额分别为 181,856.74 万元、198,655.13 万元、242,068.71 万元和 131,401.24 万元，2018 年-2020 年我国空压机出口欧洲市场规模呈不断增长态势，年复合增长率为 15.37%，市场容量不断扩大。报告期内，公司活塞机出口欧洲市场销售金额分别为 28,142.93 万元、18,747.84 万元、20,662.69 万元和 12,026.95 万元，占国内出口空压机出口金额比例分别为 15.48%、9.44%、8.54%和 9.15%，公司活塞机出口欧洲市场金额占全国空压机出口欧洲市场的比例仍较低，公司在欧洲小型空压机市场仍具有较大的市场空间。

具体来说，在存量市场方面，公司与现有活塞机直联有油客户深度合作，为客户交付高品质、高性价比的产品，保有稳定的市场份额；在增量市场方面，公司在满足现有直联有油活塞机订单的生产和交付基础上，也逐步加大对直联无油活塞机的研发和生产投入，从 2019 年开始推出多种规格、型号的串激无油、静音无油等直联无油活塞机，由于新产品认证获取时间较长，国外客户也需要

全面评估新产品的质量、稳定性，考察周期较长，需要一定时间才能形成稳定、较大规模的合作关系。报告期内，公司出口直联无油活塞机销售金额分别为 1,250.01 万元、1,669.06 万元、1,752.15 万元和 1,434.52 万元，整体呈增长趋势，且随着公司直联无油活塞机逐步被客户认可，未来直联无油活塞机也将成为公司新的业绩增长点。截至 2021 年 12 月末，公司直联无油活塞机的在手订单金额（不含税）为 4,055.05 万元，在手订单台数为 91,099 台。

综上所述，公司活塞机前五大客户中 TRUPER 集团和 EINHELL 集团向公司采购直联有油活塞机占其同类产品采购额比重低于或接近 50%，WOODSTER GMBH、FNA 集团、AIRPRESS 集团向公司采购直联有油活塞机占其同类产品采购额比重均在 50%以上，客户信任与认可公司的供货能力、产品质量、价格优势等，通过多年合作与公司形成了稳定的合作关系。欧美市场是小型空压机的主要消费地，国际市场的空压机品牌企业纷纷将生产制造环节转移至亚洲及其他地区的发展中国家，亚洲已成为全球空压机的重要生产基地，公司活塞机出口欧洲市场金额占全国空压机出口欧洲市场的比例较低。在存量市场方面，公司与现有活塞机直联有油客户深度合作，保有稳定的市场份额；在增量市场方面，公司逐步加大对直联无油活塞机的研发和生产投入，积极拓展境外欧洲市场无油机市场，公司在欧洲空压机市场仍具有较大的市场空间。

三、结合合同内容，说明与活塞机前五大客户的合同期限与续签情况，分析客户稳定性；说明主要产品价格变化情况，实际执行中发生价格向下调整和向上调整的次数及幅度，论述发行人是否具备议价能力

（一）结合合同内容，说明与活塞机前五大客户的合同期限与续签情况，分析客户稳定性

公司根据主要客户不同的采购需求，与主要客户签订具体采购订单，在订单中约定相关条款与执行情况。公司与活塞机前五大客户合作期较长，单个客户采购规模较大，外销客户通常参照前期合作经验，结合其销售计划、产品采购需求和公司供货能力等因素与公司一般提前 2-6 个月下订单。公司与客户在订单中约定销售内容、订单金额、付款条件、交货日期、付款方式、质保期、所有权保留条款、商标授权条款等。

公司主要客户为全球知名品牌商或零售商，其对国内空压机制造商在技术和产品质量方面有严格的标准体系，一旦选定供应商，倾向于长期合作，呈现出较高的客户粘性。特别是在单次采购量大、交货周期短的情况下，引进新的供应商，很可能因未能按时交付，或者设计风格、工艺要求不符需求，影响其销售计划。考虑到活塞机产品性能的稳定性和可靠性，客户在选择国内空压机制造商时会重点考察供应商的研发、试验、过程保证、成本控制、质量控制、供货能力及经营情况等方面，整个过程审慎严格、周期漫长，且一般会选择规模较大、技术实力较强的企业。公司通过十多年来的积累，已经与国外知名品牌、零售商建立了良好的合作关系，公司在推出活塞机产品早期即与WOODSTER GMBH、AIRPRESS 集团、TRUPER 集团、EINHELL 集团等客户建立了合作关系，合作时间均已超过 9 年，与 FNA 集团合作时间接近 5 年，与主要客户之间已经建立的高度信任和合作基础，主要客户较为稳定。

报告期内，公司活塞机前五大客户销售规模较大，整体保持稳定，截至 2021 年 12 月末，公司活塞机在手订单金额（不含税）为 10,621.41 万元，在手订单台数为 200,062 台，在手订单充足。

综上所述，活塞机前五大客户结合其销售计划、产品采购需求和公司供货能力等因素与公司提前一定时间下订单，出于产品质量控制、供应商替换风险、销售计划等因素考虑，主要客户粘性较强，与公司保持着长期稳定的合作。

（二）说明主要产品价格变化情况，实际执行中发生价格向下调整和向上调整的次数及幅度，论述发行人是否具备议价能力

1、主要产品价格变化情况

报告期内，公司活塞机产品以直联有油活塞机为主，各期销售占比分别为 88.85%、81.25%、81.11%和 78.15%，以下主要分析公司直联有油活塞机产品价格变动情况。公司直联有油活塞机产品按容积划分主要包括 24L、50L 和 100L 等型号，主要型号产品平均单价变化情况如下：

主要型号	2021 年 1-6 月				
	销售金额 (万元)	占比	销售数量 (台)	销售单价 (元/台)	变动比率
24L	4,218.13	32.56%	122,462	344.44	-4.95%

50L	7,217.20	55.71%	145,856	494.82	-3.22%
100L	705.22	5.44%	9,015	782.28	-4.61%
主要型号	2020 年度				
	销售金额 (万元)	占比	销售数量 (台)	销售单价 (元/台)	变动比率
24L	7,583.32	33.94%	209,254	362.40	0.22%
50L	12,028.35	53.84%	235,258	511.28	0.50%
100L	1,465.25	6.56%	17,867	820.09	-0.98%
主要型号	2019 年度				
	销售金额 (万元)	占比	销售数量 (台)	销售单价 (元/台)	变动比率
24L	5,078.45	25.22%	140,443	361.60	-5.99%
50L	12,861.29	63.88%	252,808	508.74	-2.52%
100L	1,181.88	5.87%	14,271	828.17	1.23%
主要型号	2018 年度				
	销售金额 (万元)	占比	销售数量 (台)	销售单价 (元/台)	变动比率
24L	13,738.77	43.56%	357,192	384.63	
50L	14,822.92	46.99%	284,017	521.90	
100L	1,807.54	5.73%	22,094	818.11	

报告期内，公司直联有油活塞机主要型号平均单价整体较为稳定。2021 年上半年公司活塞机产品生产所需的主要原材料价格大幅上涨，公司与客户沟通自 2020 年四季度开始逐步提升了新增活塞机订单的产品价格，通过价格传导机制将原材料上涨的影响向客户进行传导，但由于 2021 年 1-6 月实现收入的订单多数在原材料上涨前已确定，因此产品价格的调整会滞后于原材料采购价格变动。

2、实际执行中发生价格向下调整和向上调整的次数及幅度，论述发行人是否具备议价能力

公司与活塞机主要客户在成本加成方法的基础上制定产品的出厂价格，对于细节修改的定制化产品协商定价。公司主要结合当前的原材料价格走势和汇率变动情况与主要客户协商价格调整，在具体合同执行过程中，产品价格调整又同时受原材料采购价格、订单规模、产品类型、汇率变动等多项因素的综合

影响，实际执行过程中不同订单间的单价也会存在一定的差异，实际调价的次数和幅度也因订单而异。整体而言，自 2020 年四季度开始，公司根据当时原材料价格情况逐步提升了新增活塞机订单的产品价格。

以活塞机第一大客户德国 WOODSTER GMBH 为例，按季度统计其与公司签订的直联有油活塞机订单中相同型号的平均单价情况，并与主要大宗商品价格及汇率进行对比分析如下：

期间	不同型号（美元/台）				中间价:美元兑人民币	热轧板卷（Q235B: 3mm 上海）（元/吨）	冷轧板卷（1.0mm: 上海）（元/吨）	铝（上海物贸）（元/吨）
	24L	50L		100L				
	单缸	单缸	双缸	双缸				
2018 第一季度	53.70	61.73	110.12	126.00	6.3632	4,135.08	4,645.25	14,152.88
2018 第二季度	56.27	61.54	108.41	126.00	6.3789	4,237.10	4,556.45	14,457.00
2018 第三季度	53.00	62.75	105.86	124.00	6.7956	4,352.12	4,775.76	14,342.19
2018 第四季度	-	60.00	105.91	124.00	6.9159	3,972.62	4,426.72	13,818.17
2019 第一季度	49.82	61.50	104.72	124.87	6.7468	3,817.00	4,240.00	13,524.83
2019 第二季度	47.31	60.83	103.33	123.46	6.8137	3,999.35	4,269.68	14,046.33
2019 第三季度	47.79	59.18	101.76	119.65	6.9872	3,815.15	4,240.45	14,075.23
2019 第四季度	44.80	59.84	104.61	118.73	7.0314	3,764.35	4,297.58	14,083.61
2020 第一季度	50.30	57.50	99.07	117.22	6.9790	3,670.85	4,257.29	13,259.06
2020 第二季度	46.17	58.00	97.99	115.94	7.0839	3,552.90	3,872.58	12,987.97
2020 第三季度	47.63	58.00	95.96	117.20	6.9205	4,036.27	4,495.67	14,628.94
2020 第四季度	46.48	61.45	117.66	123.94	6.6106	4,335.74	5,239.18	15,760.50
2021 第一季度	48.64	62.70	117.14	126.52	6.4844	4,828.67	5,585.33	16,251.05
2021 第二季度	60.00	69.00	119.30	138.10	6.4596	5,806.77	6,208.23	18,567.67
2021 第三季度	60.00	79.30	133.98	152.85	6.4707	5,807.88	6,388.94	20,529.69

注：公司直联有油活塞机 24L 以单缸为主，100L 以双缸为主。

报告期内，公司虽然采用成本加成定价，但从原材料采购、投产到销售结算也需要一定的时间，且调价通知会提前一定时间与客户进行沟通，该等时间差异导致因原材料价格波动而进行产品售价调整的机制可能存在一定的滞后性。由上表可见，公司对客户 WOODSTER GMBH 的销售价格变化过程中，因 2018 年-2020 年原材料价格较为稳定，产品价格整体较为稳定，其中，2020 年上半年主要型号产品单价相对较低主要系原材料价格处于低位水平；自 2020 年下半年原材料价格开始上涨以来，经与该客户协商沟通，自 2020 年四季度公司

根据当时原材料价格情况逐步提升了新增活塞机订单的价格。

截至 2021 年 12 月末，公司活塞机在手订单金额（不含税）为 10,621.41 万元，在手订单台数为 200,062 台，通过多次对新增订单进行调价，公司在手订单仍较为充足，客户接受公司价格调整能力强，公司具有一定的议价能力。

综上所述，公司活塞机产品采用成本加成方式定价，主要结合当前的原材料价格走势和汇率变动情况与主要客户协商价格调整，客户对公司价格调整接受度较高，公司具有一定的议价能力，但产品价格调整一般具有滞后性，上游原材料价格变动通常不会迅速传导至下游客户。

四、发行人的合同能源管理业务的客户开拓方式与合同签署方式，平均收益分享期限，该业务是否存在竞争对手，主要竞争对手的基本情况与规模

合同能源管理业务模式下，公司利用自身节能空压设备向客户提供节能改造服务，按照合同约定的期间向客户提交节能确认单，根据客户签署的节能确认单确认当期收入。在公司主营业务开展过程中，中高端螺杆式空压机机型如永磁变频两级压缩螺杆机单价较高，存在部分下游客户项目预算有限或者直接购买设备审批程序复杂，因而为这部分客户提供一种补充的销售模式，即前期无需进行设备、资金投入，由公司为其提供节能空压机设备的投资、安装和运营管理。

公司合同能源管理业务主要通过招投标、客户集团内部推广等方式签署书面合同，在合同中就收益分享期限、节能效益确认方式及分享比例、设备产权归属等主要条款进行约定。报告期内，公司主要合同能源管理项目的平均收益分享期限为 48.75 个月，在收益分享期内以节电量和协议价格为依据分享节能收益，收益分享期满后公司将相关设备所有权移交给客户。

合同能源管理业务系公司螺杆机和离心机的补充销售模式，公司本身未专门开拓独立的合同能源管理业务，目前在执行的合同能源管理项目均系在螺杆机、离心机产品推广过程中结合客户的实际需求，向相关客户提供该类业务，其本质仍为螺杆机和离心机产品的市场竞争，因而主要竞争对手为螺杆机和离心机生产企业或该等产品的经销商。在同行业可比公司中，除金通灵外均未开展合同能源管理业务，金通灵 2019 年和 2020 年合同能源管理销售收入为

19,542.76 万元和 6,464.95 万元，2021 年 1-6 月未披露合同能源管理收入，其基本情况详见招股说明书之“第六节 业务和技术”之“二、公司所处行业的基本情况”之“（五）发行人与同行业可比公司的比较情况”之“2、鼓风机行业可比公司”。

综上所述，公司合同能源管理业务主要系公司销售螺杆机和离心机过程中的一种补充销售模式，主要竞争对手为螺杆机和离心机生产企业或该等产品的经销商。公司与客户在合同中就收益分享期限即合同期限、节能效益确认方式及分享比例、设备产权归属等主要条款进行约定，主要合同能源管理项目的平均收益分享期限为 48.75 个月。

五、请保荐人发表明确意见

（一）核查程序

保荐机构执行了以下核查程序：

1、访谈发行人研发部门负责人、销售部门负责人，了解直联有油和串激无油压缩机产品在技术、应用领域、应用市场、终端客户的差异，分析两者是否存在替代关系；访谈发行人研发部门负责人、销售部门负责人，查阅海关总署数据、主要竞争对手公司网站、相关行业研究报告、同行业可比公司招股说明书等公开资料，分析欧洲市场与北美市场的产品差异，分析发行人与竞争对手产品差异的原因及合理性；

2、取得报告期内发行人活塞机前五大客户的问卷，了解向发行人采购占其同类产品采购额的比重；访谈发行人销售部门负责人，查阅海关总署数据、相关行业研究报告，分析发行人小型活塞机在欧洲以 ODM 模式销售的市场空间；

3、访谈发行人销售部门负责人并查阅主要客户相关销售合同，分析发行人主要客户是否稳定；了解发行人与主要客户合同签订方式、产品定价机制情况，统计主要客户主要型号产品单价变动情况，分析发行人是否具备议价能力；

4、访谈销售部门负责人，了解合同能源管理业务的客户开拓方式、合同签署方式，查阅竞争对手公开资料；查阅发行人主要合同能源管理项目的合同条款，计算平均收益分享期。

（二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、直联有油和串激无油活塞机因技术路线不同在使用寿命、产品能效等方面存在差异，在应用领域、应用市场和终端客户方面不存在明显差异。消费者综合考虑产品寿命、产品质量、价格、气体洁净度要求等因素，根据个人偏好与需求进行选择，直联有油和串激无油活塞机存在一定的竞争关系，短期内不存在明显的替代关系。欧洲市场与北美市场产品类型不存在明显差异，其差异主要体现在参数设置、认证标准、款式选择等。不同客户的消费需求与偏好存在差异，市场参与者主要根据各自技术、产品性能、价格、渠道等在不同细分赛道进行竞争，发行人与竞争对手产品存在差异具有合理性；

2、发行人活塞机前五大客户中 TRUPER 集团和 EINHELL 集团向发行人采购直联有油活塞机占其同类产品采购额比重接近或低于 50%，WOODSTER GMBH、FNA 集团、AIRPRESS 集团向发行人采购直联有油活塞机占其同类产品采购额比重均在 50%以上。前五大客户向发行人采购直联无油活塞机占其同类产品采购额比重较低。欧美市场是小型空压机的主要消费地，国际市场的空压机品牌企业纷纷将生产制造环节转移至亚洲及其他地区的发展中国家，亚洲已成为全球空压机的重要生产基地，发行人活塞机出口欧洲市场金额占全国空压机出口欧洲市场的比例较低。在存量市场方面，发行人与现有活塞机直联有油客户深度合作，保有稳定的市场份额；在增量市场方面，发行人逐步加大对直联无油活塞机的研发和生产投入，积极拓展境外欧洲市场无油机市场，发行人在欧洲空压机市场仍具有较大的市场空间；

3、报告期内，主要客户与发行人保持稳定的合作。发行人根据主要客户不同的采购需求，与主要客户签订具体采购订单，在订单中约定相关条款与执行情况。发行人活塞机产品采用成本加成方式定价，主要结合当前的原材料价格走势和汇率变动情况与主要客户协商价格调整，具有一定的议价能力，但产品价格调整一般具有滞后性，上游原材料价格变动通常不会迅速传导至下游客户；

4、发行人合同能源管理业务是发行人螺杆机和离心机销售过程中的一种补充销售模式，主要竞争对手为螺杆机和离心机生产企业或该等产品的经销商。

发行人通过招投标、商务谈判等方式签署与客户书面合同，在合同中就收益分享期限即合同期限、节能效益确认方式及分享比例、设备产权归属等主要条款进行约定，主要合同能源管理项目的平均收益分享期限为 48.75 个月。

5. 关于营业收入

申报材料与前次审核问询回复显示：

（1）发行人拥有螺杆式空压机、活塞式空压机、离心式鼓风机三大系列 300 余种型号产品；报告期内发行人产品销售结构变化对收入影响较大，例如面向中小型螺杆机市场陆续推出更具性价比优势的“小霸王”、“小精灵”系列产品，2021 年上半年单台售价较高的两级压缩螺杆机产品销售占比有所提升；

（2）在产品类型上，同行业竞争对手诺爱上海、浙江永源、江苏亿卡迪主要出口串激无油、静音无油式活塞机，发行人主要出口的产品为直联有油式活塞机；

（3）同行业可比公司中，欧圣电气的活塞机产品主要出口美国地区，而发行人产品主要出口至欧洲地区，发行人称短期内进入新的市场具有较大的难度；

（4）2019 年起发行人着重加强螺杆机自主品牌建设，在保证主要 ODM 客户产品供应的同时，优先进行 OBM 产品的生产排产；而 2020 年螺杆机 OBM 产品收入下滑，而 ODM 收入大幅增长；

（5）2006 年 11 月 20 日，意大利压缩机生产商向欧盟委员会提起申诉，要求对原产于中国的压缩机产品进行反倾销立案调查，2008 年欧盟委员会裁定鑫磊工贸出口至欧盟的压缩机产品征收 77.6%反倾销税，为期两年，适用至 2010 年 3 月 21 日；

（6）2021 年 1-6 月，发行人对经销收入的核查比例为 49.94%。

请发行人：

（1）结合产品节能性能、性价比特征等说明各类产品的主要型号，报告期

内主要型号产品收入占该类产品收入的比例、主要型号产品收入以及收入占比变动的原因及合理性，收入结构与行业发展趋势以及同行业可比公司的匹配性；OBM 模式、ODM 模式下所销售产品的性能、型号种类及对应的收入占比结构存在的差异以及原因；结合销售结构的变化进一步说明各类产品收入变动的原因及合理性；

（2）说明主要销售直联有油活塞机的原因，活塞机产品结构及对应的收入占比与同行业可比公司存在的差异以及原因，报告期内收入结构变动与下游行业发展以及“节能环保”政策趋势的匹配性；

（3）结合产品性能、核心竞争力等说明发行人活塞机产品与欧圣电气相比的优劣势，发行人活塞机在欧洲市场的份额是否存在被欧圣电气等同行竞争对手取代的风险；

（4）结合客户结构、定价差异等因素说明螺杆机 OBM 产品与 ODM 产品收入变动趋势不一致的原因及合理性；结合 OBM 产品收入下滑的情形说明自主品牌建设面临的劣势和风险；结合产品性能、核心竞争力等说明发行人螺杆机、鼓风机产品与同行业公司相比的优劣势；

（5）结合终端客户需求、下游市场空间、相对稳定的竞争格局、在手订单、同行业公司的业绩表现等说明各类产品收入增长的可持续性、发行人的业绩成长性；

（6）说明 2021 年 1-6 月对经销收入的核查比例下降较多的原因，核查程序、手段能否支撑核查结论。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，请保荐人量化分析并就发行人是否具有成长性发表明确意见。

回复：

一、结合产品节能性能、性价比特征等说明各类产品的主要型号，报告期内主要型号产品收入占该类产品收入的比例、主要型号产品收入以及收入占比变动的原因及合理性，收入结构与行业发展趋势以及同行业可比公司的匹配性；OBM 模式、ODM 模式下所销售产品的性能、型号种类及对应的收入占比结构存在的差异以及原因；结合销售结构的变化进一步说明各类产品收入变动的原因及合理性

公司拥有螺杆式空压机、活塞式空压机、离心式鼓风机三大系列 300 余种型号产品，公司产品根据功率、排量、系列、结构、特征等不同维度进行产品型号命名，由于具体型号较多、收入较为分散，以下在三大产品系列下，根据具体型号产品的相关特点进行归纳分类，并对主要类型产品进行分析说明。

（一）螺杆式空压机

1、结合产品节能性能、性价比特征等说明各类产品的主要型号，报告期内主要型号产品收入占该类产品收入的比例、主要型号产品收入以及收入占比变动的原因及合理性

公司螺杆式空压机产品按是否采用永磁同步电机和变频技术，可将螺杆空压机分为永磁变频螺杆机和工频螺杆机，其中永磁变频螺杆机按照气体压缩次数可区分为单级压缩螺杆机和两级压缩螺杆机，其节能性能、性价比特征如下：

产品类型		节能性能	性价比特征
永磁变频螺杆机	单级压缩螺杆机	较好	在负载波动较大及气量波动比较大的中小功率应用场合下，具有较高的性价比
	两级压缩螺杆机	优秀	在负载波动较大及气量波动比较大的大功率应用场合下，具有较高的性价比
工频螺杆机		一般	在用气量平稳或负载率较高的工况环境下，具有较高的性价比

报告期内，公司螺杆式空压机主要产品类型收入及占比情况如下：

产品类型		项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
永磁变频螺杆机	单级压缩螺杆机	销售收入（万元）	7,901.63	18,397.05	13,509.00	16,692.27
		销售占比	46.63%	52.93%	44.66%	47.90%
	两级压缩螺杆机	销售收入（万元）	3,284.65	4,892.60	5,907.93	6,997.60
		销售占比	19.38%	14.08%	19.53%	20.08%

产品类型	项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
工频螺杆机	销售收入 (万元)	5,760.48	11,470.59	10,833.95	11,154.89
	销售占比	33.99%	33.00%	35.81%	32.01%
合计	销售收入 (万元)	16,946.77	34,760.23	30,250.87	34,844.75
	销售占比	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

报告期内，公司螺杆机主要产品类型的收入占比整体较为稳定，公司生产的各类型螺杆机产品能够满足行业内不同客户的市场需求，各类型产品均实现规模销售。

报告期内，公司螺杆机销售以永磁变频螺杆机为主，公司生产的永磁变频螺杆机具有低能耗、快速调节响应的优点，在负载波动较大的工况环境以及气量波动比较大的场合，具有较高的性价比。永磁变频螺杆机细分产品方面，得益于公司不断的市场开拓以及客户对公司中小功率螺杆机产品质量、性价比等方面的认可，报告期内，公司永磁变频单级压缩螺杆机销量及收入占比整体呈增长趋势。公司生产的永磁变频两级压缩螺杆机主要为工业用大功率机型，产品可广泛应用于纺织服装、水泥、建材、机械制造、电力等行业，报告期内实现销售收入分别为 6,997.60 万元、5,907.93 万元、4,892.60 万元、3,284.65 万元，2019 年度、2020 年度其销售收入及占比呈一定下降趋势，主要原因系 2018 年公司永磁变频两级压缩螺杆机在纺织行业推广效果良好，纺织行业销售收入占比较高，2019 年以来我国宏观经济下行并叠加环保压力，较多纺织行业工厂销量减少或停工，设备需求减少，导致 2018 年以来公司永磁变频两级压缩螺杆机在纺织行业的销量大幅下降，拉低了公司永磁变频两级压缩螺杆机整体销售规模，此外，受 2020 年上半年新冠疫情影响，部分工业企业延迟复工复产时间，亦对公司永磁变频两级压缩螺杆机的销售造成一定不利影响。

报告期内，公司工频螺杆机各期销售占比分别为 32.01%、35.81%、33.00%、33.99%，公司生产的工频螺杆机具有运行稳定、价格便宜、维保简单的特点，在用气量平稳或负载率较高的工况环境下，具有较高的性价比。报告期内，公司工频螺杆机销售收入较为稳定。

综上所述，公司螺杆式空压机主要型号产品收入以及收入占比变动具有合理性。

2、收入结构与行业发展趋势以及同行业可比公司的匹配性

根据压缩机网 2020 年度压缩机市场调研分析报告显示，变频螺杆机较工频螺杆机更受欢迎，但事实上工频螺杆机的实际需求量并不比变频螺杆机小，工频螺杆机性能参数与价格的对应关系更为透明，市场竞争更为激烈。公司螺杆机销售主要根据市场需求进行，优先推广永磁变频螺杆机，兼顾部分客户工频螺杆机需求，永磁变频螺杆机的销售占比相对较高，报告期各期分别为 67.98%、64.19%、67.01%、66.01%，与行业情况匹配。

同行业可比公司中，仅东亚机械披露了其螺杆机各产品类型销售情况，公司螺杆式空压机各类产品销售结构占比与东亚机械对比情况如下：

产品类型		东亚机械			鑫磊股份			
		2020 年度	2019 年度	2018 年度	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
永磁变频螺杆机	单级压缩	67.97%	56.15%	58.04%	46.63%	52.93%	44.66%	47.90%
	两级压缩	22.91%	22.07%	12.61%	19.38%	14.08%	19.53%	20.08%
	小计	90.88%	78.22%	70.65%	66.01%	67.01%	64.19%	67.98%
工频/普通螺杆机		9.12%	21.77%	29.36%	33.99%	33.00%	35.81%	32.01%
合计		100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

注：东亚机械未披露 2021 年 1-6 月相关数据。

收入结构方面，同行业可比公司东亚机械螺杆机销售以永磁变频螺杆机销售为主，与公司销售结构整体一致。

工频螺杆机销售方面，2018 年度、2019 年度、2020 年度，东亚机械工频螺杆机销售占比分别为 29.36%、21.77%、9.12%，下降幅度较大，主要原因系其市场推广过程中，重点加强永磁变频螺杆机营销力度，并对工频螺杆机产品进行提价，减小永磁变频螺杆机与普通螺杆机之间的价格差异，上述营销策略使得其工频螺杆机产品销售呈下降趋势。工频螺杆机以单级压缩为主，公司、东亚机械的工频螺杆机与永磁变频单级压缩螺杆机的价格情况如下：

单价：万元

产品类型	东亚机械			鑫磊股份		
	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
永磁变频单级压缩螺杆机	1.51	2.11	2.44	0.90	0.95	1.19

工频/普通螺杆机	1.29	1.19	1.06	0.58	0.68	0.69
----------	------	------	------	------	------	------

数据来源：东亚机械招股说明书

注：东亚机械普通螺杆机 2020 年存在少量两级压缩产品，为保证数据可比性，上表列示数据为其单级压缩产品数据。

由于东亚机械自主品牌建设时间较长，其对经销商的管理控制能力较强，因此其可以采取灵活的差异化产品价格策略并可以让经销商配合实施；而公司自主品牌建设时间相对较短，产品销售主要根据市场需求进行，而工频螺杆机具有相对稳定的市场需求，因此报告期内公司的工频螺杆机占比相对稳定。

工频螺杆机与永磁变频螺杆机相比，工频螺杆机的组件中不包含变频器，在用气量平稳或负载率较高的工况环境下，不需要变频器进行变频调节，具有运行稳定、价格便宜、维保简单的特点；且变频器本身具有一定的能耗，因此工频螺杆机在用气量平稳或负载率较高的工况环境下相比永磁变频螺杆机更加节能环保。基于工频螺杆机的上述优势，工频螺杆机未来仍存在稳定的市场需求，不会被永磁变频螺杆机替代。报告期内公司根据市场需求进行产品生产、销售，公司工频螺杆机销售亦占有一定的销售比重，工频螺杆机的收入变动趋势与同行业可比公司相比存在差异具有合理性。

报告期内，公司螺杆机产品收入结构与行业发展趋势具有匹配性，与同行业可比公司存在差异具有合理性。

3、OBM 模式、ODM 模式下所销售产品的性能、型号种类及对应的收入占比结构存在的差异以及原因

报告期内，公司 OBM 模式、ODM 模式下所销售的螺杆机性能、型号种类不存在重大差异，对应的收入占比结构如下：

单位：万元

销售模式	产品类型	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
OBM	永磁变频单级压缩螺杆机	4,242.53	46.90%	9,581.48	52.36%	8,883.66	47.59%	7,930.22	46.54%
	永磁变频两级压缩螺杆机	3,023.27	33.42%	4,361.34	23.83%	5,181.45	27.76%	5,246.88	30.79%
	工频螺杆机	1,780.18	19.68%	4,355.48	23.80%	4,602.23	24.65%	3,862.87	22.67%

	合计	9,045.98	100.00%	18,298.30	100.00%	18,667.34	100.00%	17,039.97	100.00%
ODM	永磁变频单级压缩螺杆机	3,659.10	46.31%	8,815.57	53.55%	4,625.33	39.93%	8,762.05	49.21%
	永磁变频两级压缩螺杆机	261.38	3.31%	531.26	3.23%	726.47	6.27%	1,750.72	9.83%
	工频螺杆机	3,980.31	50.38%	7,115.11	43.22%	6,231.72	53.80%	7,292.02	40.96%
	合计	7,900.79	100.00%	16,461.93	100.00%	11,583.53	100.00%	17,804.79	100.00%

2018 年度、2020 年度与 2021 年 1-6 月，公司 OBM 与 ODM 模式下的永磁变频单级压缩螺杆机收入占比较为接近；2019 年度 OBM 模式下的永磁变频单级压缩螺杆机略高于 ODM 模式，主要原因系 2019 年度公司着重加强螺杆机自主品牌建设，在保证主要 ODM 客户产品供应的同时，优先进行 OBM 产品的生产排产，引导客户加大对公司 OBM 产品的采购，导致 2019 年度永磁变频单级压缩螺杆机 ODM 模式收入下降较多。

报告期内，公司 OBM 模式下的永磁变频两级压缩螺杆机收入占比高于 ODM 模式，主要原因系永磁变频两级压缩螺杆机为大排量机型，价格相对较高，终端客户多分布在大中型工业领域，客户在产品采购过程中品牌意识较强，因此公司主要采用 OBM 模式进行推广。

报告期内，公司 ODM 模式下的工频螺杆机收入占比高于 OBM 模式，主要原因系工频螺杆机价格相对较低，终端客户对品牌的需求程度不高，因此公司主要采用 ODM 模式进行推广。报告期内，公司工频螺杆机与永磁变频螺杆机的单价具体情况如下：

单位：万元/台

产品类型	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
永磁变频单级压缩螺杆机	0.87	0.90	0.95	1.19
永磁变频两级压缩螺杆机	10.36	9.27	9.75	8.16
工频螺杆机	0.64	0.58	0.68	0.69

综上所述，公司 OBM 模式、ODM 模式下所销售的各主要类型螺杆机收入占比结构具有合理性。

4、结合销售结构的变化进一步说明各类产品收入变动的原因及合理性

2018 年度、2019 年度、2020 年度，公司通过不断研发创新，面向中小型螺杆机市场陆续推出更具性价比优势的“小霸王”、“小精灵”系列产品，“小霸王”、“小精灵”系列产品均属于永磁变频单级螺杆机或工频螺杆机，在满足客户需求的前提下，优化产品结构设计，提升产品集成度，降低产品物料单耗，产品价位相对较低，性价比较高。高性价比产品的推出，响应了客户需求，因此公司永磁变频单级压缩螺杆机与工频螺杆机的收入 2018 年至 2020 年整体保持增长趋势，具有合理性。

公司生产的永磁变频两级压缩螺杆机主要为工业用大功率机型，产品可广泛应用于纺织服装、水泥、建材、机械制造、电力等行业，2019 年度、2020 年度其销售收入及占比呈一定下降趋势，主要原因系 2018 年公司永磁变频两级压缩螺杆机在纺织行业推广效果良好，纺织行业销售收入占比较高，2019 年以来我国宏观经济下行并叠加环保压力，较多纺织行业工厂销量减少或停工，设备需求减少，导致 2018 年以来公司永磁变频两级压缩螺杆机在纺织行业的销量大幅下降，拉低了公司永磁变频两级压缩螺杆机整体销售规模，此外，受 2020 年上半年新冠疫情影响，部分工业企业延迟复工复产时间，亦对公司永磁变频两级压缩螺杆机的销售造成一定不利影响。2021 年国内疫情防控较为良好，工业企业开工情况良好，带动了公司永磁变频两级压缩螺杆机的销售，2021 年上半年螺杆机产品销售结构中大排量的“鑫霸王”产品销售占比有所提升，“鑫霸王”属于永磁变频两级压缩螺杆机，因此公司两级压缩螺杆机的收入 2021 年上半年有所增长，具有合理性。

（二）活塞式空压机

1、结合产品节能性能、性价比特征等说明各类产品的主要型号，报告期内主要型号产品收入占该类产品收入的比例、主要型号产品收入以及收入占比变动的原因及合理性

公司活塞式空压机产品按不同传动方式、是否使用润滑油可分为直联有油活塞机、直联无油活塞机、皮带式活塞机，其节能性能、性价比特征如下：

产品类型	节能性能	性价比特征
直联有油活塞机	较好	在对气体洁净度要求不高的应用场合下，具有较高性价比

直联无油活塞机	一般	在对气体洁净度有要求的应用场合下，具有较高性价比
皮带式活塞机	较好	在对需要功率高、排气量大的应用场合下，具有较高性价比

报告期内，活塞式空压机各产品类型收入占比情况如下：

产品类型	项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
直联有油活塞机	销售收入（万元）	12,954.32	22,340.60	20,133.25	31,541.61
	销售占比	78.15%	81.11%	81.25%	88.85%
直联无油活塞机	销售收入（万元）	1,994.45	2,992.29	2,629.44	1,815.65
	销售占比	12.03%	10.86%	10.61%	5.11%
皮带式活塞机	销售收入（万元）	1,627.25	2,209.43	2,015.19	2,140.96
	销售占比	9.82%	8.02%	8.13%	6.03%
合计	销售收入（万元）	16,576.02	27,542.31	24,777.87	35,498.21
	销售占比	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

报告期内，公司活塞机产品主要类型产品收入结构较为稳定，以直联有油活塞机产品为主，各期销售占比分别为 88.85%、81.25%、81.11%、78.15%。受直联无油活塞机境外市场的开拓以及车载式无油空压机在境内新能源客车领域的拓展等因素影响，报告期内，公司直联无油活塞机产品的销售收入呈增长趋势。公司活塞式空压机主要型号产品收入以及收入占比变动具有合理性。

2、收入结构与行业发展趋势以及同行业可比公司的匹配性

同行业可比公司欧圣电气、东亚机械未披露各产品类型销售情况，公司活塞机产品与欧圣电气、东亚机械活塞机产品整体销售收入对比情况如下：

单位：万元

公司名称	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
欧圣电气	25,394.86	50,367.28	34,579.60	41,501.85
东亚机械	2,313.12	4,219.93	4,657.31	5,570.30
鑫磊股份	16,576.02	27,542.31	24,777.87	35,498.21

数据来源：同行业可比公司招股说明书、年度报告

报告期内，公司活塞机产品销售收入变动趋势与欧圣电气不存在重大差异，均在 2019 年度收入小幅下滑，并在 2020 年度重拾增长态势；报告期内，东亚机械活塞机产品收入整体呈下降趋势，主要原因系东亚机械销售的活塞机产品为中大型活塞机产品，其终端用户主要是工业企业，而公司与欧圣电气生产的

活塞机产品为小型活塞机产品，产品主要出口欧洲、美国市场，终端用户多为家庭或小型商业场所，产品类型不同造成东亚机械活塞机产品收入变动趋势不同于公司及欧圣电气。

报告期内，公司活塞机产品收入结构与行业发展趋势以及同行业可比公司具有匹配性。

3、OBM 模式、ODM 模式下所销售产品的性能、型号种类及对应的收入占比结构存在的差异以及原因

报告期内，公司 OBM 模式、ODM 模式下所销售的活塞机性能、型号种类不存在重大差异，对应的收入占比结构如下：

单位：万元

销售模式	产品类型	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
OBM	直联有油活塞机	0.20	0.08%	0.09	0.03%	7.85	3.92%	-	-
	直联无油活塞机	236.34	93.54%	339.26	96.95%	187.57	93.74%	1.42	100.00%
	皮带式活塞机	16.11	6.38%	10.59	3.03%	4.68	2.34%	-	-
	合计	252.64	100.00%	349.94	100.00%	200.10	100.00%	1.42	100.00%
ODM	直联有油活塞机	12,954.12	79.36%	22,340.51	82.16%	20,125.40	81.88%	31,541.61	88.86%
	直联无油活塞机	1,758.11	10.77%	2,653.03	9.76%	2,441.86	9.94%	1,814.22	5.11%
	皮带式活塞机	1,611.14	9.87%	2,198.84	8.09%	2,010.51	8.18%	2,140.96	6.03%
	合计	16,323.38	100.00%	27,192.37	100.00%	24,577.77	100.00%	35,496.79	100.00%

报告期内，公司各类型活塞机均以出口为主，主要采用 ODM 模式进行经营，OBM 模式下收入金额及占比均较小，OBM 模式、ODM 模式下所销售的各类型活塞机的收入占比结构具有合理性。

4、结合销售结构的变化进一步说明各类产品收入变动的原因及合理性

报告期内，公司活塞机产品主要以直联有油活塞机为主，基于直联有油活塞机经久耐用、节能高效的优势，公司经过多年深耕于这一细分领域，依托自身研发设计优势、规模化生产优势、产品认证齐全及完善的质量控制体系等核心竞争优势，结合“与存量客户深度合作”的市场发展战略，活塞机主要产品

定位明确，以满足存量客户的市场需求，为客户交付高品质、高性价比的产品。

为进一步提升公司在小型空压机行业的市场份额，公司在满足现有直联有油活塞机订单的生产和交付基础上，也逐步加大对直联无油活塞机的研发和生产投入，从 2019 年开始推出多种规格、型号的串激无油、静音无油等直联无油活塞机，由于新产品认证获取时间较长，国外客户也需要全面评估新产品的质量、稳定性，考察周期较长，需要一定时间才能形成稳定、较大规模的合作关系。报告期内，公司出口直联无油活塞机销售金额分别为 1,250.01 万元、1,669.06 万元、1,752.15 万元和 1,434.52 万元，整体呈增长趋势，且随着公司直联无油活塞机逐步被客户认可，未来直联无油活塞机也将成为公司新的业绩增长点。

报告期内，公司出口的直联无油机型占比整体呈上升趋势，公司各类型活塞机产品收入变动具有合理性。

（三）离心式鼓风机

1、结合产品节能性能、性价比特征等说明各类产品的主要型号，报告期内主要型号产品收入占该类产品收入的比例、主要型号产品收入以及收入占比变动的原因及合理性

公司离心式鼓风机产品按悬浮方式的不同，可将离心式鼓风机产品分为空气悬浮离心式鼓风机、磁悬浮离心式鼓风机和陶瓷滚珠轴承离心式鼓风机，其节能性能、性价比特征如下：

产品类型	节能性能	性价比特征
空气悬浮离心式鼓风机	优秀	在设备需要长时间运行不停机的应用场合下，具有较高性价比
陶瓷滚珠轴承离心式鼓风机	优秀	在对功率要求较小、寿命要求较长的应用场合下，具有较高性价比
磁悬浮离心式鼓风机	优秀	在需要频繁启停的应用场合下，具有较高性价比

报告期内，公司离心式鼓风机各产品类型收入占比情况如下：

产品类型	项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度
空气悬浮离心式鼓风机	销售收入（万元）	2,582.79	5,673.78	639.13
	销售占比	77.31%	100.00%	100.00%
陶瓷滚珠轴承离	销售收入	603.75	-	-

产品类型	项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度
心式鼓风机	(万元)			
	销售占比	18.07%	-	-
磁悬浮离心式鼓风机	销售收入(万元)	154.34	-	-
	销售占比	4.62%	-	-
合计	销售收入(万元)	3,340.88	5,673.78	639.13
	销售占比	100.00%	100.00%	100.00%

2019 年 8 月，公司向市场推出了空气悬浮离心式鼓风机，2019 年度、2020 年度，公司销售的离心鼓风机产品均为空气悬浮离心式鼓风机；2021 年上半年，公司向市场推出了陶瓷滚珠轴承离心式鼓风机和磁悬浮离心式鼓风机，公司离心式鼓风机产品以空气悬浮离心式鼓风机为主，离心式鼓风机各类型产品收入以及收入占比变动的具有合理性。

2、收入结构与行业发展趋势以及同行业可比公司的匹配性

同行业可比公司山东章鼓、金通灵未披露其各产品类型销售情况，公司离心式鼓风机产品与山东章鼓、金通灵相关业务整体销售收入对比情况如下：

单位：万元

公司名称	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
山东章鼓	47,517.85	78,606.85	71,319.94	66,250.04
金通灵	28,844.88	50,900.60	50,852.12	39,037.60
鑫磊股份	3,340.88	5,673.78	639.13	-

数据来源：同行业可比公司年度报告、半年度报告

公司于 2019 年 8 月向市场推出了空气悬浮离心式鼓风机并取得了良好的市场反响，于 2021 年上半年向市场推出了陶瓷滚珠轴承离心式鼓风机和磁悬浮离心式鼓风机，公司鼓风机产品收入增长相对较快。报告期内，同行业可比公司相关业务整体呈增长趋势，与公司收入变动趋势相符。公司离心式鼓风机收入结构与行业发展趋势以及同行业可比公司具有匹配性。

3、OBM 模式、ODM 模式下所销售产品的性能、型号种类及对应的收入占比结构存在的差异以及原因

公司 OBM 模式、ODM 模式下所销售的离心式鼓风机性能、型号种类不存

在重大差异，报告期内，公司各类离心式鼓风机产品 OBM 模式、ODM 模式对应的收入占比结构如下：

单位：万元

销售模式	产品类型	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比
OBM	空气悬浮离心式鼓风机	2,300.04	88.14%	5,244.49	100.00%	566.87	100.00%
	陶瓷滚珠轴承离心式鼓风机	293.31	11.24%	-	-	-	-
	磁悬浮离心式鼓风机	16.28	0.62%	-	-	-	-
	合计	2,609.64	100.00%	5,244.49	100.00%	566.87	100.00%
ODM	空气悬浮离心式鼓风机	282.74	38.67%	429.29	100.00%	72.27	100.00%
	陶瓷滚珠轴承离心式鼓风机	310.44	42.45%	-	-	-	-
	磁悬浮离心式鼓风机	138.05	18.88%	-	-	-	-
	合计	731.24	100.00%	429.29	100.00%	72.27	100.00%

空气悬浮鼓风机作为公司 2019 年推出的新产品，公司掌握该产品的核心技术且市场竞争相对缓和，公司因此主要采取 OBM 的模式对鼓风机进行销售，随着市场对离心式鼓风机产品需求的不断增加，为满足客户的不同品牌需求，也逐步采取 ODM 的模式进行销售，因此公司离心式鼓风机产品 OBM 模式的收入占比相对较高，具有合理性。

2021 年上半年，公司面向水产养殖行业推出了陶瓷滚珠轴承离心式鼓风机，较以往的空气悬浮离心式鼓风机，该类产品功率规格更小、产品体积紧凑，产品结构相对简单，产品售价也明显低于空气悬浮鼓风机产品，终端客户较为分散，适合采用 ODM 模式进行推广，因此 ODM 模式下陶瓷滚珠轴承离心式鼓风机收入占比相对较高，具有合理性。报告期内，公司离心式鼓风机的单价具体情况如下：

单位：万元/台

产品类型	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
空气悬浮离心式鼓风机	16.24	14.55	14.86	-
陶瓷滚珠轴承离心式鼓风机	2.57	-	-	-
磁悬浮离心式鼓风机	15.43	-	-	-

2021 年上半年，磁悬浮离心式鼓风机 ODM 模式下占比高于 OBM 模式，主要原因系公司为开拓磁悬浮离心式鼓风机市场，根据客户需求采取贴牌模式生产了大部分磁悬浮离心鼓风机产品，具有合理性。公司于 2019 年推出空气悬浮离心式鼓风机，离心式鼓风机作为市场的新产品，公司客户尚未规划或运营其自身的离心式鼓风机品牌，因此公司空气悬浮离心式鼓风机推广初期以 OBM 模式为主；随着离心式鼓风机近几年的市场推广，部分客户开始运营其自身的离心式鼓风机品牌，因此 2021 年上半年公司推出磁悬浮离心式鼓风机后，基于部分客户对其自身品牌的产品需求，公司采取贴牌模式生产了大部分磁悬浮离心鼓风机产品，因此磁悬浮离心式鼓风机推广初期以 ODM 模式为主，具有合理性。

4、结合销售结构的变化进一步说明各类产品收入变动的原因及合理性

离心式鼓风机主要包括传统的单级离心鼓风机、多级离心鼓风机以及代表行业先进技术的空气悬浮离心式鼓风机、陶瓷滚珠轴承离心式鼓风机和磁悬浮离心式鼓风机。公司经过多年研发于 2019 年推出空气悬浮离心式鼓风机后，产品得到了市场的一致认可；为丰富公司离心式鼓风机产品品类，公司在离心鼓风机领域不断创新，于 2021 年上半年推出了陶瓷滚珠轴承离心式鼓风机和磁悬浮离心式鼓风机并开始为公司贡献业绩，公司各类型离心式鼓风机产品收入变动具有合理性。

二、说明主要销售直联有油活塞机的原因，活塞机产品结构及对应的收入占比与同行业可比公司存在的差异以及原因，报告期内收入结构变动与下游行业发展以及“节能环保”政策趋势的匹配性

（一）报告期内活塞机收入结构变动与下游行业发展趋势的匹配性

小型空压机主要通过气动工具连接，为住宅、公共建筑和汽车维修养护店等家庭及商业场所提供空气动力。欧洲市场早期主要以经久耐用的有油机为主，但随着用户需求呈现多元化发展，小型空压机产品品类不断丰富，为满足客户对气体洁净度、无需定期加润滑油进行维护等方面的需求，市场上出现了无油机。通过获取活塞机前五大客户的问卷进行了解，当前，欧洲小型空压机市场直联有油活塞机和直联无油活塞机的占比较为稳定，欧洲市场直联有油活

塞机占比约为 40%-50%，直联无油活塞机占比约为 30%-40%。

欧美市场的小型空压机主要应用于普通家庭、房屋维修业和汽车修理业等领域，公司的直联有油活塞机和直联无油活塞机在适用场景上不存在明显区别。直联有油活塞机节能高效、经久耐用、具有较高的性价比，直联无油活塞机压缩后气体纯净无油、维护简单，终端客户综合考虑产品寿命、产品质量、价格、气体洁净度要求等因素来进行选择。

（二）报告期内活塞机收入结构变动与“节能环保”政策趋势的匹配性

随着国内大力推进节能减排政策，节能环保的观念逐渐渗透到各行业中，空气压缩机和离心式鼓风机下游客户对于能效要求越来越高，高端节能型空压机和鼓风机由于产品生产工艺要求较高，目前行业内生产企业相对较少，并且节能产品与传统产品相比，所体现的能耗优势和效率优势明显，开始逐步替代传统低端空压机和鼓风机产品。国内节能环保政策主要针对公司境内销售的螺杆机、离心鼓风机产品，公司出口的活塞机不属于高能耗高污染产品，节能环保政策对境外直联有油、无油活塞机的销售不存在重大影响，对公司的经营业绩不存在重大影响。

公司活塞机产品主要为气动工具用小型空压机，终端用户为境外的家庭及房屋维修、汽车修理等商户。能耗方面，在相同排气压力下，直联有油活塞机比直联无油活塞机比功率更低，能耗更小，节能效果更好；气体纯净度方面，直联无油活塞机在排气过程中无需润滑油参与，压缩后气体纯净无油，公司直联有油活塞机在压缩气体过程需要润滑油参与，排气时气体经过储气罐冷却分离，压缩后气体含油量较低，符合相关规定。直联有油活塞机和直联无油活塞机均不属于高能耗高污染产品，节能环保政策对境外直联有油、无油活塞机的销售不存在重大影响，对公司的经营业绩不存在重大影响，消费者仍主要基于产品使用寿命、产品质量、价格、气体洁净度要求等因素来进行选择。

（三）主要销售直联有油活塞机的原因，活塞机产品结构及对应的收入占比与同行业可比公司存在的差异以及原因

1、主要销售直联有油活塞机的原因，活塞机产品结构及对应的收入占比

报告期内，公司活塞机产品结构及对应收入占比的具体情况如下：

销售 区域	产品类型	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		收入 (万元)	占比	收入 (万元)	占比	收入 (万元)	占比	收入 (万元)	占比
境内	直联有油活塞机	1,575.77	9.51%	2,920.89	10.61%	2,537.79	10.24%	2,766.21	7.79%
	直联无油活塞机	559.93	3.38%	1,240.14	4.50%	960.38	3.88%	565.63	1.59%
	其中：串激 无油活塞机	20.46	0.12%	20.64	0.07%	-	-	-	-
	皮带式活塞机	158.42	0.96%	172.80	0.63%	216.37	0.87%	165.71	0.47%
	小计	2,294.12	13.84%	4,333.83	15.74%	3,714.54	14.99%	3,497.56	9.85%
境外	直联有油活塞机	11,378.55	68.64%	19,419.70	70.51%	17,595.46	71.01%	28,775.40	81.06%
	直联无油活塞机	1,434.52	8.65%	1,752.15	6.36%	1,669.06	6.74%	1,250.01	3.52%
	其中：串激 无油活塞机	202.65	1.22%	184.94	0.67%	-	-	-	-
	皮带式活塞机	1,468.83	8.86%	2,036.63	7.39%	1,798.82	7.26%	1,975.25	5.56%
	小计	14,281.90	86.16%	23,208.48	84.26%	21,063.33	85.01%	32,000.66	90.15%
合计	直联有油活塞机	12,954.32	78.15%	22,340.60	81.11%	20,133.25	81.25%	31,541.61	88.85%
	直联无油活塞机	1,994.45	12.03%	2,992.29	10.86%	2,629.44	10.61%	1,815.65	5.11%
	其中：串激 无油活塞机	223.11	1.35%	205.59	0.75%	-	-	-	-
	皮带式活塞机	1,627.25	9.82%	2,209.43	8.02%	2,015.19	8.13%	2,140.96	6.03%

报告期内，公司活塞机产品主要以直联有油活塞机为主，各期销售占比分别为 88.85%、81.25%、81.11%和 78.15%。相比于直联无油活塞机，直联有油活塞机整机寿命更长，比功率更低，能效水平更高。基于直联有油活塞机经久耐用、节能高效的优势，公司多年深耕于这一细分领域，依托自身研发设计优势、规模化生产优势、产品认证齐全及完善的质量控制体系等核心竞争优势，结合“与存量客户深度合作”的市场发展战略，活塞机主要产品定位明确，以满足存量客户的市场需求，为客户交付高品质、高性价比的产品。

报告期内，前五大客户向公司采购直联有油活塞机金额较大，向公司采购直联无油活塞机金额较小，主要原因系受公司前期产能限制、市场销售策略等因素影响，公司主推直联有油活塞机，直联无油活塞机产品款式设计、规格型号可供客户选择较少，不具有明显的性价比优势。根据获取活塞机前五大客户的问卷进行了解，客户主要向诺爱上海、浙江永源、江苏亿卡迪等竞争对手采购直联无油活塞机。

为进一步提升公司在小型空压机行业的市场份额，公司在满足现有直联有

油活塞机订单的生产和交付基础上，也逐步加大对直联无油活塞机的研发和生产投入，从 2019 年开始推出多种规格、型号的串激无油、静音无油等直联无油活塞机，由于新产品认证获取时间较长，国外客户也需要全面评估新产品的质量、稳定性，考察周期较长，需要一定时间才能形成稳定、较大规模的合作关系。报告期内，公司出口直联无油活塞机销售金额分别为 1,250.01 万元、1,669.06 万元、1,752.15 万元和 1,434.52 万元，整体呈增长趋势，且随着公司直联无油活塞机逐步被客户认可，未来直联无油活塞机也将成为公司新的业绩增长点。截至 2021 年 12 月末，公司直联无油活塞机的在手订单金额（不含税）为 4,055.05 万元，在手订单台数为 91,099 台。

综上，公司活塞机产品收入结构的变动主要受自身销售策略影响，即在保有直联有油活塞机的存量市场份额基础上，逐步打开联无油活塞机的增量市场，以提高公司活塞机在欧洲小型空压机市场的份额。

2、与同行业可比公司存在的差异及原因

公司与欧圣电气经过多年的发展，分别立足于活塞机不同的细分赛道以应对激烈的市场竞争。欧圣电气小型空压机主要以静音无油空压机为主，出口美国、加拿大等北美地区，款式更为丰富；与公司主要出口欧洲市场的直联有油活塞机存在一定差异，主要系客户群体定位存在差别：一方面，公司的直联有油活塞机节能高效、经久耐用，能较好地满足有油机客户对运行效率、能效、使用寿命等方面的需求；欧圣电气的静音无油空压机压缩后气体纯净无油、运行过程中噪音小，能满足无油机客户对气体洁净度、噪音水平等方面的需求。另一方面，公司的直联有油活塞机款式经典、简单，符合欧洲市场消费者偏好；欧圣电气的静音无油活塞机款式丰富、花哨，更能满足北美市场消费者对于空压机产品外观、款式存在更多个性化的需求。

综上，公司主要以出口直联有油活塞机为主，与欧圣电气出口静音无油空压机存在差异，系目标市场消费者差异化需求所致。

三、结合产品性能、核心竞争力等说明发行人活塞机产品与欧圣电气相比的优劣势，发行人活塞机在欧洲市场的份额是否存在被欧圣电气等同行竞争对手取代的风险

（一）结合产品性能、核心竞争力等说明发行人活塞机产品与欧圣电气相比的优劣势

公司活塞机产品包括直联有油活塞机和直联无油活塞机，主要以出口直联有油活塞机为主，产品节能高效、经久耐用、具有较高的性价比；欧圣电气主要以静音无油型小型空压机为主，产品运行过程中静音、压缩后气体无油、款式丰富，具体对比如下：

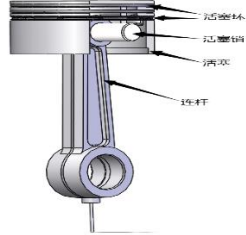
项目	欧圣电气	鑫磊股份	
主要产品类型	静音无油活塞机	直联有油活塞机	直联无油活塞机
产品示例			串激无油：  静音无油： 
产品部件	感应电机、无油气缸、连杆组件、活塞环	感应电机、有油气缸、连杆组件、活塞环	感应电机/串激电机、无油气缸、连杆组件、活塞环
功率	家用：0.3hp-1.5hp (0.22kw-1.12kw) 商用：1.5hp-2.5hp (1.12kw-1.86kw)	0.75kw-2.2kw	0.55-1.5kw
气体洁净度	在气缸吸气压缩、排气过程中无需润滑油参与，压缩后气体纯净无油	润滑油在气缸内参与压缩过程，排气时气体经过储气罐冷却分离，压缩后气体含油量低	在气缸吸气压缩、排气过程中无需润滑油参与，压缩后气体纯净无油
款式选择	产品款式多样，依据不同客户个性化需求进行设计，研发部门每年在小型空压机产品方面设计出超过 50 种款式	产品款式简洁、经典，研发部门每年在小型空压机产品方面设计出 10 余种款式	
产品价格（元/	2018 年：442.83 2019 年：526.14	2018 年：454.82 2019 年：467.82	2018 年：378.78 2019 年：425.90

项目	欧圣电气	鑫磊股份	
台)	2020 年: 553.81 2021 年 1-6 月: 571.65	2020 年: 454.80 2021 年 1-6 月: 442.99	2020 年: 395.14 2021 年 1-6 月: 414.63

注：公司直联无油活塞机含部分新能源客车专用活塞机，其功率较大、单价较高，与欧圣电气小型空压机存在一定差异，故在统计功率及产品价格时剔除新能源客车专用活塞机相关数据。

公司直联有油活塞机、直联无油活塞机普遍功率更大、转速更快，在相同排气压力下运行效率更高，噪音水平较欧圣电气静音无油型空压机大。在气体洁净度上，欧圣电气静音无油型空压机与公司直联无油活塞机压缩后气体纯净无油，公司直联有油活塞机在压缩气体过程需要润滑油参与，排气时气体经过储气罐冷却分离，压缩后气体含油量也较低。在产品款式选择上，限制于直联有油活塞机内部构造以及欧洲市场消费者偏好经典、简单款、更加注重产品的实用性，公司小型空压机产品款式选择较欧圣电气少。在产品售价上，欧圣电气小型空压机销售价格高于公司，主要原因系其存在通过品牌授权模式销售，其授权品牌主要定位于中高端产品，产品附加值高且能获得较高的品牌溢价收入。

由于欧圣电气招股说明书未披露其具体的产品性能数据，故通过对比公司直联有油活塞机和直联无油活塞机在连杆组件构造的区别进行分析：

项目	直联无油活塞机	直联有油活塞机
连杆组件构造示例		
连杆组件具体构成	连杆组件由连杆等组成，排气过程中连杆顶端有一个倾斜角，运行过程中逐渐调整	连杆组件由连杆和活塞构成，活塞销将活塞与连杆连接，保证活塞顶部始终处于水平
密封性	连杆结构在压缩气体过程中气体有泄漏，密封性一般	连杆与活塞结构压缩气体过程中密封性较好
冷却效果	风扇降温，冷却较慢，内部温度高	散热片、润滑油和风扇降温，冷却快，内部温度低
润滑方式	活塞环内部碳粉润滑，无外部润滑剂，活塞环与气缸间干摩擦，机器易磨损	活塞环与气缸间加润滑油润滑，机器不易磨损
使用寿命	连杆组件在运行过程中受力不均，且内部温度高，加大活塞环与气缸间的磨损，缩短寿命	连杆组件在运行过程中受力均匀，润滑油冷却效果明显，减缓活塞与气缸间的磨损。整机耐久寿命达 500 小时以上

直联有油活塞机和直联无油活塞机主要在以下几方面存在差异：

第一，连杆组件构造结构不同导致产气效率、节能效果存在差异。直联无油活塞机连杆组件在排气过程中，由于连杆顶端有一个倾斜角，导致气体有泄漏，密封性一般；直联有油活塞机连杆组件由连杆和活塞组成，在排气过程中，连杆向上运动，因活塞和连杆采用销连接结构，所以能保证活塞顶部始终处于一平行面，密封性好，产气效率更高。在相同排气压力下，公司直联有油活塞机更能耗更小，具有一定的节能效果。

第二，冷却效果、润滑方式等导致使用寿命存在差异。直联无油活塞机内部仅依靠风扇降温，冷却较慢，内部温度较高，且仅依靠内部活塞环内部碳粉润滑，无外部润滑剂，活塞环与气缸间干摩擦，机器内部损耗较大，降低机器的使用寿命；直联有油活塞机同时使用散热片、润滑油和风扇降温，加润滑油润滑，机器内部温度低、磨损较小。

公司多年来深耕欧洲市场，获得欧盟的 CE 认证和德国的 GS 认证，加拿大、美国 ETL 认证等，其中压力容器获得中华人民共和国特种设备生产许可证、美国 ASME 认证和 NB 注册等多项国际和国内标准认证。通过引进一系列先进的生产设备，铺设多条从原材料钢板到成品储气罐全自动生产线，实现储气罐完全自制以有效保证活塞机的供给效率和供给质量，同时形成一定的规模化生产优势在保证产品稳定高品质的情况下有效控制生产成本，能为客户提供具有高性价比的产品。与欧圣电气相比，主要劣势在于公司活塞机产品主要以 ODM 模式销售，毛利率水平相对较低；欧圣电气小型空压机主要以 ODM 和品牌授权模式销售，品牌授权模式下能获得较高的品牌溢价，毛利率水平相对更高。

综上所述，公司直联有油活塞机在运行效率、节能效果、使用寿命等方面具有一定的优势，核心部件自制保证产品稳定高品质的情况下有效控制生产成本，为客户提供具有高性价比的产品；欧圣电气静音无油活塞机在噪音水平、压缩后气体纯净无油方面具有一定的优势，依据客户个性化需求设计多种款式以供选择；公司活塞机出口主要采用 ODM 模式，相较于欧圣电气 ODM 和品牌授权相结合模式下毛利率相对较低。

（二）发行人活塞机在欧洲市场的份额是否存在被欧圣电气等同行竞争对手取代的风险

公司多年来深耕欧洲市场，获得多项国内和国际认证，具有研发设计优势、规模化生产能力，主要客户粘性强，与客户建立了长期稳定的合作关系，在欧洲市场份额被欧圣电气等同行竞争对手取代的风险较低，具体分析如下：

1、产品研发设计优势与规模化生产优势

公司自成立以来，专注从事小型活塞式空压机的技术研究，积累了雄厚的技术基础，已在活塞机产品制造领域形成了完善成熟的技术体系，奠定了公司在活塞机产品性能、品质和电机效率等方面的优势地位。截至本回复出具日，公司拥有与活塞机产品相关的专利 42 项，掌握了与活塞机相关的无油低噪音技术、低噪音阀板设计技术、防油雾呼吸器技术等多项核心生产技术。公司具备包括主机、电机、压力容器等核心部件以及整机的自主加工生产能力，通过引进一系列先进的生产设备，实现从原材料钢板到成品储气罐全自动流水线作业，形成一定的规模化优势，为产品品质控制、供货能力、技术成果转化提供了有力保障。

公司依靠产品研发设计优势、规模化优势以保证产品品质控制与稳定的供货能力，保持在行业中的竞争力，在欧洲市场份额被欧圣电气等同行竞争对手取代的风险较小。

2、客户粘性强，与主要客户合作稳定

公司主要客户为全球知名品牌商或零售商，其对国内空压机制造商在技术和产品质量方面有严格的标准体系，一旦选定供应商，倾向于长期合作，呈现出较高的客户粘性。特别是在单次采购量大、交货周期短的情况下，引进新的供应商，很可能因未能按时交付，或者设计风格、工艺要求不符需求，影响其销售计划。考虑到活塞机产品性能的稳定性和可靠性，客户在选择国内空压机制造商时会重点考察供应商的研发、试验、过程保证、成本控制、质量控制、供货能力及经营情况等方面，整个过程审慎严格、周期漫长，且一般会选择规模较大、技术实力较强的企业。公司通过十多年来的积累，拥有活塞机核心零部件自主研发与一体化生产能力，掌握了无油低噪音技术、低噪音阀板设计

技术、防油雾呼吸器技术等多项核心生产技术，生产工艺成熟，产品性能稳定，已经与国外知名品牌、零售商建立了良好的合作关系。公司直联有油活塞机节能高效、性能稳定、经久耐用、具有较高的性价比，在推出该产品早期即与 WOODSTER GMBH、AIRPRESS 集团、TRUPER 集团、EINHELL 集团等客户建立了合作关系，合作时间均已超过 9 年，与 FNA 集团合作时间接近 5 年，与主要客户之间已经建立的高度信任和合作基础，因此公司在欧洲市场的份额被欧圣电气等同行竞争对手取代的风险相对较小。

3、活塞机销售收入稳定增长，在手订单充足

报告期内，公司活塞机前五大客户的销售收入分别为 25,324.02 万元、17,617.58 万元、18,193.68 万元和 11,268.32 万元，受第一大客户 WOODSTER GMBH 活塞机大额促销订单因素影响，2018 年度公司活塞机收入处于高位水平，除去 2018 年度大额促销订单影响，报告期内公司活塞机要客户销售收入整体呈增长趋势。截至 2021 年 12 月末，公司活塞机在手订单金额（不含税）为 10,621.41 万元，在手订单台数为 200,062 台，在手订单充足。公司活塞机的销售收入整体呈增长趋势，当前在手订单充足，公司在欧洲市场的份额被欧圣电气等同行竞争对手取代的风险相对较小。

4、稳定的品牌、零售商销售渠道

当前，空压机行业技术发展较为成熟、市场竞争较为充分。公司产品主要出口欧洲市场，欧圣电气产品主要出口北美市场，欧洲、北美市场已经形成较为稳定的竞争格局，新市场的前期开拓不仅需要严格的产品认证，且需要长时间开发与培育目标客户，具有较高的销售渠道壁垒。

公司在欧洲市场已经建立了稳定的知名品牌、零售商销售渠道。公司直联有油活塞机节能高效、性能稳定、经久耐用、具有较高的性价比，在欧洲市场积累了丰富的客户资源。目前，公司与 WOODSTER GMBH、AIRPRESS 集团、TRUPER 集团、FNA 集团、EINHELL 集团等国际知名品牌、零售商建立了长期、稳定的合作关系，销售渠道稳定可靠，公司在欧洲市场份额被欧圣电气等同行竞争对手取代的风险较小。

综上所述，公司注重产品研发设计能力，形成规模化生产优势，保证产品

品质控制与稳定的供货能力，保持在行业中的竞争力；公司与活塞机主要客户的粘性较强，保持长期稳定的合作；活塞机的销售收入整体呈增长趋势，在手订单充足；国际市场存在一定的销售渠道壁垒，公司在欧洲市场拥有稳定的销售渠道；因此，公司在欧洲市场的份额被欧圣电气等同行竞争对手取代的风险较小。

四、结合客户结构、定价差异等因素说明螺杆机 OBM 产品与 ODM 产品收入变动趋势不一致的原因及合理性；结合 OBM 产品收入下滑的情形说明自主品牌建设面临的劣势和风险；结合产品性能、核心竞争力等说明发行人螺杆机、鼓风机产品与同行业公司相比的优劣势

（一）结合客户结构、定价差异等因素说明螺杆机 OBM 产品与 ODM 产品收入变动趋势不一致的原因及合理性

报告期内，公司螺杆机 OBM 产品与 ODM 产品收入情况如下：

单位：万元

销售模式		2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
螺杆机	OBM	9,045.98	53.38%	18,298.30	52.64%	18,667.34	61.71%	17,039.97	48.90%
	ODM	7,900.79	46.62%	16,461.93	47.36%	11,583.53	38.29%	17,804.79	51.10%
	合计	16,946.77	100.00%	34,760.23	100.00%	30,250.87	100.00%	34,844.75	100.00%

报告期内，公司螺杆机 OBM 产品与 ODM 产品收入变动趋势为 OBM 产品占比总体呈上升趋势，ODM 产品占比总体呈下降趋势。

定价方面，公司螺杆机 OBM 模式下以经销为主，螺杆机 OBM 经销模式与 ODM 模式在产品定价方面均采用以成本加成的基础上确定产品出厂价格，在具体价格确定过程中会综合考虑当期市场行情、竞争激烈程度、客户订单数量、客户综合实力等因素进行一定调整。报告期内公司螺杆机主要产品系列在 OBM 经销和 ODM 模式下平均规格和平均单价情况如下：

销售模式	产品系列	2021 年 1-6 月			2020 年度			2019 年度			2018 年度		
		收入占比	平均规格 (HP/台)	平均单价 (万元/台)	收入占比	平均规格 (HP/台)	平均单价 (万元/台)	收入占比	平均规格 (HP/台)	平均单价 (万元/台)	收入占比	平均规格 (HP/台)	平均单价 (万元/台)
OBM	鑫霸	29.72%	152.77	11.22	20.32%	130.86	9.70	22.57%	132.63	9.87	20.57%	119.83	8.05

经销	王												
	超能王	2.23%	31.56	1.46	2.76%	31.59	1.30	5.63%	31.46	1.42	5.42%	30.61	1.48
	金霸王	18.92%	42.22	1.64	17.74%	40.13	1.44	22.11%	33.02	1.31	63.76%	25.86	0.99
	小霸王/小精灵	47.97%	19.48	0.62	59.07%	21.96	0.61	49.60%	20.01	0.60	9.79%	22.25	0.69
ODM	鑫霸王	3.31%	67.67	4.51	3.23%	58.87	4.15	6.27%	70.00	5.15	9.83%	76.44	4.80
	超能王	6.96%	33.80	1.61	8.30%	34.59	1.50	2.09%	29.74	1.58	0.55%	29.51	1.61
	金霸王	40.27%	22.65	1.34	36.62%	25.68	1.27	64.66%	23.46	1.12	77.98%	22.00	0.91
	小霸王/小精灵	49.32%	18.54	0.52	51.83%	19.39	0.52	26.96%	18.63	0.56	8.35%	18.76	0.64

如上表所示，报告期内公司螺杆机在 OBM 经销和 ODM 模式下平均单价差异主要与产品系列和产品规格相关，总体上同一产品系列平均规格越大，平均单价越高，OBM 经销和 ODM 客户不存在明显的定价差异。其中，2018 和 2019 年超能王 ODM 客户平均规格比 OBM 经销客户略小，平均单价较高，主要原因系 2018 年 2019 年超能王系列收入整体规模较小，其中有部分境外 ODM 客户拉高了整体单价。

客户结构方面，螺杆机 OBM 模式下主要客户为经销商，客户集中度相对较低；螺杆机 ODM 模式下主要客户为大型五金连锁超市、国内外品牌商/贸易商，客户集中度相对较高，具体情况如下：

1、螺杆机 OBM 模式下主要客户销售情况

期间	序号	客户名称	收入金额 (万元)	占该类业务收入 比例
2021 年 1-6 月	1	青岛泰能达机电设备有限公司	876.81	9.69%
	2	石家庄金豹气动工具有限公司	317.12	3.51%
	3	武汉励晟节能工程设备有限公司	316.29	3.50%
	4	中山市菲力士包装系统有限公司	216.46	2.39%
	5	广州神能机电设备有限公司	153.87	1.70%
	合计		1,880.55	20.79%
2020 年 度	1	青岛泰能达机电设备有限公司	1,128.91	6.17%
	2	常州宙斯盾动力机械有限公司	411.11	2.25%

期间	序号	客户名称	收入金额 (万元)	占该类业务收入 比例
	3	中山市菲力士包装系统有限公司	390.36	2.13%
	4	张家港阿富达机械有限公司	360.51	1.97%
	5	苏州中材建设有限公司	344.35	1.88%
	合计		2,581.87	14.11%
2019 年 度	1	青岛泰能达机电设备有限公司、青 岛力得士机械有限公司	1,269.86	6.80%
	2	浙江未来之星五金机电有限公司	1,241.84	6.65%
	3	石家庄金豹气动工具有限公司	663.97	3.56%
	4	临沂厚德机电设备有限公司	311.87	1.67%
	5	常州宙斯盾动力机械有限公司	297.58	1.59%
	合计		3,785.12	20.28%
2018 年 度	1	青岛泰能达机电设备有限公司	844.89	4.96%
	2	张家港阿富达机械有限公司	424.1	2.49%
	3	滨州顺祥空压设备有限公司	390.81	2.29%
	4	江苏道瑞机械有限公司	370.27	2.17%
	5	揭阳市潮气机电设备有限公司	332.48	1.95%
	合计		2,362.55	13.86%

报告期内，公司螺杆机前五大 OBM 客户占 OBM 收入总额的比重分别为 13.86%、20.28%、14.11%和 20.79%，螺杆机 OBM 客户集中度相对较低。

2、螺杆机 ODM 模式下主要客户销售情况

期间	序号	客户名称	收入金额 (万元)	占该类业务收入 比例
2021 年 1-6 月	1	浙江未来之星五金机电有限公司	3,155.09	39.93%
	2	俄罗斯 MASHIMPORT LLC	442.32	5.60%
	3	巴西 TECHTO BRAZIL COMERCIO DE MAQUINAS E EQUIPAMENTOS LTDA	269.41	3.41%
	4	江苏东成机电工具有限公司	230.71	2.92%
	5	浙江泉有机电有限公司	106.83	1.35%
	合计		3,682.55	46.61%
2020 年 度	1	浙江未来之星五金机电有限公司	4,808.53	29.21%
	2	AIRPRESS 集团	1,463.01	8.89%
	3	俄罗斯 MASHIMPORT LLC	934.87	5.68%
	4	浙江泉有机电有限公司	576.86	3.50%

期间	序号	客户名称	收入金额 (万元)	占该类业务收入 比例
	5	台州市泰业物资贸易有限公司	450.2	2.73%
	合计		6,434.69	39.09%
2019 年 度	1	浙江未来之星五金机电有限公司	2,206.72	19.05%
	2	AIRPRESS 集团	1,201.49	10.37%
	3	俄罗斯 MASHIMPORT LLC	552.84	4.77%
	4	泰国 ULTRA-COMPRESSOR CO.,LTD	459.92	3.97%
	5	南非 UAG Auto and General Engineering CC	316.39	2.73%
	合计		2,978.68	25.71%
2018 年 度	1	浙江未来之星五金机电有限公司	1,974.08	11.09%
	2	浙江汉固达网络信息技术有限公司	740.23	4.16%
	3	上海越煜压缩机有限公司	456.86	2.57%
	4	泰国 ULTRA-COMPRESSOR CO.,LTD	404.36	2.27%
	5	广州神能机电设备有限公司	396.99	2.23%
	合计		3,950.33	22.19%

报告期内，公司螺杆机前五大 ODM 客户占 ODM 收入总额的比重分别为 22.19%、25.71%、39.09%和 46.61%，螺杆机 ODM 客户集中度呈不断上升的趋势。

报告期内，浙江未来之星五金机电有限公司（以下简称“未来之星”）主要以 ODM 模式与公司进行合作，但 2019 年度因为其自身品牌差异化管理需要，向公司采购了部分自主品牌的螺杆机，2019 年度公司对未来之星 OBM 模式下实现销售收入 1,241.84 万元，2019 年度公司对未来之星 ODM 模式下实现销售收入 2,206.72 万元，导致 2019 年度公司螺杆机 OBM 模式收入占比较高；2020 年度未来之星自身品牌建设完善，其主要采用 ODM 模式与公司进行合作，2020 年度公司对未来之星 ODM 模式下实现销售收入 4,808.53 万元，因此 2020 年度公司螺杆机 ODM 模式收入占比较 2019 年度有所上升。

此外，2019 年度公司着重加强螺杆机自主品牌建设，在保证主要 ODM 客户产品供应的同时，优先进行 OBM 产品的生产排产，引导客户加大对公司 OBM 产品的采购，并开始对螺杆机 OBM、ODM 产品款式进行差异化设计。受优先推广、排产 OBM 产品以及 ODM 产品款式更改等因素影响，ODM 产品产

能和交期受到一定影响，导致部分 ODM 客户订单流失，2019 年度螺杆机 OBM 产品收入占比较高；2020 年度公司螺杆机 OBM、ODM 产品的生产排产同步运行，ODM 产品交期回归正常水平，因此 2020 年度螺杆机 ODM 产品收入占比较 2019 年度有所上升。报告期内，公司着力打造自主品牌形象，螺杆机 OBM 产品整体呈上升趋势，ODM 产品整体呈下降趋势，OBM 产品与 ODM 产品收入变动趋势不一致存在合理性。

（二）结合 OBM 产品收入下滑的情形说明自主品牌建设面临的劣势和风险

报告期内，公司与东亚机械 OBM 模式下各产品收入情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
螺杆机	9,045.98	18,298.30	18,667.34	17,039.97
活塞机	252.64	349.94	200.10	1.42
离心式鼓风机	2,609.63	5,244.49	566.87	-
公司合计	11,908.25	23,892.73	19,434.30	17,041.39
东亚机械螺杆机	42,741.95	63,793.18	47,991.43	44,277.04

报告期内，公司产品整体 OBM 收入呈稳步增长的趋势，自主品牌建设情况整体保持良好。2020 年度公司螺杆机 OBM 收入相比 2019 年略有下降，主要原因系 2019 年度未来之星因其自身品牌差异化管理需要，向公司采购了部分自主品牌的螺杆机，2019 年度公司对未来之星 OBM 模式下实现销售收入 1,241.84 万元，2019 年度公司螺杆机 OBM 收入相对较高。剔除 ODM 主要客户未来之星 2019 年 OBM 销售收入后，报告期内公司螺杆机 OBM 销售收入分别为 17,039.97 万元、17,425.50 万元、18,298.30 万元、9,045.98 万元，整体呈增长趋势。

同行业可比公司东亚机械螺杆机 OBM 收入逐年上升，主要原因系东亚机械自主品牌建设时间较早，经过多年的品牌和销售渠道建设，其螺杆机产品拥有较高的品牌知名度和客户认可度。

公司自主品牌建设面临的劣势和风险包括以下几个方面：

1、品牌建设起步较晚、建设所需时间较长

同行业可比公司如开山股份、鲍斯股份、汉中精机、东亚机械等均较早开始对自有品牌进行建设运营，目前已形成一定的品牌影响力，具有一定的先发优势。而公司发展自主品牌的时间相比同行业较晚，品牌建设推广难度相对较大，且自主品牌建设通常需要一个长时间的过程，终端客户对品牌的认知也需要不断通过产品使用和宣传加以提高，自主品牌建设的经营成果可能需要较长的发展时间才能取得明显的效果，具有一定的不确定性。

2、品牌推广效益不及预期

由于自主品牌建设需要对行业展会、广告及业务人员市场推广等方面进行营销费用的投入，相关投入能否对公司业绩提供相应的增长具有不确定性，品牌推广效益存在不及预期的风险。

自主品牌建设虽然面临风险及劣势，但发展自主品牌有利于公司未来长久发展。基于公司多年空压机行业的深耕，客户对公司产品研发设计、能效水平、生产制造、质量控制等方面的认可，以及目前公司发展自主品牌产品取得的成效，未来公司发展自主品牌模式失败的风险较小。

（三）结合产品性能、核心竞争力等说明发行人螺杆机、鼓风机产品与同行业公司相比的优劣势

1、螺杆机

公司与同行业可比公司生产的螺杆机在产品性能方面的对比情况如下：

项目	开山股份	鲍斯股份	东亚机械	鑫磊股份
产品示例				
产品结构	单级压缩：主机+联轴器+电机 两级压缩：主机+联轴器+齿轮箱+电机	单级：主机+联轴器+电机 两级：主机+联轴器+齿轮箱+电机	主机与电机同轴一体式结构	主机与电机同轴一体式结构
型线	自主开发	自主开发	自主开发	自主开发的先进 v 型线
传动效率	97%	97%	100%	100%

项目	开山股份	鲍斯股份	东亚机械	鑫磊股份
排气压力	6-13ba	4-10bar	2-10bar	3-13bar
气体洁净度	悬浮油含量≤1ppm	悬浮油含量≤1ppm	悬浮油含量≤1ppm	悬浮油含量≤1ppm
产品能效	单级：国标二级 两级：国标一级	单级：国标二级 两级：国标一级	单级：国标一级 两级：国标一级	单级：国标一级 两级：优于国标一级
运维成本	运维成本高，齿轮加工，装配精度受限，齿轮、轴承故障率高	运维成本高，齿轮加工，装配精度受限，齿轮、轴承故障率高	同轴一体结构，无齿轮箱，运维成本低	同轴一体结构，无齿轮箱，运维成本低

数据来源：同行业可比公司官网、中国能效标识网
注：汉钟精机产品以制冷压缩机为主，无法获取其螺杆机相关数据。

从上表产品性能对比可以看出，公司螺杆空压机采用同轴一体式设计，传动效率相对较高，节能效果较为突出，并具有无极调速、运行平稳、噪声低、含油量低、排气压力范围大、运维成本低等性能指标优势。

公司自设立以来即专注于空压机设备的研发、制造，经过十几年来持续的研究与测试，基于大量不同应用场景的积累，在关键部件的研发生产如转子型线设计、电机设计、油气分离系统设计、机头内部设计、喷油量控制设计等方面有了相当程度的提升与突破，在耐磨材料性能指标控制、生产工艺、不同运行阶段分析试验、疲劳试验等不同研发与生产环节有了相当丰富的经验，同时形成了一系列专利权、软件著作权与核心技术。公司核心技术包括型线设计技术、传动技术、整机控制系统、油气分离技术、电机设计技术、降噪技术、可变低压启动技术等，在核心竞争力方面具有与同行业可比公司相比具有一定的优势。

综上所述，与同行业可比公司相比，公司螺杆机空压机产品性能较好，具有核心竞争力，具有较强的竞争优势。

2、鼓风机

同行业可比公司中，山东章鼓鼓风机产品主要为罗茨鼓风机，金通灵鼓风机产品主要为大型工业鼓风机、通风机、煤气鼓风机、焦炉鼓风机、多级高压离心鼓风机、单级高速离心鼓风机等。前述鼓风机产品与公司生产的离心式鼓风机在产品性能方面的对比情况如下：

项目	山东章鼓	金通灵	鑫磊股份
主要产品类型	罗茨鼓风机	大型工业鼓风机、通风机、煤气鼓风机、焦炉	空气悬浮离心式鼓风机、磁悬浮离心式鼓风

项目	山东章鼓	金通灵	鑫磊股份
		鼓风机、多级高压离心鼓风机、单级高速离心鼓风机	机、陶瓷滚珠轴承离心式鼓风机
产品示例			
应用场景	化工、水泥、污水处理、钢铁、电力、冶金、煤炭、粮油等行业	钢铁冶炼、火力发电、新型干法水泥、石油化工、污水处理、余热回收及核电等领域	水泥、污水处理、纺织、建材、医疗、食品等行业
产品结构	电机、联轴器、机壳、墙板、叶轮、同步齿轮、公东轴承油箱、消声器等组成	电机、联轴器、蜗壳、叶轮、增速齿轮箱、微型油站、供油泵、箱式进气过滤器、控制器	高速永磁同步电机，三元流叶轮、高速变频器、箱体，进风过滤器
产品特点	容积式风机、振动、噪声、能耗大，需要润滑系统。鼓风机转速 ≤ 3000 转/分钟，转子的转动惯量小	透平式风机、振动、噪声、能耗相对较小，需要润滑系统。鼓风机转速接近 2 万转/分钟，转子的转动惯量小	透平式风机，一体化紧凑型设计，无需齿轮箱增速器及联轴器，由高速电机直接驱动，变频启动、悬浮轴承无摩擦运行 高速永磁同步电机转速达 2 万-5 万转/分钟。
产品体积	体积大、重量大，占地空间大	体积大、重量大，占地空间大	体积小、轻便、占地空间小
风量和压力调节范围	无法调节	进口导叶调节、风量调节范围 50-100%	变频调节，风量调节范围 45-100%
噪音水平	噪音大、振动大	噪音较大	噪声小、振动小， $\leq 80\text{dB}$
气体洁净度	设备运行齿轮箱等需润滑油润滑，漏油会造成气体含油	设备运行齿轮箱等需润滑油润滑，漏油会造成气体含油	设备运行无需润滑，气体完全无油
产品能效	能耗高，产品能效低	能耗较高，产品能效较低	能耗低，较罗茨风机等传统风机节能达 30%以上，产品能效高
使用寿命	5-10 年	10 年以上	20 年以上
设备安装	安装复杂，因产品振动大、噪声高，设备安装需要加装地面固定装置，	安装复杂，因产品振动大、噪声高，设备安装需要加装地面固定装置	安装简单，产品运行震动小、噪声低，设备安装无需基础固定
运维成本	运维成本高，定期更换进口过滤器、润滑油，齿轮、轴承故障率高	运维成本较高，定期更换进口过滤器、润滑油，齿轮、轴承故障率	运维成本低，只需定期更换进风过滤器，轴承运行无摩擦，无需润滑

项目	山东章鼓	金通灵	鑫磊股份
		高	

数据来源：同行业可比公司官网

从上表产品性能对比可以看出，公司生产的离心鼓风机产品较罗茨风机等传统风机产品节能效果可达 30%以上，节能效果突出，并具有运行平稳、噪声低、清洁无油、占地空间小、运维成本低等优势。目前国内具有离心鼓风机整机生产能力的厂商较少，市场竞争缓和，同行业可比公司中山东章鼓、金通灵鼓风机类业务以销售罗茨风机等传统风机为主。公司鼓风机产品的关键组成部分包括三元流叶轮、高速电机、整机控制系统，公司在上述领域掌握了多项专利技术与非专利技术，如三元流叶轮技术、高速永磁同步电机技术、整机智能控制系统。综上所述，与同行业可比公司相比，公司鼓风机产品性能较好，具有核心竞争力，具有较强的竞争优势。

五、结合终端客户需求、下游市场空间、相对稳定的竞争格局、在手订单、同行业公司的业绩表现等说明各类产品收入增长的可持续性、发行人的业绩成长性

（一）螺杆机

1、终端客户需求、下游市场空间

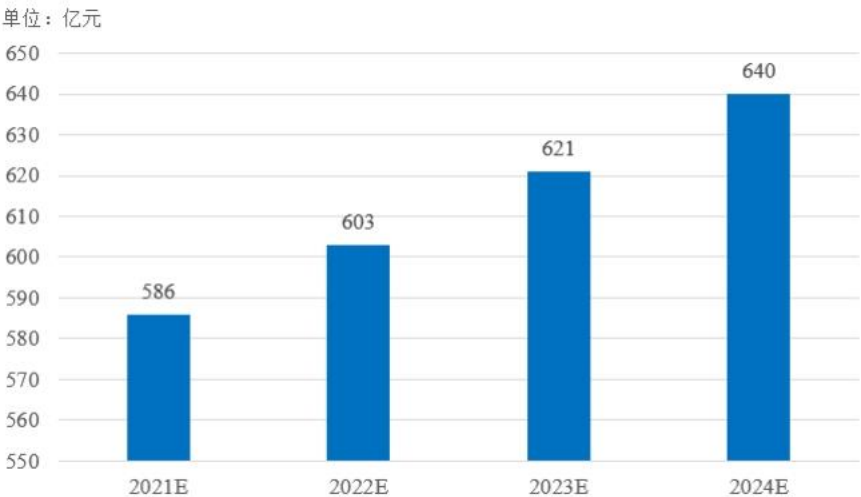
螺杆式空压机作为一种重要的动力提供设备，具备能源效率高、成本低、环保、可移动性、提供可变压力等优势，广泛应用于各个工业领域，随着全球压缩机技术的不断进步，空气压缩机的应用领域已经突破传统领域，向更多新兴领域不断延伸，终端客户需求较广，下游市场空间较大。

公司螺杆机以国内市场为主，报告期内螺杆机境内收入分别为 31,177.85 万元、25,153.11 万元、29,560.51 万元、13,528.69 万元，占比分别为 89.48%、83.15%、85.04%、79.83%。我国现在正处于产业升级关键阶段，《中国制造 2025》提出推进制造业结构调整、全面推动绿色制造、强化工业基础能力、提高制造业国际化水平及提高国家制造业创新能力，推动我国传统制造业转型升级。空气压缩机行业作为我国工业生产提供基础动力的重要行业，是产业结构调整 and 工业升级的先导产业，新一轮的产业调整升级将为我国空气压缩机行业的发展提供强有力支撑。同时，随着国内螺杆式空压机产品性能不断提升，国

内厂家采购国产螺杆式空压机的意向已基本形成，为国产螺杆式空压机企业带来了巨大的市场需求和发展空间。公司生产的螺杆式空气压缩机产品为工业用空气压缩机，主要应用于各大工业领域，市场前景可期。

根据中国压缩机网调研显示，预计 2021 年-2024 年，我国空气压缩机市场规模将保持在 3%左右的增速，增速相对放缓，2024 年市场规模将达到 640 亿元。2020 年 1 月，工信部制定了《2020 年工业节能监察重点工作计划》，要求对空压机重点用能产品设备使用企业实施专项监察，督促企业淘汰达不到强制性能效标准限定值的低效产品。因此，随着未来环保要求的逐渐提高，空压机市场中高能效产品的需求将进一步扩大，而公司螺杆机均达到国家 1、2 级能效，属于高能效产品。

2021-2024 年中国空压机市场规模预测



数据来源：前瞻产业研究院

境外市场方面，报告期内，境外螺杆机收入分比为 3,666.90 万元、5,097.76 万元、5,199.72 万元、3,418.07 万元，占比分别为 10.52%、16.85%、14.96%、20.17%。公司螺杆机境外收入主要来自欧洲等发达国家以及亚洲、南美洲等国外新兴市场，欧洲、亚洲、南美洲螺杆机收入合计占公司螺杆机境外收入比例分别为 76.54%、81.84%、92.33%、93.69%。欧洲等发达国家地区工业化程度较高，对螺杆机的需求较大，螺杆机市场份额主要被国际著名螺杆机厂商占据，但目前国内同类型产品与国际知名品牌在生产能力、制造水平、产品质量、可靠性上已经日趋接近，并且与国际品牌相比具有较高的性价比优势，

未来市场发展空间较大；国外新兴市场方面，国家“一带一路”、“走出去”等经济发展战略为国内压缩机产能输出提供了良好机遇，“一带一路”沿线国家正处于发展建设期，需要大量的基础动力能源机械，中国压缩机产品在这些新兴市场具有广阔的发展空间。

2、竞争格局

在国内市场，以阿特拉斯、英格索兰、美国寿力为代表的国际企业在空压机高端市场处于优势地位，这些企业进入我国空压机市场时间较长，技术研发实力强，前期投入大量资本已在我国形成较大的生产规模，长期建立的品牌形象与完善的管理体系使其拥有较高的客户忠诚度，在我国市场具有较强竞争实力。近年来，随着国内空压机企业经过不断积累成长，出现了以开山股份、鲍斯股份、东亚机械等为代表的优质企业，技术水平及生产制造能力不断提升，且相对外资品牌产品具有性价比优势，逐渐实现了对外资品牌产品的部分替代。在中低端产品市场，产品同质化严重，市场竞争激烈，此类企业由于缺乏成本优势和核心竞争力，在未来市场发展中，将面临被大型企业挤压市场份额或吸收兼并的可能性。

随着国内空压机产品性能不断提升，国内厂家采购国产空压机的意向已基本形成，为国产空压机企业带来了巨大的市场需求和发展空间。公司设立之初主要产品为小型活塞机，经过多年研发，进入螺杆机领域后，攻克了螺杆主机铸造、生产和测试等技术难关，成功开发并批量化生产节能型螺杆机产品。公司早期注重依靠规模化生产加工能力、产品高性价比优势进入并占有市场份额，主要以 ODM 模式开展业务。经过多年的积累，公司在技术创新、产品种类、品质控制和客户服务等方面都具有较强竞争力，在市场上已具有一定的影响力，公司螺杆机具有较强的竞争优势。

3、在手订单

截至 2021 年 12 月末，公司螺杆式空压机在手订单金额（不含税）为 1,922.07 万元，在手订单台数为 1,212 台，螺杆式空压机交付周期较短且客户主要为 OBM 经销、ODM 客户，客户通常在有需求时向公司下单，订单执行周期较短，因此螺杆式空压机在手订单金额相对较低。

4、同行业公司的业绩表现

报告期内，螺杆式压缩机同行业可比公司的营业收入如下：

单位：万元

公司名称	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
开山股份	137,118.22	223,149.53	203,656.13	199,613.99
鲍斯股份	49,802.60	96,167.23	78,408.27	74,322.90
东亚机械	42,741.95	63,793.18	47,991.43	44,277.04
合计	229,662.77	383,109.94	330,055.83	318,213.93

注：汉钟精机未详细披露螺杆机整机产品销售收入数据。

2018 年至 2020 年，螺杆式空压机同行业可比公司营业收入均保持增长态势，上述公司合计收入由 2018 年的 318,213.93 万元增长至 2020 年的 383,109.94 万元，年复合增长率达到 9.72%，螺杆式空压机市场保持稳定的增长。

5、量化分析公司螺杆机产品收入增长的可持续性

单位：万元

产品	销售地域	业务模式	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
			金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
螺杆机	境内	OBM 经销	7,911.61	46.69%	16,416.94	47.23%	16,635.15	54.99%	14,413.44	41.36%
		OBM 直销	657.29	3.88%	1,252.87	3.60%	1,489.01	4.92%	2,269.16	6.51%
		ODM	4,959.80	29.27%	11,890.70	34.21%	7,028.95	23.24%	14,495.25	41.60%
		小计	13,528.69	79.83%	29,560.51	85.04%	25,153.11	83.15%	31,177.85	89.48%
	境外	OBM 经销	473.22	2.79%	576.90	1.66%	509.26	1.68%	251.62	0.72%
		OBM 直销	3.86	0.02%	51.59	0.15%	33.92	0.11%	105.75	0.30%
		ODM	2,940.99	17.35%	4,571.23	13.15%	4,554.58	15.06%	3,309.53	9.50%
		小计	3,418.07	20.17%	5,199.72	14.96%	5,097.76	16.85%	3,666.90	10.52%
	合计		16,946.77	100.00%	34,760.23	100.00%	30,250.87	100.00%	34,844.75	100.00%

报告期内，公司螺杆机收入分别为 34,844.75 万元、30,250.87 万元、34,760.23 万元、16,946.77 万元，报告期内较为稳定，螺杆机收入增长的可持续性分析如下：

（1）境内收入增长可持续性

尽管我国空气压缩机市场规模增速相对放缓，但市场规模较大，预计 2024

年市场规模将达到 640 亿元，且其中高效产品的需求将进一步扩大，而公司螺杆机均达到国家 1、2 级能效，属于高效产品，因此公司螺杆机产品下游市场空间广阔，市场前景良好。

报告期内，公司螺杆机境内收入分别为 31,177.85 万元、25,153.11 万元、29,560.51 万元、13,528.69 万元。2019 年螺杆机收入较 2018 年下降较多，主要原因系 2019 年公司为区分 OBM 和 ODM 产品以加强自主品牌建设，对螺杆机 ODM 产品进行改款设计，ODM 产品产能和交期受到一定影响，导致部分 ODM 客户订单流失；2020 年螺杆机收入较 2019 年增长较多，主要原因系受新冠疫情影响，2020 年上半年我国口罩、熔喷布等防疫物资需求大增，螺杆机作为防疫物资生产系统中的基础动力设备，市场需求旺盛，加之新冠疫情得到控制后，我国经济复苏并恢复增长，宏观经济环境向好，复工复产的深入推进也带动了螺杆机下游市场需求的增长，同时，2020 年 ODM 产品交期已回归正常水平，ODM 产品销售收入回升，因此 2020 年度公司螺杆机整体销售增长较大；2021 年 1-6 月螺杆机收入略有下滑，主要原因系 2021 年国内新冠疫情缓和，口罩、熔喷布等防疫物资相应需求回落，同时 2020 年疫情期间大量用于生产防疫物资的螺杆机重新流入市场也对 2021 年产品销售产生一定负面影响。

报告期内公司螺杆机境内销售收入整体较为稳定，基于公司多年空压机行业的深耕，客户对公司产品研发设计、能效水平、生产制造、质量控制等方面的认可，未来公司螺杆机境内销售收入具有一定的增长空间。

（2）境外收入增长可持续性

螺杆机境外市场空间广阔，在欧美等发达国家市场，公司凭借较高的性价比及欧盟 CE 认证优势，进入国外品牌商长期合作名录；在亚洲、南美洲等国外新兴市场，公司紧跟国家“一带一路”、“走出去”等经济发展战略积极开拓市场。

报告期内，公司螺杆机境外销售收入持续增长，分别为 3,666.90 万元、5,097.76 万元、5,199.72 万元、3,418.07 万元，年复合增长率为 16.85%。因此，公司螺杆机境外收入增长具有可持续性。

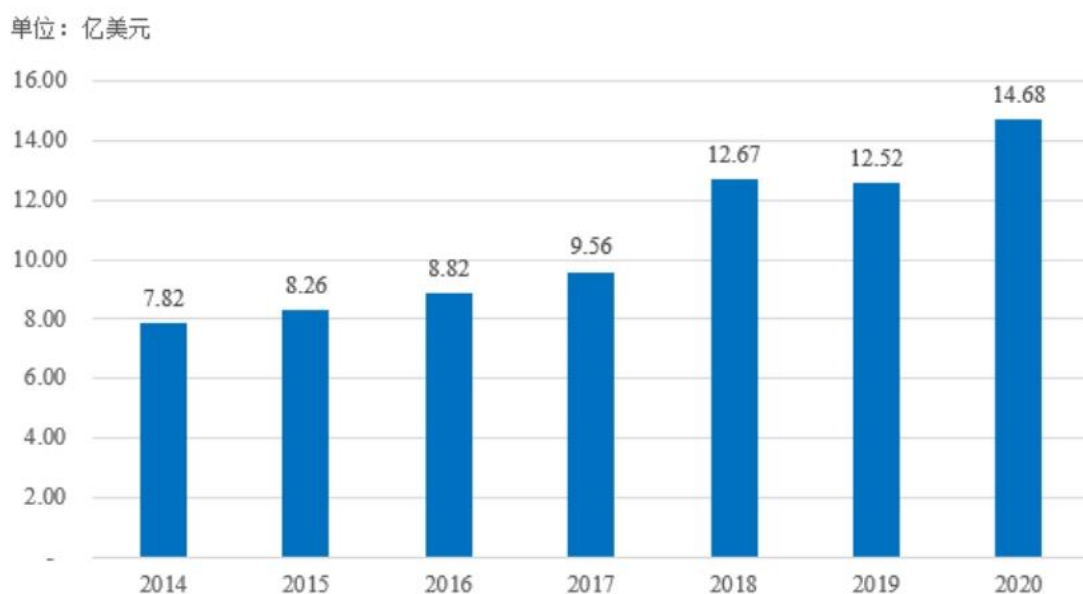
综上，公司螺杆机产品收入增长具有可持续性。

（二）活塞机

1、终端客户需求、下游市场空间

公司活塞机以国外市场为主，具有体积小、携带轻便、价格低、使用压力范围大的优势特征，广泛应用于家庭装修装饰、汽车维修、轻工业、医疗器械等领域。在欧美国家和地区，由于居民居住方式多为带庭院的独栋房屋，居民的汽车保有量高于其他地区，同时欧美地区的房屋翻修、汽车修配的人工成本较高，发达国家的居民尽量避免聘请收费较高的专业工匠和专业修理修配公司，人们尤其热衷于从家居建材用品零售商购买半成品及工具，在家自己组装的生活方式，因此对于活塞机的需求量较大。公司活塞机产品在欧洲、美洲等国家和地区终端客户需求较广，下游市场空间较大。

2014-2020 年空气及其他气体压缩机出口规模



数据来源：海关总署

在海外市场规模方面，2014 年我国空压机出口额为 7.82 亿美元，至 2020 年已达 14.68 亿美元，空压机出口额复合增长率达到 11.07%，市场总容量呈现不断上升态势。公司活塞机产品终端客户需求较广，下游市场空间较大。公司活塞机产品主要以出口欧洲市场为主，报告期各期，公司活塞机出口欧洲市场金额分别为 28,142.93 万元、18,747.84 万元、20,662.69 万元和 12,026.95 万元，占活塞机出口总额分别为 87.94%、89.01%、89.03%和 84.21%。

由于我国劳动力优势及强大的制造能力，欧美知名企业选择国内小型空压机企业通过 OEM/ODM 模式进行代工生产。通过获取活塞机前五大客户的问卷进行了解，从中国进口的小型空压机占欧洲市场所有小型空压机比例已经超过 70%。根据中国海关数据，我国空气及其他气体压缩机出口欧洲市场金额分别为 181,856.74 万元、198,655.13 万元、242,068.71 万元和 131,401.24 万元，公司活塞机出口欧洲市场占国内出口空压机出口金额比例分别为 15.48%、9.44%、8.54%和 9.15%，公司活塞机出口欧洲市场金额占全国空压机出口欧洲市场的比例仍较低，公司在欧洲小型空压机市场仍具有较大的市场空间。

2、竞争格局

欧洲市场、美国市场是全球小型空压机设备最主要的消费市场，由于我国劳动力优势及强大的制造能力，欧美市场上知名品牌企业主要选择国内小型空压机企业通过 OEM/ODM 模式进行代工生产，因此公司活塞机产品以国外市场为主。

与同行业可比公司欧圣电气相比，公司客户主要集中于欧洲市场，欧圣电气客户主要是北美小型空压机中高端品牌零售商。欧洲与北美市场在产品参数、产品款式需求、认证标准存在一定的差异。产品参数方面，欧洲市场活塞机产品参数通常为 220-240V/50HZ，北美市场则通常为 120V/60HZ；产品款式方面，受客户审美与市场需求影响，欧洲市场活塞机款式多为经典、耐用款，北美市场活塞机产品款式丰富，能满足多样的个性化需求；认证标准方面，欧洲市场需要取得 CE、GS 等认证，美国市场则要求 ETL、CSA、ASME 等认证，不同的认证标准对于产品的特性、规格等分别有着严格的规定。目前，欧洲、北美市场已经形成较为稳定的竞争格局，新市场的前期开拓不仅需要严格的产品认证，且需要长时间开发与培育目标客户，因而短期内进入新的市场具有较大的难度。

与欧洲市场上主要竞争对手相比，在质量控制方面，公司活塞机主要零部件自主研发、自主生产，保障产品整体质量可控，同时定期接受第三方专业认证机构和检验机构的审核，为公司产品质量提供有力的保障；在产品种类上，公司产品系列认证齐全，能为客户在款式、设计、外观上提供更加丰富的选择；在供货能力上，公司实现规模化生产，不仅保障持续稳定的供货能力，同时能

在保持产品品质的情况下有效控制生产成本，为客户提供更有性价比的产品。公司产品质量优越、性能稳定、认证齐全、性价比高，具有持续稳定供货能力，因而在欧洲市场上具有明显的竞争优势，占据了一定的市场份额。

公司具有持续稳定的供货能力、完善的质量控制体系，产品具有较高的性价比，得到了德国 SCHEPPACH 集团、德国 EINHELL 集团、意大利 FNA 集团、波兰 AIRPRESS 集团、墨西哥 TRUPER 集团、瑞典 BIRGA 等欧美知名客户的认可与信任，与之建立了长期稳定的合作关系，保持较强的粘性。此类客户前期对供应商的考察周期长且选择程序较为严格，对进入其合格供应商名录的国内企业不轻易更换，会保持长期稳定的合作。

根据《中国通用机械工业年鉴 2019》、《中国通用机械工业年鉴 2020》的统计数据，2018、2019 年公司空压机出口业务连续排名第 2 位，是国内主要的空气压缩机生产与出口企业之一，特别是小型活塞式空气压缩机，已销往 100 多个国家和地区，市场份额排名前列，具有较强的竞争地位。

3、在手订单

截至 2021 年 12 月末，公司活塞式空压机在手订单金额（不含税）为 10,621.41 万元，在手订单台数为 200,062 台，活塞式空压机以外销 ODM 模式为主，公司与主要外销客户合作期较长，单个客户采购规模较大，外销客户通常参照前期合作经验，结合其销售计划、产品采购需求和公司供货能力等因素与公司提前确定订单，订单周期相对较长，一般 2-6 个月交货，活塞机在手订单较为充足。

4、同行业公司的业绩表现

报告期内，活塞式压缩机同行业可比公司的营业收入如下：

单位：万元

公司名称	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
欧圣电气	25,394.86	50,367.28	34,579.60	41,501.85
东亚机械	2,313.12	4,219.93	4,657.31	5,570.30
合计	27,707.98	54,587.21	39,236.91	47,072.15

2018 年至 2020 年，活塞式空压机同行业可比公司营业收入整体保持增长

态势，上述公司合计收入由 2018 年的 47,072.15 万元增长至 2020 年的 54,587.21 万元，年复合增长率达到 7.69%，活塞式空压机市场保持稳定的增长。

5、量化分析公司活塞机产品收入增长的可持续性

活塞机产品终端客户需求稳定，下游市场空间较大且主要以欧美等发达国家区域为主，向该区域销售活塞机产品主要以与知名品牌商、零售商合作的方式开展。其中，欧洲市场小型空压机主要以进口为主，结合活塞机前五大客户的问卷进行了解，从中国进口的小型空压机占欧洲市场所有小型空压机比例已经超过 70%。此外，我国空压机出口额 2014 年至 2020 年复合增长率已达到 11.07%，增长较快。

公司是国内主要的空气压缩机生产与出口企业之一，特别是小型活塞式空气压缩机，已销往 100 多个国家和地区，市场份额排名前列，具有较强的竞争地位。报告期内，公司活塞式空压机各产品类型收入占比情况如下：

产品类型	项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
直联有油 活塞机	销售收入（万元）	12,954.32	22,340.60	20,133.25	31,541.61
	销售占比	78.15%	81.11%	81.25%	88.85%
直联无油 活塞机	销售收入（万元）	1,994.45	2,992.29	2,629.44	1,815.65
	销售占比	12.03%	10.86%	10.61%	5.11%
皮带式活 塞机	销售收入（万元）	1,627.25	2,209.43	2,015.19	2,140.96
	销售占比	9.82%	8.02%	8.13%	6.03%
合计	销售收入（万元）	16,576.02	27,542.31	24,777.87	35,498.21
	销售占比	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

在存量市场方面，公司与现有活塞机直联有油客户深度合作，为客户交付高品质、高性价比的产品。剔除 2018 年 WOODSTER GMBH 客户约 7,159.68 万元的直联有油活塞机大额促销单后，直联有油活塞机各期销售收入分别为 24,381.93 万元、20,133.25 万元、22,340.60 万元和 12,954.32，整体较为稳定。

在增量市场方面，公司积极拓展境外欧洲市场无油机和国内新能源客车市场，具体情况如下：

（1）境外欧洲市场无油机市场

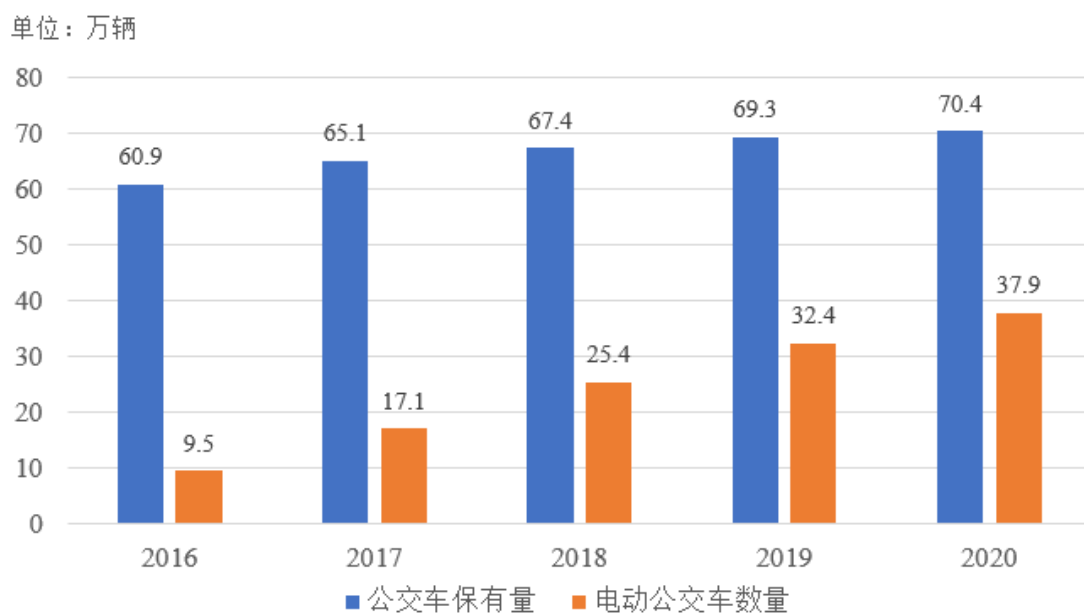
在境外欧洲市场无油机领域，因公司采取与存量客户深度合作、主推直联

有油活塞机的策略且受限于产能，直联无油活塞机销售规模较低。通过获取活塞机前五大客户的问卷进行了解，欧洲市场直联有油活塞机占比约为 40%-50%，直联无油活塞机占比约为 30%-40%，直联无油活塞机在欧洲地区也具有较大的市场容量。为进一步提升公司在小型空压机行业的市场份额，公司在满足现有直联有油活塞机订单的生产和交付基础上，也逐步加大对直联无油活塞机的研发和生产投入，从 2019 年开始推出多种规格、型号的串激无油、静音无油等直联无油活塞机，由于新产品认证获取时间较长，国外客户也需要全面评估新产品的质量、稳定性，考察周期较长，需要一定时间才能形成稳定、较大规模的合作关系。报告期内，公司出口直联无油活塞机销售金额分别为 1,250.01 万元、1,669.06 万元、1,752.15 万元和 1,434.52 万元。随着公司直联无油活塞机逐步被客户认可，未来直联无油活塞机也将成为公司新的业绩增长点，截至 2021 年 12 月末，公司直联无油活塞机的在手订单金额（不含税）为 4,055.05 万元，在手订单台数为 91,099 台。

（2）国内新能源客车市场

在国内新能源客车领域，2018 年 6 月，交通运输部《八项重点任务攻坚污染防治》指出到 2020 年底前，重点区域的直辖市、省会城市、计划单列市建成区公交车全部更换为新能源汽车。新能源公交车的逐步渗透将在一定程度上助力我国“2030 年前实现碳达峰，2060 年前实现碳中和”的目标。据前瞻产业研究院统计，2016-2020 年，公交车电动化比例大幅提升，至 2020 年，全国纯电动公交车达 37.9 万辆，国内纯电动公交车渗透率达 53.8%。公司车载无油空压机能为整车气压制动系统及其它辅助用气系统提供气源，其主要用途为车辆提供空气动力，主要用于行车制动、车门启闭等，是新能源客车必不可少的关键零部件之一。随着新能源客车的不断普及，公司车载无油空压机也将具有较大的市场空间。

2016-2020 年中国纯电动公交车渗透情况



数据来源：前瞻产业研究院

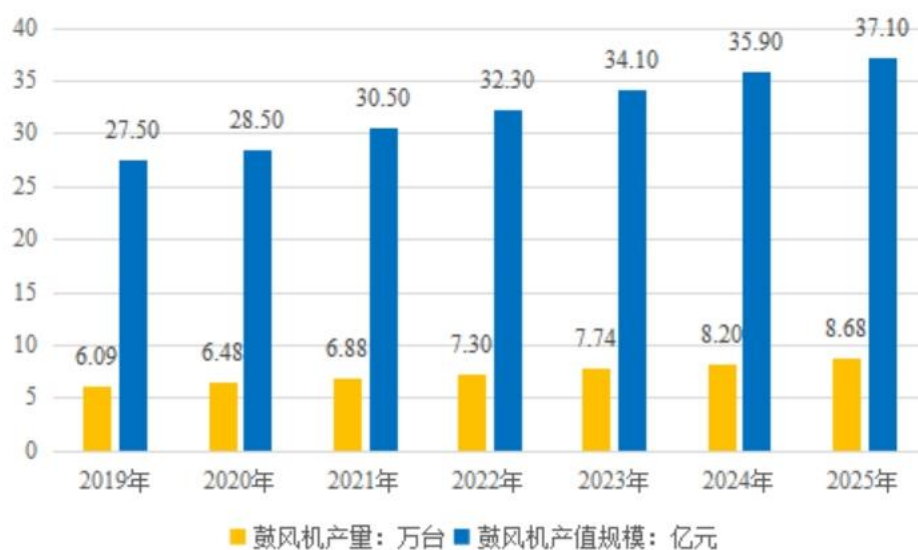
综上所述，在存量市场方面，公司与现有活塞机直联有油客户深度合作，保有稳定的市场份额；在增量市场方面，公司积极拓展境外欧洲市场无油机和国内新能源客车市场，预计在各领域内的份额将稳定提升，收入增长具有可持续性。

（三）离心鼓风机

1、终端客户需求、下游市场空间

相对于传统的罗茨鼓风机及单级高速离心鼓风机等，高端鼓风机如空气悬浮离心式鼓风机、磁悬浮离心式鼓风机、永磁变频离心式鼓风机等运行成本低、噪音小、节能效果突出。随着国内分布式能源、垃圾发电、污水处理、大气污染治理等领域的发展，将进一步推动鼓风机需求增长，终端客户需求较广。根据压缩机网统计，预计到 2025 年，我国鼓风机产量将达到 8.68 万台，鼓风机产值达到 37 亿元，市场空间较大。

2019-2025 年中国鼓风机行业产值预测



数据来源：压缩机网

近年来高端离心鼓风机的国产化发展速度不断加快，其生产成本将进一步降低，离心式鼓风机整机价格的下降将带动国产离心鼓风机普及率快速上升。随着国内“节能环保”政策的推进，高端离心式鼓风机将在更多领域替代传统的罗茨鼓风机，公司离心鼓风机产品终端客户需求较广，下游市场空间较大。

2、竞争格局

目前，我国鼓风机行业中大部分企业技术水平较低，重复投资现象较为严重，产品主要集中在低端领域，低端市场竞争日益激烈，恶性价格战拉低了行业整体盈利水平。而高端鼓风机制造工艺较为复杂，对企业的研发能力与生产工艺要求较高，生产企业数量较少，2000 年之前，我国高端鼓风机市场主要被国外厂商垄断。国内少量企业通过引进核心技术并进行技术革新，自主研发，开发智能化机组，逐步打破了国外厂商在高端鼓风机市场的垄断地位，核心技术的差距也在逐渐缩小，未来国内鼓风机企业将进一步占据国内鼓风机市场应用份额，下游应用市场潜力较大。

截至 2020 年底，国内规模以上鼓风机制造业中有 8 家为上市/公众企业，为：山东章鼓、金通灵、盈峰环境、西玛风机、双剑股份、陕鼓动力、临风股份、杰尔科技。国内企业鼓风机主要以罗茨鼓风机、单级高速、多级离心鼓风

机为主，具备空气悬浮离心鼓风机和磁悬浮离心鼓风机研发和生产能力的企业仍然较少。

随着我国新能源产业蓬勃发展、环保力度不断加大，我国鼓风机在新能源产业与环保行业的应用需求不断上升，市场对鼓风机的技术含量与产品质量要求不断提高，需求高端化成为趋势。在此背景下，鼓风机行业中的领先企业凭借技术优势市场份额持续攀升，其他大部分企业随着市场竞争日益激烈，部分实力较弱的企业将逐步被淘汰出局，有利于行业长期健康发展。公司自 2017 年开始对离心式产品进行研发，并逐步掌握了三元流叶轮设计、高速永磁同步电机设计、整机智能控制系统等关键技术，公司是目前国内市场上少数能自主生产离心式鼓风机的企业，具有较强的竞争地位。

3、在手订单

截至 2021 年 12 月末，公司离心式鼓风机在手订单金额（不含税）为 1,056.18 万元，在手订单台数为 246 台，离心式鼓风机交付周期较短且仍处于推广期，因此离心式鼓风机的在手订单金额相对较低。

4、同行业公司的业绩表现

报告期内，鼓风机同行业可比公司的营业收入如下：

单位：万元

公司名称	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
山东章鼓	47,517.85	78,606.85	71,319.94	66,250.04
金通灵	28,844.88	50,900.60	50,852.12	39,037.60
合计	76,362.73	129,507.45	122,172.06	105,287.64

2018 年至 2020 年，鼓风机同行业可比公司营业收入均保持增长态势，上述公司合计收入由 2018 年的 105,287.64 万元增长至 2020 年的 129,507.45 万元，年复合增长率达到 10.91%，鼓风机市场保持稳定的增长。

5、量化分析公司离心鼓风机产品收入增长的可持续性

报告期内，公司离心式鼓风机各产品类型收入占比情况如下：

产品类型	项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度
空气悬浮离心式鼓风机	销售收入（万元）	2,582.79	5,673.78	639.13

产品类型	项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度
	销售占比	77.31%	100.00%	100.00%
陶瓷滚珠轴承离心式鼓风机	销售收入(万元)	603.75	-	-
	销售占比	18.07%	-	-
磁悬浮离心式鼓风机	销售收入(万元)	154.34	-	-
	销售占比	4.62%	-	-
合计	销售收入(万元)	3,340.88	5,673.78	639.13
	销售占比	100.00%	100.00%	100.00%

2019 年至 2021 年 1-6 月，公司离心式鼓风机销售收入分别为 639.13 万元、5,673.78 万元、3,340.88 万元，2020 年较 2019 年增长 787.73%，2021 年 1-6 月较上年同期增长 25.72%，增速较快。

(1) 空气悬浮离心式鼓风机

报告期内，公司空气悬浮离心鼓风机终端销售主要行业为污水处理和水泥建材行业。根据住建部公布的《2020 年城乡建设统计年鉴》，截至 2020 年，全国污水处理厂 18,040 个，单个污水处理厂鼓风机需求量约为 5-7 台，以此估算污水处理行业鼓风机市场规模约为 9.02-12.63 万台；据统计，目前在运行的水泥生产线约 1,600 条，单条生产线鼓风机需求量约为 5 台，预计未来新增 60 条水泥生产线，单条生产线鼓风机需求量约为 10 台，以此估算水泥建材行业鼓风机市场规模约为 0.86 万台。以上行业以前使用的主要为罗茨风机和多级离心压缩鼓风机，而空气悬浮离心鼓风机较罗茨风机节能约 30%、较多级离心压缩鼓风机节能约 20%，替代效应明显，未来空气悬浮离心鼓风机市场空间广阔、市场前景可期。

2019 年公司新推出空气悬浮离心鼓风机，在鼓风机行业市场容量增长和环保政策的推动下，空气悬浮离心鼓风机产品对原罗茨风机替代效应明显，公司在水泥建材和污水处理两大重点行业积极开拓市场，拥有了如国机集团、海螺集团、宁夏建材、粤海水务、国家电投、冀东水泥、山水水泥、南方水泥、西南水泥等等优秀的客户群体，起到了较好的示范效应，拓展了公司的产品和品牌知名度。

（2）陶瓷滚珠轴承离心式鼓风机

2021 年，公司新推出陶瓷滚珠轴承离心式鼓风机，该款产品可应用于水产养殖、缝纫、电镀、生物制药、电子晶板、工业除尘、物料输送、干燥除湿等领域。目前公司主要推广的行业为水产养殖行业，公司通过直接接触养殖户或与当地养殖协会合作的方式进行品牌和产品推广，公司产品可应用于多种水产品养殖，在我国江苏、浙江、广西、广东、福建、山东、辽宁等沿海地区均有良好的市场空间。该款产品目前正处于市场推广期，以公司目前重点推广的江苏地区为例，根据南方农村报统计，2021 年江苏地区小棚虾养殖规模约为 20 万棚，平均每 40 棚需配置 1 台鼓风机，仅江苏地区小棚虾市场容量就有 0.5 万台，因此水产养殖领域总体市场容量较大。该行业以前使用的主要为罗茨风机，而陶瓷滚珠轴承离心式鼓风机较罗茨风机节能约 30%，同时具有噪音小、体积小、重量轻等优点，能够很好地满足养殖户的需求，替代效应明显。

除水产养殖行业外，公司亦在其他行业积极推广公司陶瓷滚珠轴承离心式鼓风机产品。如 PCB 及通用五金电镀设备行业，该行业中风机主要用于清洗、烘干、曝气，目前使用的主要为旋涡风机，而公司的陶瓷滚珠轴承离心式鼓风机产品可在满足客户使用需求的同时较原有旋涡风机降低能耗约 60%，替代效应明显。据观研天下数据中心整理统计，2017 年-2020 年我国 PCB 电镀设备平均产量约为 2,000 台，设备使用寿命约为 8-10 年，以此估算设备保有量约为 1.6-2 万台，每条产线上根据设备规模不同风机需求量约为 10-30 台，以此估算 PCB 及通用五金电镀设备行业节能改造市场需求可达 16-60 万台，市场空间广阔。截至 2021 年 12 月末，公司已与该行业中部分知名企业达成合作意向，如与广东科翔电子科技股份有限公司（300903.SZ）签约订单 30 台，后续节能改造合作意向约为 600 台；与东莞宇宙电路板设备有限公司签约订单 139 台，后续合作意向年需求量约为 600 台；与昆山东威科技股份有限公司（688700.SH）已签约试样订单，后续预计年需求量约为 400 台；与苏州创峰光电科技有限公司已签约试样订单，后续预计年需求量约为 200 台。

综上，公司离心鼓风机产品收入持续增长，且下游市场空间广阔，公司采取在重点行业推广并辐射至其他行业的策略，目前空气悬浮离心式鼓风机已在水泥建材、污水处理行业实现一定规模的销售收入，陶瓷滚珠轴承离心式鼓风

机已在水产养殖行业形成一定规模的销售收入，并在 PCB 及通用五金电镀设备行业与部分客户达成了合作意向，离心鼓风机各应用领域市场空间广阔，公司离心鼓风机产品未来收入增长具有可持续性。

六、说明 2021 年 1-6 月对经销收入的核查比例下降较多的原因，核查程序、手段能否支撑核查结论

（一）关于 2021 年 1-6 月对经销收入的核查比例相关情况的说明

首轮审核问询函回复阶段，保荐机构、申报会计师对经销收入的核查手段及核查比例如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
经销商访谈核查比例	65.79%	61.64%	67.19%	48.60%
经销商函证核查比例	49.74%	66.91%	71.46%	63.24%
经销商期末库存数据核查比例	49.94%	59.65%	59.13%	49.13%

首轮审核问询函回复阶段，部分经销商客户回函尚未收回，后续公司及中介机构进行了补充核查，新增收回了部分经销商客户回函，截至本回复出具日，经销商客户函证核查具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
经销商回函确认收入金额	5,570.88	13,613.30	12,714.85	9,274.54
经销收入金额	9,587.79	20,346.12	17,792.60	14,665.05
核查比例	59.63%	66.91%	71.46%	63.24%

注：对于尚未回函的客户实施替代测试：检查了未回函经销客户的销售合同、订单、销售发票、出库单、发货单、签收单、出口报关单、货运提单、银行回单等支持性文件。

首轮审核问询函回复阶段，部分客户期末库存数据尚未取得，后续公司及中介机构进行了补充核查，新增取得了部分经销商客户期末库存数据，并与相应客户销售数量进行对比，截至本回复出具日，经销商期末库存数据核查具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
提供库存数据经销客户收入金额	5,946.44	12,136.31	10,520.62	7,204.52
经销收入金额	9,587.79	20,346.12	17,792.60	14,665.05

提供库存数据经销客户收入占比	62.02%	59.65%	59.13%	49.13%
相关经销客户期末库存数据 (台)	664	1,459	1,092	468
对应经销客户销售数量(台)	5,136	12,370	11,375	5,864
期末库存占销售数量比例	6.46%	11.79%	9.60%	7.98%

注：2021年6月末期末库存占销售数量比例为年化数据。

截至本回复出具日，报告期各期经销商库存数据核查比例分别为49.13%、59.13%、59.65%、62.02%，报告期各期末，期末库存占销售数量比例分别为7.98%、9.60%、11.79%、6.46%（已年化），主要经销商客户库存数量处于合理水平，且根据对主要经销商的访谈记录，主要经销商不存在铺货销售公司产品的情形。

综上，公司对经销商核查程序、手段能够支撑核查结论。

（二）关于对公司经销模式相关事项核查的说明

保荐机构、申报会计师关于公司经销模式相关事项核查情况如下：

1、关于经销商模式商业合理性

公司主营业务为节能、高效空气压缩机、鼓风机等空气动力设备的研发、生产和销售，主要产品包括螺杆式空压机、小型活塞式空压机、离心式鼓风机等三大系列300余种型号，公司产品销往国内外100多个国家和地区。公司在国内、国外销售过程中均使用OBM和ODM两种模式。OBM模式下，公司将客户采购公司产品后非自用而是继续对外销售的情况定义为经销，报告期内，公司未设置多层次经销商体系。

报告期内，OBM模式下，公司螺杆机销售以经销为主，离心鼓风机销售也存在一定比例的经销收入；由于公司活塞机销售以ODM模式为主（报告期各期ODM模式销售收入占比在99%左右），活塞机经销收入整体较低（报告期内分别为0.00万元、197.77万、240.99万元、165.36万元），主要为零星销售。公司螺杆机、离心鼓风机产品广泛应用于机械制造、石化化工、矿山冶金、纺织服装、医疗行业、食品行业、水泥行业、污水处理、电力行业、水产养殖等领域，具有单一终端客户采购量较少、终端客户数量众多且区域分布广泛的特点，全部采用直销模式难度较大。公司通过经销商销售至终端客户，能够覆盖更大

的客户群体，保障公司产品终端投放的及时性和稳定性，降低公司的销售成本，采取经销商模式具有必要性和商业合理性。

对于螺杆机产品，公司同行业可比公司中鲍斯股份的产品主要为螺杆主机，客户主要为国内螺杆空压机整机装配生产企业，客户类型较为单一，客户数量较少，采用直销方式为主进行销售；除鲍斯股份之外，同行业可比公司开山股份、汉钟精机、东亚机械的销售均以经销模式为主，公司螺杆机产品采取经销商模式符合行业惯例。

对于离心鼓风机产品，同行业可比公司中，山东章鼓鼓风机产品主要为罗茨鼓风机，品牌知名度较高，在大型工业领域积累了较多客户，采用以直销为主，经销为辅的销售模式；金通灵鼓风机产品主要为大型工业鼓风机、通风机、煤气鼓风机、焦炉鼓风机、多级高压离心鼓风机、单级高速离心鼓风机等，产品规格型号较大，安装维保相对复杂，更适合采用直销模式；公司的离心鼓风机产品具有体积较小、安装简便、易于维护的特点，且产品处于市场推广期，在着力发展直销模式的同时，借助经销商渠道可以更快地实现产品推广，因此公司离心鼓风机产品直销与经销结合的销售模式与同行业可比公司存在一定差异，具有合理性。

2、关于经销商模式内控制度

公司制定了《销售管理制度》、《经销商管理制度》等内控制度，报告期内相关内控制度设计合理并有效运行。公司经销商主要内控制度情况如下：

项目	具体内容
经销商选取标准和批准程序	公司根据每年的销售布局规划，结合经营资质、客户资源、销售团队、资金实力及合作意愿等因素，对经销商进行综合考量，决定是否同意其成为公司的经销商。
经销商层级	在经营过程中，公司未主动设置经销商层级。
终端销售管理	公司不掌握经销商的终端销售情况，针对重要经销商，发行人会定期了解经销商的库存情况以满足其补货的需求。
退出管理办法	公司未与经销商约定退出机制，经销商根据其自身需求决定是否与公司继续开展合作。
定价考核机制	经销商定价机制方面，公司在成本加成方法的基础上，确定各产品统一经销价格，同时公司会综合考虑市场行情、经销商采购规模等多种维度，制定当期经销商销售折扣政策。
返利政策	公司与经销商约定返利政策，公司按经销商销售完成情况结合合同约定返利政策给予销售返利。各期公司以应向经销商进行返利的金额预提客户返利并冲减收入。销售返利后期以销售折扣形式给予经

项目	具体内容
	销商。
终端产品销售定价机制	公司未对经销商的终端产品销售定价进行约束，经销商依其销售能力进行自主定价。
运输售后等费用承担	除个别客户工厂提货外，公司通常需要承担公司至指定物流站的运费，由客户自行承担剩余运费。经销商负责所销售产品的售后及维修服务。若需更换零配件，如在质保范围期限内，由公司提供，超出质保范围期限的，经销商应通过有偿方式向公司购买零配件提供给客户。
退换货机制	公司通过买断式经销向经销商销售产品，一般情况下不存在退换货。如果因产品质量问题出现退换货的情形，公司将为经销商进行补发换货。
物流管理模式	除个别客户工厂提货外，由公司发货至经销商指定物流站后，由经销商指定最终送货地点，最终送货地点通常为经销商处，少数情况下直接发货至终端客户处。
信用及收款管理	公司根据经销商销售情况、诚信情况等制定信用政策，对于销售金额较小或者与公司合作时间较短的经销商，公司一般采用“款到发货”的方式，不存在信用期或信用额度；对于部分销售金额较大、信用状况较好或者合作时间较长的经销商，公司给予一定的信用期限或信用额度。
结算机制	公司与经销商之间的款项结算方式均为电汇或银行承兑汇票。
库存管理机制	针对公司的产品库存，公司根据在手订单、销售趋势等进行库存的动态管理；针对经销商的产品库存，公司与经销商之间没有可对经销商进销存进行管理的业务系统。
对账制度	公司每月与经销商就发货、开票、收款、应收款等情况进行核对。
与经销商相关的信息管理系统	公司目前主要使用 ERP 信息管理系统，涵盖了采购、生产、销售、库存、财务等模块，公司通过 ERP 系统进行销售、库存等信息管理。对于经销商的库存，公司未设置信息系统进行管理。

3、关于经销收入确认、计量原则

(1) 经销收入确认、计量原则

报告期内，公司经销模式分为境内 OBM 经销、境外 OBM 经销，收入确认、计量原则如下：

境内 OBM 经销模式下，均为买断式销售，且公司不承担安装义务，货物到达客户指定地点后，由客户根据发货单据确认货物型号数量，商品签收后，客户即能够占有、主导商品的使用并从中获得几乎全部的经济利益。该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，且客户已拥有该商品的法定所有权，满足控制权转移的条件。故公司在客户签收后依据合同约定的金额确认收入，收入确认方法和时点在会计处理上符合《企业会计准则》的规定。

境外 OBM 经销模式下，主要采用 FOB 方式结算，且公司不承担安装义务，

公司根据合同约定将产品报关、离港，取得提单后，公司已完成交货，离岸后产品的灭失或损坏风险均由买方承担，报关出口后，公司已收取了全部货款或已取得收款凭证，商品所有权上的主要风险和报酬已转移，商品的法定所有权已转移。故公司在报关出口并取得提单后，境外销售已满足收入确认条件，公司依据合同约定的金额确认收入，收入确认方法和时点在会计处理上符合《企业会计准则》的规定。

（2）对销售补贴或返利、费用承担、经销商保证金的会计处理

①销售返利

公司与经销商约定返利政策，公司按经销商销售完成情况结合合同约定返利政策给予销售返利。报告期各期，公司以应向经销商进行返利的金额预提客户返利并冲减收入，销售返利后期以销售折扣形式给予经销商。

《企业会计准则第 14 号—收入》（财会〔2017〕22 号）第十四条规定：交易价格，是指企业因向客户转让商品而预期有权收取的对价金额。企业代第三方收取的款项以及企业预期将退还给客户的款项，应当作为负债进行会计处理，不计入交易价格。根据上述规定，公司预期将退还给客户的款项，应当作为负债进行会计处理，不计入交易价格，即在销售时应按照预期将退还给客户的款项冲减销售收入，因此，公司在确认销售当期预提客户返利并冲减相应销售收入符合《企业会计准则》的规定。

②费用承担

除个别客户工厂提货外，公司通常需要承担公司至指定物流站的运费，经销商自行承担剩余运费。经销商负责所销售产品的售后及维修服务。若需更换零配件，如在质保范围期限内，由公司提供，超出质保范围期限的，经销商应通过有偿方式向公司购买零配件提供给客户。除上述运费和质保期内的更换零配件费用外，公司不存在为经销商承担费用的情况。

③经销商保证金

报告期内，公司不存在收取经销商保证金的情形。

（3）对附有退货条件、给予购销信用、前期铺货借货、经销商作为居间人

参与销售等特别方式下经销收入确认、计量原则

报告期内，公司不存在附有退货条件、前期铺货借货、经销商作为居间人参与销售等特别方式的销售。报告期内，根据经销商的采购规模、信用状况、合作时间等，公司对部分经销商给予购销信用，为信用期限或信用额度，对给予信用政策的经销商收入确认、计量原则与其他经销商收入确认、计量原则不存在差异。

（4）同行业可比公司经销模式收入确认政策

同行业可比公司中东亚机械、开山股份、汉钟精机以经销模式为主，报告期内，公司与同行业可比公司经销商模式下收入确认政策如下：

公司名称	销售模式	收入确认时点
东亚机械	经销	境内
		在经销模式下，公司在货物发出、经客户签收确认，并已收讫货款或取得收款权利，销售商品的收入和成本能够可靠地计量时确认销售收入。在直销模式下，公司在商品发出、经客户确认验收合格并已收讫货款或取得收款权利，销售商品的收入和成本能够可靠地计量时确认销售收入。
开山股份	经销	境外
		在按照客户要求发货并报关出口，已收讫货款或取得收款权利；销售商品的收入和成本能够可靠地计量时确认销售收入。
汉钟精机	经销	境内
		公司已根据合同约定将产品运送至合同约定的交货地点并由客户确认接受、已收取货款或取得了收款权利且相关的经济利益很可能流入，商品所有权上的主要风险和报酬已转移，商品的法定所有权已转移。
鑫磊股份	经销	境外
		公司已根据合同约定将产品报关、离港，取得提单，已收取货款或取得了收款权利且相关的经济利益很可能流入，商品所有权上的主要风险和报酬已转移，商品的法定所有权已转移。
汉钟精机	经销	境内
		对于内销的制冷压缩机、空压机机体和离心机，通常不附安装调试义务，于货物交付客户并取得收款的权利时确认收入。对于内销的空压机组、真空泵及空气压缩机，通常附有安装调试义务，在安装调试完成经客户验收合格时确认收入。
鑫磊股份	经销	境外
		一般以 FOB 或 CIF 方式结算，以货物出库交付承运人，报关出口取得海关签发的报关单时确认收入。
鑫磊股份	经销	境内
		公司对经销商采取买断式销售，以客户确认签收时确认收入。
鑫磊股份	经销	境外
		根据与客户签订的销售合同或订单，完成相关产品生产，完成出口报关手续并取得提单后确认收入。

由上表可见，公司经销模式下收入确认政策与同行业可比公司不存在显著差异。

4、关于经销商构成及稳定性

报告期内，公司经销商模式下收入具体情况如下：

单位：万元

销售地域	产品	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
境内	螺杆机	7,911.61	82.52%	16,416.94	80.69%	16,635.15	93.49%	14,413.44	98.28%
	活塞机	107.41	1.12%	226.39	1.11%	181.88	1.02%	-	-
	离心鼓风机	1,025.05	10.69%	3,111.30	15.29%	450.41	2.53%	-	-
	小计	9,044.07	94.33%	19,754.62	97.09%	17,267.45	97.05%	14,413.44	98.28%
境外	螺杆机	473.22	4.94%	576.90	2.84%	509.26	2.86%	251.62	1.72%
	活塞机	57.95	0.60%	14.60	0.07%	15.89	0.09%	-	-
	离心鼓风机	12.55	0.13%	-	-	-	-	-	-
	小计	543.72	5.67%	591.50	2.91%	525.15	2.95%	251.62	1.72%
合计		9,587.79	100.00%	20,346.12	100.00%	17,792.60	100.00%	14,665.06	100.00%

报告期内，公司经销商模式下收入以境内销售为主，境内经销收入占经销收入的比例分别为 98.28%、97.05%、97.09%，94.33%。报告期内，公司境内经销商收入中以螺杆机产品销售为主，螺杆机境内经销收入占比分别为 98.28%、93.49%、80.69%、82.52%；随着公司离心鼓风机产品实现规模销售，离心鼓风机境内经销收入也占有一定比例，报告期内分别为 0.00%、2.53%、15.29%、10.69%。

(1) 不同类别、不同层级经销商数量、销售收入及毛利占比，发生变动的原因及合理性

公司未设置多层级经销商体系，根据销售区域对经销商进行分类，分为境外经销商和境内经销商。公司境内、境外经销占比及毛利率对比情况如下：

项目	2021 年 1-6 月			2020 年度		
	毛利率	经销收入占比	毛利占比	毛利率	经销收入占比	毛利占比
境内经销商	27.36%	94.33%	91.19%	26.08%	97.09%	95.27%
境外经销商	43.98%	5.67%	8.81%	43.27%	2.91%	4.73%
经销商合计	28.30%	100.00%	100.00%	26.58%	100.00%	100.00%
项目	2019 年度			2018 年度		
	毛利率	经销收入占比	毛利占比	毛利率	经销收入占比	毛利占比
境内经销商	18.15%	97.05%	92.99%	20.50%	98.28%	96.67%
境外经销商	44.40%	2.95%	7.01%	40.44%	1.72%	3.33%
经销商合计	18.92%	100.00%	100.00%	20.84%	100.00%	100.00%

报告期内，公司经销商模式下收入以境内销售为主，境内经销收入占经销收入的比例分别为 98.28%、97.05%、97.09%，94.33%，未发生重大变化；公司境外经销毛利率高于境内经销毛利率，主要原因为境外螺杆机市场产品销售价格普遍较高，公司外销产品定价较国内具有较明显优势，具有合理性。

(2) 新增、退出经销商数量、销售收入及毛利占比，新增、退出经销商销售收入及毛利占比合理性，是否存在新设即成为发行人主要经销商的情况，如存在，说明原因及合理性

①新增、退出经销商数量、销售收入及毛利占比，新增、退出经销商销售收入及毛利占比合理性

报告期内，公司各期经销商新增、退出变动情况如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
新增经销商数量（家）	168	431	340	447
新增经销商收入（万元）	1,361.02	5,183.57	5,369.99	5,289.65
新增经销商收入占比	14.20%	25.48%	30.18%	36.07%
新增经销商毛利占比	19.95%	37.59%	35.05%	38.43%
新增经销商毛利率	39.78%	39.22%	21.97%	22.21%
其他经销商毛利率	26.41%	22.26%	17.60%	20.08%
退出经销商数量（家）	501	327	431	489
退出经销商收入（万元）	2,624.25	2,591.09	3,344.95	4,341.90
退出经销商收入占比	27.37%	12.74%	18.80%	29.61%
退出经销商毛利占比	36.62%	12.88%	22.91%	31.95%
退出经销商毛利率	37.86%	26.88%	23.06%	22.49%
存续经销商（家）	459	792	688	779

注 1：新增经销商的统计口径为：本年度/本期确认收入上年度未确认收入的客户；退出经销商的统计口径为：上年度确认收入本年度/本期未确认收入的客户；

注 2：退出经销商销售额为上年度的销售额，其中 2021 年退出经销商收入为其 2020 年销售额减半；

注 3：公司采购规模较小的供应商具有间歇性采购特点，部分经销商可能仅在下半年进行采购，故上表中 2021 年 1-6 月统计的退出经销商数量相对较多。

报告期内，公司新增、退出的经销商数量相对较多，主要原因系公司处于自主品牌产品市场开拓期，公司凭借优良的生产能力和较高的产品性价比使得每年新增客户较多。由于公司初次合作的经销商通常会先采购少量产品后视市场销售情况做进一步调整，部分新增客户逐步发展为公司较大经销商，也存在

部分客户销售收入较小与公司短期合作后即退出的情形，使得报告期内公司经销商退出数量较多。此外，由于公司年销售额在 10 万元以下的经销商数量较多，此类经销商市场覆盖范围小，产品采购具有一定间歇性的特点，而公司经销商退出数据是基于连续年度间销售数据统计而来，不排除此类经销商在其他年度向公司采购，这也造成公司经销商各期退出数量较多。

报告期内，新增经销商毛利率分别为 22.21%、21.97%、39.22%、39.78%，当期除新增经销商以外的经销商毛利率分别为 20.08%、17.60%、22.26%、26.41%，差异情况分析如下：

I、2018 年、2019 年，新增经销商毛利率略高于其他经销商毛利率，主要原因系：其他经销商中采购规模较大（50 万元以上）的占比更高，随着采购规模的增长，公司对经销商的扶持力度更大，其能够享受的返利比例更高，因此规模较大（50 万元以上）的经销商毛利率略低，另外，公司于 2019 年推出新产品空气悬浮离心式鼓风机，该产品毛利率更高，2019 年新增经销商销售收入中包括部分离心鼓风机销售收入，因此新增经销商毛利率略高于其他经销商毛利率。

II、2020 年、2021 年 1-6 月，新增经销商毛利率高于其他经销商毛利率，主要原因系：一方面，随着公司新产品离心鼓风机实现规模销售，新增经销商销售收入中毛利率较高的离心鼓风机产品占比提高；另一方面，新增经销商中境外经销商的收入占比较高，而境外经销商的毛利率高于同期境内经销商。剔除离心鼓风机和境外经销收入影响后，2020 年、2021 年 1-6 月，境内螺杆机新增经销商毛利率分别为 26.11%、28.98%，平均功率分别为 28.98HP/台、29.96HP/台，同期其他经销商毛利率分别为 17.63%、23.28%，平均功率分别为 25.45HP/台、25.73HP/台，毛利率仍存在一定差异，主要原因系境内新增经销商采购的螺杆机平均功率高于同期其他经销商，其中，2020 年新增经销商销售收入中毛利率较高的用于生产口罩、熔喷布的螺杆机占比较高，叠加平均功率较大的影响，导致 2020 新增经销商整体毛利率高于同期其他经销商毛利率。

报告期内，公司积极进行市场开拓，在退出经销商市场区域以及空白市场区域引入新增经销商，2018 年度、2019 年度、2020 年度，公司新增经销商收入贡献高于退出经销商收入贡献，公司经销商销售规模逐年增长，2018 年度、

2019 年度和 2020 年度年销售额 50 万元以上的主要经销商数量逐年增长，分别为 64 家、84 家和 101 家，且整体保持相对稳定，公司经销商的增减变动未对公司业绩形成不利影响。

②是否存在新设即成为发行人主要经销商的情况，如存在，说明原因及合理性

最近五年内（即自 2016 年起）与公司开始合作，且合作时成立不满二年的主要经销客户具体情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	成立时间	合作历史	项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
1	江苏道瑞机械有限公司	2017 年	2017 年	经销收入	1.22	0.62	29.27	370.27
				经销毛利	0.26	0.11	4.14	57.08
				毛利率	20.91%	17.86%	14.16%	15.41%

由于江苏道瑞机械有限公司股东等关联方在空压机行业具有多年的销售经验和丰富的渠道资源，基于对公司产品的认可，成立不久后即与公司建立合作关系，具有合理性。江苏道瑞机械有限公司的股东、核心人员与公司及其关联方、关键岗位人员之间不存在关联关系或其他利益往来，江苏道瑞机械有限公司向公司采购的产品价格公允，实现了终端销售，不存在异常销售的情形。2019 年以来，该客户业务转型，需求量减少，公司对其销售收入显著下降。

（3）主要经销商销售收入及毛利占比，发生变动的原因及合理性，是否存在经销商向发行人采购规模与其自身业务规模不匹配的情况

报告期内，公司 OBM 经销以境内销售为主，境内 OBM 经销模式下主要客户销售收入及毛利占比情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	销售内容	项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度	销售额变化原因	经营规模
1	青岛泰能达机电设备有限公司、青岛力得士机械有限公司	螺杆机、离心鼓风机	经销收入	1,043.14	1,167.20	1,269.86	844.89	基于客户自身需求及对公司产品的认可，销售规模扩大	青岛泰能达机电设备有限公司：3,000-5,000 万元；青岛力得士机械有限公司：1,000 -
			经销收入占比	10.88%	5.74%	7.14%	5.76%		
			经销毛利	341.68	315.06	293.87	185.17		
			经销毛利占比	12.59%	5.83%	8.73%	6.06%		

序号	客户名称	销售内容	项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度	销售额变化原因	经营规模
									3,000 万元
2	浙江未来之星五金机电有限公司	螺杆机	经销收入	-	46.87	1,241.84	155.43	报告期内主要以 ODM 方式进行业务合作，2019 年因品牌管理需要采购公司自主品牌产品也较多	1 亿元以上
			经销收入占比	-	0.23%	6.98%	1.06%		
			经销毛利	-	4.23	115.49	12.29		
			经销毛利占比	-	0.08%	3.43%	0.40%		
3	张家港阿富达机械有限公司	螺杆机	经销收入	111.88	360.51	276.72	424.10	保持良好合作，客户根据自身采购需求采购公司产品	500-1,000 万元
			经销收入占比	1.17%	1.77%	1.56%	2.89%		
			经销毛利	28.08	57.82	32.52	76.26		
			经销毛利占比	1.03%	1.07%	0.97%	2.49%		
4	石家庄金豹气动工具有限公司	螺杆机、离心鼓风机	经销收入	393.86	249.09	663.97	-	保持良好合作，客户根据自身采购需求采购公司产品	5,000-10,000 万元
			经销收入占比	4.11%	1.22%	3.73%	-		
			经销毛利	80.76	16.25	75.64	-		
			经销毛利占比	2.98%	0.30%	2.25%	-		
5	滨州顺祥空压设备有限公司	螺杆机	经销收入	128.28	295.62	182.34	390.81	保持良好合作，其股东深耕空压机行业多年，具有一定的专业能力和客户资源，基于对公司产品的认可选择 100% 向公司采购螺杆机	小于 500 万元
			经销收入占比	1.34%	1.45%	1.02%	2.66%		
			经销毛利	29.70	53.03	23.98	61.15		
			经销毛利占比	1.09%	0.98%	0.71%	2.00%		
6	常州宙斯盾动力机械有限公司	螺杆机、活塞机	经销收入	93.36	411.11	297.58	140.04	基于客户自身需求及对公司产品的认可，销售规模扩大	200-500 万元
			经销收入占比	0.97%	2.02%	1.67%	0.95%		
			经销毛利	20.05	48.01	42.46	26.93		
			经销毛利占比	0.74%	0.89%	1.26%	0.88%		
7	临沂厚德机电设备有限公司	螺杆机	经销收入	79.22	234.53	311.87	280.95	保持良好合作，客户根据自身采购需求采购公司产品	500-1,000 万元
			经销收入占比	0.83%	1.15%	1.75%	1.92%		
			经销毛利	15.68	32.07	33.96	47.81		
			经销毛利占比	0.58%	0.59%	1.01%	1.56%		
8	中山市菲力士包装系统有限公司	螺杆机	经销收入	216.46	390.36	238.49	15.11	基于客户自身需求及对公司产品的认可，销售规模扩大	1,000-3,000 万元
			经销收入占比	2.26%	1.92%	1.34%	0.10%		
			经销毛利	42.61	42.32	0.85	2.54		

序号	客户名称	销售内容	项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度	销售额变化原因	经营规模
			经销毛利占比	1.57%	0.78%	0.03%	0.08%		
9	武汉励晟节能工程有限公司	离心鼓风机、螺杆机	经销收入	539.17	532.13	22.30	-	基于客户自身需求及对公司产品的认可，销售规模扩大	5,000-10,000万元
			经销收入占比	5.62%	2.62%	0.13%	-		
			经销毛利	198.01	265.99	11.25	-		
			经销毛利占比	7.30%	4.92%	0.33%	-		
10	江苏道瑞机械有限公司	螺杆机	经销收入	1.22	0.62	29.27	370.27	客户转型，需求量减少	3,000-5,000万元
			经销收入占比	0.01%	0.00%	0.16%	2.52%		
			经销毛利	0.26	0.11	4.24	57.08		
			经销毛利占比	0.01%	0.00%	0.13%	1.87%		
11	揭阳市潮气机电设备有限公司	螺杆机	经销收入	-	10.94	20.82	332.48	客户转型，需求量减少	1,000-3,000万元
			经销收入占比	-	0.05%	0.12%	2.27%		
			经销毛利	-	6.14	2.54	59.64		
			经销毛利占比	-	0.11%	0.08%	1.95%		
12	广州神能机电设备有限公司	螺杆机、离心鼓风机	经销收入	153.87	182.06	75.85	62.85	保持良好合作，客户根据自身采购需求采购公司产品	3,000-5,000万元
			经销收入占比	1.60%	0.89%	0.43%	0.43%		
			经销毛利	36.79	17.78	-1.25	10.36		
			经销毛利占比	1.36%	0.33%	-0.04%	0.34%		
小计			经销收入	2,760.46	3,881.04	4,630.91	3,016.92		
			经销收入占比	28.79%	19.08%	26.03%	20.57%		
			经销毛利	793.62	858.82	635.54	539.24		
			经销毛利占比	29.25%	15.88%	18.88%	17.64%		

注：客户名单为各期 OBM 经销模式下前五大客户去重。

报告期内，公司境内 OBM 经销主要客户整体较为稳定，得益于公司产品市场开拓、产品知名度的提升以及客户自身采购需求的增长，公司主要经销商客户平均销售规模整体呈增长趋势，报告期内，公司主要经销商客户销售额与其自身业务规模匹配。

2018 年-2020 年，公司境内 OBM 经销主要客户经销毛利占比整体低于经销收入占比，主要原因系随着采购规模的增长，公司对经销商的扶持力度更大，向其提供更多的销售折扣，且其能够享受的返利比例也更高，因此公司主要经销商毛利率略低，导致境内 OBM 经销主要客户经销毛利占比整体低于经销收入占比。2021 年 1-6 月，公司境内 OBM 经销主要客户毛利占比略高于经销收

入占比，主要系境内 OBM 经销主要客户中毛利率较高的离心鼓风机收入占比比较高，为 16.88%，而 2021 年 1-6 月整体经销收入中离心鼓风机的占比为 10.82%，拉高了 2021 年 1-6 月公司境内 OBM 经销主要客户的经销毛利占比。

(4) 经销商是否存在个人等非法人实体，如存在，说明该类经销商数量、销售收入及毛利占比，与同行业可比公司是否存在显著差异

报告期内，公司及同行业可比公司东亚机械均存在少量个人等非法人实体经销商，具体情况如下：

公司名称	项目	2021 年 1-6 月	2020 年 度	2019 年 度	2018 年 度
鑫磊股份	非法人实体经销商数量（家）	6	8	6	11
	非法人实体经销商收入（万元）	18.17	18.20	13.02	21.34
	经销收入（万元）	9,587.79	20,346.12	17,792.60	14,665.05
	非法人实体经销商收入占经销收入的比例	0.19%	0.09%	0.07%	0.15%
	非法人实体经销商毛利（万元）	6.71	5.16	6.14	12.62
	非法人实体经销商毛利占经销毛利的比例	0.25%	0.10%	0.18%	0.41%
东亚机械	非法人实体经销商数量（家）	未披露	5	4	4
	非法人实体经销商收入（万元）	未披露	1,646.54	1,668.76	2,114.25
	经销收入（万元）	未披露	76,228.60	59,386.52	56,834.65
	非法人实体经销商收入占经销收入的比例	未披露	2.16%	2.81%	3.72%
	非法人实体经销商毛利（万元）	未披露	未披露	未披露	未披露
	非法人实体经销商毛利占经销毛利的比例	未披露	未披露	未披露	未披露

报告期内，公司经销客户基本为法人实体，非法人实体经销商收入占经销收入分别为 0.15%、0.07%、0.09%、0.19%，非法人实体经销商毛利占经销毛利的比例分别为 0.41%、0.18%、0.10%、0.25%，个人等非法人实体销售占比和毛利占比均较低。公司经销商中非法人实体的收入及毛利占比与同行业可比公司不存在显著差异。

5、关于经销商与发行人关联关系及其他业务合作

(1) 主要经销商基本情况，包括但不限于：注册资本、注册地址、成立时间、经营范围、股东、核心管理人员、员工人数、与发行人合作历史等

报告期内，公司主要经销商基本情况如下：

序号	客户名称	成立时间	合作历史	注册资本	注册地址	主要经营 营范围	股 东	主要人 员	员工人 数
1	青岛泰能达机电设备有限公司	2005年	2016年	5,000.00万元	青岛市市南区丰县路2号3号楼1501房	空压机销售	陈德锋：73% 吕小莉：11% 柳立宝：11% 姜广强：5%	陈德锋、吕小莉	50-99人
2	青岛力得士机械有限公司	2012年	2019年	1,000.00万元	青岛市市南区张店路15号49户	空压机销售	青岛泰能达机电设备有限公司：77% 王同宝：15% 乐意：8%	柳立宝、王同宝	小于 50人
3	浙江未来之星五金机电有限公司	2011年	2017年	1,000.00万元	浙江省金华市永康市经济开发区银川东路28号第一幢	机电设备、五金工具、电子产品销售平台的管理运营	舒荣军：30.5% 永康集优软件开发合伙企业（有限合伙）：10% 永康未来万家股权投资管理合伙企业（有限合伙）：10% 周雄涛等26名自然人股东：49.5%	舒荣军、荣吕有禄	100-300人
4	张家港阿富达机械有限公司	2009年	2014年	50.00万元	张家港市杨舍镇闸上村新闻中路16号	空压机销售	桂陈林：100%	桂陈林、陈胡玉楼	小于 50人
5	石家庄金豹气动工具有限公司	2004年	2019年	800.00万元	石家庄市鹿泉区获鹿镇大毕村村南	机电产品批发	陈涛：97% 靖少华：3%	陈涛、陈建坡、李飞	小于 50人
6	滨州顺祥空压设备有限公司	2013年	2013年	100.00万元	滨州市北镇办事处黄河二路以北渤海五路以西	空压机销售	许庆云：90% 崔庆超：10%	许庆云、庆超	小 于 100人
7	常州宙斯盾动力机械有限公司	2014年	2014年	100.00万元	常州市武进区湖塘镇长虹社区凌塘工业园86号	空压机销售	翁丽云：80% 严华明：20%	翁丽云、严华明	小于 50人
8	临沂厚德机电设备有限公司	2014年	2014年	100.00万元	山东省临沂市罗庄区盛庄街道豪德城北区58号楼140号	空压机销售	周燕：80% 周斌：20%	周燕、周传厚	小 于 100人
9	中山市菲力士包装系统有限公司	2004年	2018年	1,000.00万元	中山市小榄镇东生东路1街2号之一	五金机电设备销售	李志伟：50% 罗剑武：50%	李志伟、罗剑武	50-99人
10	武汉励晟节能工程	2013年	2019年	1,000.00万元	武昌区积玉桥街临江大	合同能源管理	厉玉杰：55% 孙步民：45%	厉玉洁、琳孙	小于 50人

序号	客户名称	成立时间	合作历史	注册资本	注册地址	主要经营 营范围	股东	主要人 员	员工人 数
	设备有限公司				道 96 号武汉积玉桥万达广场(一期)写字楼酒店栋 2 号楼（写字楼）9 层 10 单元			步 民、厉玉杰	
11	江苏道瑞机械有限公司	2017 年	2017 年	1,000.00 万元	常州市武进区湖塘镇人民东路 111 号	空压机销售	陈刚：51% 蔡江烽：49%	陈 刚、蒋卓娅	小 于 100 人
12	揭阳市潮气机电设备有限公司	2012 年	2016 年	20.00 万元	揭阳市榕城区仙桥仙马路 374 号	机电设备销售	郑百伟：60% 章玉娜：40%	郑 伟、百章玉娜	小于 50 人
13	广州神能机电设备有限公司	2008 年	2017 年	118.00 万元	广州市南沙区兆丰路同福街横发商场 B 座自编 1 号	五金产品、通用机械销售	林菊：100%	林 菊、张艳芝	小于 50 人

注：以上数据来自客户走访问卷或企查查网站查询信息。

（2）发行人及其控股股东、实际控制人、发行人主要关联方、董事、监事、高管、关键岗位人员与经销商、经销商的终端客户是否存在关联关系或其他利益安排，是否存在其他特殊关系或业务合作（如是否存在前员工、近亲属设立的经销商、是否存在经销商使用发行人名称或商标），是否存在非经营性资金往来，包括对经销商或客户提供的借款、担保等资金支持等

报告期内，公司及公司控股股东、实际控制人、公司主要关联方、董事、监事、高管、关键岗位人员与经销商不存在关联关系或其他利益安排。公司存在前员工经销商和经销商使用公司名称或商标的情形，具体情况如下：

①前员工经销商

报告期内，公司存在少量经销商的股东、高管曾在公司或子公司任职的情形，该类经销商属于公司的前员工经销商。

报告期内，公司前员工经销商家数合计 6 家，报告期各期合计销售额分别为 509.46 万元、152.61 万元、377.22 万元、181.87 万元，销售规模较小，占公司营业收入的比例较低。具体情况如下：

单位：万元、家

合作开始时间	家数	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
2014 年及以前	3	0.70	14.69	17.59	42.82
2016 年	1	112.89	204.88	86.63	364.02
2018 年	2	68.29	157.66	48.38	102.61
合计	6	181.87	377.22	152.61	509.46
营业收入	-	39,877.80	73,175.82	61,064.22	75,285.51
销售占比	-	0.46%	0.52%	0.25%	0.68%

报告期内，前员工经销商销售情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	销售收入	毛利率	销售收入	毛利率	销售收入	毛利率	销售收入	毛利率
螺杆机	176.11	23.86%	364.77	24.01%	133.31	22.29%	499.38	21.81%
配件	5.76	38.05%	12.45	62.33%	19.30	36.79%	10.08	39.78%
合计	181.87	24.31%	377.22	25.28%	152.61	24.12%	509.46	22.17%

报告期内，公司前员工经销商主要销售公司螺杆机产品及相关配件，公司对经销商采取统一的管理政策，不因其股东、高管是否曾在公司任职而有所区别，前员工经销商与其他经销商在销售定价方面不存在重大差异。

报告期各期，公司向前员工经销商销售螺杆机产品毛利率水平分别为 21.81%、22.29%、24.01%和 23.86%，公司螺杆机产品整体经销毛利率水平分别为 20.84%、18.29%、20.12%和 25.04%；报告期内，前员工经销商螺杆机产品毛利率水平整体略高于公司螺杆机产品整体经销毛利率水平，主要原因系前员工经销商采购的螺杆机平均功率高于公司螺杆机产品经销整体平均功率，而公司螺杆机产品销售通常具有功率越高，售价越高，毛利率水平相对越高的特点，加之公司前员工经销商采购规模较小，所享受的返利政策优惠较少，也使得前员工经销商毛利率水平整体略高于公司螺杆机产品整体经销毛利率水平。报告期内，公司未因客户是否为前员工而给予不同的价格政策，公司向前员工经销商销售产品的定价公允。

②经销商使用公司名称或商标

2019 年起公司加大自主品牌建设力度，曾存在授权部分主要经销商使用公

司商号的情况，获得授权的经销商经公司书面同意后可在其产品销售过程中使用公司商号进行宣传。

获得授权使用公司商号的经销商共计 53 家，报告期各期合计经销收入分别为 3,887.46 万元、7,148.17 万元、5,358.84 万元、2,902.06 万元，具体情况如下：

单位：万元、家

地区	家数	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
华东	21	1,602.70	3,072.39	3,591.74	2,548.38
东北	1	73.68	147.76	188.05	227.49
华北	3	526.19	446.84	968.03	317.81
华南	17	549.33	1,357.80	1,694.78	652.78
华中	2	68.68	27.60	103.55	3.13
西北	5	66.89	193.56	186.93	79.16
西南	4	14.60	112.88	415.08	58.71
合计	53	2,902.06	5,358.84	7,148.17	3,887.46
经销收入	-	9,587.79	20,346.12	17,792.60	14,665.05
占比	-	30.27%	26.34%	40.17%	26.51%

报告期内，获得授权使用公司商号的经销商的销售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	
	销售收入	毛利率	销售收入	毛利率	销售收入	毛利率	销售收入	毛利率
螺杆机	2,650.11	23.48%	5,182.41	17.06%	7,147.58	15.58%	3,887.46	19.06%
活塞机	1.54	-5.33%	0.49	5.42%	0.59	-7.74%	-	-
离心机	250.42	54.05%	175.95	63.24%	-	-	-	-
合计	2,902.06	26.10%	5,358.84	18.57%	7,148.17	15.57%	3,887.46	19.06%

报告期内，获得授权使用公司商号的经销商主要销售公司螺杆机产品，公司对经销商采取统一的管理政策，不因其使用公司商号而有所区别，获得授权使用公司商号的经销商与其他经销商在销售定价方面不存在重大差异。

报告期内，获得授权使用公司商号的经销商均为境内经销商且主要销售公司螺杆机产品，获得授权使用公司商号的经销商螺杆机毛利率分别为 19.06%、15.58%、17.06%、23.48%，同期螺杆机境内 OBM 经销整体毛利率分别为 20.50%、17.47%、19.29%、23.79%，不存在显著差异。

综上，除以上前员工经销商和经销商使用公司商号情形外，公司及公司控股股东、实际控制人、公司主要关联方、董事、监事、高管、关键岗位人员与经销商、经销商的终端客户不存在关联关系或其他利益安排，不存在其他特殊关系或业务合作，不存在非经营性资金往来。

（3）如存在经销商持股的，说明经销商入股原因，入股价格是否公允，资金来源，是否存在发行人及其关联方提供资助的情形

公司自设立以来，不存在经销商直接或间接持股的情况。

（4）经销商是否专门销售发行人产品

公司经销商通常为综合销售工具类产品、五金类产品的销售门店，除销售空压机产品外，部分还会经营多种产品，公司通常亦不对经销商空压机经销品牌作出排他性限制，因此报告期内公司经销商通常不专门销售公司产品。

（5）通过关联经销商实现的销售收入、毛利及占比，销售价格和毛利率与非关联经销商是否存在显著差异

报告期内，公司不存在关联经销商。

6、关于经销商模式经营情况分析

（1）通过经销商模式实现的销售收入及占比、毛利率，与同行业可比公司是否存在显著差异

OBM 模式下，公司螺杆机销售以经销为主，离心鼓风机销售也存在一定比例的经销收入，活塞机经销占比较低。公司离心鼓风机产品直销与经销结合的销售模式与同行业可比公司存在一定差异的原因详见本回复“5.关于营业收入”之“六、说明 2021 年 1-6 月对经销收入的核查比例下降较多的原因，核查程序、手段能否支撑核查结论”之“（二）关于对公司经销模式相关事项核查的说明”之“1、关于经销商模式商业合理性”。

报告期内，东亚机械产品以螺杆式空压机为主，与公司 OBM 业务模式下产品销售结构较为类似，公司 OBM 业务模式下通过经销商模式实现的销售收入及占比、毛利率与同行业可比公司东亚机械对比情况如下：

单位：万元

公司名称	销售模式	2021 年 1-6 月			2020 年度		
		销售收入	销售占比	毛利率	销售收入	销售占比	毛利率
鑫磊股份	经销	9,587.79	75.86%	28.30%	20,346.12	80.68%	26.58%
	直销及其他	3,050.79	24.14%	66.08%	4,871.09	19.32%	64.90%
	合计	12,638.58	100.00%	37.42%	25,217.21	100.00%	33.98%
东亚机械	经销	未披露	未披露	未披露	76,228.60	98.42%	30.31%
	直销及其他	未披露	未披露	未披露	1,220.94	1.58%	42.51%
	合计	未披露	未披露	未披露	77,449.53	100.00%	31.90%
公司名称	销售模式	2019 年度			2018 年度		
		销售收入	销售占比	毛利率	销售收入	销售占比	毛利率
鑫磊股份	经销	17,792.60	84.11%	18.92%	14,665.05	78.79%	20.84%
	直销及其他	3,361.03	15.89%	67.88%	3,948.38	21.21%	64.59%
	合计	21,153.63	100.00%	26.70%	18,613.43	100.00%	30.12%
东亚机械	经销	59,386.52	98.50%	30.76%	56,834.65	98.96%	30.34%
	直销及其他	59,386.52	1.50%	54.48%	596.36	1.04%	47.51%
	合计	59,386.52	100.00%	31.11%	596.36	100.00%	30.52%

注：同行业其他可比公司未详细披露经销商模式相关数据。

从上表可以看出，OBM 业务模式下公司与同行业可比公司东亚机械均以经销模式为主，公司 OBM 经销毛利率低于东亚机械，主要受产品销售结构和品牌溢价影响。产品销售结构方面，报告期内，公司螺杆机产品销售以中小功率、高性价比产品为主，存在较大比重的工频螺杆机产品，而东亚机械螺杆机销售以永磁变频螺杆机为主，且大功率、两级压缩螺杆机产品销售占比较高；品牌溢价方面，东亚机械从事空气压缩机业务时间较早，经过多年的品牌和销售渠道建设，其螺杆机产品拥有较高的品牌知名度和客户认可度，产品价格定位相对较高，相比较而言，公司螺杆机自主品牌起步较晚，产品品牌溢价较小，产品价格定位较低，产品性价比较高。因此东亚机械经销毛利率高于公司经销毛利率。

综上，OBM 业务模式下公司与同行业可比公司东亚机械均以经销收入为主，公司经销毛利率低于东亚机械具有合理性。

(2) 对不同销售模式（直销、经销等）、不同区域（境内、境外等）和不同类别经销商销售的产品数量、销售价格、销售收入及占比、毛利及占比、毛利率情况；对不同模式、不同区域、不同类别经销商销售价格、毛利率存在显著差异的情况，说明产生差异的原因及合理性

报告期内，公司经销收入主要来自螺杆机，部分来自离心鼓风机，分产品不同销售区域不同销售模式下的产品数量、销售价格、销售收入及占比、毛利及占比、毛利率等情况如下：

单位：万元

期间	产品	销售区域	销售模式	销售收入(万元)	收入占比	销售数量(台)	销售单价(万元/台)	平均规格(HP/台)	毛利(万元)	毛利占比	毛利率
2021年1-6月	螺杆机	境内	OBM 经销	7,911.61	21.04%	7,598	1.04	25.88	1,882.32	25.38%	23.79%
			ODM	4,959.80	13.19%	8,130	0.61	19.98	608.85	8.21%	12.28%
			OBM 直销	657.29	1.75%	267	2.46	23.50	292.53	3.94%	44.50%
		境外	OBM 经销	473.22	1.26%	201	2.35	40.82	217.14	2.93%	45.89%
			ODM	2,940.99	7.82%	2,104	1.40	21.42	983.50	13.26%	33.44%
			OBM 直销	3.86	0.01%	2	1.93	30.00	2.06	0.03%	53.50%
	离心机	境内	OBM 经销	1,025.05	2.73%	168	6.10	61.13	559.32	7.54%	54.56%
			ODM	731.24	1.95%	157	4.66	51.31	363.77	4.90%	49.75%
			OBM 直销	1,572.03	4.18%	78	20.15	65.77	1,151.08	15.52%	73.22%
		境外	OBM 经销	12.55	0.03%	1	12.55	75.00	7.58	0.10%	60.40%
2020年度	螺杆机	境内	OBM 经销	16,416.94	23.69%	18,873	0.87	26.03	3,166.58	19.45%	19.29%
			ODM	11,890.70	17.16%	17,934	0.66	22.63	1,845.71	11.34%	15.52%
			OBM 直销	1,252.87	1.81%	395	3.17	41.49	575.01	3.53%	45.90%
		境外	OBM 经销	576.90	0.83%	275	2.10	34.69	251.93	1.55%	43.67%
			ODM	4,571.23	6.60%	3,191	1.43	22.62	1,633.51	10.04%	35.73%
			OBM 直销	51.59	0.07%	18	2.87	33.75	28.44	0.17%	55.11%
	离心机	境内	OBM 经销	3,111.30	4.49%	236	13.18	91.19	1,900.47	11.68%	61.08%
			ODM	429.29	0.62%	39	11.01	76.54	265.51	1.63%	61.85%
			OBM 直销	2,133.19	3.08%	115	18.55	83.48	1,548.17	9.51%	72.58%
2019年度	螺杆机	境内	OBM 经销	16,635.15	28.99%	17,914	0.93	24.82	2,905.48	23.53%	17.47%
			ODM	7,028.95	12.25%	9,217	0.76	22.36	1,110.73	9.00%	15.80%
			OBM 直销	1,489.01	2.59%	137	10.87	112.63	783.35	6.34%	52.61%

期间	产品	销售区域	销售模式	销售收入(万元)	收入占比	销售数量(台)	销售单价(万元/台)	平均规格(HP/台)	毛利(万元)	毛利占比	毛利率
2018年度		境外	OBM 经销	509.26	0.89%	260	1.96	33.37	230.99	1.87%	45.36%
			ODM	4,554.58	7.94%	3,303	1.38	22.36	1,500.44	12.15%	32.94%
			OBM 直销	33.92	0.06%	9	3.77	53.89	15.05	0.12%	44.38%
	离心机	境内	OBM 经销	450.41	0.78%	31	14.53	118.71	155.47	1.26%	34.52%
			ODM	72.27	0.13%	7	10.32	111.43	17.12	0.14%	23.69%
			OBM 直销	116.46	0.20%	5	23.29	100.00	75.94	0.62%	65.21%
	螺杆机	境内	OBM 经销	14,413.44	20.04%	12,295	1.17	28.21	2,955.08	20.38%	20.50%
			ODM	14,495.25	20.16%	16,013	0.91	22.44	2,571.66	17.74%	17.74%
			OBM 直销	2,269.16	3.16%	158	14.36	133.58	1,177.41	8.12%	51.89%
		境外	OBM 经销	251.62	0.35%	135	1.86	37.17	101.75	0.70%	40.44%
			ODM	3,309.53	4.60%	2,493	1.33	24.78	1,086.59	7.50%	32.83%
			OBM 直销	105.75	0.15%	31	3.41	44.52	51.53	0.36%	48.73%

报告期内，公司 OBM 经销模式下境外经销毛利率高于境内经销毛利率，主要原因为境外螺杆机市场产品销售价格普遍较高，公司外销产品定价较国内具有较明显优势，具有合理性。

报告期内，公司各产品境内外不同销售模式下毛利率存在一定差异，主要原因详见首轮审核问询函回复之“16.关于毛利率”之“一、按照 ODM、OBM 直销、OBM 经销、OBM 合同能源管理业务模式以及境内外销售区域划分说明报告期内各类产品毛利率水平以及变化的原因；各类产品 OBM 模式下经销、直销毛利率的差异及合理性；各类产品 OBM 与 ODM 模式下毛利率的差异以及合理性；各类产品境内外毛利率的差异以及合理性；报告期内销售返利对毛利率的影响”之“（二）各类产品 OBM 模式下经销、直销毛利率的差异及合理性”和“（三）各类产品 OBM 与 ODM 模式下毛利率的差异以及合理性”。

（3）经销商的返利政策及其变化情况，返利占经销收入比例，返利计提是否充分，是否存在通过调整返利政策调节经营业绩的情况

报告期内，公司与外销客户不存在销售返利的情况，公司仅针对国内 ODM 及 OBM 经销客户约定销售返利政策，涉及的产品为螺杆机和离心鼓风机。公司各类产品境内外不同销售模式下收入及返利变动情况、返利政策具体内容

如下：

①螺杆机

报告期各期，公司螺杆机产品各业务模式销售收入及销售返利情况如下：

单位：万元

销售区域	业务模式	2021年1-6月			2020年度			2019年度			2018年度		
		收入	返利	占比	收入	返利	占比	收入	返利	占比	收入	返利	占比
境内	OBM经销	7,911.61	183.71	2.32%	16,416.94	328.21	2.00%	16,635.15	546.02	3.28%	14,413.44	51.70	0.36%
	OBM直销	657.29	-	-	1,252.87	-	-	1,489.01	-	-	2,269.16	-	-
	ODM	4,959.80	214.30	4.32%	11,890.70	617.50	5.19%	7,028.95	205.71	2.93%	14,495.25	16.52	0.11%
	小计	13,528.69	398.01	2.94%	29,560.51	945.71	3.20%	25,153.11	751.73	2.99%	31,177.85	68.22	0.22%
境外	OBM经销	473.22	-	-	576.9	-	-	509.26	-	-	251.62	-	-
	OBM直销	3.86	-	-	51.59	-	-	33.92	-	-	105.75	-	-
	ODM	2,940.99	-	-	4,571.23	-	-	4,554.58	-	-	3,309.53	-	-
	小计	3,418.07	-	-	5,199.72	-	-	5,097.76	-	-	3,666.90	-	-
合计		16,946.77	398.01	2.35%	34,760.23	945.71	2.72%	30,250.87	751.73	2.48%	34,844.75	68.22	0.20%

注：上述销售返利金额为不含税金额，下同。

报告期各期，公司根据与客户约定的返利政策，结合客户具体销售完成情况对销售返利进行计提，报告期各期公司螺杆机销售返利占螺杆机境内销售收入的比例分别为 0.22%、2.99%、3.20%、2.94%，各期占比存在一定波动，主要原因系公司会根据各期市场情况以及销售策略对返利政策进行一定调整，不同年度间返利政策及计提比例存在一定差异。报告期各期，公司螺杆机销售返利政策具体内容如下：

项目	返利政策主要内容	主要变动情况
2021年1-6月	①金霸王系列、超能王系列及小霸王系列产品，采购金霸王系列、超能王系列产品合计采购金额占采购总额比例超过 40%的，按照全部产品采购总额的 10%给予销售返利（返利金额=10%*（金霸王系列+超能王系列+小霸王系列）），不足 40%的，按照符合返利条件的采购金额的 10%给予销售返利（返利金额=10%*（金霸王系列+超能王系列+不超过金霸王、超能王合计采购金额 1.5 倍的小霸王采购金额）； ②两级压缩产品单独计算返利（采购额在 100 万元以上，按 1%返利，200 万元以上，按 2%返利，以此类推，返利最高标准不超过 10%）	取消小精灵系列产品返利
2020年度	①金霸王系列、超能王系列及小霸王系列产品，返利期间为 2020 年 7 月至 12 月，采购金霸王系列、超能王系列产品合计采购金额占半年度采购总额比例超过 40%的，按照全部产品采购总额的 10%给予销售返利（返利金额=10%*（金霸王系列+超能王系列+小霸王系列）），不足 40%	按产品系列搭配返利，以增加金霸王、超能王等中高端机型销量

	的，按照符合返利条件的采购金额的 10%给予销售返利（返利金额=10%*（金霸王系列+超能王系列+不超过金霸王、超能王合计采购金额 1.5 倍的小霸王采购金额）； ②两级压缩产品单独计算返利（采购额在 100 万元以上，按 1%返利，200 万元以上，按 2%返利，以此类推，返利最高标准不超过 10%）； ③小精灵系列产品返利期间为 2020 年 1 月-2020 年 3 月，公司根据各地区市场情况（如当地市场各品牌价格竞争激烈），由当地区业务经理提供返利申请，给予客户销售额 10%的返利； 未及时结清欠款的不能享受销售返利。	
2019 年度	①整机采购额在 100 万元以上，按 2%返利；200 万元以上，按 4%返利；300 万元以上，按 6%返利；400 万元以上，按 8%返利；500 万元以上，按 10%返利，返利最高标准不超过 10%；同时需根据小霸王系列产品采购金额占比确定相应返利系数（小霸王采购占比越高，返利系数越低，小霸王采购占比≤60%，返利系数为 1，小霸王采购占比>60%，返利系数为 1-（小霸王采购占比-60%）*2），最终返利金额=年度采购金额*返利比例*返利系数。全年特价机器销售额不享受年度返利政策，未及时结清欠款的不能享受销售返利； ②小精灵系列产品返利期间为 2019 年 9 月-2019 年 12 月，公司根据各地区市场情况（如当地市场各品牌价格竞争激烈），由当地区业务经理提供返利申请，给予客户销售额 10%的返利。	为促进产品销售，特提高年度采购额返利比例，另增加产品系列搭配返利，以增加金霸王、超能王等中高端机型销量
2018 年度	整机采购额在 100 万元以上，按 1%返利，200 万元以上，按 2%返利，以此类推，返利最高标准不超过 10%。个别机型单独返利：两级压缩产品 3%、超能王系列 5%。全年特价机器销售额不享受年度返利政策，未及时结清欠款的不能享受销售返利。	2018 年度特价机销售占比大，全年特价机销售额不享受年度返利政策

注：特价机器是指公司直接以低于产品出厂价格折扣销售给客户的产品，该部分销售额计入客户当年度销售业绩考核但不参与销售返利计提。

报告期内，公司与浙江未来之星五金机电有限公司销售返利政策另行约定，具体情况如下：

项目	返利政策主要内容
享受返利 1	返利期间：2018 年 7 月 1 日-2021 年 8 月 31 日（具体为 2018 年 7 月 1 日-2019 年 6 月 30 日；2019 年 7 月 1 日-2020 年 8 月 31 日；2020 年 9 月 1 日-2021 年 8 月 31 日）； 返利基数：对应期间内完成的总采购额； 返利系数：3,000 万元以上，按 2%返利；4,000 万元以上，按 3%返利；5,000 万元以上，按 4%返利。
享受返利 2	返利期间：2019 年 3 月 1 日-2020 年 8 月 31 日；2020 年 9 月 1 日-2021 年 8 月 31 日； 返利基数：总采购额（不含小精灵系列、速力达品牌产品）； 返利系数：传力和惠田圆角款系列产品采购额占总采购额（不含小精灵系列、速力达品牌产品）的比例≤60%，返利系数为 10%；>60%，返利系数为：10%*[1-（传力和惠田圆角款年度销售额实际占比-60%）*2]。

2018 年度公司螺杆机销售返利金额较小，主要原因为 2018 年度公司特价机器销售额占比较大，2018 年度公司相关产品出厂价格定位相对较高，为促进产品销售，2018 年度公司直接以折扣销售方式进行让利的特价机销售额占比较大，2019 年以来公司调低了相关产品出厂价格，相应的直接进行折扣销售的特

价机销售额占比大幅下降（2018 年度、2019 年度、2020 年度享受销售返利的客户中特价机销售额占比分别约为 80%、18%、10%），由于全年特价机销售额不享受年度返利，因此 2018 年度螺杆机产品参与计提销售返利的基数较小，加之 2018 年度返利政策中返利比例低于报告期其他年度，使得 2018 年度公司计提的销售返利金额较小。2019 年以来，为促进产品销售，公司提高了返利比例，全年特价机产品销售占比也大幅减小，使得 2019 年度以来公司螺杆机产品销售返利占收入的比例提升，其中，2020 年度公司境内 ODM 返利金额占收入的比例较 2019 年度提升，主要原因系当年度 ODM 主要客户浙江未来之星五金机电有限公司采购金额较大，实现的销售返利较多所致；2020 年度公司境内 OBM 经销返利金额占收入的比例较 2019 年度有所下降，主要原因系 2020 年公司经销商客户享受销售返利的期间主要为 2020 年下半年（2020 年 7 月至 12 月）。整体来看，报告期内公司螺杆机销售返利占收入的比例与返利政策变动趋势相符，公司根据各期市场情况以及销售策略对返利政策进行一定调整，公司根据返利计提政策充分计提返利，不存在通过调整返利政策调节经营业绩的情况。

②离心鼓风机

报告期各期，公司离心鼓风机产品主要为境内销售，各业务模式下其销售收入及销售返利情况如下：

单位：万元

销售区域	业务模式	2021 年 1-6 月			2020 年度			2019 年度		
		收入	返利	占比	收入	返利	占比	收入	返利	占比
境内	OBM 经销	1,025.05	24.74	2.41%	3,111.30	53.02	1.70%	450.41	-	-
	OBM 直销	1,572.03	-	-	2,133.19	-	-	116.46	-	-
	ODM	731.24	-	-	429.29	-	-	72.27	-	-
	小计	3,328.33	24.74	0.74%	5,673.78	53.02	0.93%	639.13		
境外	OBM 经销	12.55	-	-	-	-	-	-	-	-
合计		3,340.88	24.74	0.74%	5,673.78	53.02	0.93%	639.13	-	-

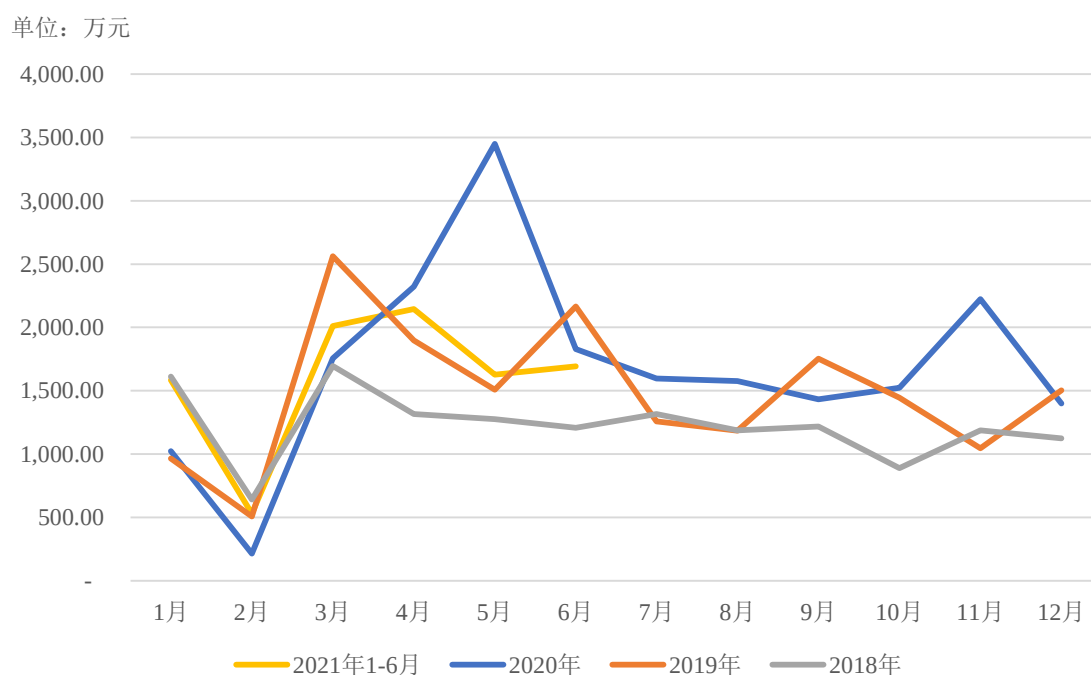
报告期内，公司离心鼓风机产品处于市场开拓期，单个客户销售规模整体较小，2019 年度公司离心鼓风机产品销售不存在销售返利的情形，2020 年度以来，公司针对年度销售金额 500 万元以上的经销客户进行销售返利，返利比

例为 10%，2020 年度以来返利金额分别为 53.02 万元、24.74 万元，占当年离心鼓风机境内 OBM 经销收入的比例为 1.70%、2.41%。报告期内，公司离心鼓风机产品返利政策未发生变化，公司根据返利计提政策充分计提返利，不存在通过调整返利政策调节经营业绩的情况。

（4）经销商采购频率及单次采购量分布是否合理，与期后销售周期是否匹配

报告期内，公司经销模式下的产品主要为螺杆机和离心鼓风机，经销商根据其自身的销售情况按需采购，无明显的季节性和规模性。针对采购频率及单次采购量，从每月的经销商销售收入变动情况分析如下：

公司经销商销售收入月度分布情况



由上图可见，报告期内，公司经销收入无明显的季节性和异常波动，1、2 月份因春节假期及天气原因，厂房及设备建设数量减少，需求降低，整体经销收入较低，2020 年 5 月较高，主要受新冠疫情影响，2020 年上半年我国口罩、熔喷布等防疫物资需求大增，螺杆机作为防疫物资生产系统中的基础动力设备，市场需求旺盛，公司经销收入不存在期末经销收入异常高于其他月份的情况。根据对主要经销商的访谈记录，主要经销商通常每月进行采购，公司取得了部分经销商客户期末库存数据，并与相应客户全年销售数量进行对比，测算其存

货周转天数分别为 29.13 天、35.04 天、43.05 天、23.59 天，与经销商采购频率、公司经销收入月度分布情况相匹配。报告期各期末，公司主要经销商期末库存占销售数量比例分别为 7.98%、9.60%、11.79%、6.46%，主要经销商客户期末库存数量处于合理水平，公司经销商实现了终端销售。

综上，公司经销商采购频率及单次采购量分布合理，与期后销售周期匹配。

（5）经销商一般备货周期，经销商进销存、退换货情况，备货周期是否与经销商进销存情况相匹配，是否存在经销商压货情形，退换货率是否合理

①经销商备货周期与进销存情况

基于公司销售策略、产品特征以及经销商对商业秘密的保护，公司与经销商之间没有可对经销商进销存进行管理的业务系统，公司不掌握经销商的终端销售情况。公司取得了部分经销商客户期末库存数据，并与相应客户全年销售数量进行对比，具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
提供库存数据经销客户收入金额	5,946.44	12,136.31	10,520.62	7,204.52
经销收入金额	9,587.79	20,346.12	17,792.60	14,665.05
销售占比	62.02%	59.65%	59.13%	49.13%
相关经销客户期末库存数据（台）	664	1,459	1,092	468
对应客户销售数量（台）	5,136	12,370	11,375	5,864
期末库存占销售数量比例	6.46%	11.79%	9.60%	7.98%
存货周转天数（天）	23.59	43.05	35.04	29.13

注 1：2021 年 6 月末期末库存占销售数量比例、存货周转天数为年化数据；

注 2：存货周转天数=365/（对应客户销售数量/相关经销客户期末库存数据）。

报告期各期末，期末库存占销售数量比例分别为 7.98%、9.60%、11.79%、6.46%（已年化），存货周转天数分别为 29.13 天、35.04 天、43.05 天、23.59 天，主要经销商客户库存数量处于合理水平，根据对主要经销商的访谈记录，主要经销商通常每月进行采购，采购频率与经销商期末库存情况相匹配，公司经销商不存在铺货销售公司产品的情形。

②经销商退换货情况

根据公司与经销商签订的经销协议，公司向经销商销售的产品由经销商签

收后，经销商即取得产品的控制权，非因产品质量问题，公司不承担任何退换货责任，无论经销商是否销售产品，公司均有权获得全额货款。报告期内，公司经销商的退换货金额分别为 241.08 万元、260.08 万元、404.92 万元、39.45 万元，占经销收入的比例分别为 1.64%、1.46%、1.99%、0.41%，金额及比例均较小，退换货率合理。

（6）经销商信用政策及变化，给予经销商的信用政策是否显著宽松于其他销售模式或对部分经销商信用政策显著宽松于其他经销商，说明是否存在通过放宽信用政策调节收入的情况

报告期内，公司与经销商通常采用“款到发货”的结算方式，部分销售金额较大、信用状况较好、合作时间较长的经销商，给予一定的信用期限或信用额度。主要经销商的具体信用政策详见首轮审核问询函回复“13.关于主要客户”之“一、按照 ODM、OBM 直销、OBM 经销、OBM 合同能源管理业务模式以及境内外销售区域划分说明各类产品主要客户的名称、成立时间、合作历史及关联关系、注册资本、经营范围及规模等基本情况，上述客户的经营、信用状况是否正常；结合合同说明与主要客户对付款、验收、质保、维保的约定情况，以上约定在不同客户、不同期间是否存在显著差异；发行人与主要客户的合作关系是否稳定，是否签署了长期合作协议及具体内容”之“（二）结合合同说明与主要客户对付款、验收、质保、维保的约定情况，以上约定在不同客户、不同期间是否存在显著差异”。

报告期内，公司对经销商的信用政策未发生重大变化，公司不存在给予经销商的信用政策显著宽松于其他销售模式的情况；根据不同经销商的采购规模、信用状况、合作时间等差异信用政策存在一定差异，具有商业合理性，不存在对部分经销商信用政策显著宽松于其他经销商的情况；公司不存在通过放宽信用政策调节收入的情况。

（7）经销商回款方式、应收账款规模合理性，说明是否存在大量现金回款或第三方回款的情况

报告期内，公司经销商的回款方式主要为银行转账或银行承兑汇票，存在少量的现金回款和第三方回款。

①应收账款规模合理性

公司通常根据客户销售情况、诚信情况等制定信用政策，对于销售金额较小或者与公司合作时间较短的客户，公司一般采用“款到发货”的方式，不存在信用期或信用额度；对于销售金额较大、信用状况较好或者合作时间较长的客户，公司一般会给予一定的信用期限或信用额度。报告期内，公司对经销商的应收账款原值分别为 881.36 万元、1,335.45 万元、1,107.32 万元、1,766.21 万元，占经销收入的比例分别为 6.01%、7.51%、5.44%、9.21%（已年化），占比较低，其中 2021 年 6 月末占比相对较高，主要原因系 2021 年 1-6 月公司有信用期限或信用额度的客户对应收入占比提高，报告期内，OBM 经销主要客户收入占经销收入的比例分别为 20.50%、26.38%、18.72%、30.52%，变动趋势与公司对经销商应收账款原值占经销收入的比例一致。

②现金交易情况

报告期内，公司存在少量经销商现金回款情况，金额较小，占同期经销收入比例较低，具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售收款现金收入	-	1.75	0.37	10.90
经销收入金额	9,587.79	20,346.12	17,792.60	14,665.05
占比	0.00%	0.01%	0.00%	0.07%

报告期内公司经销商现金回款系零星销售，金额及占比均较小。报告期内，公司严格执行现金管理相关的内控制度，控制经销商现金回款规模。

③第三方回款

报告期内，公司销售活动中，部分经销回款存在销售合同签订方与付款方不一致的情形，具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
经销第三方回款金额	51.66	154.20	36.27	85.41
经销收入金额	9,587.79	20,346.12	17,792.60	14,665.05
占比	0.54%	0.76%	0.20%	0.58%

报告期内，受客户资金周转、交易习惯、外汇支付等因素影响，部分经销客户存在委托关联方、第三方代理、银行或专业清关公司代理支付货款的情形。报告期内，公司经销客户第三方回款金额占经销收入的比例分别为 0.58%、0.20%、0.76%、0.54%，不存在大量第三方回款的情形。

（8）经销商的终端客户构成情况，各层级经销商的定价政策，期末库存及期后销售情况，各层级经销商是否存在压货以及大额异常退换货情况，各层级经销商回款情况；如存在直销客户与经销商终端客户重合的情况，说明同时对终端客户采用两种销售模式的原因及合理性

①经销商的终端客户构成情况

报告期内，公司经销商模式下收入以境内销售为主，经销产品主要为螺杆机和离心鼓风机，螺杆机和离心鼓风机终端用途均为工业领域，以下主要分析螺杆机、离心鼓风机境内经销商的终端客户构成情况。

I、螺杆机

公司螺杆机产品作为工业现代化、自动化的基础动力工具，具有节能、高效的优势，被广泛应用于机械制造、矿山冶金、纺织服装、医疗行业、水泥建材等领域。根据螺杆机报告期内 OBM 经销客户提供的终端客户行业信息进行数据统计分析，公司螺杆机经销商的终端客户行业主要集中于机械制造、纺织服装、矿山冶金等，与公司螺杆机实际用途相符，具体情况详见首轮审核问询函回复“6.关于业务”之“三、发行人空压机、鼓风机产品在各领域的客户储备以及收入占比情况”，发行人是否针对客户需求进行定制化研发，在相关领域是否具备行业竞争力”之“（一）发行人空压机、鼓风机产品在各领域的客户储备以及收入占比情况”之“1、螺杆机”。

II、离心鼓风机

离心鼓风机作为公司 2019 年推出的新产品，较传统风机具有风量大、噪声小、节能环保、清洁无油等优势，产品可广泛应用于水泥建材、污水处理、纺织以及需要清洁空气的医疗及水产养殖等行业。根据螺杆机报告期内 OBM 经销客户提供的终端客户行业信息进行数据统计分析，公司离心鼓风机经销商的终端客户行业主要集中于水泥行业、污水处理、水产养殖、机械制造、纺织服

装等，与公司离心鼓风机实际用途相符，具体情况详见第二轮审核问询函回复之“6.关于主要客户”之“四、说明离心鼓风机 OBM 经销、ODM 模式下的终端销售情况；各类销售模式下鼓风机客户所在行业与产品型号、性能的匹配性，ODM 客户与 OBM 经销客户是否具备鼓风机安装能力、有关鼓风机的行业经验，ODM 客户、OBM 经销客户对鼓风机产品签收后即确认收入是否符合《企业会计准则》规定，是否存在需要发行人安装、调试的情形”之“（二）各类销售模式下鼓风机客户所在行业与产品型号、性能的匹配性，ODM 客户与 OBM 经销客户是否具备鼓风机安装能力、有关鼓风机的行业经验，ODM 客户、OBM 经销客户对鼓风机产品签收后即确认收入是否符合《企业会计准则》规定，是否存在需要发行人安装、调试的情形”之“1、各类销售模式下鼓风机客户所在行业与产品型号、性能的匹配性”。

②各层级经销商的定价政策

公司未设置多层级经销商体系，经销商定价机制方面，公司在成本加成方法的基础上，确定各产品统一经销价格，同时公司会综合考虑市场行情、经销商采购规模等多种维度，制定当期经销商销售折扣政策。

③期末库存及期后销售情况，经销商是否存在压货以及大额异常退换货情况

报告期内，公司经销商实现终端销售，不存在压货情况，不存在大额异常退换货情况。公司经销商期末库存及退换货情况详见本题回复“六、说明 2021 年 1-6 月对经销收入的核查比例下降较多的原因，核查程序、手段能否支撑核查结论”之“（二）关于对公司经销模式相关事项核查的说明”之“6、关于经销商模式经营情况分析”之“（5）经销商一般备货周期，经销商进销存、退换货情况，备货周期是否与经销商进销存情况相匹配，是否存在经销商压货情形，退换货率是否合理”。

④经销商回款情况

报告期内，公司经销商回款情况良好，期末经销商应收账款的金额及占比较低。公司经销商回款情况详见本题回复“六、说明 2021 年 1-6 月对经销收入的核查比例下降较多的原因，核查程序、手段能否支撑核查结论”之“（二）关

于对公司经销模式相关事项核查的说明”之“6、关于经销商模式经营情况分析”之“(7) 经销商回款方式、应收账款规模合理性，说明是否存在大量现金回款或第三方回款的情况”。

⑤直销客户与经销商终端客户重合的情况，同时对终端客户采用两种销售模式的原因及合理性

公司与经销商独立销售，基于经销商对商业秘密的保护，公司无法获取经销商的终端客户清单，未能与公司直销客户进行核对。保荐机构、申报会计师于实地走访经销商时对部分经销商进行了终端客户穿透核查，穿透核查相关终端客户与公司直销客户不存在重合的情况。

7、核查程序

保荐机构、申报会计师就经销模式执行了以下核查程序：

(1) 内部控制测试及细节测试

保荐机构及申报会计师执行内部控制测试的情况如下：

保荐机构及申报会计师访谈了发行人销售部门负责人，查阅了发行人销售循环相关内控制度文件，了解发行人销售相关内部控制制度及其运行情况；根据控制测试的样本规模选取标准的相关要求确定样本量，获取发行人的销售合同订单、发货单、销售出库单、收货确认书、销售发票、银行回单等原始资料，执行控制测试，评价与经销商相关内控制度设计的合理性和执行的有效性。

保荐机构及申报会计师执行细节测试的情况如下：

①选取核查样本

保荐机构、申报会计师针对细节测试选取样本的方法如下：单笔销售金额 50 万元以上的全部纳入核查样本，单笔销售金额 5-50 万元的随机选取部分样本，单笔销售金额 5 万元以下的选取，具体情况如下：

单位：万元、家

年度	样本选取标准	样本选取方法	总体数量	总体金额	样本数量	样本金额	占比
2021 年 1- 6 月	单笔 50 万元以上	全部选取	9	580.50	9	580.50	100.00%
	单笔 5-50 万元	随机选取	376	4,787.14	85	1,110.80	23.20%

	单笔 5 万元以下	不选取	3,520	4,220.14	-	-	-
	合计		3,905	9,587.79	94	1,691.31	17.64%
2020 年度	单笔 50 万元以上	全部选取	19	1,261.25	19	1,261.25	100.00%
	单笔 5-50 万元	随机选取	829	10,735.93	172	2,279.68	21.23%
	单笔 5 万元以下	不选取	9,478	8,348.94	-	-	-
	合计		10,326	20,346.12	191	3,540.93	17.40%
2019 年度	单笔 50 万元以上	全部选取	20	1,257.22	20	1,257.22	100.00%
	单笔 5-50 万元	随机选取	798	8,464.11	185	1,978.45	23.37%
	单笔 5 万元以下	不选取	9,250	8,071.27	-	-	-
	合计		10,068	17,792.60	205	3,235.67	18.19%
2018 年度	单笔 50 万元以上	全部选取	9	603.06	9	603.06	100.00%
	单笔 5-50 万元	随机选取	511	5,544.35	124	1,632.35	29.44%
	单笔 5 万元以下	不选取	7,427	8,517.64	-	-	-
	合计		7,947	14,665.05	133	2,235.41	15.24%

②核查计划及核查程序

保荐机构、申报会计师针对细节测试制定的核查计划、执行的核查程序如下：根据上述选取核查样本的方法确认核查样本，获取发行人的销售合同、发货单、销售出库单、收货确认书、销售发票、银行回单等原始资料，执行细节测试，评价发行人收入确认的真实性和准确性。

（2）实地走访及抽查监盘

①选取核查样本

报告期内，发行人经销商模式下收入主要以境内销售为主，境内经销收入占经销收入的比例分别为 98.28%、97.05%、97.09%，94.33%，同时因疫情原因，保荐机构、申报会计师仅针对境内经销商执行实地走访及抽查监盘程序。选取实地走访及抽查监盘的样本方法如下：根据经销商销售金额进行分层，各期销售金额在 100 万元以上的经销商全部纳入核查样本，各期销售金额在 50 万元-100 万元、50 万元以下的经销商考虑金额大小、实际走访路线安排等因素选取部分样本，2021 年 1-6 月样本选取标准减半。保荐机构、申报会计师针对境内经销商实际走访及抽查监盘抽取的样本情况如下：

单位：万元、家

年度	样本选取标准	样本选取方法	总体数量	总体金额	样本数量	样本金额	样本占比
2021年 1-6月	50 万以上	境内全部选取	49	5,978.95	43	5,561.65	93.02%
	25 万-50 万	按金额大小	32	1,142.10	14	528.46	46.27%
	25 万以下	按金额大小	350	1,923.02	26	217.25	11.30%
	合计		431	9,044.07	83	6,307.37	69.74%
2020年度	100 万元以上	境内全部选取	48	10,296.92	46	10,068.73	97.78%
	50 万-100 万	按金额大小	50	3,424.08	26	1,911.50	55.83%
	50 万元以下	按金额大小	662	6,033.61	44	562.06	9.32%
	合计		760	19,754.61	116	12,542.29	63.49%
2019年度	100 万元以上	境内全部选取	41	9,788.05	39	9,555.12	97.62%
	50 万-100 万	按金额大小	40	2,901.50	23	1,792.95	61.79%
	50 万元以下	按金额大小	570	4,577.90	37	606.34	13.24%
	合计		651	17,267.45	99	11,954.42	69.23%
2018年度	100 万元以上	境内全部选取	28	6,054.90	24	5,343.34	88.25%
	50 万-100 万	按金额大小	35	2,400.71	14	1,064.85	44.36%
	50 万元以下	按金额大小	695	5,957.83	42	718.82	11.98%
	合计		758	14,413.44	80	7,127.01	49.45%

注：保荐机构、申报会计师分别于 2019 年 3-8 月，2020 年 10 月-2021 年 3 月、2021 年 6-7 月对发行人经销客户进行了访谈，其中主要为 2020 年 10-12 月走访，当时财务数据尚不完整，另外实际走访中存在个别经销商因不再合作而不接受走访，因此导致销售金额 100 万元以上（2021 年 1-6 月 50 万元以上）的样本抽取比例低于 100%。

②核查计划及核查程序

保荐机构、申报会计师针对实际走访及抽查监盘制定的核查计划、执行的核查程序如下：根据上述选取核查样本的方法确认核查样本，实地走访所选取的经销商，察看其主要经营场所，发行人产品在经营场所的库存状态，了解进销存情况；了解经销商实际控制人和关键经办人相关信息、向发行人采购的商业理由，了解经销商经营情况、财务核算基础、信息管理系统等，了解经销商及其关联方、关键经办人员与发行人及发行人关联方之间是否存在关联关系、委托持股或其他利益安排等；取得经销商出具的无关联关系的承诺函；核查经销商财务报表了解经销商资金实力；对经销商的期末库存进行抽查监盘，以核实经销商期末库存的真实性。

对境内经销商进行实际走访及抽查监盘的情况如下：

单位：万元、家

年度	样本分布	经销商家数	经销收入	实际走访家数	实际走访金额	实际走访金额占比	抽查监盘家数	抽查监盘金额	抽查监盘金额占比
2021年1-6月	50万元以上	49	5,978.95	43	5,561.65	93.02%	32	4,063.86	73.07%
	25万-50万	32	1,142.10	14	528.46	46.27%	12	458.09	86.68%
	25万以下	350	1,923.02	26	217.25	11.30%	17	148.07	68.16%
	合计	431	9,044.07	83	6,307.37	69.74%	61	4,670.03	74.04%
2020年度	100万元以上	48	10,296.92	46	10,068.73	97.78%	35	8,479.08	84.21%
	50万-100万	50	3,424.08	26	1,911.50	55.83%	16	1,255.22	65.67%
	50万元以下	662	6,033.61	44	562.06	9.32%	35	436.69	77.69%
	合计	760	19,754.61	116	12,542.29	63.49%	86	10,170.99	81.09%
2019年度	100万元以上	41	9,788.05	39	9,555.12	97.62%	33	8,375.31	85.57%
	50万-100万	40	2,901.50	23	1,792.95	61.79%	19	1,482.00	51.08%
	50万元以下	570	4,577.90	37	606.34	13.24%	26	381.74	8.34%
	合计	651	17,267.45	99	11,954.42	69.23%	78	10,239.05	85.65%
2018年度	100万元以上	28	6,054.90	24	5,343.34	88.25%	18	4,608.34	76.11%
	50万-100万	35	2,400.71	14	1,064.85	44.36%	12	917.87	38.23%
	50万元以下	695	5,957.83	42	718.82	11.98%	31	449.88	7.55%
	合计	758	14,413.44	80	7,127.01	49.45%	61	5,976.09	83.85%

注 1：实际走访金额占比=实际走访金额/经销收入；

注 2：抽查监盘金额占比=抽查监盘金额/实际走访金额；

注 3：保荐机构、申报会计师分别于 2019 年 3-8 月，2020 年 10 月-2021 年 3 月、2021 年 6-7 月对发行人经销客户进行了访谈，其中主要为 2020 年 10-12 月走访，当时财务数据尚不完整，另外实际走访中存在个别经销商因不再合作而不接受走访，因此导致销售金额 100 万元以上（2021 年 1-6 月 50 万元以上）的样本抽取比例低于 100%；

注 4：实际走访中存在部分经销商无期末库存、接受访谈地点非存货摆放地点等因素导致抽查监盘占比低于 100%。

另外，保荐机构、申报会计师取得了部分经销商客户期末库存数据，并与相应客户全年销售数量进行对比，具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
提供库存数据经销客户收入金额	5,946.44	12,136.31	10,520.62	7,204.52
经销收入金额	9,587.79	20,346.12	17,792.60	14,665.05
销售占比	62.02%	59.65%	59.13%	49.13%
相关经销客户期末库存数据（台）	664	1,459	1,092	468
对应客户销售数量（台）	5,136	12,370	11,375	5,864
期末库存占销售数量比例	6.46%	11.79%	9.60%	7.98%

注 1：2021 年 6 月末期末库存占销售数量比例、存货周转天数为年化数据；
注 2：存货周转天数=365/（对应客户销售数量/相关经销客户期末库存数据）。

报告期各期末，期末库存占销售数量比例分别为 7.98%、9.60%、11.79%、6.46%（已年化），主要经销商客户库存数量处于合理水平，且根据对主要经销商的访谈记录，主要经销商不存在铺货销售发行人产品的情形。

（3）函证

①选取核查样本

保荐机构、申报会计师针对经销商执行函证程序选取样本的方法如下：根据经销商销售金额进行分层，各期销售金额在 100 万元以上的经销商全部纳入核查样本，各期销售金额在 50 万元-100 万元的经销商考虑金额大小等因素选取部分样本，各期销售金额在 50 万元以下经销商随机抽查部分样本，2021 年 1-6 月样本选取标准减半。保荐机构、申报会计师针对境内经销商执行函证程序的样本情况如下：

单位：万元、家

年度	销售区域	样本选取标准	样本选取方法	总体数量	总体金额	样本数量	样本金额	样本占比
2021 年 1-6 月	境内	50 万以上	全部选取	49	5,978.95	49	5,978.95	100.00%
		25 万-50 万	考虑金额大小	32	1,142.10	1	49.15	4.30%
		25 万以下	随机选取	350	1,923.02	4	13.92	0.72%
	境外	50 万以上	全部选取	3	275.47	3	275.47	100.00%
		25-50 万	考虑金额大小	2	69.68	-	-	-
		25 万以下	随机选取	23	198.57	-	-	-
	合计			459	9,587.79	57	6,317.49	65.89%
2020 年度	境内	100 万元以上	全部选取	48	10,296.92	48	10,296.92	100.00%
		50 万-100 万	考虑金额大小	50	3,424.08	37	2,646.17	77.28%
		50 万元以下	随机选取	662	6,033.61	82	1,519.14	25.18%
	境外	100 万元以上	全部选取	2	293.19	2	293.19	100.00%
		50 万-100 万	考虑金额大小	1	74.69	-	-	-
		50 万元以下	随机选取	29	223.62	-	-	-
	合计			792	20,346.12	169	14,755.42	72.52%
2019 年度	境内	100 万元以上	全部选取	41	9,788.05	41	9,788.05	100.00%
		50 万-100 万	考虑金额大小	40	2,901.50	33	2,458.74	84.74%

		50 万元以下	随机选取	570	4,577.90	82	1,333.35	29.13%
	境外	100 万元以上	全部选取	1	172.04	1	172.04	100.00%
		50 万-100 万	考虑金额大小	2	158.40	1	80.60	50.88%
		50 万元以下	随机选取	34	194.71	-	-	-
	合计			688	17,792.60	158	13,832.78	77.74%
2018 年度	境内	100 万元以上	全部选取	28	6,054.90	28	6,054.90	100.00%
		50 万-100 万	考虑金额大小	35	2,400.71	33	2,248.12	93.64%
		50 万元以下	随机选取	695	5,957.83	73	1,294.48	21.73%
	境外	100 万元以上	全部选取	-	-	-	-	-
		50 万-100 万	考虑金额大小	1	92.75	1	92.75	100.00%
		50 万元以下	随机选取	20	158.87	1	15.03	9.46%
	合计			779	14,665.05	136	9,705.28	66.18%

注：样本数量为发函数量。

②核查计划及核查程序

保荐机构、申报会计师针对函证制定的核查计划、执行的核查程序如下：
根据上述选取核查样本的方法确认核查样本，向发行人主要经销客户进行函证，函证内容包括各期销售金额、回款金额、期末往来余额等，核查发行人经销销售收入与经销商采购成本是否匹配。报告期各期，经销商回函确认收入金额占经销收入金额的比例分别为 63.24%、71.46%、66.91%、58.10%。

对经销商进行函证的情况如下：

单位：万元、家

年度	销售区域	样本分布	经销商家数	经销收入	回函数量	回函金额	回函占比
2021 年 1-6 月	境内	50 万以上	49	5,978.95	40	5,244.52	87.72%
		25 万-50 万	32	1,142.10	1	49.15	4.30%
		25 万以下	350	1,923.02	2	1.74	0.09%
	境外	50 万以上	3	275.47	3	275.47	100.00%
		25-50 万	2	69.68	-	-	-
		25 万以下	23	198.57	-	-	-
	合计		459	9,587.79	46	5,570.88	58.10%
2020 年 度	境内	100 万元以 上	48	10,296.92	42	9,372.25	91.02%
		50 万-100 万	50	3,424.08	35	2,463.33	71.94%

		50 万元以下	662	6,033.61	74	1,484.54	24.60%
	境外	100 万元以上	2	293.19	2	293.19	100.00%
		50 万-100 万	1	74.69	-	-	-
		50 万元以下	29	223.62	-	-	-
	合计		792	20,346.12	153	13,613.30	66.91%
2019 年度	境内	100 万元以上	41	9,788.05	38	8,843.25	90.35%
		50 万-100 万	40	2,901.50	32	2,371.13	81.72%
		50 万元以下	570	4,577.90	70	1,208.11	26.39%
	境外	100 万元以上	1	172.04	1	172.04	100.00%
		50 万-100 万	2	158.40	1	80.60	50.88%
		50 万元以下	34	194.71	2	39.72	20.40%
	合计		688	17,792.60	144	12,714.85	71.46%
2018 年度	境内	100 万元以上	28	6,054.90	27	5,946.27	98.21%
		50 万-100 万	35	2,400.71	28	1,977.34	82.36%
		50 万元以下	695	5,957.83	67	1,235.84	20.74%
	境外	100 万元以上	-	-	-	-	-
		50 万-100 万	1	92.75	1	92.75	100.00%
		50 万元以下	20	158.87	2	22.33	14.06%
	合计		779	14,665.05	125	9,274.54	63.24%

(4) 资金流水核查

资金流水核查的核查范围、具体程序、异常标准等详见本回复“12.关于资金流水”之“二、相关资金流水核查的具体程序和异常标准；是否完整核查了控股股东、实际控制人、发行人主要关联方、董事、监事、高管、关键岗位人员等与发行人客户、供应商及其关联方的资金往来；是否存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形”。

(5) 分析性复核

①取得发行人经销收入明细表，分析境内外经销商销售收入及毛利占比，发生变动的原因及合理性；分析新增、退出经销商数量、销售收入及毛利占比，新增、退出经销商销售收入及毛利占比合理性；分析主要经销商销售收入及毛

利占比，发生变动的原因及合理性；分析经销商向发行人采购规模与其自身业务规模是否匹配；取得发行人个人等非法人实体的经销商名单，分析其销售收入及毛利占比，与同行业可比公司对比分析是否存在显著差异；

②取得发行人前员工经销商名单，分析其销售收入及毛利率是否存在异常情况；取得使用发行人名称或商标的经销商名单，分析其销售收入及毛利率是否存在异常情况；

③与同行业可比公司对比分析发行人通过经销商模式实现的销售收入及占比、毛利率等与同行业可比公司是否存在显著差异；

④分析不同销售模式、不同区域经销商销售的产品数量、销售价格、销售收入及占比、毛利及占比、毛利率情况，分析产生差异的原因及合理性；

⑤取得发行人经销返利明细，分析发行人经销返利计提是否充分，是否存在通过调整返利政策调节经营业绩的情况；

⑥取得发行人经销收入明细表，通过经销收入月度分析评价经销商采购频率及单次采购量分布是否合理，与期后销售周期是否匹配；取得部分发行人经销客户期末库存数据，分析经销商一般备货周期是否与经销商进销存情况相匹配，是否存在经销商压货情形；

⑦取得发行人经销商退货明细，分析退换货率是否合理；

⑧查阅发行人主要经销商合同，了解经销商信用政策及变化，分析给予经销商的信用政策是否显著宽松于其他销售模式或对部分经销商信用政策是否显著宽松于其他经销商，分析是否存在通过放宽信用政策调节收入的情况；

⑨取得部分主要经销商终端客户行业信息，了解经销商的终端客户构成情况，分析与发行人产品应用领域是否匹配；

⑩取得发行人运杂费明细，分析发行人内销运杂费与内销收入、内销产品数量的匹配性。

（6）其他核查程序

①访谈发行人实际控制人、销售部门负责人，了解发行人采用经销商模式的商业合理性；

②访谈发行人财务负责人，了解经销收入确认、计量原则，了解经销商销售返利的会计处理，评价是否符合《企业会计准则》的规定；

③查询同行业可比公司经销模式收入确认政策，评价与发行人是否存在显著差异；

④访谈发行人实际控制人、销售部门负责人，了解新设即成为发行人主要经销商的原因及合理性。

8、核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

（1）发行人采取经销商模式具有必要性和商业合理性，符合行业惯例；

（2）发行人经销相关内控制度设计合理并有效运行；

（3）发行人经销收入确认方法和时点在会计处理上符合《企业会计准则》的规定；发行人在确认销售当期预提客户返利并冲减相应销售收入符合《企业会计准则》的规定；发行人经销模式下收入确认政策与同行业可比公司不存在显著差异；

（4）报告期内，发行人经销商模式下收入以境内销售为主，未发生重大变化；发行人境外经销毛利率高于境内经销毛利率，主要原因为境外螺杆机市场产品销售价格普遍较高，发行人外销产品定价较国内具有较明显优势，具有合理性；报告期内，发行人新增、退出的经销商数量相对较多，主要原因系发行人处于自主品牌产品市场开拓期，且存在部分经销商销售收入较小与发行人短期合作后即退出的情形等，新增、退出的经销商数量相对较多具有合理性；新增经销商毛利率高于其他经销商毛利率，主要原因系其他经销商中采购规模较大（50 万元以上）的占比更高，同时新增经销商销售收入中毛利率较高的离心鼓风机产品占比提高，具有合理性；存在新设即成为发行人主要经销商的情况，具有合理性；发行人主要经销商销售收入及毛利占比变动具有合理性，不存在经销商向发行人采购规模与其自身业务规模不匹配的情况；发行人经销商存在个人等非法人实体，销售占比和毛利占比均较低，与同行业可比公司不存在显著差异；

（5）发行人及发行人控股股东、实际控制人、发行人主要关联方、董事、监事、高管、关键岗位人员与经销商、经销商的终端客户不存在关联关系或其他利益安排，不存在其他特殊关系或业务合作，不存在非经营性资金往来；发行人存在前员工经销商和经销商使用公司商号的情形，发行人未给予此类经销商不同的价格政策，发行人向此类经销商销售产品的定价公允；发行人不存在经销商直接或间接持股的情况；发行人经销商不存在专门销售发行人产品的情况；发行人不存在关联经销商；

（6）发行人 OBM 业务模式下与同行业可比公司东亚机械均以经销收入为主，发行人经销毛利率低于同行业可比公司东亚机械具有合理性；发行人不同模式、不同区域经销商销售价格、毛利率差异具有合理性；发行人根据各期市场情况以及销售策略对返利政策进行一定调整，发行人根据返利计提政策充分计提返利，不存在通过调整返利政策调节经营业绩的情况；发行人经销商采购频率及单次采购量分布合理，与期后销售周期匹配；发行人采购频率与经销商期末库存情况相匹配，发行人经销商不存在铺货销售公司产品的情形；发行人经销商退换货金额及比例均较小，退换货率合理；发行人对经销商的信用政策未发生重大变化，发行人不存在给予经销商的信用政策显著宽松于其他销售模式的情况；根据不同经销商的采购规模、信用状况、合作时间等差异信用政策存在一定差异，具有商业合理性，不存在对部分经销商信用政策显著宽松于其他经销商的情况；发行人不存在通过放宽信用政策调节收入的情况；发行人经销商的回款方式主要为银行转账或银行承兑汇票，存在少量的现金回款和第三方回款，具有合理性；发行人经销商的终端客户行业与发行人产品实际用途相符；发行人经销商实现终端销售，不存在压货情况，不存在大额异常退换货情况；发行人经销商回款情况良好，期末经销商应收账款的金额及占比较低；保荐机构、申报会计师于实地走访经销商时对部分经销商进行了终端客户穿透核查，穿透核查相关终端客户与发行人直销客户不存在重合的情况。

综上，报告期内，发行人经销商模式下收入真实。

七、请保荐人、申报会计师发表明确意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师执行了以下核查程序：

1、访谈发行人销售部门负责人、研发部门负责人，了解发行人各类产品的主要型号，了解各类型产品的节能性能与性价比特征，了解 OBM 模式、ODM 模式下所销售产品的性能、型号种类是否存在差异，了解发行人产品销售结构的变化对各类产品收入变动的的影响；获取发行人报告期内销售明细表并对各类型产品收入进行统计并分析；查阅行业研究报告、同行业可比公司招股说明书及年度报告、半年度报告，分析发行人主要型号产品收入以及收入占比变动与行业发展趋势以及同行业可比公司的匹配性；获取发行人报告期内销售明细表并对 OBM 模式、ODM 模式下所销售产品的收入占比结构进行统计并分析；

2、获取发行人报告期内销售明细表，统计活塞机产品结构及对应的收入占比情况。访谈销售部门负责人，获取活塞机前五大客户的问卷，了解欧洲市场小型空压机的竞争格局、前五大客户采购和销售小型空压机的情况；访谈销售部门负责人、研发部门负责人，了解并分析发行人主要销售直联有油活塞机的原因、与同行业可比公司存在的差异及原因、收入结构变动与下游行业发展以及“节能环保”政策趋势的匹配性；

3、访谈销售部门负责人、研发部门负责人，了解发行人产品性能、核心竞争力等与欧圣电气相比的优劣势，分析发行人活塞机在欧洲市场的份额是否存在被欧圣电气等同行竞争对手取代的风险；

4、访谈发行人销售部门负责人，了解螺杆机 OBM 产品与 ODM 产品的客户结构与定价依据，了解 OBM 产品收入下滑的原因，了解自主品牌建设面临的劣势和风险；访谈发行人研发部门负责人，了解发行人螺杆机、鼓风机产品与同行业可比公司相比的优劣势；获取发行人报告期内销售明细表，对螺杆机 OBM 产品与 ODM 产品收入变动趋势进行统计并分析；

5、访谈发行人销售部门负责人、研发部门负责人，了解发行人各类产品的终端客户需求、下游市场空间、市场竞争格局、在手订单情况，了解发行人各类产品收入增长的可持续性、发行人的业绩成长性；查阅同行业可比公司的年

度报告、招股说明书，市场研究报告并分析发行人各类产品收入增长的可持续性、发行人的业绩成长性；

6、对经销商进行了补充核查，新增取得了首轮审核问询函回复阶段尚未回函、未提供期末库存数据经销商的回函、确认文件。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、发行人报告期内各类产品的主要类型产品收入以及收入占比变动具有合理性；发行人各类产品的主要类型产品收入结构与行业发展趋势以及同行业可比公司具有匹配性；发行人 OBM 模式、ODM 模式下所销售的各类产品的主要类型产品收入占比结构具有合理性；发行人销售结构的变化跟各类产品收入趋势相符；

2、发行人主要销售直联有油活塞机主要系其在运行效率、节能效果、使用寿命等方面具有一定的优势，发行人主要产品定位明确，结合自身研发设计优势、规模化生产优势以及完善的质量控制体系等核心竞争优势对现有产品进行不断优化，以满足存量客户的市场需求。与欧圣电气以出口静音无油活塞机为主，主要系目标市场消费者差异化的需求所致。为进一步提高空压机存量市场份额，发行人也加大研发、生产串激无油、静音无油等无油机，满足不同客户群体的需求。发行人产品结构与下游行业市场需求相匹配，节能环保政策对发行人境外直联有油、无油活塞机的销售不存在重大影响，对发行人的经营业绩不存在重大影响；

3、发行人直联有油活塞机在运行效率、节能效果、使用寿命等方面具有一定的优势，核心部件自制保证产品稳定高品质的情况下有效控制生产成本，为客户具有高性价比的产品；欧圣电气静音无油活塞机在噪音水平、压缩后气体纯净无油方面具有一定的优势，依据客户个性化需求设计多种款式以供选择。发行人活塞机出口主要采用 ODM 模式，相较于欧圣电气 ODM 与品牌授权相结合模式下毛利率相对较低。发行人具有产品研发设计优势与规模化生产优势、客户粘性强、与主要客户合作稳定、活塞机销售收入整体呈增长趋势、活塞机在手订单充足、在欧洲市场拥有稳定的销售渠道，发行人活塞机在欧洲市场的

份额被欧圣电气等同行竞争对手取代的风险小；

4、发行人螺杆机 OBM 模式下以经销为主，螺杆机 OBM 经销模式与 ODM 模式在产品定价方面均采用以成本加成的基础上确定产品出厂价格，不存在显著的定价差异；螺杆机 OBM 模式下主要客户为经销商，客户集中度相对较低，螺杆机 ODM 模式下主要客户为大型五金连锁超市、国内外品牌商/贸易商，客户集中度相对较高；未来之星主要以 ODM 的形式与发行人进行合作，但 2019 年度因为其自身品牌策略管理原因，向发行人采购了部分自主品牌的螺杆机，导致 2019 年度发行人螺杆机 OBM 模式收入占比较高；2020 年度未来之星自身品牌建设完善，其恢复主要采用 ODM 模式与公司进行合作，因此 2020 年度发行人螺杆机 ODM 模式收入占比较 2019 年度有所上升；报告期内，发行人着力打造自主品牌形象，螺杆机 OBM 产品整体呈上升趋势，ODM 产品整体呈下降趋势，OBM 产品与 ODM 产品收入变动趋势不一致存在合理性；发行人自主品牌建设面临的劣势和风险包括品牌建设起步较晚、建设所需时间较长以及品牌推广效益不及预期，但基于发行人多年空压机行业的深耕，客户对发行人产品研发设计、能效水平、生产制造、质量控制等方面的认可，以及目前发行人发展自主品牌产品取得的成效，未来发行人发展自主品牌模式失败的风险较小；与同行业可比公司相比，发行人螺杆机空压机、鼓风机产品性能较好，具有核心竞争力，具有较强的竞争优势；

5、发行人螺杆式空压机、活塞式空压机、离心式鼓风机产品终端客户需求较广、下游市场空间较大，发行人具有相对较强的竞争地位，在手订单较为充足，同行业可比公司的业绩亦保持稳定增长态势，发行人各类产品收入增长具有可持续性，发行人的业绩具有成长性；

6、对经销商的核查程序、手段能够支撑核查结论。

八、请保荐人量化分析并就发行人是否具有成长性发表明确意见

（一）公司拥有持续经营能力和保证业务成长的条件

1、资产情况

报告期内，公司固定资产情况如下：

单位：万元

项目	2021.6.30		2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	原值	净值	原值	净值	原值	净值	原值	净值
房屋建筑物	10,281.90	5,794.97	10,243.50	5,997.23	9,936.07	6,183.77	9,936.07	6,663.46
机器设备	22,608.56	12,779.41	20,907.76	12,049.96	19,855.21	12,723.87	17,927.57	12,362.51
运输设备	888.07	300.14	750.24	170.82	740.31	243.51	716.58	266.93
电子及其他设备	2,100.32	557.13	2,039.64	583.69	2,046.23	770.49	1,969.76	956.51
合同能源管理设备	1,403.17	606.30	1,198.74	502.88	1,255.82	586.38	1,109.17	678.21
合计	37,282.02	20,037.96	35,139.88	19,304.59	33,833.63	20,508.02	31,659.14	20,927.62

报告期内，为保障公司的产品工艺以及品质稳定性，公司对生产设备持续投入，公司固定资产规模稳步提升，为公司的持续生产经营提供了坚实的基础。

截至本回复出具日，公司拥有 103 项专利，5 项软件著作权，其中，2018 年至今，公司新增授权专利 56 项，公司具有较强的研发能力并形成了一系列知识产权，为公司产品的不断创新及研发升级提供了充足的保证。

2、资质情况

公司具备开展生产经营的各项资质，公司建立了 ISO45001:2018 职业健康安全管理体系认证、ISO14001:2015 环境管理体系认证、ISO9001:2015 质量管理体系认证。公司主要产品出口已获得相关产品认证，包括欧盟的 CE 认证和德国的 GS 认证，加拿大、美国 ETL 认证等，其中压力容器获得中华人民共和国特种设备生产许可证、美国 ASME 认证和 NB 注册等多项国际和国内标准认证。公司生产经营的各项资质是公司持续经营能力和保证业务成长的保证。

（二）公司的客户资源较好

经过多年的发展，公司的产品和服务得到了多行业客户的广泛认可。在螺杆式空压机领域，凭借节能环保、性价比等优势，公司已成为国内主要的螺杆式空压机生产厂商，与浙江未来之星、浙江泉有、江苏东成等国内知名五金连锁厂商的合作。在小型活塞式空压机领域，公司主要产品出口已获得相关产品认证，已与国际知名品牌商、贸易商建立稳固的合作关系，是国内主要的小型活塞式空压机出口企业。在离心式鼓风机领域，公司产品在 2019 年进入市场后，已经积累了如国机集团、海螺集团、宁夏建材、粤海水务、国家电投、冀东水

泥、山水水泥、南方水泥、西南水泥等优秀的客户群体。公司较为优质的客户资源对公司业绩规模的不断成长具有较大的推动作用。

（三）本次募投项目将对公司综合竞争力有所提升

公司本次实施的募集资金投资项目均围绕空气压缩机和离心式鼓风机等主营产品展开，以公司掌握的空气动力领域相关核心技术为基础，对现有产品技术进行升级，对现有产能进行扩充，增强现有螺杆式、活塞式空压机产品的市场竞争优势，并对包括离心式鼓风机在内的离心式空气动力设备产品进行技术和产业化布局。随着募集资金投资项目的实施，公司将进一步提升技术研发水平，提高自动化生产能力，扩充产品产能，优化产品结构，并能够增强市场营销力量，为进一步加强和巩固公司的市场竞争优势地位打下基础，公司持续经营能力和业务成长性得到保障。

（四）公司市场前景广阔，结合各业务板块特点进行客户开拓，业绩增长具有可持续性

经过多年的发展，公司已经形成了活塞机、螺杆机、离心鼓风机三大业务板块。螺杆机方面，产品下游市场空间广阔，报告期内收入整体较为稳定；活塞机方面，公司秉持“与存量客户深度合作并积极开拓增量市场”的发展策略，剔除 2018 年 WOODSTER GMBH 客户约 7,159.68 万元的直联有油活塞机大额促销单后，存量市场直联有油活塞机收入整体较为稳定，同时公司积极拓展境外欧洲市场无油机和国内新能源客车市场，活塞机增量市场收入持续上升；离心鼓风机方面，公司看好离心鼓风机市场，报告期内相继推出空气悬浮离心鼓风机和陶瓷滚珠轴承离心鼓风机新产品，收入持续上涨，离心鼓风机将成为未来公司营业收入的主要增长点。各业务板块下游市场空间、竞争格局、在手订单、业绩可持续性 & 成长性分析详见本题第五问。

报告期内，公司主营业务收入分别为 71,915.01 万元、57,387.20 万元、69,300.81 万元、37,593.99 万元，其中 2018 年收入较高，主要受 WOODSTER GMBH 客户大额促销单影响，2019 年-2021 年 1-6 月收入年化复合增长率为 14.46%，整体呈增长趋势；报告期内，公司净利润分别为 5,271.86 万元、5,380.03 万元、6,673.61 万元、2,681.47 万元，2018 年-2020 年净利润复合增长

率为 12.51%，呈持续增长趋势，其中 2021 年 1-6 月原材料价格上涨对活塞机的净利润影响约为-773.83 万元，剔除该影响后，公司 2021 年 1-6 月净利润为 3,455.30 万元，呈增长趋势。未来，公司将持续加大新产品开发力度，巩固并进一步扩大活塞机、螺杆机市场份额，重点推动产品附加值高的螺杆机产品、离心鼓风机产品市场开拓，为业绩持续增长创造条件。

经核查，保荐机构认为：发行人拥有持续经营能力和保证业务成长的条件，发行人的客户资源较好，本次募投项目将对发行人综合竞争力有所提升，发行人市场前景广阔，结合各业务板块特点进行客户开拓，业绩增长具有可持续性；2019 年-2021 年 1-6 月发行人主营业务收入年化复合增长率 14.46%，整体呈增长趋势；2018 年-2020 年发行人净利润复合增长率为 12.51%，呈持续增长趋势，报告期内剔除 2021 年 1-6 月原材料价格上涨对活塞机的净利润影响后，净利润呈增长趋势；综上，发行人具有成长性。

6. 关于主要客户

申报材料与前次审核问询回复显示：

（1）发行人螺杆机境内 OBM 经销第一大客户为青岛泰能达机电设备有限公司，螺杆机境内 ODM 第一大客户为浙江未来之星五金机电有限公司，螺杆机境外 ODM 主要客户为 AIRPRESS 集团，活塞机第一大客户为 WOODSTER GMBH；发行人对上述客户的销售金额明显高于该类业务下的其他客户；

（2）国际螺杆机市场份额主要被国际著名螺杆机厂商占据，国产螺杆机产品市场份额较低；发行人境外螺杆机销售主要以 ODM 模式开展，主要客户是 AIRPRESS 集团，其他 ODM 客户规模较小，例如俄罗斯 MASHIMPORT LLC，经营规模在 50-200 万美元，而 2020 年发行人对其销售额为 934.87 万元；

（3）报告期内发行人离心鼓风机主要在境内销售，业务开展以 OBM 经销和 OBM 直销方式为主，ODM 为辅；

（4）对境内 ODM 客户按销售额进行分层的情况显示，2021 年 1-6 月销售

额区间在 25-50 万的客单价为 1.34 万元/台，远高于其他区间，并且不同销售额区间的客单价差异较大；

(5) 对境外 ODM 客户按销售额进行分层的情况显示，2021 年 1-6 月销售额区间在 250 万以上的毛利率为 6.62%，远低于其他区间，并且不同销售额区间的毛利率差异较大。

请发行人：

(1) 说明各类产品销售收入在不同业务模式下对部分客户是否存在重大依赖；主要客户集中采购或只从发行人处进行单一采购的原因、合理性，是否符合商业逻辑或行业惯例，是否符合相关客户的采购规章制度；发行人与上述客户的合作历史、合作的稳定性，发行人是否存在被竞争对手抢占份额的风险；

(2) 说明境内外通过 ODM 模式销售的主要产品是否实现终端销售，按产品类别划分说明报告期内境内外主要 ODM 客户的期末库存占比，是否存在铺货销售情形；

(3) 说明螺杆机境外 ODM 客户的拓展方式，结合境外市场竞争格局、核心竞争力说明发行人螺杆机境外业务的成长性；部分螺杆机境外 ODM 客户经营规模接近于其对发行人采购额的原因及合理性，是否存在异常采购情形；

(4) 说明离心鼓风机 OBM 经销、ODM 模式下的终端销售情况；各类销售模式下鼓风机客户所在行业与产品型号、性能的匹配性，ODM 客户与 OBM 经销客户是否具备鼓风机安装能力、有关鼓风机的行业经验，ODM 客户、OBM 经销客户对鼓风机产品签收后即确认收入是否符合《企业会计准则》规定，是否存在需要发行人安装、调试的情形；

(5) 说明 2021 年 1-6 月销售额在 25-50 万区间的境内 ODM 客户客单价远高于其他区间的原因及合理性，不同销售额区间的客单价差异较大的原因及合理性；

(6) 说明 2021 年 1-6 月销售额在 250 万以上区间的境外 ODM 客户毛利率远低于其他区间的原因及合理性，不同销售额区间的毛利率差异较大的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、说明各类产品销售收入在不同业务模式下对部分客户是否存在重大依赖；主要客户集中采购或只从发行人处进行单一采购的原因、合理性，是否符合商业逻辑或行业惯例，是否符合相关客户的采购规章制度；发行人与上述客户的合作历史、合作的稳定性，发行人是否存在被竞争对手抢占份额的风险

（一）说明各类产品销售收入在不同业务模式下对部分客户是否存在重大依赖

1、螺杆机

报告期内，公司螺杆机产品主要以境内 OBM 经销、境内 OBM 直销、境内 ODM、境外 ODM 等方式开展，前述各业务模式销售收入合计占各期螺杆机销售收入的比重分别为 98.97%、98.20%、98.19%、97.18%，前述各业务模式下销售收入金额及前五客户销售收入占比情况如下：

单位：万元

业务模式	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	前五客户占比	金额	前五客户占比	金额	前五客户占比	金额	前五客户占比
境内 OBM 经销	7,911.61	23.77%	16,416.94	15.73%	16,635.15	22.75%	14,413.44	16.39%
境内 OBM 直销	657.29	40.68%	1,252.87	62.71%	1,489.01	39.64%	2,269.16	26.39%
境内 ODM	4,959.80	74.25%	11,890.70	54.12%	7,028.95	42.38%	14,495.25	27.25%
境外 ODM	2,940.99	71.28%	4,571.23	72.38%	4,554.58	60.61%	3,309.53	43.22%

报告期内，螺杆机境内 ODM 前五客户占比较高，分别为 27.25%、42.38%、54.12%、74.25%，主要原因系该模式下第一大客户浙江未来之星五金机电有限公司销售占比较高，报告期各期分别为 13.62%、31.39%、40.44%、63.61%；螺杆机境外 ODM 前五客户占比较高，分别为 43.22%、60.61%、72.38%、71.28%，主要原因系该模式下主要客户为国外压缩机品牌商、贸易商，出于供货稳定、集中采购成本优势等方面考虑，单一客户采购规模相对较大，公司同行业可比公司东亚机械 2018-2020 年前五大境外客户销售收入占其外销收入比例分别为 34.82%、44.97%、61.89%，与公司螺杆机境外 ODM 业务特点相似；因此公司螺杆机产品境内 ODM、境外 ODM 主要客户销售占比较高具有商业合理性，符

合行业惯例。

报告期内，境内 OBM 直销模式下，存在部分客户销售占比较高（占该类业务收入比例 10%以上）的情况，该模式下客户采购公司螺杆机产品自用，具有采购频次低但单次采购金额较高的特点，对客户不存在重大依赖；其他销售模式下，客户为经销商或 ODM 客户，采购公司产品非自用而是向终端用户销售，部分客户销售占比较高（占该类业务收入比例 10%以上），具体情况如下：

单位：万元

客户名称	业务模式	合作历史	期间	销售收入	占该类业务收入比例	占螺杆机全部销售收入比例	占螺杆机全部毛利比例
青岛泰能达机电设备有限公司、青岛力得士机械有限公司	境内 OBM 经销	2016 年	2021 年 1-6 月	876.81	11.08%	5.17%	6.12%
			2020 年度	1,128.91	6.88%	3.25%	3.86%
			2019 年度	1,269.86	7.63%	4.20%	4.49%
			2018 年度	844.89	5.86%	2.42%	2.33%
浙江未来之星五金机电有限公司	境内 ODM	2017 年	2021 年 1-6 月	3,155.09	63.61%	18.62%	5.16%
			2020 年度	4,808.53	40.44%	13.83%	4.07%
			2019 年度	2,206.72	31.39%	7.29%	3.86%
			2018 年度	1,974.08	13.62%	5.67%	2.73%
AIRPRESS 集团	境外 ODM	2010 年	2021 年 1-6 月	1,092.93	37.16%	6.45%	8.44%
			2020 年度	1,463.01	32.00%	4.21%	6.83%
			2019 年度	1,201.49	26.38%	3.97%	5.20%
			2018 年度	236.61	7.15%	0.68%	0.17%
俄罗斯 MASHIMPORT LLC	境外 ODM	2018 年	2021 年 1-6 月	442.32	15.04%	2.61%	3.76%
			2020 年度	934.87	20.45%	2.69%	4.40%
			2019 年度	552.84	12.14%	1.83%	3.04%
			2018 年度	329.90	9.97%	0.95%	1.46%
泰国 ULTRA-COMPRESSOR CO.,LTD	境外 ODM	2017 年	2021 年 1-6 月	130.11	4.42%	0.77%	1.09%
			2020 年度	417.15	9.13%	1.20%	1.96%
			2019 年度	459.92	10.10%	1.52%	2.13%
			2018 年度	404.36	12.22%	1.16%	1.41%

由上表可见，以上客户均于 2018 年及以前与公司开始合作，基于对公司产品质量和生产能力的认可，与公司建立了良好稳定的合作关系；另一方面，以上客户螺杆机销售毛利占公司螺杆机全部销售毛利的比例均不超过 10%，公司对以上客户不存在重大依赖。

青岛泰能达机电设备有限公司系螺杆机境内 OBM 经销主要客户，青岛泰能达机电设备有限公司实际控制人陈德峰原先在山东地区代理美国寿力、GardnerDenver 等进口空压机，在山东地区纺织行业内积累了丰富的客户资源、销售渠道，具备专业的服务团队，在国家大力推广绿色制造、节能减排的背景下，其于 2016 年开始和公司合作，市场推广中以公司产品替代了部分高能耗、维护成本高的进口螺杆机。山东省是国内重要的纺织产业基地，具有丰富的客户应用基础，由于公司产品具有良好的节能效果，在山东地区纺织行业中树立了良好的品牌效应。青岛泰能达机电设备有限公司向公司采购占其全部螺杆机采购的比例约为 30%，不存在向公司单一采购的情况；报告期内，公司向青岛泰能达机电设备有限公司销售收入占螺杆机全部销售收入的比例分别为 2.42%、4.20%、3.25%、5.15%，公司对其不存在重大依赖。

浙江未来之星五金机电有限公司系螺杆机境内 ODM 主要客户，其为国内首家五金机电行业全国加盟连锁运营管理公司，2012 年 10 月开始加盟连锁门店运营模式，截至 2021 年 6 月末，其全国加盟店数量已超过 600 家。未来之星 2017 年以前主要销售公司同行业可比公司东亚机械的螺杆机，由于东亚机械的产品价格较高，不符合其开拓市场的需求，未来之星在压缩机展会上接触到公司后基于对公司产品质量、供货能力的认可，向公司采购更具性价比的螺杆机产品，同时基于不同产品定位仍向东亚机械采购部分相对高端的螺杆机。公司向未来之星的销售以 ODM 模式为主，产品主要为小容量、高性价比机型，报告期内公司对未来之星的 ODM 销售收入分别为 1,974.08 万元、2,206.72 万元、4,808.53 万元、3,155.09 万元；东亚机械主要向未来之星销售东亚机械自有品牌“气霸”系列产品，产品定位相对高端，2018-2020 年东亚机械向未来之星销售收入分别为 1,634.96 万元、1,397.49 万元、2,218.03 万元。未来之星向公司采购螺杆机金额增长速度大于向东亚机械采购增长速度，主要原因系未来之星自身高性价比机型需求不断提高，基于公司产品质量、供货稳定性、性价比优势等因素，未来之星高性价比机型主要向公司采购，故向公司采购金额增速较快。报告期内，公司向未来之星销售收入占螺杆机全部销售收入的比例分别为 5.67%、7.29%、13.83%、18.62%，由于销售的主要为高性价比机型，销售毛利占螺杆机全部毛利比例分别为 2.73%、3.86%、4.07%、5.16%，公司对其不存在

重大依赖。

2、活塞机

报告期内，公司活塞机产品主要以 ODM 方式开展，该业务模式销售收入占各期活塞机销售收入的比例分别为 100.00%、99.19%、98.73%、98.48%，部分客户销售占比较高（占该类业务收入比例 10%以上），具体情况如下：

单位：万元

客户名称	业务模式	合作历史	期间	销售收入	占该类业务收入比例	占活塞机全部销售收入比例	占活塞机全部毛利比例
WOODSTER GMBH	ODM	2012 年	2021 年 1-6 月	4,234.35	25.94%	25.55%	6.89%
			2020 年度	7,143.00	26.27%	25.93%	25.10%
			2019 年度	7,299.70	29.70%	29.46%	32.90%
			2018 年度	14,982.06	42.21%	42.21%	42.32%
FNA 集团	ODM	2017 年	2021 年 1-6 月	3,316.94	20.32%	20.01%	0.32%
			2020 年度	4,647.35	17.09%	16.87%	9.62%
			2019 年度	3,993.45	16.25%	16.12%	10.86%
			2018 年度	3,699.33	10.42%	10.42%	8.22%
EINHELL 集团	ODM	2010 年	2021 年 1-6 月	1,108.39	6.79%	6.69%	10.55%
			2020 年度	2,344.75	8.62%	8.51%	8.23%
			2019 年度	2,613.49	10.63%	10.55%	9.11%
			2018 年度	2,706.16	7.62%	7.62%	7.30%

受行业特点、市场分布影响，公司活塞机产品主要客户均为国际知名压缩机品牌商、贸易商且报告期各期销售占比较高，公司同行业可比公司欧圣电气小型空压机前五大客户均为国际知名零售商且销售占比较高（报告期内，欧圣电气小型空压机前五大客户销售占比分别为 91.87%、88.01%、87.56%、85.32%），与公司活塞机产品业务特点相似，因此公司活塞机产品主要客户销售占比较高具有商业合理性，符合行业惯例。以上活塞机客户均于 2017 年及以前与公司开始合作，与公司建立了良好稳定的合作关系，客户粘性较强，公司不存在对单一客户的重大依赖。

3、离心鼓风机

报告期内，公司离心鼓风机产品主要在境内销售，业务开展以 OBM 经销

和 OBM 直销方式为主、ODM 为辅。报告期各期，OBM 直销模式下，存在部分客户销售占比较高（占该类业务收入比例 10%以上）的情况，该模式下公司离心鼓风机产品具有采购频次低但单次采购金额较高的特点，对客户不存在重大依赖；OBM 经销模式下，前五大客户销售占比分别为 0.00%、71.47%、32.51%、66.72%；ODM 销售模式下，前五大客户销售占比分别为 0.00%、100.00%、74.18%、70.18%。由于离心鼓风机系公司 2019 年推出的新产品，当年度销售收入较低，客户相对较少，故对 2020 年度、2021 年 1-6 月 OBM 经销、ODM 模式下部分客户销售占比较高（占某类业务收入比例 10%以上）的情况分析如下：

单位：万元

客户名称	业务模式	合作历史	期间	销售收入	占该类业务收入比例	占离心机全部销售收入比例	占离心机全部毛利比例
武汉励晟节能工程设备有限公司	OBM 经销	2019 年	2021 年 1-6 月	222.87	21.48%	6.67%	5.62%
			2020 年度	415.31	13.35%	7.32%	5.89%
青岛泰能达机电设备有限公司	OBM 经销	2016 年	2021 年 1-6 月	166.33	16.03%	4.98%	4.69%
			2020 年度	38.29	1.23%	0.67%	0.68%
青岛阜祥净化设备有限公司	OBM 经销	2021 年	2021 年 1-6 月	116.81	11.26%	3.50%	3.24%
			2020 年度	-	-	-	-
上海华峰办公设备有限公司	OBM 经销	2021 年	2021 年 1-6 月	106.64	10.28%	3.19%	2.84%
			2020 年度	-	-	-	-
南通茂帝电子科技有限公司	ODM	2021 年	2021 年 1-6 月	159.29	21.78%	4.77%	4.73%
			2020 年度	-	-	-	-
长沙鼓风机厂有限责任公司	ODM	2020 年	2021 年 1-6 月	130.00	17.78%	3.89%	3.39%
			2020 年度	95.71	22.29%	1.69%	1.72%
江苏德环环保集团有限公司	ODM	2021 年	2021 年 1-6 月	97.35	13.31%	2.91%	1.30%
			2020 年度	-	-	-	-
万兹莱压缩机械（上海）有限公司	ODM	2020 年	2021 年 1-6 月	-	-	-	-
			2020 年度	108.05	25.17%	1.90%	2.00%
佰川空浮机械（苏州）有限公司	ODM	2019 年	2021 年 1-6 月	-	-	-	-
			2020 年度	76.55	17.83%	1.35%	1.09%

由上表可见，以上客户离心鼓风机销售收入及毛利占公司离心鼓风机全部销售收入及毛利的比例均不超过 10%，公司对以上客户不存在重大依赖。

(二) 主要客户集中采购或只从发行人处进行单一采购的原因、合理性，是否符合商业逻辑或行业惯例，是否符合相关客户的采购规章制度

报告期内，OBM 直销、OBM 合同能源管理模式下，公司主要产品螺杆机、离心鼓风机应用于工业领域，产品属于非消耗品范畴，具有采购频次低的特点，故存在部分主要客户集中采购或只从公司处进行单一采购的情况，具有合理性，符合行业惯例；公司与该类客户按照客户的相关要求履行相应程序，签订合同，符合客户的采购规章制度。

报告期内，OBM 经销、ODM 模式下部分主要客户集中采购或只从公司处进行单一采购，具体情况如下：

1、境内 OBM 经销

报告期内，境内 OBM 经销模式下部分主要客户向公司采购占其同类产品采购额的比重超过 80%，具体情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	销售内容	合作历史	项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度	占其同类产品 采购额的比重	经营 规模
1	张家港阿富达 机械有限公司	螺杆机	2014 年	销售额	111.88	360.51	276.72	424.10	90%左右	500- 1,000
				期末库 存占比	8.91%	7.34%	10.17%	7.02%		
2	滨州顺祥空压 设备有限公司	螺杆机	2013 年	销售额	128.28	295.62	182.34	390.81	100%	小于 500
				期末库 存占比	4.81%	1.70%	1.54%	1.23%		
3	常州宙斯盾动 力机械有限公司	螺杆 机、活 塞机	2014 年	销售额	93.36	411.11	297.58	140.04	80%左右	200- 500
				期末库 存占比	7.08%	2.23%	5.20%	15.71%		
4	临沂厚德机电 设备有限公司	螺杆机	2014 年	销售额	79.22	234.53	311.87	280.95	80%左右	500- 1,000
				期末库 存占比	24.14%	18.66%	13.30%	19.80%		
5	中山市菲力士 包装系统有限 公司	螺杆机	2018 年	销售额	216.46	390.36	238.49	15.11	90%以上	1,000- 3,000
				期末库 存占比	1.53%	0.00%	0.00%	0.00%		
6	武汉励晟节能 工程设备有限 公司	离心鼓 风机、 螺杆机	2019 年	销售额	539.17	532.13	22.30	-	80%以上	5,000- 10,000
				期末库 存占比	0.00%	0.00%	0.00%	-		
小计					1,168.37	2,224.26	1,329.30	1,251.01		

序号	客户名称	销售内容	合作历史	项目	2021年 1-6月	2020 年度	2019 年度	2018 年度	占其同类产品 采购额的 比重	经营 规模
该业务模式下收入合计					9,044.07	19,754.62	17,267.45	14,413.44		
占比					12.92%	11.26%	7.70%	8.68%		

注：期末库存占比来源于客户提供的进销存和期末自盘表。

除武汉励晟节能工程设备有限公司系公司 2019 年开拓的新客户外，以上客户均于 2018 年及以前与公司开始合作，基于对公司产品质量和生产能力的认可，与公司建立了良好稳定的合作关系，报告期内持续向公司采购且占其同类产品采购额的比重较高。

以上客户均系公司 OBM 经销客户，集中向公司采购有助于其借助公司产品向终端客户进行营销推广，也有助于其向终端客户提供稳定优质的产品，降低其营销成本和售后维护成本；另外，以上 OBM 经销客户通常经营规模相对较小，考虑到返利政策、集中采购的成本优势、供货稳定性等，以上客户也倾向于向公司集中采购。同行业可比公司中，东亚机械经销客户中除未来之星外均采用独家经销的模式。因此，公司部分 OBM 经销客户集中采购或只从公司处进行单一采购具有合理性，符合商业逻辑和行业惯例，不存在违反相关客户采购规章制度的情况。

报告期内，以上 OBM 经销客户期末库存占比数据整体处于合理水平，其中临沂厚德机电设备有限公司期末库存占比相对较高，主要原因系其自身经营空压机门店，基于其销售计划备货较多；以上 OBM 经销客户不存在铺货销售公司产品的情形，不存在其他利益安排。

2、境内 ODM

报告期内，境内 ODM 模式下部分主要客户向公司采购占其同类产品采购额的比重超过 80%，具体情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	销售内容	合作历史	项目	2021年 1-6月	2020 年度	2019 年度	2018 年度	占其同类产品 采购额的 比重
1	浙江未来之星五金机电有限公司	螺杆机	2017年	销售额	3,155.09	4,808.53	2,206.72	1,974.08	由 2018 年度的 30%-50%逐年提升至 2021 年 1-6 月的 60%-80%
				期末库	15.47%	6.00%	11.99%	8.96%	

序号	客户名称	销售内容	合作历史	项目	2021年 1-6月	2020 年度	2019 年度	2018 年度	占其同类产品采 购额的比重
				存占比					
2	常熟通润汽车 零部件股份有 限公司	螺杆 机、 活塞 机	2012 年	销售额	631.01	1,233.82	573.06	855.63	100%
				期末库 存占比	未提供	0.00%	0.00%	0.00%	
3	江苏东成机电 工具有限公司	螺杆 机	2018 年	销售额	230.71	108.89	87.19	1.65	100%
				期末库 存占比	0.00%	未提供	未提供	未提供	
4	南通茂帝电子 科技有限公司	离心 鼓风 机	2021 年	销售额	159.29	-	-	-	100%
				期末库 存占比	0.00%	-	-	-	
5	浙江泉有机电 有限公司	螺杆 机	2018 年	销售额	106.83	576.86	246.06	78.90	100%
				期末库 存占比	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	
6	湖北奥赛瑞汽 车电器有限公 司	活塞 机	2017 年	销售额	-	28.71	394.29	170.22	100%
				期末库 存占比	-	未提供	未提供	未提供	
小计					4,282.93	6,756.81	3,507.32	3,080.48	
该业务模式下收入合计					7,790.46	16,318.49	10,631.55	17,991.39	
占比					54.98%	41.41%	32.99%	17.12%	

注：期末库存占比来源于客户提供的进销存和期末自盘表。

除南通茂帝电子科技有限公司系公司 2021 年开拓的离心鼓风机新客户外，以上客户均于 2018 年及以前与公司开始合作，基于对公司产品质量和生产能力的认可，与公司建立了良好稳定的合作关系。除湖北奥赛瑞汽车电器有限公司因经营状况恶化处于申请破产中而减少采购外，其他客户报告期内持续向公司采购且占其同类产品采购额的比重较高。

以上 ODM 客户除销售公司相关产品外，通常同时经营其他多类产品，集中向公司采购有助于其提高自身产品质量的稳定性，降低其售后维护成本；另外，考虑到返利政策、集中采购的成本优势、供货稳定性等，以上客户也倾向于向公司集中采购。其中，常熟通润汽车零部件股份有限公司系全球知名的千斤顶生产出口基地，进行千斤顶产品的出口销售，2012 年其业务拓展至空压机产品出口销售时与公司建立了合作关系，基于良好持久的合作关系和对公司产品质量的认可，其向公司单一采购空压机具有合理性。因此，公司部分 ODM 客户集中采购或只从公司处进行单一采购具有合理性，符合商业逻辑和行业惯

例，不存在违反相关客户采购规章制度的情况。

报告期内，以上境内 ODM 客户中，浙江未来之星五金机电有限公司期末库存占比数据整体处于合理水平；常熟通润汽车零部件股份有限公司为外销贸易商客户，产品直接发货至港口，因此期末库存占比为 0.00%；浙江泉有机电有限公司为内销贸易商客户，产品直接发货至其下游客户，因此期末库存占比为 0.00%；江苏东成机电工具有限公司为国内知名的电动工具制造、销售企业，其同时经营少量空压机销售业务，向公司采购空压机直接发货至其下游经销商，因此期末库存占比为 0.00%；南通茂帝电子科技有限公司为新产品陶瓷滚珠轴承离心鼓风机客户，陶瓷滚珠轴承离心式鼓风机处于推广期，ODM 客户通常在获取终端客户需求后再向公司采购并销售，因此期末库存占比为 0.00%；以上境内 ODM 客户不存在铺货销售公司产品的情形，不存在其他利益安排。

3、境外 ODM

报告期内，境外 ODM 模式下部分主要客户向公司采购占其同类产品采购额的比重超过 50%，具体情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	销售内容	合作历史	项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度	占其同类产品 采购额的 比重
1	WOODSTER GMBH	活塞机	2012 年	销售额	4,234.35	7,143.00	7,299.70	14,982.06	大于 50%
				期末库存 占比	16.52%	8.78%	7.65%	3.21%	
2	FNA 集团	活塞机	2017 年	销售额	3,316.94	4,548.91	3,849.46	3,520.81	大于 50%
				期末库存 占比	11.81%	9.39%	15.24%	14.58%	
3	AIRPRESS 集团	活塞 机、螺 杆机	2010 年	销售额	2,452.42	3,905.40	3,449.89	2,524.02	大于 50%
				期末库存 占比	7.13%	10.53%	10.76%	10.58%	
4	BIRGMA ASIA TRADING LIMITED	活塞机	2013 年	销售额	876.21	1,583.91	1,279.34	1,515.34	大于 50%
				期末库存 占比	0.00%	未提供	未提供	未提供	
小计					10,879.92	17,181.22	15,878.39	22,542.23	
该业务模式下收入合计					17,164.95	27,765.10	25,602.02	35,310.19	
占比					63.38%	61.88%	62.02%	63.84%	

注：期末库存占比来源于客户提供的进销存和期末自盘表。

以上客户均于 2017 年及以前与公司开始合作，基于对公司产品质量和生产

能力的认可，与公司建立了良好稳定的合作关系，报告期内持续向公司采购且占其同类产品采购额的比重较高。

以上 ODM 客户均为国际知名压缩机品牌商、贸易商，其对国内空压机制造商在技术和产品质量有严格的标准体系，一旦选定供应商，倾向于长期合作，呈现出较高的客户粘性，此类客户通常提前较长时间与公司签订订单且单次采购量较大，考虑到产品质量、供货稳定、集中采购的成本优势等因素，倾向于向公司集中采购。公司同行业可比公司欧圣电气小型空压机主要 ODM 客户中仅披露 The Home Depot 和 Harbor Freight Tools（仅 2018 年为小型空压机前五大客户）向其采购占同类产品比例，分别为约 30%和约 10%-20%，欧圣电气 The Home Depo 客户为 2020 年全球排名 59 强的知名零售商，经营规模大于公司 ODM 客户，因此向欧圣电气采购小型空压机占其同类产品比例略低于公司活塞机 ODM 主要客户向公司采购活塞机占其采购同类产品比例。综上，公司部分境外 ODM 客户集中采购具有合理性，符合商业逻辑和行业惯例，不存在违反相关客户采购规章制度的情况。

报告期内，以上境外 ODM 客户期末库存占比整体处于合理水平，不存在铺货销售公司产品的情形，不存在其他利益安排。

（三）发行人与上述客户的合作历史、合作的稳定性，发行人是否存在被竞争对手抢占份额的风险

除武汉励晟节能工程设备有限公司为公司 2019 年开拓的新客户，南通茂帝电子科技有限公司为公司 2021 年开拓的新客户外，公司与上述客户均于 2018 年及以前开始合作；除湖北奥赛瑞汽车电器有限公司因经营状况恶化处于申请破产中而减少采购外，公司与上述客户报告期内合作稳定。各类产品不同业务模式下存在部分客户销售占比较高，但单一客户对公司整体销售收入和销售毛利的贡献均有限，对单一客户不存在重大依赖。

螺杆机方面，公司具有一体化生产、产品能效、技术研发等核心优势，主要客户较为分散，被竞争对手抢占份额的风险较低；活塞机方面，公司秉持“与存量客户深度合作并积极开拓增量市场”的市场发展策略，与主要客户保持了持久稳定的合作关系，被竞争对手抢占份额的风险较低；离心鼓风机方面，

空气悬浮离心式鼓风机在水泥、污水处理等重点行业拓展成效良好，2021 年新推出的陶瓷滚珠轴承离心式鼓风机在水产养殖行业内大力推广替换原有高能耗、噪音大的传统罗茨风机，树立了良好的品牌形象，目前国内具有离心鼓风机整机生产能力的厂商较少，被竞争对手抢占份额的风险较低。

二、说明境内外通过 ODM 模式销售的主要产品是否实现终端销售，按产品类别划分说明报告期内境内外主要 ODM 客户的期末库存占比，是否存在铺货销售情形

（一）境内 ODM 客户是否实现终端销售

报告期内，境内 ODM 模式下，公司主要销售螺杆机产品，螺杆机产品销售占该模式下销售收入的比例分别为 80.57%、66.11%、72.87%、63.66%。公司取得了部分螺杆机境内 ODM 客户期末库存数据，并与相应客户全年销售数量进行对比，具体情况如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
提供库存数据境内螺杆机 ODM 客户收入金额（万元）	4,149.99	9,806.18	5,061.21	8,094.85
境内螺杆机 ODM 收入金额（万元）	4,959.80	11,890.70	7,028.95	14,495.25
销售占比	83.67%	82.47%	72.01%	55.84%
相关境内螺杆机 ODM 客户期末库存数据（台）	1,834	967	510	443
对应客户销售数量（台）	7,222	15,478	7,039	9,592
期末库存占销售数量比例	12.70%	6.25%	7.25%	4.62%

注：2021 年 6 月末期末库存占销售数量比例为年化数据。

报告期各期末，境内螺杆机 ODM 客户期末库存占销售数量比例分别为 4.62%、7.25%、6.25%、12.70%（已年化），2021 年 1-6 月比例较高，主要原因系部分 ODM 客户根据其自身销售计划年中备货较多；总体上主要境内螺杆机 ODM 客户库存数量处于合理水平，且根据对主要境内螺杆机 ODM 客户的访谈记录，主要境内螺杆机 ODM 客户不存在铺货销售公司产品的情形。综上，境内螺杆机 ODM 客户向终端客户完成最终销售。

（二）境外 ODM 客户是否实现终端销售

报告期内，境外 ODM 模式下，公司销售活塞机和螺杆机产品，活塞机产

品销售占该模式下销售收入的比例分别为 90.63%、82.21%、83.54%、82.87%，螺杆机产品占该模式下销售收入的比例分别为 9.37%、17.79%、16.46%、17.13%。公司取得了部分境外 ODM 客户期末库存数据，并与相应客户全年销售数量进行对比，具体情况如下：

1、境外活塞机 ODM 客户终端销售情况

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
提供库存数据境外活塞机 ODM 客户收入金额（万元）	12,302.96	15,244.10	14,074.92	22,291.22
境外活塞机 ODM 收入金额（万元）	14,223.95	23,193.87	21,047.44	32,000.66
销售占比	86.49%	65.72%	66.87%	69.66%
相关境外活塞机 ODM 客户期末库存数据（台）	67,329	33,227	35,661	33,564
对应客户销售数量（台）	269,110	345,905	303,968	495,870
期末库存占销售数量比例	12.51%	9.61%	11.73%	6.77%

注：2021 年 6 月末期末库存占销售数量比例为年化数据。

报告期各期末，主要境外活塞机 ODM 客户期末库存占销售数量比例分别为 6.77%、11.73%、9.61%、12.51%（已年化），主要境外活塞机 ODM 客户库存数量处于合理水平，且根据对主要境外活塞机 ODM 客户的访谈记录，主要境外活塞机 ODM 客户不存在铺货销售公司产品的情形。综上，境外活塞机 ODM 客户向终端客户完成最终销售。

2、境外螺杆机 ODM 客户终端销售情况

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
提供库存数据境外螺杆机 ODM 客户收入金额（万元）	1,576.95	3,192.80	2,716.64	1,407.51
境外螺杆机 ODM 收入金额（万元）	2,940.99	4,571.23	4,554.58	3,309.53
销售占比	53.62%	69.85%	59.65%	42.53%
相关境外螺杆机 ODM 客户期末库存数据（台）	406	587	512	437
对应客户销售数量（台）	1,202	2,269	2,072	1,244
期末库存占销售数量比例	16.89%	25.87%	24.71%	35.13%

注：2021 年 6 月末期末库存占销售数量比例为年化数据。

报告期各期末，主要境外螺杆机 ODM 客户期末库存占销售数量比例分别为 35.13%、24.71%、25.87%、16.89%（已年化），境外螺杆机客户通常会根据

其自身的销售情况、采购频次、海运周期等储备一定数量的库存，主要境外螺杆机 ODM 客户库存数量较为稳定，期末库存占销售数量比例较境外活塞机 ODM 和境内螺杆机 ODM 客户期末库存占销售数量比例略高，主要原因系：（1）公司螺杆机主要应用于工业领域，而公司活塞机终端用户主要为家庭或商业场所且价格较低，相较于活塞机而言，螺杆机产品的周转速度更慢，故境外螺杆机 ODM 客户的期末库存占销售数量比例相对境外活塞机 ODM 客户较高，具有合理性；（2）考虑到船期、海运周期、出口进口报关等因素，外销产品相较内销产品到货期更长，主要境外螺杆机 ODM 客户采购频次低于主要境内螺杆机 ODM 客户，安全库存比例较高，故境外螺杆机 ODM 客户的期末库存占销售数量比例相对境内螺杆机 ODM 客户较高，具有合理性。此外，根据对主要境外螺杆机 ODM 客户的访谈记录，主要境外螺杆机 ODM 客户不存在铺货销售公司产品的情形。综上，境外螺杆机 ODM 客户向终端客户完成最终销售。

三、说明螺杆机境外 ODM 客户的拓展方式，结合境外市场竞争格局、核心竞争力说明发行人螺杆机境外业务的成长性；部分螺杆机境外 ODM 客户经营规模接近于其对发行人采购额的原因及合理性，是否存在异常采购情形

（一）说明螺杆机境外 ODM 客户的拓展方式，结合境外市场竞争格局、核心竞争力说明发行人螺杆机境外业务的成长性

1、螺杆机境外 ODM 客户的拓展方式

公司螺杆机产品境外销售主要通过国外专业展会（如汉诺威工业展）、海外市场专业客户推介会（亚洲市场 ACI 等）、公司英文网站建设、全球谷歌数字营销推广（GOOGLE ADS）等方式进行企业形象和自主品牌推广，进而获取客户资源。针对欧美等国际市场，受限于终端客户对于国内品牌的认可度较低，与客户主要通过 ODM 的模式开展合作；针对亚洲市场，在保持 ODM 客户良好合作的基础上，公司采取在东南亚市场着力推广自主品牌并辐射至整个亚洲市场的策略。

2、境外市场竞争格局

螺杆机作为工业生产配套设备，国外客户对于产品质量的可靠性和稳定性要求尤其严格，基于先发优势、品牌效应等，目前国际螺杆机市场份额主要被

国际著名螺杆机厂商占据，如阿特拉斯、英格索兰、美国寿力等。根据《中国通用机械工业年鉴 2020》的数据统计，2019 年压缩机行业出口交货值前 10 名企业中，公司排名第 2 位，主要出口小型活塞机和螺杆机，又以小型活塞机为主；公司同行业可比上市公司东亚机械排名第 10 位，主要出口螺杆机产品，其 2019 年境外收入为 3,972.73 万元，金额较低，可见国际螺杆机市场中国产螺杆机产品市场份额较低。但我国空气压缩机行业经过多年的发展，目前已处于比较成熟的阶段，品牌型号多样，国内同类型产品与国际知名品牌在生产能力、制造水平、产品质量、可靠性上已经日趋接近，并且与国际品牌相比具有较高的性价比优势，中国出口空压机市场规模不断提升。根据中国海关总署统计，2014 年我国空压机出口额为 7.82 亿美元，至 2020 年已达 14.68 亿美元，空压机出口额复合增长率达到 11.07%，市场总容量呈现不断上升态势。

3、核心竞争力

公司自成立以来一直致力于空气动力领域产品的研发、生产和销售，经过多年的行业深耕和研发创新，公司螺杆机业务在技术研发、产品能效、一体化生产等方面形成了较强的核心竞争力。

（1）技术研发优势

公司自成立以来，专注于空气动力领域相关产品的技术研究，始终把技术创新和自主研发放在首位，注重对核心技术的培育，公司组建了专业化的研发团队，并设有浙江省省级企业技术中心、浙江省高新技术企业研究开发中心和浙江省鑫磊流体机械研究院，截至本回复出具日，公司拥有与螺杆机产品相关的专利 31 项，参与制定了螺杆机 3 项行业标准及 1 项地方标准，拥有螺杆机主机的自主设计、生产加工能力，掌握了高效率转子型线设计技术、双永磁同轴一体直驱型两级压缩技术、全封闭油冷永磁同步电机技术、三变频智能控制系统技术为代表的螺杆机关键核心技术，在螺杆式空压机型线设计、整机制造、节能环保等方面形成了核心技术优势。

（2）产品能效优势

公司螺杆式空气压缩机的能效水平、技术指标持续保持在行业内领先的竞争地位，并广为市场认可，是国内主要的高效、节能螺杆式空气压缩机整机供

应商之一。公司生产的全系列两级压缩螺杆机产品达到或超过 GB19153-2019 标准 1 级能效，被国家发改委列入《国家重点节能低碳技术推广目录（2017）》，被工信部列入“能效之星产品目录（2017）”及“国家工业节能技术装备推荐目录（2017）”；在中国通用机械工业年会（2017 年度）主办的“中国制造 2025”第二届压缩机产业发展年会上，公司获得最具创新奖。公司生产的节能空压机产品可以显著降低空气压缩机用户的应用成本，具有广阔的销售市场。

（3）一体化生产优势

空气压缩机的生产过程工序繁杂，技术含量高，螺杆型线设计、主机生产等多项核心技术为业内少数企业掌握，大部分企业难以做到对整机产品的完全自主化生产，通常以部分零部件的生产或者对外购件进行组装加工作为主要生产模式。公司长期致力于螺杆机的自主研发、生产，是行业内少数具备螺杆机主机、电机等核心部件以及整机自主生产能力的高新技术企业。公司具备高精度的加工、检测设备，拥有丰富的生产制造经验，将自身生产与技术能力涵盖至钣金、螺杆转子精密加工、电机制造、整机组装一体化的加工流程，从而能更好把控产品质量、提升供货稳定性，并能根据客户的需求定制设计产品，提高公司产品的附加值。

报告期内，公司螺杆机境外销售收入持续增长，分别 3,666.90 万元、5,097.76 万元、5,199.72 万元、3,418.07 万元，年复合增长率为 16.85%。一方面，在欧美市场，公司凭借较高的性价比及欧盟 CE 认证优势，进入国外品牌商长期合作名录，报告期内向欧洲出口螺杆机金额持续增长，分别为 1,150.57 万元、2,465.49 万元、3,034.42 万元、1,953.41 万元；另一方面，国家“一带一路”、“走出去”等经济发展战略为国内压缩机产能输出提供了良好机遇，公司积极开拓国外新兴市场，包括马来西亚、泰国、韩国、越南、巴西等国家，报告期各期公司螺杆机出口亚洲及南美洲收入合计分别为 1,656.17 万元、1,706.48 万元、1,766.47 万元、1,248.93 万元，保持增长态势。

综上，虽然国际螺杆机市场份额主要被国际著名螺杆机厂商占据，但在中国出口空压机市场规模持续扩大的趋势下，公司依托技术研发、产品能效、一体化生产等核心竞争力，螺杆机境外销售收入保持增长态势，公司螺杆机境外业务具有良好的成长性。

(二) 部分螺杆机境外 ODM 客户经营规模接近于其对发行人采购额的原因及合理性，是否存在异常采购情形

报告期内，部分螺杆机境外 ODM 客户经营规模接近于其对公司采购额，具体情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	合作历史	项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度	经营 规模
1	俄罗斯 MASHIMPORT LLC	2018 年	螺杆机境外 ODM 销售收入	442.32	934.87	552.84	329.90	50- 200 万 美元
			期末库存占比	13.22%	22.00%	9.74%	32.48%	
2	巴西 TECHTO BRAZIL COMERCIO DE MAQUINAS E EQUIPAMENTOS LTDA	2016 年	螺杆机境外 ODM 销售收入	269.41	277.78	230.00	225.33	50- 100 万 美元
			期末库存占比	8.20%	未提供	未提供	未提供	

注：俄罗斯 MASHIMPORT LLC 客户的期末库存占比为俄罗斯 KAMI 的期末库存占比。

俄罗斯 MASHIMPORT LLC 客户系俄罗斯 KAMI 的代理采购商；俄罗斯 KAMI 系俄罗斯最大的机床贸易公司，同时经营其他多类产品，因清关和付款便捷考虑通过贸易代理方式向公司采购；报告期内，俄罗斯 MASHIMPORT LLC 为俄罗斯 KAMI 向公司代理采购的螺杆机占其全部螺杆机采购的比例为 100.00%，因此其经营规模接近于其对公司采购额。

巴西 TECHTO BRAZIL COMERCIO DE MAQUINAS EQUIPAMENTOS LTDA 客户系公司原巴西 CHIAPERINI INDUSTRIAL LTDA 客户经营恶化申请破产保护后为继续经营空压机业务重新成立的公司，其经营规模相对较小，同时其向公司采购的螺杆机占其全部螺杆机采购的比例为 100.00%，因此其经营规模接近于其对公司采购额。

综上，以上螺杆机境外 ODM 客户经营规模接近于其对公司采购额具有商业合理性，且期末库存占销售数量比例处于合理水平，不存在异常采购情形，不存在铺货销售公司产品的情形，不存在其他利益安排。

四、说明离心鼓风机 OBM 经销、ODM 模式下的终端销售情况；各类销售模式下鼓风机客户所在行业与产品型号、性能的匹配性，ODM 客户与 OBM 经销客户是否具备鼓风机安装能力、有关鼓风机的行业经验，ODM 客户、OBM 经销客户对鼓风机产品签收后即确认收入是否符合《企业会计准则》规定，是否存在需要发行人安装、调试的情形

(一) 说明离心鼓风机 OBM 经销、ODM 模式下的终端销售情况

1、离心鼓风机 OBM 经销客户终端销售情况

公司取得了部分离心鼓风机 OBM 经销客户期末库存数据，并与相应客户全年销售数量进行对比，具体情况如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度
提供库存数据离心鼓风机 OBM 经销客户收入金额（万元）	572.58	1,524.19	181.97
离心鼓风机 OBM 经销收入金额（万元）	1,037.60	3,111.30	450.41
销售占比	55.18%	48.99%	40.40%
相关离心鼓风机 OBM 经销客户期末库存数据（台）	0	0	0
对应客户销售数量（台）	115	115	13
期末库存占销售数量比例	0.00%	0.00%	0.00%

注：2021 年 6 月末期末库存占销售数量比例为年化数据。

报告期各期末，离心鼓风机 OBM 经销客户期末库存占销售数量比例均为 0.00%，主要原因系公司离心鼓风机产品中空气悬浮离心式鼓风机和磁悬浮离心式鼓风机单位价值较高，2021 年上半年新推出的陶瓷滚珠轴承离心式鼓风机处于推广期，OBM 经销客户通常在获取终端客户需求后再向公司采购并销售，离心鼓风机 OBM 经销客户不存在铺货销售公司产品的情形，离心鼓风机 OBM 经销客户向终端客户完成最终销售。

2、离心鼓风机 ODM 客户终端销售情况

公司取得了部分离心鼓风机 ODM 客户期末库存数据，并与相应客户全年销售数量进行对比，具体情况如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度
提供库存数据离心鼓风机 ODM 客户收入金额（万元）	451.24	280.31	-

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度
离心鼓风机 ODM 收入金额（万元）	731.24	429.29	72.27
销售占比	61.71%	65.30%	0.00%
相关离心鼓风机 ODM 客户期末库存数据（台）	0	0	-
对应客户销售数量（台）	92	25	-
期末库存占销售数量比例	0.00%	0.00%	-

注：2021 年 6 月末期末库存占销售数量比例为年化数据。

报告期各期末，离心鼓风机 ODM 客户期末库存占销售数量比例均为 0.00%，主要原因系公司离心鼓风机产品中空气悬浮离心式鼓风机和磁悬浮离心式鼓风机单位价值较高，2021 年上半年新推出的陶瓷滚珠轴承离心式鼓风机处于推广期，ODM 客户通常在获取终端客户需求后再向公司采购并销售，离心鼓风机 ODM 客户不存在铺货销售公司产品的情形，离心鼓风机 ODM 客户向终端客户完成最终销售。

（二）各类销售模式下鼓风机客户所在行业与产品型号、性能的匹配性，ODM 客户与 OBM 经销客户是否具备鼓风机安装能力、有关鼓风机的行业经验，ODM 客户、OBM 经销客户对鼓风机产品签收后即确认收入是否符合《企业会计准则》规定，是否存在需要发行人安装、调试的情形

1、各类销售模式下鼓风机客户所在行业与产品型号、性能的匹配性

（1）离心鼓风机境内 OBM 直销

报告期内，公司离心鼓风机境内 OBM 直销模式下销售收入及平均功率按下游客户行业分类情况如下：

下游客户类型	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度	
	金额（万元）	平均功率（HP）	金额（万元）	平均功率（HP）	金额（万元）	平均功率（HP）
水泥行业	1,053.13	125.21	947.03	89.38	30.62	150
建材行业	377.61	101.39	101.77	183.33	-	-
污水处理	104.78	114.44	406.46	113.00	85.84	87.5
机械制造	21.02	75.00	8.14	50.00	-	-
医疗行业	15.49	60.00	617.58	54.75	-	-
纺织服装	-	-	13.27	100.00	-	-

下游客户类型	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度	
	金额（万元）	平均功率（HP）	金额（万元）	平均功率（HP）	金额（万元）	平均功率（HP）
其他	-		38.94	80	-	-
合计	1,572.03	116.35	2,133.19	83.48	116.46	100

离心鼓风机境内 OBM 直销模式下，公司客户主要集中在水泥行业、建材行业、污水处理、医疗行业等。水泥、建材行业中，公司离心鼓风机主要用于在输送煤粉和空气，功率相对较大；污水处理行业中，离心鼓风机主要用于曝气，根据污水处理池的规模所用离心鼓风机功率存在一定差异，总体功率较大；公司离心鼓风机具有清洁无油的特点，应用于医疗行业中，该行业内所需离心鼓风机功率相对较低。境内 OBM 直销模式下离心鼓风机客户所在行业与公司产品型号、性能具有匹配性。

（2）离心鼓风机 OBM 经销和 ODM

根据离心鼓风机报告期内 OBM 经销客户和 ODM 客户提供的终端客户行业信息进行数据统计分析，纳入统计范围客户报告期内合计销售收入分别为 0.00 万元、392.42 万元、2,208.28 万元和 1,556.96 万元，占境内离心鼓风机经销商和 ODM 客户合计销售收入比例分别为 0.00%、75.08%、62.37%和 88.02%。报告期内，公司离心鼓风机 OBM 经销和 ODM 模式下销售收入及平均功率按下游客户行业分类情况如下：

下游客户类型	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度	
	金额（万元）	平均功率（HP）	金额（万元）	平均功率（HP）	金额（万元）	平均功率（HP）
水泥行业	321.28	109.60	808.80	127.21	22.30	125.00
污水处理	369.49	88.28	627.73	86.18	370.12	128.00
水产养殖	446.15	36.59	-	-	-	-
机械制造	112.57	108.13	46.86	95.00	-	-
纺织服装	166.33	45.47	675.06	60.08	-	-
矿山冶金	-	-	49.83	225.00	-	-
化工行业	116.81	225.00	-	-	-	-
其他	24.33	27.50	-	-	-	-
未纳入统计范围	211.89	100.94	1,332.31	85.71	130.25	94.58
合计	1,768.84	56.98	3,540.59	89.11	522.67	117.37

离心鼓风机境内 OBM 经销和 ODM 模式下，公司客户的终端客户主要集中在水泥行业、污水处理、水产养殖、机械制造、纺织服装等。水泥行业中，公司离心鼓风机主要用于在输送煤粉和空气，功率相对较大；污水处理行业中，离心鼓风机主要用于曝气，根据污水处理池的规模所用离心鼓风机功率存在一定差异，总体功率较大；水产养殖行业中，客户采购的为公司 2021 年上半年推出的陶瓷滚珠轴承离心式鼓风机，该产品相比空气悬浮离心式鼓风机功率规格较小；机械制造行业中，离心鼓风机用途广泛，功率存在一定差异；纺织服装行业中根据实际用途所用离心鼓风机功率存在一定差异，公司离心鼓风机用于纺织服装行业功率相对较小。境内 OBM 经销和 ODM 模式下离心鼓风机客户终端客户所在行业与公司产品型号、性能具有匹配性。

综上，各类销售模式下鼓风机客户所在行业与产品型号、性能具有匹配性。

2、ODM 客户与 OBM 经销客户是否具备鼓风机安装能力、有关鼓风机的行业经验，ODM 客户、OBM 经销客户对鼓风机产品签收后即确认收入是否符合《企业会计准则》规定，是否存在需要发行人安装、调试的情形

公司离心鼓风机较传统鼓风机具有集成化的特点，安装调试工作较为简单，产品连接排气管道、接通电源、完成简单的开机参数设置后即可投入使用，且公司销售离心鼓风机随带安装说明书及安装指导视频供客户参考；此外，经销商、ODM 客户自身深耕空压机行业多年，具有丰富的空压机安装调试经验，且公司对部分主要 OBM 经销客户和 ODM 客户提供培训，指导离心鼓风机安装调试的过程和注意事项等。综上，公司离心鼓风机 OBM 经销客户与 ODM 客户向公司采购离心鼓风机后自行负责产品后续的销售及安装售后工作，不存在需要公司安装、调试的情形。

OBM 经销模式和 ODM 模式下，公司离心鼓风机产品均为买断模式，且不承担安装义务，货物到达客户指定地点后，由客户根据发货单据确认货物型号数量，商品签收后，客户即能够占有、主导商品的使用并从中获得几乎全部的经济利益。该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，且客户已拥有该商品的法定所有权，满足控制权转移的条件。故公司在客户签收后依据合同约定的金额确认收入，收入确认方法和时点在会计处理上符合《企业会计准则》的规定。

离心鼓风机产品同行业可比上市公司中金通灵销售为直销模式；山东章鼓销售以直销为主、经销为辅，经销模式下，山东章鼓自货物发给经销商后收到发货回执单时确认收入，收入确认方法和时点与公司不存在明显差异，因此公司离心鼓风机 ODM、OBM 经销模式下收入确认政策符合行业惯例。此外，针对主要应用于工业领域、功率较大的两级压缩螺杆机产品，OBM 经销模式下，公司于实际发出并由经销商客户确认签收时确认收入，公司同行业可比公司中东亚机械也通过经销模式销售两级压缩螺杆机，其在客户签收时确认收入，与公司确认方法和时点一致，因此公司两级压缩螺杆机经销模式下收入确认政策符合行业惯例。

五、说明 2021 年 1-6 月销售额在 25-50 万区间的境内 ODM 客户客单价远高于其他区间的原因及合理性，不同销售额区间的客单价差异较大的原因及合理性

2021 年 1-6 月，公司境内 ODM 客户按销售金额分层列示情况如下：

收入区间	数量（家）	销售金额（万元）	销售金额占比	销售量（台）	销售单价（万元/台）
50 万以上	22	6,659.80	85.49%	46,736	0.14
25-50 万	13	432.12	5.55%	322	1.34
25 万以下	124	698.54	8.97%	894	0.78
合计	159	7,790.46	100.00%	47,952	0.16

2021 年 1-6 月销售额在 25-50 万区间的境内 ODM 客户销售单价远高于其他区间、不同销售额区间的销售单价差异较大的主要原因系不同销售额区间的产品销售结构存在差异，2021 年 1-6 月，公司境内 ODM 客户不同销售额区间产品销售结构情况如下：

单位：万元

产品类型	50 万以上客户		25-50 万客户		25 万以下客户	
	销售收入	销售占比	销售收入	销售占比	销售收入	销售占比
活塞机	2,038.23	30.60%	25.93	6.00%	35.27	5.05%
离心鼓风机	513.19	7.71%	136.90	31.68%	81.15	11.62%
螺杆机	4,108.39	61.69%	269.29	62.32%	582.12	83.33%
合计	6,659.80	100.00%	432.12	100.00%	698.54	100.00%

2021 年 1-6 月销售额在 25-50 万区间的境内 ODM 客户产品销售结构中，离

心鼓风机产品销售占比达 31.68%，远高于其他区间，由于离心鼓风机产品单台售价较高（平均约 6.85 万元/台），因此销售额在 25-50 万区间的境内 ODM 客户产品平均销售单价也高于其他区间。

2021 年 1-6 月销售额在 50 万以上区间的境内 ODM 客户产品销售结构中，活塞机产品销售占比达 30.60%，远高于其他区间，由于活塞机产品单台售价较低（平均约 0.05 万元/台），销售数量较多，因此销售额在 50 万以上区间的境内 ODM 客户产品平均销售单价远低于其他收入区间。

2021 年 1-6 月销售额在 25 万元以下区间的境内 ODM 客户产品销售结构中，螺杆机产品销售占比达 83.33%，高于其他区间，由于螺杆机产品单台售价介于活塞机、离心鼓风机之间（平均约 0.92 万元/台），因此该区间产品平均销售单价介于 50 万以上客户和 25-50 万客户两个销售额区间之间。

综上所述，受公司境内 ODM 客户不同销售额区间产品销售结构存在较大差异影响，2021 年 1-6 月销售额在 25-50 万区间的境内 ODM 客户平均销售单价远高于其他区间、不同销售额区间的产品平均销售单价差异较大具有合理性。

六、说明 2021 年 1-6 月销售额在 250 万以上区间的境外 ODM 客户毛利率远低于其他区间的原因及合理性，不同销售额区间的毛利率差异较大的原因及合理性

2021 年 1-6 月，公司境外 ODM 客户按销售金额分层列示情况如下：

收入区间	数量（家）	销售金额（万元）	销售金额占比	销售量（万台）	毛利率
250 万以上	7	12,849.36	74.86%	24.45	6.62%
50-250 万	31	3,348.87	19.51%	5.00	14.26%
50 万以下	54	966.72	5.63%	1.35	17.10%
合计	92	17,164.95	100.00%	30.80	8.70%

2021 年 1-6 月销售额在 250 万以上区间的境外 ODM 客户毛利率远低于其他区间、不同销售额区间的毛利率差异较大的主要原因系不同销售额区间的产品销售结构存在差异，2021 年 1-6 月，公司境外 ODM 客户不同销售额区间产品销售结构情况如下：

单位：万元

产品类型	250 万以上客户			50-250 万客户			50 万以下客户		
	收入占比	毛利率	平均规格 (HP/L)	收入占比	毛利率	平均规格 (HP/L)	收入占比	毛利率	平均规格 (HP/L)
活塞机	85.96%	2.90%	42.94	73.37%	5.06%	42.76	74.71%	9.04%	49.18
螺杆机	14.04%	29.38%	18.72	26.63%	39.61%	26.59	25.29%	40.91%	28.53
合计	100.00%	6.62%		100.00%	14.26%		100.00%	17.10%	

注：活塞机规格单位为 L，螺杆机规格单位为 HP，故合计未计算平均规格。

2021 年 1-6 月销售额在 250 万以上区间的境外 ODM 客户产品销售结构中毛利率水平较低的活塞机产品销售占比达 85.96%，高于其他区间，且该区间单个客户活塞机销售规模大，部分大额订单在 2020 年下半年签订，订单执行周期长，受 2021 年上半年原材料价格大幅上涨因素影响，活塞机产品毛利率受到较大不利影响；同时，向 250 万以上境外 ODM 客户销售的螺杆机毛利率低于其他区间境外 ODM 客户螺杆机毛利率，主要原因系向 250 万以上境外 ODM 客户销售的螺杆机平均规格相对较小，也使 250 万以上境外 ODM 客户的整体毛利率低于其他区间境外 ODM 客户；另外，250 万以上境外 ODM 客户毛利率低于其他区间境外 ODM 客户，一定程度上也受到客户销售规模影响，通常情况下客户销售规模越大，议价能力越强，公司产品销售毛利率水平也会相对较低。

2021 年 1-6 月销售额在 50-250 万元、50 万元以下区间的境外 ODM 客户产品销售结构中毛利率水平较高的螺杆机产品销售占比在 25%以上，且毛利率高于向 250 万以上境外 ODM 客户销售的螺杆机；同时，由于该区间客户销售规模有限，单笔订单金额小，订单执行周期短，公司能够更为及时的将原材料价格上涨风险传导给客户，因此该区间活塞机毛利率水平相对 250 万以上境外 ODM 客户较高。另外，由于客户采购规模和产品平均规格影响，50 万元以下区间的境外 ODM 客户毛利率水平略高于 50-250 万元区间。

综上所述，2021 年 1-6 月销售额在 250 万以上区间的境外 ODM 客户毛利率远低于其他区间、不同销售额区间的毛利率差异较大具有合理性。

七、请保荐机构、申报会计师发表明确意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师执行了以下核查程序：

1、取得发行人销售收入明细表，分析各类产品销售收入在不同业务模式下

对部分销售占比较高（占某类业务收入比例 10%以上）的客户是否存在重大依赖；访谈了发行人实际控制人、销售部门负责人，了解主要客户集中采购或只从发行人处进行单一采购的原因，分析其商业合理性；与同行业可比公司进行对比，评价主要客户集中采购或只从发行人处进行单一采购是否符合商业逻辑和行业惯例；取得了上述客户出具的声明，确认集中采购或只从发行人处进行单一采购符合其采购规章制度；结合发行人与上述客户的合作历史、合作稳定性，评价发行人是否存在被竞争对手抢占份额的风险；

2、访谈了报告期内发行人主要 ODM 客户，参观了客户的经营场所，了解报告期内客户与发行人的交易情况、是否向终端客户完成销售、是否存在铺货销售等；对发行人主要 ODM 客户访谈过程中，对其存货进行了监盘或取得了部分 ODM 客户期末库存数据，并与相应客户全年销售数量进行对比，分析期末发行人主要 ODM 客户库存数量是否处于合理水平；

3、访谈了发行人实际控制人、销售部门负责人、研发部门负责人，了解螺杆机境外 ODM 客户的拓展方式，了解螺杆机境外市场竞争格局、公司螺杆机的核心竞争力；通过海关市场数据查询，分析境外市场竞争格局；结合境外市场竞争格局、核心竞争力评价发行人螺杆机境外业务的成长性；访谈了发行人销售部门负责人，了解部分螺杆机境外 ODM 客户经营规模接近于其对发行人采购额的原因及合理性；

4、访谈了报告期内发行人主要离心鼓风机 OBM 经销、ODM 客户，参观了客户的经营场所，了解报告期内客户与发行人的交易情况、是否向终端客户完成销售、是否存在铺货销售等；对发行人主要离心鼓风机 OBM 经销、ODM 客户访谈过程中，对其存货进行了监盘或取得了部分客户期末库存数据，并与相应客户全年销售数量进行对比，分析期末发行人主要离心鼓风机 OBM 经销、ODM 客户库存数量是否处于合理水平；通过天眼查查询离心鼓风机 OBM 直销客户行业，通过调查问卷或发行人发货台账了解离心鼓风机 OBM 经销、ODM 客户终端客户所在行业，分析离心鼓风机终端客户所在行业与产品型号、性能的匹配性；访谈了发行人实际控制人、销售部门负责人、研发部门负责人，了解离心鼓风机 OBM 经销客户和 ODM 客户是否具备鼓风机安装能力、有关鼓风机的行业经验，是否存在需要发行人安装、调试的情形，评价离心鼓风机

OBM 经销客户和 ODM 客户对离心鼓风机产品签收后即确认收入是否符合《企业会计准则》规定；

5、取得了发行人销售明细表，统计发行人境内 ODM 客户不同收入区间产品销售结构差异情况，分析 2021 年 1-6 月销售额在 25-50 万区间的境内 ODM 客户平均销售单价远高于其他区间、不同销售额区间的产品平均销售单价差异较大的合理性；

6、取得了发行人销售明细表，统计发行人境外 ODM 客户不同收入区间产品销售结构差异情况，分析 2021 年 1-6 月销售额在 250 万以上区间的境外 ODM 客户毛利率远低于其他区间、不同销售额区间的毛利率差异较大的合理性。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、各类产品销售收入在不同业务模式下对部分客户不存在重大依赖；主要客户集中采购或只从发行人处进行单一采购的原因具有合理性，符合商业逻辑或行业惯例，符合相关客户的采购规章制度；发行人与上述客户合作稳定性，被竞争对手抢占份额的风险较低；

2、境内外通过 ODM 模式销售的主要产品实现终端销售，各类别产品报告期内境内外主要 ODM 客户的期末库存占比处理合理水平，不存在铺货销售情形；

3、发行人螺杆机境外业务具有良好的成长性；部分螺杆机境外 ODM 客户经营规模接近于其对发行人采购额具有商业合理性，不存在异常采购情形；

4、离心鼓风机 OBM 经销、ODM 模式客户向其终端客户完成最终销售；各类销售模式下鼓风机客户所在行业与产品型号、性能具有匹配性；离心鼓风机 ODM 客户与 OBM 经销客户具备鼓风机安装能力及有关鼓风机的行业经验；离心鼓风机 ODM 客户、OBM 经销客户对鼓风机产品签收后即确认收入符合《企业会计准则》规定，不存在需要发行人安装、调试的情形；

5、受发行人境内 ODM 客户不同收入区间产品销售结构存在较大差异影响，2021 年 1-6 月销售额在 25-50 万区间的境内 ODM 客户平均销售单价远高于其他

区间、不同销售额区间的产品平均销售单价差异较大具有合理性；

6、受发行人境外 ODM 客户不同收入区间产品销售结构存在较大差异影响，2021 年 1-6 月销售额在 250 万以上区间的境外 ODM 客户毛利率远低于其他区间、不同销售额区间的毛利率差异较大具有合理性。

7. 关于营业成本

申报材料与前次审核问询回复显示：

（1）螺杆机产品平均成本与同行业可比公司相近产品存在较大差异，发行人称主要是产品结构差异所致，发行人螺杆机销售除永磁变频螺杆机外，还有较大比重的工频螺杆机销售，工频螺杆机多为小排量机型且同规格产品造价低于永磁变频螺杆机；

（2）2021 年上半年发行人原材料采购价格大幅增长，而小霸王/小精灵系列螺杆机、离心鼓风机等产品成本均下降；

（3）公司主要原材料受大宗商品价格波动影响较大，原材料采购价格变动对发行人产品毛利率影响较大，发行人称当原材料价格持续上涨时会与客户释明并相应提升产品销售价格，以保持产品合理的利润空间。

请发行人说明：

（1）产品原材料实际耗用与标准 BOM 单之间差异的合理性，产品领料以及报告期内直接材料成本核算的准确性；

（2）发行人同型号同规格螺杆机产品成本与同行业可比公司的差异以及原因；

（3）2021 年上半年原材料价格大幅上涨对小霸王/小精灵系列螺杆机、离心鼓风机产品成本的影响；

（4）原材料采购价格变动对发行人业绩的影响；举例说明发行人能否将原材料采购成本上涨的影响传导至下游客户，是否在销售合同中予以约定。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、产品原材料实际耗用与标准 BOM 单之间差异的合理性，产品领料以及报告期内直接材料成本核算的准确性

（一）产品原材料实际耗用与标准 BOM 单之间差异的合理性

报告期内，公司各类产品原材料主要包括钢板及产品零部件，种类繁多，现选取各产品主要原材料分析实际耗用与标准 BOM 单之间的差异，具体情况如下：

1、螺杆机

报告期各期，公司螺杆机产量分别为 33,183 台，30,788 台、39,622 台、18,134 台，公司螺杆机产品主要原材料实际耗用与标准 BOM 单之间差异情况如下：

原材料	2021 年 1-6 月			2020 年度		
	实际耗用	标准 BOM 用量	实际耗用/标准 BOM 用量	实际耗用	标准 BOM 用量	实际耗用/标准 BOM 用量
钢板（吨）	2,524.46	2,373.65	1.06	5,285.59	5,010.16	1.05
变频器（套）	10,025	10,025	1.00	21,418	21,418	1.00
换热器（个）	18,137	18,135	1.00	39,584	39,584	1.00
机头转子铸件（个）	38,303	36,956	1.04	83,097	80,292	1.03
冷却风扇（个）	18,648	18,648	1.00	40,672	40,609	1.00
电机（个）	18,479	18,478	1.00	40,148	40,146	1.00
原材料	2019 年度			2018 年度		
	实际耗用	标准 BOM 用量	实际耗用/标准 BOM 用量	实际耗用	标准 BOM 用量	实际耗用/标准 BOM 用量
钢板（吨）	4,691.38	4,280.87	1.10	5,807.94	5,299.11	1.10
变频器（套）	15,313	15,292	1.00	17,372	17,326	1.00
换热器（个）	30,806	30,796	1.00	33,187	33,182	1.00
机头转子铸件（个）	66,059	62,754	1.05	69,848	67,926	1.03
冷却风扇（个）	31,819	31,760	1.00	34,356	34,296	1.00

电机（个）	31,400	31,377	1.00	33,922	33,913	1.00
-------	--------	--------	------	--------	--------	------

注 1：变频器非所有产品均需配置，通常永磁变频两级压缩螺杆机需配置 2 个或 3 个变频器（如为三合一变频器，则只需 1 个）、永磁变频单级压缩螺杆机配置 1 个变频器，工频螺杆机无需变频器，故变频器标准 BOM 用量低于产量。

注 2：换热器通常每台螺杆机配置 1 个，部分大机型配备 2 个，2018 年和 2020 年存在少量客户不要求配置换热器，故标准用量低于产量。

2、活塞机

报告期各期，公司活塞机产量分别为 762,159 台、494,152 台、607,853 台和 382,246 台，公司活塞机产品主要原材料实际耗用与标准 BOM 单之间差异情况如下：

原材料	2021 年 1-6 月			2020 年度		
	实际耗用	标准 BOM 用量	实际耗用/标准 BOM 用量	实际耗用	标准 BOM 用量	实际耗用/标准 BOM 用量
钢板（吨）	6,345.35	5,942.20	1.07	10,314.45	9,484.13	1.09
曲轴箱（只）	394,104	393,903	1.00	627,694	625,380	1.00
电机（个）	383,368	383,361	1.00	608,982	608,905	1.00
原材料	2019 年度			2018 年度		
	实际耗用	标准 BOM 用量	实际耗用/标准 BOM 用量	实际耗用	标准 BOM 用量	实际耗用/标准 BOM 用量
钢板（吨）	8,657.33	8,048.65	1.08	12,128.70	11,363.12	1.07
曲轴箱（只）	505,002	499,558	1.01	767,381	763,040	1.01
电机（个）	494,995	494,968	1.00	762,223	762,159	1.00

3、离心机

2019 年、2020 年、2021 年 1-6 月，公司离心机产量分别为 166 台、556 台和 642 台，公司离心机产品主要原材料实际耗用与标准 BOM 单之间差异情况如下：

原材料	2021 年 1-6 月			2020 年度			2019 年度		
	实际耗用	标准 BOM 用量	实际耗用/标准 BOM 用量	实际耗用	标准 BOM 用量	实际耗用/标准 BOM 用量	实际耗用	标准 BOM 用量	实际耗用/标准 BOM 用量
钢板（吨）	170.72	159.35	1.07	372.09	347.75	1.07	123.51	99.24	1.24
变频器（套）	644	644	1.00	556	556	1.00	164	164	1.00
电机机头组件（套）	644	644	1.00	556	556	1.00	164	164	1.00

注：每台离心鼓风机通常配置 1 个电机机头组件、1 套变频器，2019 年标准 BOM 用量低于产量，系 2 台离心鼓风机用于展示，未配置电机机头组件和变频器；2021 年 1-6 月标准

BOM用量高于产量，系有2台双机头离心鼓风机，配置2个电机机头组件、2套变频器。

如上表所示，报告期内公司各类产品原材料实际耗用与标准BOM用量差异较小，其中钢板及螺杆机机头转子铸件实际耗用略高于标准BOM用量系生产过程中的正常损耗，各期损耗率较为稳定，2019年离心鼓风机钢板损耗率较高主要系公司新推出离心机产品，前期打样试生产阶段损耗偏高，后续随着产品批量化生产，损耗率逐步稳定。

综上，公司产品原材料实际耗用与标准BOM单之间差异在合理范围内，不存在重大异常情况，具有合理性。

（二）产品领料以及报告期内直接材料成本核算的准确性

针对产品领料及直接材料成本核算，公司建立了生产仓储管理相关及成本核算相关的内控制度，以保证产品领料及直接材料成本核算的准确性，具体如下：

1、原材料入库及产品领料流程

采购部门根据生产计划分解物料需求并结合物料送货周期向供应商下达采购订单。供应商于双方约定的交货时间交货，供应商开据送货单交采购专员，采购专员开据收料通知单进行报检，由质量部门对材料进行检验，检验合格后由仓库填写材料入库单并将材料入库。

生产部门根据生产任务单下推生成的领料单经车间管理人员审批后向仓库领料。仓库安排领料后，在车间人员和仓库人员签字确认后根据实际领料情况由输单员在系统中录入材料出库单信息；月末系统根据材料出库记录按月末一次加权平均法计算生产领料成本。

2、直接材料成本核算情况

公司用于产品生产的原料和主要材料系按照产品分别领用，按照生产领料出库单直接归集至各类产品成本的直接材料项目。按照实际领取数量乘以按月加权平均法核算的单位出库成本计算领用的材料金额。

由于公司原材料成本在产品成本中所占比重较大，故期末在产品只保留材料成本。公司将本月发生的直接材料成本，加上月初在产品成本，将其在本月完工产品和月末在产品之间进行分配，以计算本月完工成品材料成本。本月

完工产品直接材料成本按照具体产品材料定额成本的比例在各产品之间分摊，单位产品定额材料消耗根据技术部门提供的 BOM 清单确定。

公司产品生产完成，产成品入库时，根据分配的生产成本结转至库存商品；产品销售出库时，计入发出商品，采用月末一次加权平均法计价；发出商品符合收入确认条件后结转计入营业成本。

综上，公司制定了直接材料成本核算相关内控制度，相关制度制定合理且得到一贯有效执行，公司各产品主要原材料实际耗用与标准 BOM 用量比对情况不存在异常，公司产品领料以及报告期内直接材料成本核算准确。

二、发行人同型号同规格螺杆机产品成本与同行业可比公司的差异以及原因

（一）发行人螺杆机产品平均成本、成本构成与同行业可比公司对比情况

报告期内，公司螺杆机产品平均成本与同行业可比公司螺杆机产品对比情况如下：

单位：万元/台

公司名称	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
东亚机械	未披露	1.20	1.38	1.25
开山股份	未披露	2.07	2.37	2.13
鑫磊股份	0.71	0.67	0.77	0.86

数据来源：同行业可比公司招股说明书、年度报告

报告期内，公司螺杆机平均成本低于同行业可比公司整体水平，主要受产品销售结构差异影响：开山股份销售的螺杆机产品主要应用于矿山、冶金、石化、机械制造等行业，产品结构中大型螺杆机、工艺螺杆机产品占比相对较高，故单台平均成本较高；东亚机械销售的螺杆机产品与公司产品应用领域相似，但其永磁变频螺杆机销售占比较高，相比而言公司仍有较大比重的工频螺杆机销售，工频螺杆机多为小排量机型且同规格产品造价低于永磁变频螺杆机，另外，报告期内公司螺杆机以中小排量产品销售为主，而东亚机械中、大排量产品销售占比较高，故东亚机械单台平均成本高于公司。除上述因素外，报告期内公司螺杆机产品销售结构中高性价比系列产品销售占比较高（高性价比系列主要为小霸王、小精灵系列产品，报告期各期两系列产品合计销售占比分别为

8.41%、38.51%、54.02%、47.67%)，此类产品在满足客户需求的前提下，结构设计更加集成，产品配置适当精简，也使得公司螺杆机产品整体平均成本低于同行业可比公司水平。

可比公司中东亚机械分产品成本信息披露较为详细且东亚机械销售的螺杆机产品与公司产品应用领域相似，故选取东亚机械螺杆机产品成本构成与公司比较如下：

公司名称	期间	直接材料占比	直接人工占比	制造费用占比
东亚机械	2021 年 1-6 月	未披露	未披露	未披露
	2020 年度	75.76%	9.07%	15.17%
	2019 年度	76.02%	8.79%	15.19%
	2018 年度	79.53%	7.96%	12.50%
鑫磊股份	2021 年 1-6 月	75.71%	11.43%	12.86%
	2020 年度	74.63%	10.45%	14.93%
	2019 年度	71.43%	11.69%	16.88%
	2018 年度	74.42%	12.79%	12.79%

数据来源：同行业可比公司招股说明书、年度报告

如上表所示，整体来看，报告期内公司螺杆机产品直接材料占比较东亚机械略低，直接人工和制造费用占比较东亚机械略高，主要原因系公司螺杆机产品生产模式为一体化生产，主要部件（包括钣金、螺杆机主机、电机等）均以自主加工为主，而东亚机械主要部件电机存在较高比例外购（根据东亚机械披露的采购信息，其 2018 年外购电机比例最高，约为 74%），故其直接材料占比略高于公司，直接人工和制造费用占比低于公司。

综上，公司螺杆机产品成本与同行业可比公司差异主要受产品销售结构差异影响，产品成本构成与同行业可比公司差异主要受生产方式差异影响，具有合理性。

（二）发行人同型号同规格螺杆机产品成本与同行业可比公司对比情况

公司报告期内不同型号规格的螺杆机产品种类较多，不同型号规格产品的配置不同，导致产品成本存在差异；主要产品系列成本构成情况如下：

期间	产品系列	直接材料占比	直接人工占比	制造费用占比
2021 年 1-6 月	鑫霸王	77.32%	10.37%	12.30%

	超能王	76.19%	10.63%	13.19%
	金霸王	72.97%	11.60%	15.42%
	小霸王/小精灵	76.58%	10.48%	12.93%
	螺杆机合计	75.71%	11.43%	12.86%
2020 年度	鑫霸王	74.06%	10.61%	15.33%
	超能王	74.85%	10.36%	14.79%
	金霸王	74.69%	10.37%	14.93%
	小霸王/小精灵	74.83%	10.33%	14.84%
	螺杆机合计	74.63%	10.45%	14.93%
2019 年度	鑫霸王	71.20%	11.39%	17.41%
	超能王	70.84%	11.67%	17.49%
	金霸王	70.26%	11.46%	18.28%
	小霸王/小精灵	71.44%	11.52%	17.05%
	螺杆机合计	71.43%	11.69%	16.88%
2018 年度	鑫霸王	74.60%	12.89%	12.51%
	超能王	73.19%	13.49%	13.32%
	金霸王	74.55%	13.11%	12.33%
	小霸王/小精灵	73.31%	12.65%	14.04%
	螺杆机合计	74.42%	12.79%	12.79%

如上表所示，报告期内公司螺杆机各系列产品成本结构不存在较大差异，螺杆机各系列各月产量波动导致分摊的工费比例存在波动，具有合理性。

经公开资料查询，公司螺杆机同行业可比公司涉及具体型号规格螺杆机产品成本披露信息较少，其中东亚机械在其审核问询函回复中披露了其 2020 年“福星”系列产品 37KW 机型产品成本。经对比机型大小及相关配置，东亚机械“福星”系列产品与公司“金霸王”系列永磁变频螺杆机产品相似，两者相关配置比较如下：

项目	鑫磊股份-金霸王系列	东亚机械-福星系列
主机配置	单级主机，排气座、机身一体	单级主机，标准主机
电机配置	标准转速电机	标准转速电机
变频器	1 个众辰变频器	1 个汇川变频器
整机重量	37kw 产品的重量为 550kg	37kw 产品的重量为 510 公斤
整机尺寸	1,300mm×1,000mm×1,345mm	1,250mm×900mm×1,300mm

排气量	37kW、排气压力 0.8MP a 产品的排 气量为 6.3m³/min	37kw、排气压力 0.8MPa 产品的排气 量为 6.3m³/min
-----	---	--

如上表所示，公司“金霸王”系列永磁变频螺杆机产品与东亚机械“福星”系列除采用的变频器不同外均配备单级主机及标准转速电机，整机尺寸重量接近，具有可比性。两个系列均选取 37KW 机型单位成本比较如下：

单位：万元

产品	单位成本	直接材料		直接人工		制造费用	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
金霸王	1.17	0.88	75.21%	0.12	10.26%	0.17	14.53%
福星	1.25	1.01	80.80%	0.09	7.20%	0.15	12.00%
差异	-0.08	-0.13	-5.59%	0.03	3.06%	0.02	2.53%

从产品单位成本来看，公司“金霸王”系列永磁变频螺杆机 37KW 型号产品单位成本略低于东亚机械“福星”系列产品单位成本，主要系直接材料成本相比差异 0.13 万元，公司“金霸王”系列配置的变频器为众辰变频器，采购单价低于“福星”系列产品配置的汇川变频器，两者采购成本差异约为 0.22 万元；剔除变频器采购成本差异后，公司“金霸王”系列产品成本略高于东亚机械“福星”系列产品，主要原因系公司产品总体重量尺寸略大，相关材料消耗成本高。从产品成本结构来看，公司“金霸王”系列永磁变频螺杆机 37KW 型号产品成本结构中直接材料占比高于东亚机械“福星”系列产品，主要原因系东亚机械螺杆机产品主要部件电机存在较大比例比例外购，而公司以自主加工为主。

综上，公司螺杆机各系列产品成本结构不存在较大差异；同型号类似配置螺杆机产品成本与东亚机械略有差异，主要系产品配置及产品尺寸重量差异所致，具有合理性；同型号类似配置螺杆机产品成本结构与东亚机械略有差异，主要系相关部件生产方式差异所致，具有合理性。

三、2021 年上半年原材料价格大幅上涨对小霸王/小精灵系列螺杆机、离心鼓风机产品成本的影响

（一）2021 年上半年原材料价格大幅上涨对小霸王/小精灵系列螺杆机产品成本的影响

2020 年度及 2021 年 1-6 月公司小霸王/小精灵系列螺杆机分产品类型具体

情况如下：

产品类型	2021 年 1-6 月			2020 年度		
	收入占比	平均规格 (HP)	单位成本 (万元/台)	收入占比	平均规格 (HP)	单位成本 (万元/台)
工频螺杆机	37.13%	15.26	0.42	35.34%	16.29	0.40
永磁变频单级压缩螺杆机	62.87%	22.18	0.56	64.66%	25.82	0.60
合计	100.00%	18.93	0.49	100.00%	21.27	0.51

如上表所示，2021 年 1-6 月原材料价格大幅上涨，但公司小霸王/小精灵系列产品单位成本总体略低于 2020 年度，主要原因系：（1）2021 年 1-6 月该系列中工频螺杆机销售比例略有上升，工频螺杆机同规格产品造价低于永磁变频单级压缩螺杆机，拉低了平均单位成本；（2）2021 年 1-6 月销售的小霸王/小精灵系列产品平均规格低于 2020 年度，进一步拉低了平均单位成本；（3）2021 年 1-6 月永磁变频单级压缩螺杆机中采用高性价比产品新富凌变频器的比例提高，导致材料成本有所下降。

选取小霸王/小精灵系列螺杆机主要规格型号产品材料成本比较如下：

产品类别	产品规格	单位材料成本（万元）		
		2021 年 1-6 月	2020 年度	变动比例
工频螺杆机	10HP	0.25	0.23	8.84%
	30HP	0.47	0.43	8.45%
	50HP	0.72	0.65	10.44%
永磁变频单级压缩螺杆机	20HP	0.41	0.38	5.67%
	30HP	0.51	0.49	4.90%
	50HP	0.75	0.74	1.69%

注：上述规格产品收入占当期小霸王/小精灵系列产品比例分别为 72.47%和 78.75%。

如上表所示，相同规格小霸王/小精灵系列产品 2021 年 1-6 月单位材料成本较 2020 年相比均有所上升，与原材料价格上涨趋势一致，其中永磁变频单级压缩螺杆机单位材料成本变动比例较小，主要原因系公司 2021 年 1-6 月永磁变频单级压缩螺杆机中采用高性价比原材料新富凌变频器的比例提高，相应规格变频器采购平均单价差异如下：

产品规格	变频器平均采购单价（元/个）			剔除变频器影响后永磁变频单级压缩螺杆机单位材料成本变动比例
	2021 年 1-6 月	2020 年度	变动金额	

20HP	697.91	848.24	-150.34	9.55%
30HP	835.86	1,012.89	-177.03	8.54%
50HP	1,338.56	1,847.07	-508.51	8.56%

如上表所示，2021 年 1-6 月采购变频器平均单价下降幅度较大，剔除变频器差异影响后，永磁变频单级压缩螺杆机主要规格产品单位材料成本变动幅度与原材料价格上涨趋势一致。

综上所述，相同规格小霸王/小精灵系列产品 2021 年 1-6 月单位材料成本随原材料成本上涨而上涨，但由于 2021 年 1-6 月销售的小霸王/小精灵系列产品平均规格下降，且工频螺杆机销售比例上升，同时应用高性价比原材料新富凌变频器的比例提高导致小霸王/小精灵系列产品总体单位成本较 2020 年略有下降。

（二）2021 年上半年原材料价格大幅上涨对离心鼓风机产品成本的影响

2020 年及 2021 年 1-6 月公司离心鼓风机产品成本比较如下：

产品类型	2021 年 1-6 月				2020 年度			
	销售数量 (台)	收入占比	平均规格 (HP)	单位 成本 (万元)	销售数量 (台)	收入占比	平均规格 (HP)	单位 成本 (万元)
空气悬浮离心式鼓风机	159	77.31%	108.55	5.54	390	100.00%	87.45	5.02
磁悬浮离心式鼓风机	10	4.62%	135.00	11.80	-	-	-	-
陶瓷滚珠轴承离心式鼓风机	235	18.07%	38.47	1.15	-	-	-	-
合计	404	100.00%	68.44	3.12	390	100.00%	87.45	5.02

2020 年度、2021 年 1-6 月，公司离心鼓风机产品单位成本分别为 5.02 万元/台、3.12 万元/台，2021 年 1-6 月公司产品生产所需的钢、铜、铝等基础原材料价格大幅上涨，但公司离心鼓风机产品单位成本低于 2020 年度，主要原因系 2021 年上半年公司面向水产养殖行业推出了陶瓷滚珠轴承离心式鼓风机，该类产品的功率规格、产品体积较小，产品结构相对简单，单台造价较低，仅为 1.15 万元/台，远低于其他类型离心鼓风机产品，2021 年 1-6 月公司此类产品销售数量多，拉低了公司离心鼓风机产品整体平均单位成本。

公司生产的离心鼓风机产品规格型号较多，不同客户在器件选型（如进口、国产控制器选择）、配套附件（如是否搭载消音器）等方面也存在一定差异，就

同规格型号离心鼓风机产品而言，随着 2021 年上半年原材料价格上涨，公司产品单台材料成本亦呈现上涨趋势，与原材料采购成本变动趋势一致。以公司生产的 50HP、100HP、150HP 空气悬浮离心鼓风机（自制机头电机组件配套西门子控制器、伟创变频器并搭载消音器）为例，2020 年度、2021 年 1-6 月单台材料成本对比情况如下：

单位：万元

产品规格	单位材料成本		
	2021 年 1-6 月	2020 年度	变动比例
50HP	2.89	2.77	4.33%
100HP	4.07	3.81	6.82%
200HP	7.05	6.66	5.86%

综上所述，2021 年 1-6 月，公司离心鼓风机产品结构中功率规格较小、产品结构简单、成本造价较低的陶瓷滚珠轴承离心式鼓风机销售数量较多，拉低了公司离心鼓风机产品整体平均单位成本。就同规格型号离心鼓风机产品而言，随着 2021 年上半年原材料价格上涨，公司产品单台材料成本亦呈现上涨趋势，与原材料采购成本变动趋势一致。

四、原材料采购价格变动对发行人业绩的影响；举例说明发行人能否将原材料采购成本上涨的影响传导至下游客户，是否在销售合同中予以约定

（一）原材料采购价格变动对发行人业绩的影响

报告期内，公司产品的原材料为空气压缩机和离心式鼓风机生产使用的各种零部件以及外包装材料，种类较多，主要包括钢板、电机定转子、变频器、漆包线、换热器、曲轴箱毛坯、机头转子铸件、冷却风扇等。部分原材料主要由钢、铜、铝等基础原材料加工制成，价格随大宗商品价格波动而波动。

报告期内，公司主要原材料占主营业务成本的比重较高，分别为 78.14%、75.08%、76.09%和 76.96%，在其他因素不变的情况下，主要原材料采购价格上升将使得公司综合毛利下降，对公司经营业绩造成不利影响。但总体来说，公司产品整体定价基础为成本加成，在一定程度上减少了原材料价格上涨对公司产生的不利影响。

针对 2021 年上半年原材料价格大幅上涨的情况，公司已相应调整产品销售

价格，其中螺杆机产品于 2021 年 4 月起所有系列上调 10%，由于螺杆机产品订单周期较短，产品调价可以较为及时将原材料上涨的影响传导至下游客户，对公司业绩影响不大；公司活塞机产品通常根据订单签订时点相关原材料价格加成合理毛利进行报价，由于公司活塞机大额订单签订时间与交货时间间隔较长，订单执行过程中通常不会变更已签订订单的执行价格，因此公司承担的后续原材料价格波动风险相对较大，在原材料价格上涨周期，调价相对滞后，导致 2021 年 1-6 月公司活塞机产品毛利率下降，对公司经营业绩产生较大不利影响。将 2021 年 1-6 月活塞机材料成本根据 2020 年相同型号的活塞机平均单位材料成本进行测算，2021 年上半年原材料价格上涨对公司 2021 年 1-6 月活塞机营业成本影响金额为 910.39 万元，对公司 2021 年 1-6 月的净利润影响金额为-773.83 万元。

（二）举例说明发行人能否将原材料采购成本上涨的影响传导至下游客户，是否在销售合同中予以约定

公司与客户签订的销售合同按客户和销售模式不同主要分为两类：

一类为内销 OBM 及 ODM 客户，公司一般每年度与客户签订框架协议，之后客户按需向公司下达具体销售订单，约定销售数量、价格、交货时间等信息。公司与客户签订的框架协议中大多附有调价条款，例如约定在协议合作期内，公司有权根据原材料价格上涨等市场因素对产品价格进行相应调涨。针对具体订单，公司一般按照成本加成的原则确定统一价格向客户报价。针对 2021 年以来原材料快速上涨的情况，针对螺杆机产品，公司已向客户发送通知函，螺杆机全系列产品在原有价格基础上上涨 10%，于 2021 年 4 月 1 日开始执行，以减少原材料价格上涨对公司产生的不利影响。

对于此类客户，公司一般按照原材料价格波动情况及时调整销售价格，相关原材料成本上涨的影响可以相对及时地传导至下游客户。

第二类为外销 ODM 客户，公司一般与客户直接签订销售订单，约定销售数量、价格、交货时间和地点等信息。此类订单公司一般按照签订时点最新的原材料采购成本计算产品成本，在此基础上考虑汇率水平加成一定利润率计算产品销售价格向客户报价，订单中通常不包含相关与原材料价格联动的条款。

由于外销订单生产交货周期较长，订单签订时间与公司组织生产及采购原材料的时间存在时间差，如此段时间材料价格上涨，则合同毛利率下降，如材料价格下降，则合同毛利率上升。2021 上半年，大宗材料均呈现上涨趋势，公司外销 ODM 业务毛利率受到不利影响，但针对新签订的订单，公司均与客户协商，按照最新原材料价格上涨幅度上调销售价格。

以公司外销 ODM 第一大客户 WOODSTER GMBH 为例，公司向其销售主要型号产品按订单时间统计平均单价调整情况如下：

款式	型号	2020 年（美元）	2021 年 1-9 月（美元）	调价幅度
单缸	24L	47.27	54.78	15.89%
	50L	58.69	64.30	9.56%
双缸	50L	101.92	121.69	19.39%
	100L	119.51	137.82	15.32%

如上表所示，2021 年由于原材料采购价格普遍上涨，公司与 WOODSTER GMBH 签订的订单单价均高于 2020 年签订的订单单价，与主要原材料价格变动趋势一致。

五、请保荐人、申报会计师发表明确意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师执行了以下核查程序：

1、获取发行人报告期各类产品原材料实际耗用数据及标准 BOM 用量清单，分析差异合理性；访谈了发行人财务负责人，了解产品成本的核算流程和方法，直接材料的归集和分配方法；了解和评价管理层与存货管理、采购流程及成本核算相关的关键内部控制的设计和运行有效性；

2、获取发行人螺杆机销售收入成本明细表，分析发行人螺杆机产品单位成本、成本构成情况；查询发行人同行业可比公司披露的关于螺杆机产品、具体型号规格产品的单位成本情况，与发行人螺杆机产品、同型号类似配置产品的单位成本进行比较，分析单位成本差异原因及合理性；

3、获取发行人小霸王/小精灵系列及离心机产品销售收入成本明细表，分析 2021 年上半年原材料价格大幅上涨对相关产品成本的变动影响及合理性；

4、分析原材料采购价格变动对发行人业绩的影响；访谈发行人销售部门负责人，了解发行人产品销售合同签订及定价情况；获取发行人产品销售合同，核实相关合同条款是否约定调价事项；获取主要外销客户 2020 年及 2021 年 1-9 月销售订单台账，核实同型号规格产品提价情况。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、发行人报告期内各主要产品的实际材料耗用与标准 BOM 单用量之间的差异在合理范围内，不存在重大异常情况，具有合理性；

2、发行人螺杆机各系列产品成本结构不存在较大差异；同型号类似配置螺杆机产品成本与东亚机械略有差异，主要系产品配置及产品尺寸重量差异所致，具有合理性；同型号类似配置螺杆机产品成本结构与东亚机械略有差异，主要系相关部件生产方式差异所致，具有合理性；

3、发行人相同型号小霸王/小精灵系列及离心机产品 2021 年 1-6 月单位材料成本随原材料成本上涨而上涨，但由于产品销售结构影响导致小霸王/小精灵系列及离心机产品总体单位成本较 2020 年有所下降；

4、在其他因素不变的情况下，主要原材料采购价格上升将使得发行人综合毛利下降，对发行人经营业绩造成不利影响，对于新增订单，发行人可以通过调整销售价格将原材料采购成本上涨的影响传导至下游客户，减少原材料价格上涨对发行人产生的不利影响。

8. 关于主要供应商

申报材料与前次审核问询回复显示：

（1）台州市久弘机械有限公司（以下简称台州久弘）是发行人 2021 年 1-6 月前五大供应商之一，主要提供曲轴箱毛坯，发行人对其采购金额为 791.58 万元，而 2021 年 1-6 月发行人向其采购曲轴箱毛坯的金额为 307.07 万元；

(2) 报告期内主要供应商上海羽侨国际贸易有限公司（以下简称上海羽侨）的总资产为 922.97 万元万元，上海钢恒金属材料有限公司（以下简称上海钢恒）的总资产为 563.61 万元万元，无锡市欧煜来换热器制造有限公司（以下简称无锡欧煜）的总资产为 964.70 万元，报告期内发行人对上述供应商的采购金额远高于或接近于该供应商的总资产；

(3) 发行人称上海羽侨与上海羽妙实业有限公司（以下简称上海羽妙）不存在关联关系；上海羽侨、上海羽妙成立于 2017 年，且上海羽侨、上海羽妙、温岭市铭威机电有限公司（以下简称温岭铭威）均存在承接发行人报告期以前供应商相关业务的情形；

(4) 在相同功率下，发行人向上海众辰电子科技有限公司（以下简称上海众辰）采购变频器的价格相对浙江新富凌电气股份有限公司（以下简称新富凌）较高，发行人称新富凌存在价格优势，2021 年 1-6 月发行人对其增大采购量。

请发行人：

(1) 说明向台州久弘采购曲轴箱毛坯的金额与前五大供应商中列示的金额不一致的原因及合理性；

(2) 说明对部分主要供应商（不限于上海羽侨、上海钢恒、无锡欧煜）的采购金额远高于或接近于其总资产的原因及合理性，采购金额与供应商规模的匹配性，是否存在异常采购情形；

(3) 说明上海羽侨、上海羽妙、温岭铭威更换业务合作主体的原因及合理性，更换业务合作主体前后与发行人在交易金额、交易价格、交易条款等方面的变化及原因，发行人的关联方、历年来发行人的股东、董监高及员工是否与上海羽侨、上海羽妙、温岭铭威的前身存在资金或业务往来；结合业务承接过程、股东变更背景说明上海羽侨、上海羽妙在资产、人员、业务等方面的相关性；

(4) 结合电机定转子、变频器主要供应商向第三方客户提供的价格说明电机定转子、变频器采购价格的公允性。

请保荐人、申报会计师、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、说明向台州久弘采购曲轴箱毛坯的金额与前五大供应商中列示的金额不一致的原因及合理性

2021 年 1-6 月，公司向台州久弘采购的原材料除了曲轴箱毛坯之外，还包括缸盖毛坯、门盖毛坯、电机前后端盖、电机端盖毛坯等十余种原材料，向其采购的各类原材料采购金额及占比情况如下：

序号	采购原材料名称	采购金额 (万元)	占向台州久弘采购金额 的比例
1	曲轴箱毛坯	307.07	38.79%
2	缸盖毛坯	157.40	19.88%
3	门盖毛坯	100.23	12.66%
4	电机前后端盖	65.85	8.32%
5	电机端盖毛坯	58.29	7.36%
6	其他	102.74	12.98%
合计		791.58	100.00%

公司在前五大供应商中列示的金额为向台州久弘采购所有原材料的金额，采购内容披露为“曲轴箱毛坯等”，仅列举了采购金额最大的曲轴箱毛坯。为避免歧义，公司将招股说明书中的采购内容修改为“曲轴箱毛坯、缸盖毛坯、门盖毛坯等”。

综上，公司向台州久弘采购曲轴箱毛坯的金额与前五大供应商中列示的金额不一致具有合理性。

二、说明对部分主要供应商（不限于上海羽侨、上海钢恒、无锡欧煜）的采购金额远高于或接近于其总资产的原因及合理性，采购金额与供应商规模的匹配性，是否存在异常采购情形

公司主要供应商中，对其采购金额远高于或接近于其总资产的情况如下：

序号	供应商名称	报告期各期主要原材料采购金额（万元）				总资产 (万元)	业务规模 (万元)	公司采购占 该供应商销 售收入比例
		2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年			
1	上海钢恒	2,147.28	3,083.52	2,423.28	3,244.27	563.61	10,000-15,000	20%左右
2	上海羽侨	1,601.25	1,819.93	1,384.49	1,611.56	922.97	17,000-20,000	10%-15%

3	无锡欧煜	644.13	867.13	522.61	346.65	964.70	3,000-5,000	30%左右
4	温岭市凯佳远有限公司（以下简称“温岭凯佳远”）	-	335.02	2,144.33	3,040.07	3,367.80	10,000左右	30%左右
5	温岭市泽国凯丰泡沫包装厂（以下简称“泽国凯丰”）	159.69	176.09	138.96	518.43	195.22	1,000-3,000	30%左右

注：上表中供应商总资产、业务规模、公司采购占供应商销售收入比例数据来源于供应商走访问卷以及供应商确认。

上海羽侨、上海钢恒为贸易类供应商，向公司供应钢板，该等供应商不涉及生产制造，存货周转率高，客户付款周期较短，因而总资产规模较低，导致公司向其采购金额远高于其总资产。无锡欧煜向公司供应换热器，主要生产过程为压铸；温岭凯佳远向公司供应电机定转子，主要生产过程为冲压；泽国凯丰向公司供应泡沫，主要生产过程为发泡成型。该等供应商生产加工过程较为简单，对生产设备要求不高，存货周转率高，客户付款周期较短，因而总资产规模较低，导致公司向其采购金额接近于其总资产。

报告期内，公司与上述供应商合作稳定（温岭凯佳远业务于 2020 年由同一控制下企业温岭铭威承接），上述供应商不存在仅向公司供货的情形，公司向其采购金额与其业务规模具有匹配性，不存在异常采购情形。

三、说明上海羽侨、上海羽妙、温岭铭威更换业务合作主体的原因及合理性，更换业务合作主体前后与发行人在交易金额、交易价格、交易条款等方面的变化及原因，发行人的关联方、历年来发行人的股东、董监高及员工是否与上海羽侨、上海羽妙、温岭铭威的前身存在资金或业务往来；结合业务承接过程、股东变更背景说明上海羽侨、上海羽妙在资产、人员、业务等方面的相关性

（一）说明上海羽侨、上海羽妙、温岭铭威更换业务合作主体的原因及合理性

1、上海羽侨

上海羽侨系承接报告期以前供应商上海楚昌实业有限公司（以下简称“上海楚昌”）的相关业务。上海楚昌成立于 2012 年，由孙绪刚和蔡香容共同投资设立，其中孙绪刚持股 80.00%，蔡香容持股 20.00%，蔡香容、孙绪刚系母子

关系，孙绪刚于 2017 年 12 月将其持有的 80.00%股权全部转让给蔡香容。上海楚昌于 2012 年开始与企业合作，系公司钢板供应商之一。2017 年 4 月，孙绪刚之弟孙绪龙投资设立上海羽侨，上海羽侨自 2017 年 8 月开始承接上海楚昌与公司的业务。2018 年 6 月蔡香容退出了上海楚昌。

2、上海羽妙

上海羽妙系承接报告期以前供应商上海逸振实业有限公司（以下简称“上海逸振”）的相关业务。上海逸振成立于 2013 年，由孙绪刚和熊水香共同投资设立，其中孙绪刚持股 90.00%，熊水香持股 10.00%；孙绪刚于 2014 年 9 月将其持有的 90.00%股权全部转让给揭兰兰，孙绪刚、揭兰兰系夫妻关系，熊水香、揭兰兰系母女关系。上海逸振于 2017 年 3 月开始与企业合作，系公司钢板供应商之一。2017 年 5 月，揭兰兰投资设立上海羽妙，上海羽妙自 2017 年 9 月开始承接上海逸振与公司的业务。2017 年 11 月揭兰兰、熊水香退出了上海逸振。

3、温岭铭威

温岭铭威系承接公司供应商温岭凯佳远的相关业务。温岭凯佳远 2010 年开始与企业合作，公司主要向其采购电机定、转子。2019 年，温岭凯佳远原租赁的位于温岭市城东街道的厂房即将被拍卖，其实际控制人拟将业务迁移至温岭市温峤镇，并于 2019 年 12 月在温岭市温峤镇新选厂房所在地注册成立新公司温岭铭威，承接温岭凯佳远的相关资产、人员和业务。2020 年 1 月至 2020 年 4 月过渡期内，温岭铭威和温岭凯佳远均对公司供货，自 2020 年 5 月开始，温岭铭威完全承接了温岭凯佳远与公司的业务。

综上，上海羽侨和上海羽妙更换业务合作主体的原因为原合作主体的股东基于经营发展考虑由家族内部成员成立新的合作主体与企业合作；温岭铭威更换合作主体的原因为其实际控制人对业务迁移，在新选厂房所在地注册成了新公司继续与企业合作。三家供应商更换业务合作主体具有合理性。

（二）更换业务合作主体前后与发行人在交易金额、交易价格、交易条款等方面的变化及原因

1、上海羽侨、上海楚昌

上海羽侨 2017 年 8 月承接了上海楚昌的业务，上海楚昌 2012 年开始与公

司合作。更换业务合作主体前一年（2016 年）及当年（2017 年），两家主体与公司在交易金额、交易价格、交易条款等方面的变化情况如下：

年度	供应商名称	采购金额 (万元)	平均单价 (元/公斤)	占同种原材料采 购金额的比例
2017 年	上海楚昌	661.89	3.47	11.87%
	上海羽侨	152.29	3.99	2.73%
	合计	814.18	3.56	14.60%
2016 年	上海楚昌	1,198.48	2.69	31.19%

公司 2017 年向上海楚昌和上海羽侨合计采购金额、占比均低于 2016 年，主要原因系为拓展供应商渠道，保障钢板供应，公司钢板供应商的数量由 4 家增加到 11 家，其他供应商替代了部分份额。

公司 2017 年向上海楚昌采购平均价格低于上海羽侨，且 2017 年采购平均价格高于 2016 年，主要原因系公司向钢板供应商采购定价时参考钢板大宗市场价格经协商后确定，而 2016-2017 年大宗市场钢板价格总体呈上涨趋势。

更换业务合作主体前后，公司与上海楚昌、上海羽侨的采购框架协议、采购订单的主要条款如下：

合同主要条款	上海楚昌	上海羽侨
交付方式	1、代运输。供方送货上门但运费、保险费和相关杂费由需方承担。 2、也可由需方上门提货。	1、代运输。供方送货上门但运费、保险费和相关杂费由需方承担。 2、也可由需方上门提货。
付款方式	货到付款	货到付款
质量保证	1、供方应按照订单要求供货，并且按照需方认可的质量和技术要求、法律法规和国家标准行业要求进行生产，原材料需符合需方采购订单要求。供方应建立有效的质量管理体系，并在供货前自检。如有问题，供方需要采取有效措施解决问题。 2、质保期 12 个月，从发货日计算。	1、供方应按照订单要求供货，并且按照需方认可的质量和技术要求、法律法规和国家标准行业要求进行生产，原材料需符合需方采购订单要求。供方应建立有效的质量管理体系，并在供货前自检。如有问题，供方需要采取有效措施解决问题。 2、质保期 12 个月，从发货日计算。
验收及退换货	1、需方收到货物当场需确认收货物是否与合同相符。如有外观质量、划伤和重量异议应于收货后的二个工作日提出异议。如有内在质量问题应在交货日期十五天内提出书面报告，并保存相关资料和货物原状。 2、有不合格产品，如无提交书面申请意见复检，由供方承担由此造成的一切费用和责任。	1、需方收到货物当场需确认收货物是否与合同相符。如有外观质量、划伤和重量异议应于收货后的二个工作日提出异议。如有内在质量问题应在交货日期十五天内提出书面报告，并保存相关资料和货物原状。 2、有不合格产品，如无提交书面申请意见复检，由供方承担由此造成的一切费用和责任。

合同主要条款	上海楚昌	上海羽侨
	3、已验收入库的产品中发现的不合格品供方供方仍需承担质量保证责任并及时配合 需方采取有效措施予以补救。	3、已验收入库的产品中发现的不合格品供方供方仍需承担质量保证责任并及时配合 需方采取有效措施予以补救。

公司与上海楚昌、上海羽侨在交付方式、付款方式、质量保证、验收及退换货等交易条款方面不存在变化。

综上，上海羽侨承接上海楚昌业务前后，交易金额、交易价格存在差异，具有合理性；交易条款不存在变化。

2、上海羽妙、上海逸振

上海羽妙 2017 年 9 月承接了上海逸振的业务，上海逸振 2017 年 3 月开始与企业合作。更换业务合作主体当年（2017 年），两家主体与企业在交易金额、交易价格、交易条款等方面的变化情况如下：

年度	供应商名称	采购金额 (万元)	平均单价 (元/公斤)	占同种原材料采购金额的比例
2017 年	上海逸振	221.32	3.83	3.97%
	上海羽妙	621.02	4.10	11.13%

企业与上海逸振的时间合作时间较短，更换业务主体后向上海羽妙采购，2017 年向上海羽妙的采购金额高于上海逸振。

企业向上海逸振采购平均价格低于上海羽妙，主要原因系企业向钢板供应商采购定价时参考钢板大宗市场价格经协商后确定，而 2017 年大宗市场钢板价格总体呈上涨趋势。

更换业务合作主体前后，企业与上海逸振、上海羽妙的采购框架协议、采购订单的主要条款如下：

合同主要条款	上海逸振	上海羽妙
交付方式	代运输，供方送货上门但运费、保险费和相关杂费由需方承担。	代运输，供方送货上门但运费、保险费和相关杂费由需方承担。
付款方式	货到付款	货到付款
质量保证	1、供方应按照订单要求供货，并且按照需方认可的质量和技术要求、法律法规和国家标准行业标准要求进行生产，原材料需符合需方采购订单要求。供方应建立有效的质量管理体系	1、供方应按照订单要求供货，并且按照需方认可的质量和技术要求、法律法规和国家标准行业标准要求进行生产，原材料需符合需方采购订单要求。供方应建立有效的质量管理体系

	系，并在供货前自检。如有问题，供方需要采取有效措施解决问题。 2、质保期 12 个月，从发货日计算。	系，并在供货前自检。如有问题，供方需要采取有效措施解决问题。 2、质保期 12 个月，从发货日计算。
验收及退换货	1、需方收到货物的 10 个工作日内检验和验收，如有质量异议，应于 10 天内以书面形式向供方提交并提供相关材料。 2、有不合格产品，如无提交书面申请意见复检，由供方承担由此造成的一切费用和责任。 3、已验收入库的产品中发现的不合格品供方仍需承担质量保证责任并及时配合需方采取有效措施予以补救。	1、需方收到货物的 10 个工作日内检验和验收，如有质量异议，应于 10 天内以书面形式向供方提交并提供相关材料。 2、有不合格产品，如无提交书面申请意见复检，由供方承担由此造成的一切费用和责任。 3、已验收入库的产品中发现的不合格品供方仍需承担质量保证责任并及时配合需方采取有效措施予以补救。

公司与上海逸振、上海羽妙在交付方式、付款方式、质量保证、验收及退换货等交易条款方面不存在变化。

综上，上海羽妙承接上海逸振业务前后，交易金额、交易价格存在差异，具有合理性；交易条款不存在变化。

3、温岭铭威、温岭凯佳远

温岭铭威 2020 年 5 月承接了温岭凯佳远的业务。温岭凯佳远 2010 年开始与企业合作。更换业务合作主体前一年（2019 年）及当年（2020 年），两家主体与公司在交易金额、交易价格、交易条款等方面的变化情况如下：

年度	供应商名称	采购金额 (万元)	平均单价 (元/个)	占同种原材料采购金额的比例
2020 年	温岭铭威	2,056.19	26.01	58.34%
	温岭凯佳远	335.02	25.29	9.51%
	合计	2,391.21	25.91	67.85%
2019 年	温岭凯佳远	2,144.33	25.23	71.56%

公司 2019 年对温岭凯佳远的采购情况与 2020 年对温岭凯佳远和温岭铭威的合计采购情况相比，二者在采购金额、平均单价以及占电机定、转子采购金额的比例方面均未出现较大变化。2020 年 5 月开始，温岭铭威完全替代温岭凯佳远向公司供应电机定、转子，2020 年公司向温岭凯佳远、温岭铭威采购电机定、转子的平均单价不存在明显差异。

公司与温岭凯佳远、温岭铭威的采购框架协议、采购订单的主要条款如下：

合同主要	温岭凯佳远	温岭铭威
------	-------	------

条款		
交付方式	1、供方送货上门并承担一切费用和风险。 2、也可需方上门提货。	
付款方式	每月 5-25 号对账并完成开票，收到开票后按照月结方式通过银行电汇付款。	
质量保证	1、供方应建立有效的质量管理体系，并在供货前自检。如有问题，供方需要采取有效措施解决问题。 2、供方所供物料正常使用寿命（按开票日期起算）为 18 个月，供方应对正常寿命由供方责任造成的物料品质失效承担责任。	1、供方应建立有效的质量管理体系，并在供货前自检。如有问题，供方需要采取有效措施解决问题。 2、供方所供物料正常使用寿命（按开票日期起算）为 18 个月，供方应对正常寿命由供方责任造成的物料品质失效承担责任。
验收及退换货	1、10 个工作日内检验和验收。 2、有不合格产品，如无提交书面申请意见复检，由供方承担由此造成的一切费用和责任。 3、已验收入库的产品中发现的不合格品供方仍需承担质量保证责任并及时配合需方采取有效措施予以补救。 4、物流方面供方负责退货物料装货、运输，并承担过程风险。供方可委托需方或第三方卸货，相关费用和风险由供方承担。	

公司与温岭凯佳远、温岭铭威在交付方式、付款方式、质量保证、验收及退换货等交易条款方面并无重大变化。

综上，温岭铭威承接温岭凯佳远业务前后，交易金额、交易价格、交易条款等方面不存在明显差异。

（三）发行人的关联方、历年来发行人的股东、董监高及员工是否与上海羽侨、上海羽妙、温岭铭威的前身存在资金或业务往来

上海楚昌、上海逸振的业务转移时间发生在 2017 年，温岭凯佳远的业务转移发生在 2020 年。根据公司关联方、历年来股东、董监高及采购部门负责人提供的情况说明、业务转移当年至报告期内银行流水、采购和销售明细账，实际控制人控制的其他企业鑫磊环保、鑫磊新能源由于资金需求，存在通过温岭凯佳远进行转贷的情形，相关情况如下：

年度	供应商名称	转贷方名称	转贷金额
2020 年	温岭凯佳远	鑫磊环保	5,700.00 万元
		鑫磊新能源	2,500.00 万元
2019 年	温岭凯佳远	鑫磊环保	4,900.00 万元
2018 年	温岭凯佳远	鑫磊环保	4,500.00 万元
		鑫磊新能源	1,900.00 万元
2017 年	温岭凯佳远	鑫磊环保	3,977.00 万元

鑫磊环保或鑫磊新能源将获取的银行贷款转给温岭凯佳远后，温岭凯佳远均于当日或次日内转回给鑫磊环保或鑫磊新能源账户相同金额。报告期内，公司向温岭凯佳远采购电机定、转子，采购价格公允，具体情况详见本回复“12. 关于资金流水”第二问之“（二）是否完整核查了控股股东、实际控制人、发行人主要关联方、董事、监事、高管、关键岗位人员等与发行人客户、供应商及其关联方的资金往来；是否存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形”，鑫磊环保、鑫磊新能源不存在通过温岭凯佳远为公司承担成本、费用或进行利益输送的情形。鑫磊环保、鑫磊新能源已按照相关贷款合同约定向银行履行还本付息义务，不存在逾期偿还贷款的情形，亦未对商业银行及其存款人造成损失或其他不利影响。

除上述转贷情况之外，自业务转移当年至报告期内，公司的关联方、历年来公司的股东、董监高及员工与上海羽侨、上海羽妙、温岭铭威的前身不存在其他资金或业务往来。

（四）结合业务承接过程、股东变更背景说明上海羽侨、上海羽妙在资产、人员、业务等方面的相关性

1、上海羽侨、上海羽妙在资产、人员、业务等方面的相关性

上海羽侨、上海羽妙与公司业务合作、股东变更等相关情况如下：

事项	上海楚昌	上海羽侨（承接上海楚昌和公司之间的合作业务）	上海逸振	上海羽妙（承接上海逸振和公司之间的合作业务）
与公司业务合作期间	2012 年至 2017 年 8 月	2017 年 8 月至今	2017 年 3 月至 2017 年 9 月	2017 年 9 月至 2021 年 7 月
成立时间	2012 年 6 月 28 日	2017 年 4 月 12 日	2013 年 4 月 24 日	2017 年 5 月 23 日
股东变更情况	1、2012 年 6 月成立时，孙绪刚持股 80.00%，蔡香容持股 20.00%； 2、2017 年 12 月，蔡香容持股 100.00%； 3、2018 年 6 月至今，王忠浩持股 100.00%	2017 年 4 月成立至今由孙绪龙持股 100.00%	1、2013 年 4 月成立时，孙绪刚持股 90.00%，熊水香持股 10.00%； 2、2014 年 9 月，揭兰兰持股 90.00%，熊水香持股 10.00%； 3、2017 年 11 月至今万雪花持股 100.00%	2017 年 5 月成立至今由揭兰兰持股 100.00%
住所	上海市宝山区杨泰路 386 号 B-825	上海市宝山区梅林路 358 号 13 幢	上海市宝山区杨泰路 386 号 B-989	上海市宝山区梅林路 358 号 13 幢 557

事项	上海楚昌	上海羽侨（承接上海楚昌和公司之间的合作业务）	上海逸振	上海羽妙（承接上海逸振和公司之间的合作业务）
		525 室		室
主要人员	执行董事兼总经理： 王忠浩 监事：孙绪刚	执行董事兼总经理： 孙 绪 龙 （2017 年 4 月至今） 监 事：曾 群 （2021 年 11 月至今；2017 年 4 月至 2021 年 11 月监事为陈来）	执行董事兼总经理： 万雪花 监事：万怡英	执行董事兼总经理： 揭兰兰（2017 年 5 月至今） 监事：陈来（2017 年 5 月至今）

由上表可见，在上海楚昌、上海逸振的历史沿革中，孙绪刚均曾持股；上海羽侨、上海羽妙的名称、注册地址相近，主要人员中存在共同监事的情况。

（1）关于第二轮审核问询阶段之前未将上海羽侨、上海羽妙认定为关联方的说明

公司及中介机构在第二轮审核问询阶段之前，未将上海羽侨、上海羽妙认定为关联方，进而未合并统计前述两家供应商和公司业务的数据，主要原因系基于当时的核查情况，认为上海羽侨、上海羽妙的企业名称、注册地址等因素相近以及其存在共同监事具有客观合理性，具体如下：

①根据保荐机构、申报会计师、发行人律师对上海羽侨、上海羽妙的走访核查，上海羽侨、上海羽妙均确认不存在发行人向其各自的关联方进行采购的情况。根据上海羽侨、上海羽妙出具的说明，均确认上海羽侨、上海羽妙之间不存在关联关系。

②根据保荐机构、申报会计师、发行人律师对孙绪刚、孙绪龙的访谈，孙绪刚、孙绪龙均确认其双方之间及其各自与揭兰兰之间均不存在关联关系；对于上海羽侨、上海羽妙公司名称相近、注册地址相近及拥有共同监事的情况，孙绪龙称监事陈来为上海羽侨注册时代办公司提供的人员信息，公司名称系在代办公司提供的多个备选名称中选出，注册地址为代办公司提供，仅为注册之用，办公经营场地另外租赁。

③公司及中介机构通过实地走访及网络查询对上海羽侨、上海羽妙注册地址、名称等事项进行了核查。上海羽侨、上海羽妙注册地位于上海宝山杨行经

济发展区，该发展区位于上海市宝山区中心，北与宝钢为邻，园区利用地理位置优越、水陆交通便捷、城乡结合、土地资源丰富和紧靠宝钢等大型企业的优势，形成了机电制造、有色金属加工、集装箱制造、仓储运输和房地产等支柱产业。根据网络查询结果，上海宝山杨行经济发展区注册有较多从事金属材料、有色金属、五金机电、建筑装潢材料等业务的贸易公司或实业公司。为吸引企业入驻宝山杨行经济发展区，发展区内招商主体对发展区内注册企业提供办理名称查询、验资、工商办证、税务登记等有关手续的服务，上海羽侨、上海羽妙成立时工商相关手续均由上海振杨经济发展实业公司（以下简称“振杨公司”，该公司为宝山杨行经济发展区承担招商引资功能的主体之一）代为办理。上海市宝山区梅林路 358 号 13 幢为振杨公司对入驻发展区的企业统一安排的注册地址，根据天眼查的查询结果，注册在该幢楼的企业有 2,000 余家。“羽侨”和“羽妙”均为振杨公司在代办工商注册时提供的带“羽”字的字号，根据天眼查的查询结果，注册在宝山区梅林路 358 号 13 幢的企业字号有“羽”字的有 10 余家；另外，该注册地址的企业字号部分重合的情况很常见，比如共用“馨”、“振”、“博”、“浩”等字。

基于上述核查情况，在第二轮审核问询阶段之前，公司及中介机构未将上海羽侨、上海羽妙认定为关联方，未合并披露两者和公司之间的业务往来金额。

（2）经公司及中介机构进一步核查，确认上海羽侨、上海羽妙系关联方，相应披露信息已更正

在落实第二轮审核问询阶段，公司及中介机构对上海羽侨、上海羽妙是否存在关联关系进一步进行了核查：再次向上海羽侨、上海羽妙确认并取得了上海羽侨、上海羽妙出具的说明（孙绪龙、揭兰兰分别在说明上签字确认），均确认各自独立开展业务，不存在关联关系；调取核查了上海羽侨、上海羽妙工商内档资料，进一步核查相关人员的身份信息，未发现上海羽侨、上海羽妙存在关联关系的证据；对孙绪刚、孙绪龙进行了访谈，两人坚称仅为同乡关系，不存在亲属关系，也均否认与揭兰兰存在亲属关系，且未配合提供各自亲属信息证明资料。

为了验证孙绪刚、孙绪龙等人关于亲属关系说法真实性，公司及中介机构通过政府部门沟通协调了解到孙绪刚、孙绪龙系兄弟关系，揭兰兰系孙绪刚配

偶，并随后再次对孙绪刚、孙绪龙、揭兰兰进行了访谈，最终确认孙绪刚、孙绪龙系兄弟关系以及揭兰兰系孙绪刚配偶，前期主要系基于经营风险管理及隐私考虑，未如实告知前述关联关系。

基于上海羽侨股东孙绪龙、上海羽妙股东揭兰兰之间的近亲属关系（揭兰兰系孙绪龙之兄孙绪刚的配偶），上海羽侨、上海羽妙系关联方。公司及中介机构已对招股说明书、首轮审核问询函回复等相关申请文件中涉及到上海羽侨、上海羽妙的相关信息进行更正，将上海羽侨、上海羽妙作为关联方披露。

2、公司向上海羽侨和上海羽妙采购的定价公允性，公司及相关关联方与上海羽侨、上海羽妙是否存在资金往来情况，是否存在为公司代垫成本费用、进行利益输送的情况

（1）公司向上海羽侨和上海羽妙采购的定价公允性分析

报告期内，公司采购的钢板主要为冷轧钢板和热轧钢板两类，公司对纳入公司供应商名录的钢板供应商进行询价，根据各家厂商的市场报价、供货周期等交易条件，进行一定的议价后确定最终供应商。

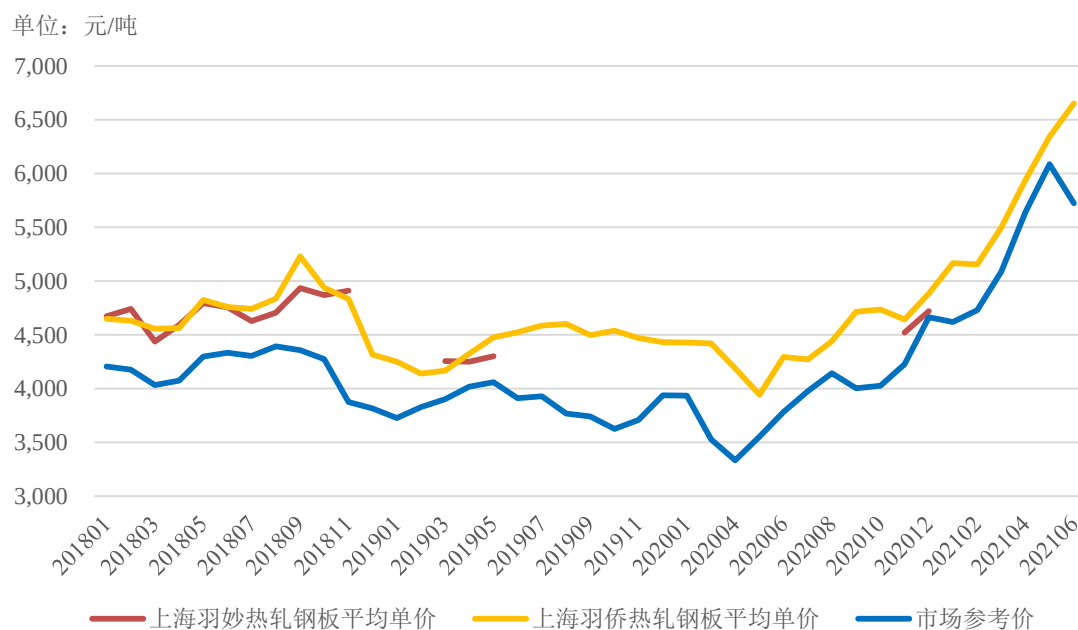
报告期内，公司向上海羽侨和上海羽妙在内的主要钢板供应商的采购情况如下：

2021年1-6月				
序号	供应商名称	采购金额 (万元)	平均单价 (元/公斤)	占同种原材料采购金额的比例
1	上海钢恒金属材料有限公司	2,147.28	5.30	41.92%
2	上海羽侨国际贸易有限公司	1,601.25	5.22	31.26%
	上海羽妙实业有限公司	508.89	5.36	9.94%
	小计	2,110.14	5.25	41.20%
3	上海宝捷实业有限公司	703.82	5.85	13.74%
合计		4,961.24	5.35	96.86%
2020年度				
序号	供应商名称	采购金额 (万元)	平均单价 (元/公斤)	占同种原材料采购金额的比例
1	上海羽侨国际贸易有限公司	1,819.93	4.00	27.32%
	上海羽妙实业有限公司	1,490.34	4.14	22.38%
	小计	3,310.27	4.06	49.70%

2	上海钢恒金属材料有限公司	3,083.52	4.07	46.30%
合计		6,393.79	4.07	96.00%
2019 年度				
序号	供应商名称	采购金额 (万元)	平均单价 (元/公斤)	占同种原材料采 购金额的比例
1	上海羽侨国际贸易有限公司	1,384.49	3.96	26.35%
	上海羽妙实业有限公司	1,384.16	4.06	26.34%
	小计	2,768.65	4.01	52.70%
2	上海钢恒金属材料有限公司	2,423.28	4.02	46.12%
合计		5,191.93	4.01	98.82%
2018 年度				
序号	供应商名称	采购金额 (万元)	平均单价 (元/公斤)	占同种原材料采 购金额的比例
1	上海羽妙实业有限公司	2,323.40	4.19	31.26%
	上海羽侨国际贸易有限公司	1,611.56	4.14	21.68%
	小计	3,934.95	4.17	52.94%
2	上海钢恒金属材料有限公司	3,244.27	4.19	43.65%
合计		7,179.23	4.18	96.58%

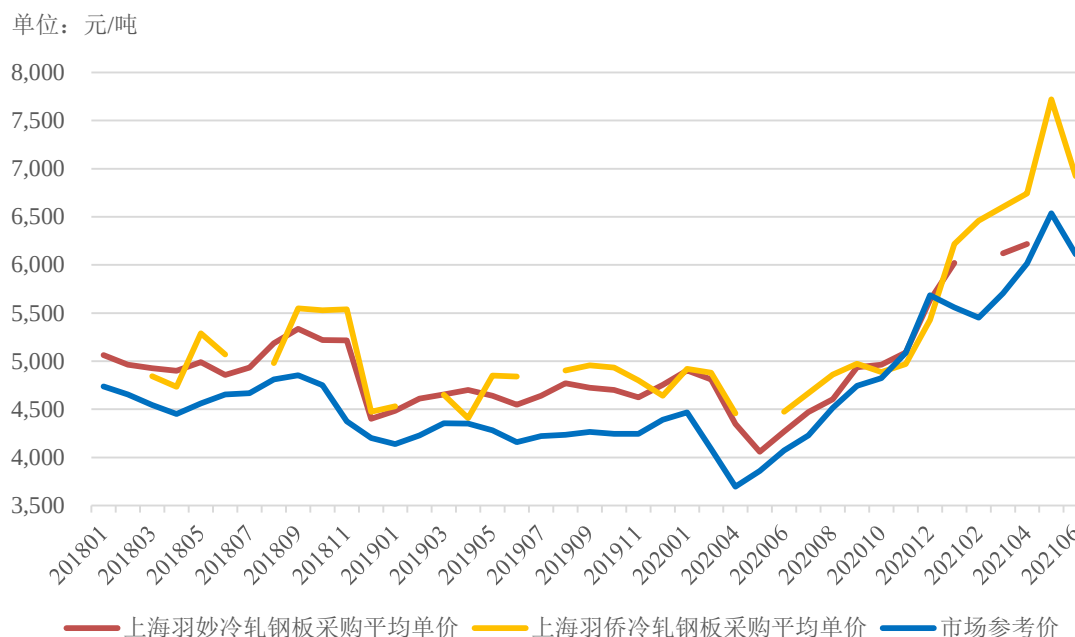
报告期内，公司向上海羽侨、上海羽妙采购热轧钢板、冷轧钢板月平均采购价格（含税）与对应原材料市场月平均价变动对比如下：

热轧钢板采购价格比较



注 1：市场参考价来自 Wind 数据库 Q235B:3.0mm 热轧钢板月平均价格。

冷轧钢板采购价格比较



注 1：市场参考价来自 Wind 数据库 1.0mm 冷轧钢板月平均价格。

注 2：部分月份向上海羽侨采购冷轧钢板单价略高于向上海羽妙采购单价，主要原因系向上海羽侨采购冷轧钢板中存在部分酸洗卷板，酸洗卷板需要经过加工，故采购单价中包括部分加工费。

综上，报告期内，公司向上海羽侨、上海羽妙采购钢板的平均单价与其他主要钢板供应商不存在显著差异，与大宗原物料市场价格趋势基本相符，公司向上海羽侨、上海羽妙采购定价公允。

（2）公司及关联方与上海羽侨、上海羽妙是否存在资金往来情况

报告期内，公司控股股东、实际控制人及其近亲属、实际控制人及其近亲属控制的企业、董事（独立董事除外）、监事、高管、关键岗位人员（子公司高管、销售采购部门经理、出纳）与上海羽侨、上海羽妙及其股东、主要人员（董事、监事、高级管理人员、经办业务人员）不存在资金往来。

此外，中介机构对公司采购流程进行穿行及控制测试，抽查了公司与上海羽侨、上海羽妙签订的采购合同、采购入库单、采购发票等相关单据，检查品名、数量、单价、金额和入账时间是否与记账凭证一致，经核查，不存在异常情况。

综上，报告期内，公司向上海羽侨、上海羽妙的采购真实、采购定价公允，不存在公司关联方通过上海羽侨、上海羽妙为公司代垫成本费用、进行利益输送的情况。

3、上海羽侨、上海羽妙关联关系认定相关事项不构成本次发行上市的实质性障碍

受核查手段限制，在第二轮审核问询阶段之前，公司及中介机构未将上海羽侨、上海羽妙认定为关联方；本次落实第二轮审核问询过程中，经公司和中介机构通过政府部门沟通协调了解并再次向孙绪刚、孙绪龙、揭兰兰访谈，确认上海羽侨股东孙绪龙、上海羽妙股东揭兰兰之间存在近亲属关系（揭兰兰系孙绪龙之兄孙绪刚的配偶），故将上海羽侨、上海羽妙认定为关联方。前期申请文件中关于上海羽侨、上海羽妙关联关系的信息披露存在不准确的情况，公司及中介机构已对招股说明书、首轮审核问询函回复等相关申请文件中涉及到上海羽侨、上海羽妙的相关信息进行更正。

报告期内，公司向上海羽侨、上海羽妙的采购真实、采购定价公允，不存在公司关联方通过上海羽侨、上海羽妙为公司代垫成本费用、进行利益输送的情况，公司股东、董事、监事及高级管理人员和公司采购部门人员和上海羽侨、上海羽妙及其股东、董事、监事及高级管理人员之间不存在相互代持股权的情况。

前期申报文件中对于上海羽侨、上海羽妙关联关系的信息披露不准确的情况已纠正，截至本回复出具日，公司本次申请文件不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的情况，上海羽侨、上海羽妙关联关系认定相关事项不构成本次发行上市的实质性障碍。

四、结合电机定转子、变频器主要供应商向第三方客户提供的价格说明电机定转子、变频器采购价格的公允性

公司向主要供应商采购电机定、转子和变频器的价格与主要供应商向第三方客户销售的价格对比情况如下：

（一）电机定、转子

因不同企业所需的电机定、转子尺寸各不相同，为定制化产品，因此主要

供应商向第三方客户销售电机定、转子的价格与对公司销售的价格并无直接可比性。

公司向主要供应商采购电机定、转子的定价方式为“原材料价格+加工费”，公司与供应商每个月根据市场行情核定价格，原材料价格部分根据每月硅钢、带钢、铝等原材料的大宗市场价格确定，加工费为双方协商一致的价格，主要供应商向公司销售和向第三方销售产品价格的区别主要在于加工费的不同。

各供应商因其供应产品的不同，所用到的原材料及加工方法也有差异，根据公司定、转子主要供应商提供的确认函，报告期内各主要供应商对公司和对第三方客户销售的价格情况对比如下：

1、温岭铭威和温岭凯佳远

2020 年 5 月开始，温岭铭威完全替代温岭凯佳远向公司供应电机定、转子，两家供应商对公司销售的价格和向其他第三方客户销售的价格情况如下：

期间	向公司销售					向第三方客户销售				
	硅钢/带钢价格（元/吨）	硅钢/带钢加工费（元/吨）		铝价格（元/吨）	铝浇筑费（元/个）	硅钢/带钢价格（元/吨）	硅钢/带钢加工费（元/吨）		铝价格（元/吨）	铝浇筑费（元/个）
		高速冲	手动冲				高速冲	手动冲		
2021 年 1-6 月	5,400-8,500	292	682	15,100-19,200	0.8-7.3	5,400-8,500	300-400	750-850	15,100-19,200	0.8-6
2020 年	温岭凯佳远 4,000-5,300、 温岭铭威 4,090-5,950	292	682	温岭凯佳远 11,900-14,400、 温岭铭威 11,900-16,470	温岭凯佳远 0.8-5、 温岭铭威 0.8-7.3	温岭凯佳远 4,000-5,300、 温岭铭威 4,090-5,950	300-400	750-850	温岭凯佳远 11,900-14,400、 温岭铭威 11,900-16,470	0.8-6
2019 年	4,350-5,950	292-300	682	13,350-14,350	0.8-5	4,350-5,950	300-400	750-850	13,350-14,350	0.8-6
2018 年	4,650-6,180	350	700	13,700-14,550	0.8-5	4,650-6,180	300-400	750-850	13,700-14,550	0.8-6

2、爱尔达电气有限公司

爱尔达电气有限公司对公司销售的价格和向其他第三方客户销售的价格情况如下：

期间	向公司销售	向第三方客户销售
----	-------	----------

	硅钢/价格（元/吨）	硅钢加工费（元/吨）	铝价格（元/吨）	铝浇筑费（元/吨）	硅钢/价格（元/吨）	硅钢加工费（元/吨）	铝价格（元/吨）	铝浇筑费（元/吨）
2021年1-6月	7,750-8,600	779	15,100-19,200	5,500	7,750-8,600	750-850	15,100-19,200	5,500
2020年	4,637-7,250	779	11,900-16,470	5,500	4,637-7,250	750-850	11,900-16,470	5,500
2019年	4,910-5,240	779-800	13,350-14,350	5,500	4,910-5,240	750-850	13,350-14,350	5,500
2018年	5,020-5,670	800	13,700-14,550	5,500	5,020-5,670	750-850	13,700-14,550	5,500

3、温岭市林南机电有限公司

温岭市林南机电有限公司对公司销售的价格和向其他第三方客户销售的价格情况如下：

期间	向公司销售				向第三方客户销售			
	带钢价格（元/吨）	带钢加工费（元/吨）	铝价格（元/吨）	铝浇筑费（元/个）	带钢价格（元/吨）	带钢加工费（元/吨）	铝价格（元/吨）	铝浇筑费（元/个）
2021年1-6月	5,750-6,430	292	15,100-19,200	0.8	5,750-6,430	350-450	15,100-19,200	0.8-1
2020年	4,090-5,200	292	11,900-16,470	0.8	4,090-5,200	350-450	11,900-16,470	0.8-1
2019年	4,350-4,630	292	13,350-14,350	0.8	4,350-4,630	350-450	13,350-14,350	0.8-1
2018年	4,650-5,050	350	13,700-14,550	0.8	4,650-5,050	350-450	13,700-14,550	0.8-1

公司向爱尔达电气有限公司采购电机定、转子的原材料价格、加工费和该供应商向第三方客户供应电机定、转子的原材料价格、加工费基本保持在同一价格区间，不存在重大差异。

2019年、2020年、2021年1-6月，公司向温岭铭威、温岭凯佳远和温岭市林南机电有限公司的采购在硅钢/带钢加工费部分略低于该等供应商向第三方客户提供的价格，主要原因为公司向该等供应商采购规模较大，议价能力较强；假设该等供应商按照向第三方供货的加工费中位数向公司供货，经测算，2019年、2020年、2021年1-6月，公司营业成本分别增加42.27万元、56.72万元、30.56万元，对公司业绩影响较小。业务转移前后，温岭凯佳远与和温岭铭威向公司供货的加工费不存在较大变化。

综上，公司向主要供应商采购电机定、转子的价格公允。

（二）变频器

公司采购的变频器规格型号较多，不同规格型号的产品单价相差较大。以下选取公司报告期内向变频器主要供应商采购金额较大的前三种（如有）具体规格型号产品，结合相关供应商提供数据情况，将公司的采购平均单价与相关供应商向第三方客户销售同规格型号产品的价格进行比较，具体情况如下：

年度	供应商名称	规格型号	平均单价 (元/个)	该供应商向部分其他 第三方客户销售的平 均单价 (元/个)
2021 年 1-6 月	新富凌	H150T40150BX0	690.27	750-780
		H150T40220BX0	831.86	890-915
		H150T40075BX0	424.78	485-495
	苏州汇川技术有 限公司	MD500ET110XL	8,612.39	-
		MD500ET75XL	7,412.39	-
		MD500ET55XL	5,083.19	-
	上海众辰	NZ200T-37GY-4	1,557.52	-
		XLPD9400T-37G	1,690.27	-
		Z2000T-75GY-4	4,073.45	-
	苏州伟创电气科 技股份有限公司	AC320-T3- 037H(37KW)	2,345.13	2,500 左右
		AC320-T3- 030H(30KW)	1,769.91	2,000 左右
		AC320-T3- 015H(15KW)	973.45	1,200 左右
2020 年 度	上海众辰	NZ200T-37GY-4	1,865.37	2,200 左右
		NZ200T-22GY-4	1,056.99	1,200 左右
		NZ200T-15GY-4	910.08	1,100 左右
	苏州汇川技术有 限公司	MD500ET110XL	10,092.35	-
		CP650-4T22-H	2,324.19	-
		MD500ET90XL	9,118.94	-
	苏州伟创电气科 技股份有限公司	AC100-T3-075KH	5,247.79	4,500 左右
		AC100-T3-185KH	13,716.81	13,000 左右
		AC100-T3-220KH	16,044.25	16,000 左右
	新富凌	H150T40220BX0	919.58	-
		H150T40150BX0	742.50	-
		H150T40075BX0	485.42	-
2019 年	上海众辰	NZ200T-22GY-4	1,053.03	1,200 左右

年度	供应商名称	规格型号	平均单价 (元/个)	该供应商向部分其他 第三方客户销售的平 均单价 (元/个)
度		NZ200T-15GY-4	908.15	1,100 左右
		NZ200T-37GY-4	1,734.41	2,200 左右
	苏州汇川技术有 限公司	MD500ET75XL	9,267.13	-
		MD500ET110XL	10,771.82	-
		MD500ET90XL	9,680.08	-
	苏州伟创电气科 技股份有限公司	AC100-T3-185KH	14,001.02	14,000 左右
		AC100-T3-280KH	21,090.58	20,000 左右
		AC100-T3-132KH	9,550.70	9,700 左右
2018 年 度	上海众辰	XL800T-22KY-4	1,297.30	1,600 左右
		XL800T-15KY-4	1,066.53	1,400 左右
		XL800T-37KY-4	2,148.00	2,900 左右
	苏州汇川技术有 限公司	MD500ET110XL	11,089.56	-
		CP650-4T22-H	2,482.06	-
		CP650-4T37-H	4,110.09	-

注 1：苏州汇川技术有限公司未提供相关数据，上海众辰未提供 2021 年 1-6 月数据；

注 2：2020 年公司开始向新富凌采购所需型号变频器，新富凌当年度未实现对第三方客户销售，故无对其他第三方销售价格作为比较。

由上表可见，公司向苏州伟创电气股份有限公司采购的价格与其向第三方客户销售的价格不存在重大差异；向新富凌和上海众辰采购的平均单价略低于该等供应商向第三方客户销售的价格，主要原因系公司在新富凌的相关变频器产品未实现销售时与其建立合作，且采购量大，公司对上海众辰的采购量较大，因而公司对新富凌和上海众辰的议价能力较强。公司向新富凌采购的主要为用于“小精灵”、“小霸王”等高性价比机型的 7.5-22KW 的低功率变频器，因而平均单价低于其他品牌。

综上，公司向主要供应商采购变频器的价格公允。

五、请保荐人、申报会计师、发行人律师发表明确意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师、发行人律师执行了以下核查程序：

1、取得了 2021 年 1-6 月发行人向台州久弘的采购明细表，分析向台州久

弘采购曲轴箱毛坯的金额与前五大供应商中列示的金额不一致的原因；

2、对上海羽侨、上海钢恒，无锡欧煜、温岭凯佳远、泽国凯丰进行了实地走访、函证，查看了相关供应商的生产或经营场地，了解其与发行人的交易规模占其同类产品销售的比例情况、合作历史、合作内容、定价公允性等情况，并取得了上海羽侨、上海钢恒，无锡欧煜、温岭凯佳远、泽国凯丰对于其总资产规模、发行人采购金额占其销售收入的比例的确认文件；

3、访谈了发行人采购部门相关人员，了解上海羽侨、上海羽妙、温岭铭威与发行人的合作背景；访谈了上海楚昌和上海逸振前股东孙绪刚，上海羽侨的股东孙绪龙；取得了上海羽侨、上海羽妙、温岭凯佳远对其与发行人的业务合作背景、更换合作主体背景的说明；取得了更换业务合作主体当年及前一年，发行人与上海羽侨、上海楚昌、上海羽妙、上海逸振、温岭铭威、温岭凯佳远的交易情况，并分析更换业务合作主体前后发行人与相关供应商在交易金额、交易价格方面的变化情况；取得了发行人与上海羽侨和上海楚昌的采购框架协议、采购订单，发行人与上海羽妙和上海逸振的采购框架协议、采购订单，温岭凯佳远和温岭铭威的采购框架协议、采购订单，分析更换主体前后，发行人与相关供应商在交付方式、付款方式、质量保证、验收及退换货等等交易条款方面的变化情况；

4、取得了发行人关联方、历年来股东、董监高及采购部门负责人提供的情况说明、业务转移当年至报告期内银行流水、采购和销售明细账，核查业务转移当年至报告期发行人关联方、历年来发行人的股东、董监高及采购部门负责人与上海羽侨、上海羽妙、温岭铭威的前身的资金或业务往来情况；获取了报告期内鑫磊环保、鑫磊新能源通过温岭凯佳远进行转贷的贷款合同、银行回单，对发行人向温岭凯佳远采购原材料的价格与向其他供应商采购相同原材料的价格进行对比；

5、取得了上海羽侨、上海羽妙出具的情况说明；调取了上海楚昌、上海羽侨、上海逸振、上海羽妙的工商档案资料，核查股东变更和人员变更情况；实地走访上海羽侨、上海羽妙注册地址所在园区，了解代办公司办理公司注册相关事项，通过天眼查等查询注册地的注册公司情况，分析名称、注册地相近的合理性；通过政府部门沟通协调了解孙绪刚、孙绪龙、揭兰兰之间的亲属关系，

并随后对孙绪刚、孙绪龙、揭兰兰访谈确认三者之间的关联关系；对发行人向上海羽侨、上海羽妙采购原材料的价格与向其他供应商采购相同原材料的价格及大宗商品市场原材料价格进行对比；取得了发行人控股股东、实际控制人及其近亲属、实际控制人及其近亲属控制的企业、董事（独立董事除外）、监事、高管、关键岗位人员（子公司高管、销售采购部门经理、出纳）的银行流水，核查与上海羽侨、上海羽妙及其股东、主要人员（董事、监事、高级管理人员、经办业务人员）是否存在资金往来；对发行人采购流程进行穿行及控制测试，抽查了发行人与上海羽侨、上海羽妙签订的采购合同、采购入库单、采购发票等相关单据，检查品名、数量、单价、金额和入账时间是否与记账凭证一致；取得了发行人股东、董事、监事及高级管理人员和发行人采购部门人员出具的是否和上海羽侨、上海羽妙及其股东、董事、监事及高级管理人员之间存在相互代持股权情况的确认文件；

6、取得了报告期内发行人电机定、转子主要供应商出具的向发行人和向第三方客户销售的价格情况；取得了报告期内发行人变频器部分主要供应商采购金额较大的前三种（如有）具体规格型号原材料，并取得部分主要供应商向部分其他客户销售同规格型号原材料的报价单或发票，并将该供应商向其他客户销售同规格型号原材料价格（如有）与发行人采购价格进行对比。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师、发行人律师认为：

1、发行人向台州久弘采购曲轴箱毛坯的金额与前五大供应商中列示的金额不一致具有合理性；

2、发行人的采购金额远高于或接近于部分主要供应商总资产具有合理性，发行人的采购金额与该等供应商的业务规模具有匹配性，不存在异常采购的情形；

3、上海羽侨和上海羽妙更换业务合作主体的原因为原合作主体的股东基于经营发展考虑由家族内部成员成立新的合作主体与发行人开展合作；温岭铭威更换合作主体的原因为其实际控制人对业务迁移，在新选厂房所在地注册成了新公司继续与发行人合作；三家供应商更换业务合作主体具有合理性；更换业

务合作主体前后，发行人与相关供应商在交易金额、交易价格、交易条款等方面的差异具有合理性；

4、报告期内，鑫磊环保、鑫磊新能源由于资金需求，存在通过温岭凯佳远进行转贷的情形，发行人向温岭凯佳远采购原材料的价格公允，鑫磊环保、鑫磊新能源不存在通过温岭凯佳远为发行人承担成本、费用或进行利益输送的情形。除此之外，自业务转移当年至报告期内，发行人的关联方、历年来发行人的股东、董监高及员工与上海羽侨、上海羽妙、温岭铭威的前身不存在其他资金或业务往来；

5、上海羽侨的股东孙绪龙、上海羽妙的股东揭兰兰存在近亲属关系，上海羽侨、上海羽妙存在关联关系。受核查手段限制，前期申请文件中关于上海羽侨、上海羽妙关联关系的信息披露存在不准确的情况；报告期内，发行人向上海羽侨、上海羽妙的采购真实、采购定价公允，不存在发行人关联方通过上海羽侨、上海羽妙为发行人代垫成本费用、进行利益输送的情况，发行人股东、董事、监事及高级管理人员和发行人采购部门人员和上海羽侨、上海羽妙及其股东、董事、监事及高级管理人员之间不存在相互代持股权的情况；前期申报文件中对于上海羽侨、上海羽妙关联关系的信息披露不准确的情况已纠正，截至本回复出具日，发行人本次申请文件不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的情况，上海羽侨、上海羽妙关联关系认定相关事项不构成本次发行上市的实质性障碍；

6、报告期内，发行人向主要供应商采购电机定、转子、变频器的价格与相关供应商向第三方销售的价格存在差异具有合理性，发行人向主要供应商采购电机定、转子、变频器的价格公允。

9. 关于毛利率

申报材料与前次审核问询回复显示：

（1）空压机市场竞争激烈，报告期内发行人性价比较高、毛利率相对较低

的小霸王/小精灵系列产品以及低毛利率的家用小型活塞机销售占比较高；报告期内发行人主营业务毛利率分别为 20.16%、21.51%、23.49%和 19.73%；

(2) 2019 年螺杆机 OBM 直销产品平均功率较 2018 年明显下降，而 2019 年螺杆机 OBM 产品直销毛利率较 2018 年上升，且发行人称 2019 年螺杆机下游市场需求疲软，行业内部分空压机厂商降价促销，行业内市场竞争加剧；

(3) 2021 年 1-6 月境内经销螺杆机毛利率提升较多，主要系销售结构中毛利率相对较高的“鑫霸王”两级压缩螺杆机销售占比由 2020 年的 20.61%提升至 32.36%；而 2020 年、2021 年 1-6 月螺杆机 OBM 经销产品平均功率较为接近，分别是 26.15HP、26.40HP；

(4) 2021 年 1-6 月发行人活塞机境外 ODM 毛利率为 3.58%，较 2020 年大幅下降，主要原因系 2021 年上半年钢、铜、铝等主要原材料价格大幅上涨，由于大额活塞机订单签订时间与交货时间的间隔较长，产品售价锁定，后期原材料价格上涨对产品毛利率造成较大不利影响；但发行人称当原材料价格持续上涨时会与客户释明并相应提升产品销售价格，以保持产品合理的利润空间；

(5) 报告期各期活塞机前五大客户毛利率差异较大，2021 年 1-6 月活塞机主要客户 FNA 集团的毛利率仅为 0.07%；

(6) 2019 年、2020 年、2021 年 1-6 月，发行人离心鼓风机 OBM 直销毛利率分别为 65.21%、72.58%、73.22%，OBM 经销毛利率分别为 34.52%、61.08%、54.56%；发行人称，2020 年以来离心鼓风机机头以自产为主，单台产品造价下降明显，产品毛利率大幅度提升，2021 年 1-6 月，受市场竞争加剧、原材料涨价等因素影响，离心鼓风机 OBM 经销毛利率较 2020 年下降。

请发行人：

(1) 说明是否与客户约定定期对部分产品须进行降价，发行人对主要客户产品定价机制存在的差异及合理性；结合原材料价格、市场竞争环境等说明主营业务毛利率是否存在进一步下滑的风险，对发行人经营业绩、持续经营能力的影响；

(2) 结合产品结构、市场竞争环境进一步说明 2019 年螺杆机 OBM 产品直销毛利率上升且与其他模式下螺杆机产品毛利率变动趋势相反的原因及合理

性；

(3) 结合 2020 年、2021 年 1-6 月螺杆机 OBM 经销产品平均功率的差异说明 2021 年 1-6 月境内经销螺杆机毛利率大幅提升的原因及合理性；

(4) 进一步说明活塞机境内外 ODM 产品毛利率变化趋势以及变动幅度差异较大的原因及合理性；结合活塞机毛利率大幅下降的情形说明发行人能否根据原材料价格上涨提升产品销售价格，请对申报文件中相关表述予以完善；随着原材料价格持续上涨，活塞机产品毛利率是否存在进一步下滑的风险，如是，请进行有针对性的风险提示；

(5) 结合活塞机主要客户的采购价格、订单签署时间的差异等说明 2021 年 1-6 月活塞机前五大客户毛利率差异较大、主要客户 FNA 集团的毛利率仅为 0.07% 的原因及合理性；

(6) 结合 2019 年外购机头造价较高的情形说明 2019 年离心鼓风机直销毛利率远高于经销的原因及合理性；结合市场竞争环境、原材料价格变动说明 2020 年以来离心鼓风机 OBM 直销毛利率上升且与其他模式下毛利率变动趋势相反的原因及合理性；结合发行人离心鼓风机价格与外资品牌、国内同类型产品的差异说明发行人产品性价比优势的具体体现以及离心鼓风机毛利率较高的合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、说明是否与客户约定定期对部分产品须进行降价，发行人对主要客户产品定价机制存在的差异及合理性；结合原材料价格、市场竞争环境等说明主营业务毛利率是否存在进一步下滑的风险，对发行人经营业绩、持续经营能力的影响

(一) 说明是否与客户约定定期对部分产品须进行降价，发行人对主要客户产品定价机制存在的差异及合理性

报告期内，公司不存在与客户约定定期对部分产品必须降价的情形。报告期内，公司根据不同类别产品的市场行情、产品档次定位加成合理毛利制定产

品出厂价格，对主要客户产品的定价机制整体遵循“成本+合理利润率”的成本加成定价模式，不存在重大差异。报告期内公司主要客户之间的产品销售价格存在差异的原因主要受产品销售结构、销售规模等因素影响。

由于公司主要客户有着不同的销售渠道、客户资源，公司对其产品销售结构存在一定差异，因此不同客户之间产品销售价格存在差异。螺杆机产品方面，例如，公司主要客户浙江未来之星五金机电有限公司为五金工具连锁运营商，其下游终端客户通常为小型初创企业，终端客户用气量小且产品价格敏感度高，其向公司采购的螺杆机产品以排气量小、价格便宜、毛利率水平较低的小霸王系列产品为主；公司螺杆机另一主要客户青岛泰能达机电设备有限公司长期致力于空压机、风机的销售和升级改造工作，拥有较多大中型终端客户项目资源，其向公司采购的螺杆机产品以单台售价较高的大排量永磁变频两级压缩“鑫霸王”系列产品为主，产品毛利率水平也较高。活塞机方面，例如，FNA 集团向公司采购的活塞机产品以 24L 小容量常规款为主，该类产品生产厂商较多，市场竞争激烈，产品售价和毛利率水平较低；TRUPER 集团向公司采购的活塞机产品则以 50L 以上的大容量产品为主，该类产品产品售价及毛利率水平相对较高。离心鼓风机方面，水泥、建材等行业客户采购的产品功率大、售价高，水产养殖行业客户采购的产品则功率小、售价低。

为促进产品销售，报告期内公司与螺杆机、离心鼓风机经销、ODM 客户约定了销售返利政策，销售规模越大，客户可以享受到的销售返利越多，整体来看其采购公司产品的平均价格越低，使得不同销售规模客户间同类产品的销售价格存在一定差异。此外，部分客户综合实力较强、销售规模较大，经客户申请，公司也会结合具体市场竞争情况给与部分客户一定的价格折让，也使得不同客户间产品的销售价格出现小幅差异。

综上所述，报告期内，公司对主要客户产品的定价机制整体遵循成本加成的定价模式，不存在重大差异；受不同客户产品销售结构存在差异、销售规模不同导致享受的销售返利金额及议价能力存在差异等因素影响，报告期内公司主要客户之间产品的销售价格存在一定差异，该差异具有商业合理性。

（二）结合原材料价格、市场竞争环境等说明主营业务毛利率是否存在进一步下滑的风险，对发行人经营业绩、持续经营能力的影响

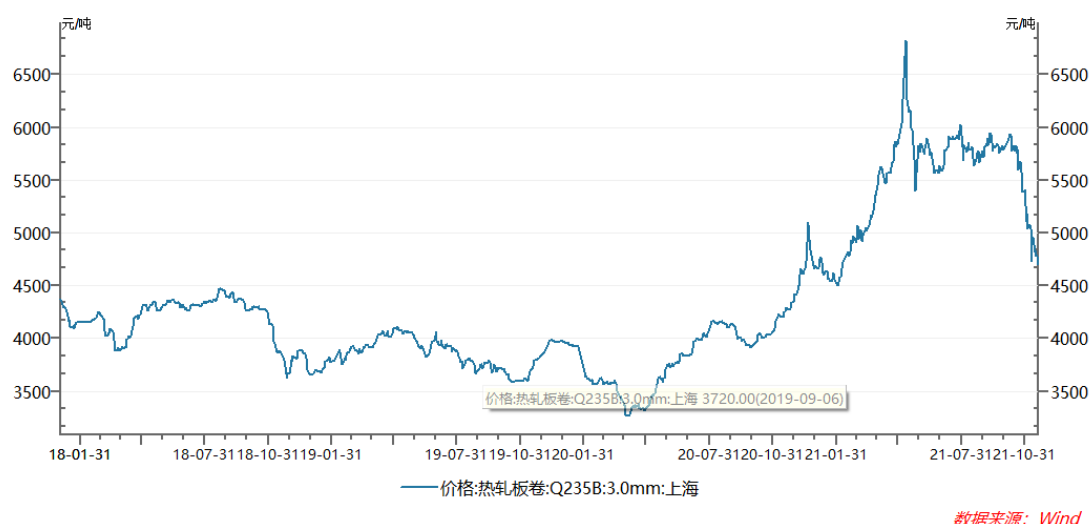
报告期内，公司主营业务毛利率分别为 20.16%、21.51%、23.49%、19.73%，2019 年度、2020 年度，得益于公司毛利率水平相对较高的离心鼓风机产品收入占比不断提升，公司主营业务毛利率水平稳中有升。2021 年 1-6 月，公司主营业务毛利率水平下降幅度较大，主要受活塞机产品毛利率下降影响，由于 2021 年上半年公司活塞机产品生产所需的主要原材料价格上涨幅度较大，而公司大额活塞机订单签订时间多在 2020 年下半年，订单执行周期长，对于原材料价格大幅上涨前已签订的活塞机订单，公司按照既定销售价格执行，故原材料价格上涨对活塞机产品毛利率造成较大不利影响，由 2020 年的 14.71%下降至 4.66%。

公司主营业务毛利率存在进一步下滑的风险较小，主要原因为：

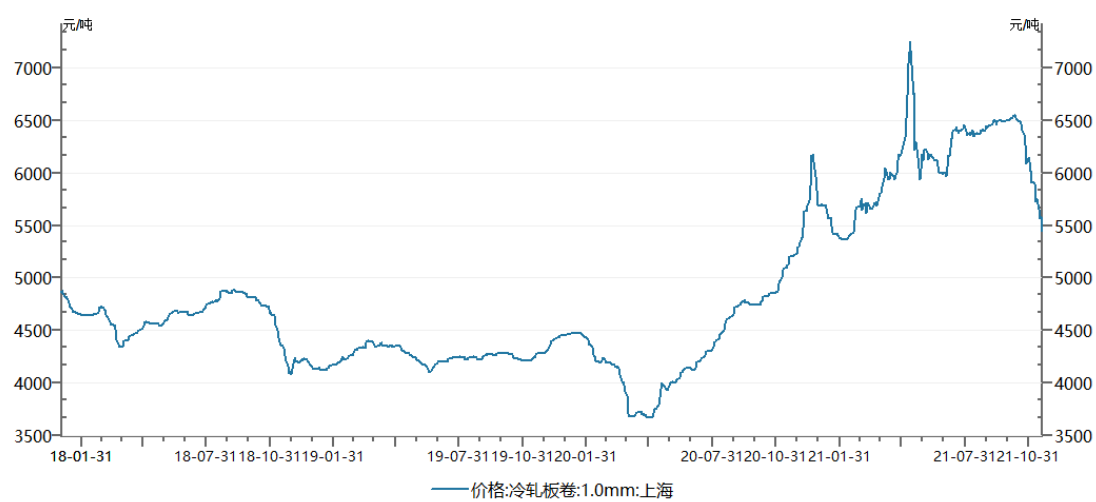
1、2021 年下半年钢材价格回落以及公司产品提价有利于公司产品毛利率的回升

报告期内，公司产品生产所需的主要大宗原材料钢、铜、铝价格走势情况如下：

（1）热轧板卷（Q235B：3mm 上海）

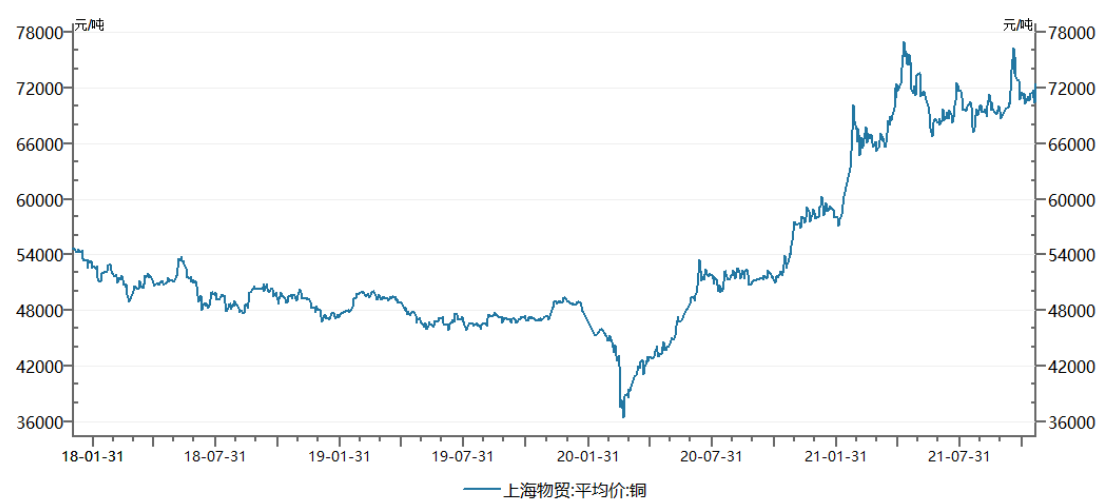


(2) 冷轧板卷（1.0mm：上海）



数据来源: Wind

(3) 铜（上海物贸）



数据来源: Wind

（4）铝（上海物贸）



从 2018 年 1 月至 2021 年 11 月钢、铜、铝大宗商品价格走势可以看出，2021 年 1-6 月，钢、铜、铝原材料价格大幅上涨，原材料价格处于报告期内最高位水平，2021 年 1-6 月相较于 2020 年，热轧板卷平均价上涨约 36%，冷轧板卷平均价上涨约 32%，铜平均价上涨约 36%，铝平均价上涨约 23%，对公司 2021 年 1-6 月产品毛利率造成较大不利影响。针对螺杆机产品，公司已于 2021 年 4 月对螺杆机产品出厂价格提价 10%；针对活塞机产品，以第一大客户德国 WOODSTER GMBH 为例，2021 年 1-9 月新签订的活塞机订单较 2020 年签订的订单根据规格不同涨价约 10%-20%不等，产品提价趋势与原材料价格走势一致。

2021 年下半年公司生产所需的主要原材料热轧、冷轧等钢板材料价格整体大幅回落，铜价保持高位震荡，铝价经过持续价格攀升后 2021 年 10 月以来大幅回落。由于公司各类产品成本构成中钢材类原材料占比最大，2021 年下半年钢材原材料价格的大幅回落有利于公司各类产品毛利率的回升，加之原材料价格持续上涨后，2021 年上半年公司已对螺杆机产品出厂价格以及新签订国外活塞机订单产品价格进行了提价，也有利于公司主营业务毛利率的提升。

2、公司通过研发创新，不断降本增效，提升产品市场竞争力

国内空气压缩机行业市场竞争较为充分，目前市场上参与者相对较多，但大部分企业难以做到对整机产品的完全自主化生产，通常以部分零部件的生产或者对外购件进行组装加工作为主要生产模式，此类中小型企业由于缺乏规模

优势和核心竞争力，市场竞争力不足。公司长期致力于空压机的自主研发、生产，是行业内少数具备机头主机、电机等核心部件以及整机自主生产能力的高新技术企业，一体化的生产加工流程，有利于更好的把控产品质量、降低生产成本、提升供货稳定性，并能根据客户的需求定制设计产品，提高公司产品的附加值。

面对日益激烈的市场竞争，报告期内，公司通过不断研发创新，在满足客户需求的前提下，持续优化空压机产品结构，提升产品集成度，不断降低产品物料单耗，提升产品市场竞争力，除 2021 年 1-6 月公司活塞机因订单执行周期长、原材料价格大幅上涨等因素影响毛利率下降外，报告期内，公司螺杆机毛利率分别为 22.80%、21.64%、21.58%、23.52%，毛利率相对稳定，未出现重大不利变化。

3、公司不断加强离心鼓风机产品的市场开拓，高毛利率产品收入占比不断提升

离心鼓风机作为公司近年来推出的新产品，较传统风机具有风量大、噪声小、节能环保、清洁无油等优势，产品可广泛应用于水泥建材、污水处理、纺织、水产养殖以及需要清洁空气的医疗、食品等行业，产品附加值较高，产品毛利率在 50%以上。凭借着公司离心鼓风机产品优良的产品性能以及公司不断的市场开拓，报告期内，公司离心鼓风机产品应用领域不断拓展，收入规模增长较快，2019 年度、2020 年度、2021 年 1-6 月实现销售收入分别为 639.13 万元、5,673.78 万元、3,340.88 万元，后续随着公司离心鼓风机产品应用行业的广度、深度不断拓展，高毛利率产品收入占比将进一步提升，有利于公司主营业务毛利率的不断提高。

综上所述，2021 年下半年以来公司主要原材料钢材价格回落，且 2021 年上半年公司已针对螺杆机、新增国外活塞机订单产品价格进行了提价；公司通过不断研发创新，持续降本增效，提升产品市场竞争力；公司毛利率水平较高的离心鼓风机产品收入规模不断提升。综合考虑前述因素，公司主营业务毛利率进一步下滑的风险较小，公司经营业绩、持续经营能力不存在重大不利变化。

二、结合产品结构、市场竞争环境进一步说明 2019 年螺杆机 OBM 产品直销毛利率上升且与其他模式下螺杆机产品毛利率变动趋势相反的原因及合理性

2018 年度、2019 年度，公司螺杆机产品各业务模式下毛利率变动情况如下：

业务模式	2019 年度		2018 年度	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
OBM 经销	18.29%	56.67%	20.84%	42.09%
OBM 直销	52.43%	5.03%	51.75%	6.82%
ODM 境内	15.80%	23.24%	17.74%	41.60%
ODM 境外	32.94%	15.06%	32.83%	9.50%
合计	21.64%	100.00%	22.80%	100.00%

2019 年度公司螺杆机 OBM 产品直销毛利率较 2018 年度有所上升，2019 年度公司螺杆机 OBM 经销、ODM 境内销售毛利率较 2018 年度有所下降，两者趋势相反的原因在于公司螺杆机 OBM 直销模式下客户构成及产品销售结构与 OBM 经销客户以及境内 ODM 客户存在差异。

螺杆机 OBM 直销模式下，公司销售的产品以大排量永磁变频两级压缩“鑫霸王”系列产品为主（2018 年度、2019 年度“鑫霸王”系列产品收入占比均在 85%以上），面向的客户主要为生产规模较大的大型企业或高耗能企业，例如水泥、建材、污水处理等行业客户，此类客户用气量需求大，所需产品功率等级高，看重设备的能效水平和运行稳定性，价格敏感性低。由于行业内能够自主生产大排量永磁变频两级压缩螺杆机产品的厂商很少，该类产品市场竞争缓和，公司产品议价能力相对较强，产品毛利率水平较高，2019 年度公司亦未对大排量永磁变频两级压缩螺杆机产品终端销售价格进行降价调整，因此 2019 年度其毛利率水平较 2018 年度保持稳定中有小幅提升。

螺杆机 OBM 经销及境内 ODM 销售模式下，公司销售的螺杆机产品以中小排量单级压缩螺杆机为主，与直销模式下的大排量两级压缩螺杆机产品不同，中小排量螺杆机市场竞争激烈，生产、组装厂商众多，并且单级压缩中小排量螺杆机产品的终端客户通常为小型初创企业，对产品排气量需求较小，客户产品价格敏感度高。2019 年度，受国内经济下行、贸易战升级以及国内环保督查力度加大等因素影响，我国空压机部分下游市场需求疲软，加之行业内部分空

压机组装厂商降价促销，中小排量螺杆机市场竞争尤为激烈；面对日益激烈的市场竞争，公司面向中小排量螺杆机市场推出了更具性价比优势的“小霸王”、“小精灵”系列产品，其产品价位以及毛利率水平更低，2019 年度两系列产品收入占比由 2018 年度的 8.41%提升至 38.51%，拉低了螺杆机 OBM 经销、境内 ODM 销售毛利率水平。

综上所述，由于公司螺杆机 OBM 直销模式下客户构成、产品销售结构以及面临的市场竞争激烈程度与螺杆机 OBM 经销及境内 ODM 模式存在较大差异，2019 年度公司螺杆机 OBM 产品直销毛利率变动趋势与螺杆机 OBM 经销、ODM 境内销售毛利率变动趋势相反具有合理性。

三、结合 2020 年、2021 年 1-6 月螺杆机 OBM 经销产品平均功率的差异说明 2021 年 1-6 月境内经销螺杆机毛利率大幅提升的原因及合理性

2020 年度、2021 年 1-6 月境内螺杆机 OBM 经销产品销售结构情况如下：

产品 类型	2021 年 1-6 月				2020 年度			
	收入 占比	数量 占比	平均 规格 (HP)	毛利率	收入 占比	数量 占比	平均 规格 (HP)	毛利率
鑫霸王	32.36%	2.99%	152.78	30.69%	20.61%	1.82%	133.54	30.13%
其他	67.64%	97.01%	22.12	20.49%	79.39%	98.18%	24.04	16.47%
合计	100.00%	100.00%	26.02	23.79%	100.00%	100.00%	26.03	19.29%

2021 年 1-6 月公司境内螺杆机 OBM 经销产品毛利率提升较多，主要原因系销售结构中毛利率相对较高的“鑫霸王”两级压缩螺杆机销售占比由 2020 年的 20.61%提升至 32.36%。2021 年 1-6 月公司境内螺杆机 OBM 经销产品销售结构中“鑫霸王”系列收入占比虽提升较多，但由于“鑫霸王”系列产品平均售价远高于其他系列螺杆机产品，故其销售数量占比较低，2020 年度、2021 年 1-6 月分别为 1.82%、2.99%，因此“鑫霸王”产品系列收入占比的提升对境内螺杆机 OBM 经销产品整体平均功率的影响不大，同时由于 2021 年 1-6 月公司境内螺杆机 OBM 经销其他系列产品的平均规格较 2020 年度小幅下降，因此综合来看，2020 年度、2021 年 1-6 月公司境内螺杆机 OBM 经销产品平均功率变化不大，分别为 26.03HP/台、26.02HP/台。

综上所述，受毛利率相对较高的“鑫霸王”两级压缩螺杆机销售占比提升

影响，2021 年 1-6 月公司境内经销螺杆机毛利率提升具有合理性。

四、进一步说明活塞机境内外 ODM 产品毛利率变化趋势以及变动幅度差异较大的原因及合理性；结合活塞机毛利率大幅下降的情形说明发行人能否根据原材料价格上涨提升产品销售价格，请对申报文件中相关表述予以完善；随着原材料价格持续上涨，活塞机产品毛利率是否存在进一步下滑的风险，如是，请进行有针对性的风险提示

（一）进一步说明活塞机境内外 ODM 产品毛利率变化趋势以及变动幅度差异较大的原因及合理性

报告期内，公司活塞机境内外 ODM 产品毛利率变化情况如下：

业务模式	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	毛利率	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
境内 ODM	10.58%	12.67%	16.84%	14.52%	14.22%	14.25%	17.35%	9.85%
境外 ODM	3.58%	85.81%	14.18%	84.21%	16.95%	84.94%	14.45%	90.15%

2018 年度、2019 年度、2020 年度，公司活塞机境外 ODM 产品毛利率分别为 14.45%、16.95%、14.18%，活塞机境内 ODM 产品毛利率分别为 17.35%、14.22%、16.84%，毛利率变化趋势相反，主要受境内外产品销售结构不同以及具体客户毛利率水平存在差异因素影响，具体情况如下：

报告期内，公司活塞机境外 ODM 产品主要为直联有油活塞机产品，2018 年度公司活塞机境内 ODM 产品毛利率水平高于境外 ODM，主要原因系境内 ODM 产品销售结构中包含部分毛利率水平较高的车载式活塞机产品，占比约为 9.27%，毛利率为 50.40%，剔除车载式活塞机后 2018 年度活塞机境内 ODM 产品毛利率为 14.09%，与活塞机境外 ODM 产品毛利率不存在显著差异。

2019 年度公司活塞机产品境外 ODM 销售毛利率较 2018 年度有所提升，一方面是由于 2019 年度公司活塞机产品销售结构向毛利率水平相对较高的大容量产品倾斜，另一方面，由于部分大额活塞机订单签订时间与交货时间的间隔较长，而 2019 年度活塞机产品原材料价格较 2018 年处于相对低位，加之 2019 年度人民币对美元汇率整体呈贬值趋势，对公司活塞机产品毛利率形成一定有利影响。2019 年度公司活塞机境内 ODM 产品毛利率水平较 2018 年度有所

下降，主要原因系受市场竞争因素影响，公司翰斯铵海（上海）贸易有限公司、诺爱（上海）压缩机有限公司等主要活塞机境内 ODM 客户产品毛利率有所下降。

2020 年度公司活塞机产品境外 ODM 销售毛利率较 2019 年度有所下降，主要原因为根据新收入准则，2020 年度公司将与产品销售相关的运杂费计入产品成本，2020 年度公司活塞机产品运杂费占收入的比例为 2.69%，剔除此部分影响，2020 年度公司活塞机产品毛利率较上年度保持稳定。2020 年度公司活塞机境内 ODM 产品毛利率水平较 2019 年度小幅提升，主要原因系 2020 年度公司向客户常熟通润汽车零部件股份有限公司销售占比提升，由 2019 年度的 15.77%提升至 30.42%，公司向该客户销售的主要是容量较大的活塞机产品，毛利率水平相对较高。

2021 年 1-6 月公司活塞机产品境外 ODM 销售毛利率较 2020 年度大幅下降，主要原因系 2021 年上半年公司活塞机产品生产所需钢、铜、铝等主要原材料价格大幅上涨，由于部分大额活塞机订单签订时间与交货时间的时间间隔较长，产品销售价格锁定，后期原材料价格的上涨对公司产品毛利率造成较大不利影响；此外，2021 年上半年，美元兑人民币汇率呈贬值态势，公司产品销售主要以美元进行结算，美元的贬值亦对公司产品毛利率造成不利影响。受原材料价格上涨因素影响，2021 年 1-6 月公司活塞机产品境内 ODM 销售毛利率较 2020 年度也呈下降趋势，由于公司活塞机境内 ODM 产品订单执行期间较境外 ODM 订单执行期间短，公司通过提高产品出厂价格将原材料价格上涨传导至下游客户会更为及时，因此毛利率下降幅度小于境外 ODM 产品毛利率下降幅度。

综上所述，受不同年度境内外产品销售结构差异以及各年度具体客户毛利率水平波动等因素影响，公司活塞机境内外 ODM 产品毛利率变化趋势相反具有合理性；由于活塞机境内 ODM 产品订单执行期间相对更短，公司通过提高产品出厂价格将原材料价格上涨传导至下游客户会更为及时，因此 2021 年 1-6 月公司活塞机境内 ODM 产品毛利率下降幅度小于境外 ODM 产品毛利率下降幅度，具有合理性。

（二）结合活塞机毛利率大幅下降的情形说明发行人能否根据原材料价格上涨提升产品销售价格，请对申报文件中相关表述予以完善

报告期内，公司主要产品的定价机制遵循“成本+合理利润率”的成本加成定价模式，通常情况下公司可以将原材料价格上涨的风险传导至下游客户，以保持产品合理的利润空间。其中，螺杆机、离心鼓风机产品由于订单执行周期短，价格传导更为及时；活塞机产品大额订单占比多，订单执行周期长，价格传导滞后，承担的原材料价格波动风险相对更高。

具体来说，对于螺杆机、离心鼓风机产品，由于产品销售以国内客户为主，且客户单笔订单金额相对较小，从下单到订单执行完毕的周期短，订单签订后公司承担的原材料价格波动风险小，且公司与国内螺杆机主要经销商/ODM 客户签订的框架合同中约定“在本协议合作期内，公司有权根据原材料价格上涨等市场因素对产品价格进行相应调涨”，因此对于螺杆机、离心鼓风机产品的销售，公司可以根据原材料价格上涨提升产品销售价格，相对及时的将原材料价格上涨的风险传导至下游客户。

公司活塞机产品销售主要以境外 ODM 业务模式开展，主要客户稳定，且主要客户活塞机订单通常具有单笔台数多、金额大的特点，大额订单通常会在约定发货期前 2-6 个月签订，公司一般根据合同签订时点的原材料价格情况加成合理毛利进行报价。由于活塞机大额订单的执行周期较长，且通常不会变更已签订订单的执行价格，因此公司承担的后续原材料价格波动风险相对较大。2018 年度至 2020 年度，公司活塞机产品原材料价格整体较为稳定，原材料价格波动对活塞机产品毛利率不利影响较小。2021 年上半年原材料价格大幅上涨，处于历史高位，对公司活塞机产品毛利率造成较大不利影响。对于原材料价格上涨后新签订的活塞机订单，公司已相应提升产品价格，2021 年下半年公司活塞机产品毛利率水平已逐步回升。

公司已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、影响公司经营业绩的主要因素、对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标”之“（一）影响公司经营业绩的主要因素”之“2、影响成本的主要因素”相关表述予以补充、完善如下：

“2、影响成本的主要因素

公司产品成本构成中，材料成本占比在 70%以上，原材料价格波动以及产

品单位消耗水平会直接影响到产品生产成本，进而对营业成本和毛利率构成影响。公司产品所需原材料相关生产厂家众多，市场供应充足，但是由于钢、铜、铝等基础原材料价格易受经济环境等客观因素影响产生一定波动，若公司相关原材料采购价格持续上涨，且成本上涨不能及时传递给下游客户，将会对公司业绩产生不利影响。公司将通过加强技术研发、改进生产工艺，减少原材料在生产过程中的耗损，以减小原材料价格上升对公司主营业务成本的影响；同时，当原材料价格持续上涨时，公司将与客户释明并相应提升产品销售价格，以保持产品合理的利润空间。对于螺杆机、离心鼓风机产品，由于其订单执行周期短，价格传导更为及时；活塞机产品大额订单占比多，订单执行周期长，价格传导滞后，公司承担的原材料价格波动风险相对更高，若已签订单执行过程中原材料价格大幅上涨，将会对公司活塞机产品毛利率造成较大不利影响。”

（三）随着原材料价格持续上涨，活塞机产品毛利率是否存在进一步下滑的风险，如是，请进行有针对性的风险提示

2021 年下半年，公司活塞机产品原材料成本中占比最高的钢板价格整体大幅回落，对于原材料涨价后新增活塞机大额订单，公司亦提升了产品价格，钢材价格回落以及新增订单产品提价有利于公司活塞机毛利率的回升。

由于公司大额活塞机订单具有执行周期长的特点，订单签订后，若后续原材料价格出现持续大幅上涨，公司活塞机产品毛利率存在进一步下滑的风险。公司已在招股说明书“重大事项提示”之“一、发行人提醒投资者特别关注的风险因素”之“（四）主要原材料价格波动风险”以及“第四节 风险因素”之“四、经营风险”之“（一）主要原材料价格波动风险”对活塞机产品毛利率是否存在进一步下滑的风险进行补充、完善如下：

“（……）主要原材料价格波动风险

公司产品的原材料为钢板、电机定转子、变频器、包装材料、漆包线、换热器、曲轴箱毛坯、机头转子铸件、冷却风扇等。报告期内，公司主营业务成本中直接材料占比在 76%左右，原材料价格波动对公司产品成本的影响较大。若未来原材料价格大幅上涨，且公司未能合理安排采购或及时转嫁增加的采购成本，将可能对公司经营业绩造成不利影响。特别是，由于公司活塞机产品大

额订单收入占比较高，订单执行周期长，订单签订后原材料价格波动的风险由公司承担，订单签订后，若后续原材料价格出现持续大幅上涨，公司活塞机产品毛利率存在进一步下滑的风险。”

针对原材价格波动的风险，公司采购部门会持续动态跟踪钢、铜、铝等主要原材料市场价格走势，并结合供应商原材料的市场价格行情、公司安全库存等情况预判未来的原材料价格走势，合理规划原材料采购计划和库存量，以应对原材料短期出现不利波动的风险。同时，公司将通过加强技术研发、改进生产工艺，减少原材料在生产过程中的耗损，以减小原材料价格上升对公司主营业务成本的影响。

五、结合活塞机主要客户的采购价格、订单签署时间的差异等说明 2021 年 1-6 月活塞机前五大客户毛利率差异较大、主要客户 FNA 集团的毛利率仅为 0.07%的原因及合理性

2021 年 1-6 月，公司活塞机前五大客户销售情况如下：

序号	客户名称	销售金额（万元）	销售单价（元）	毛利率
1	WOODSTER GMBH	4,234.35	490.17	1.26%
2	FNA 集团	3,316.94	361.75	0.07%
3	AIRPRESS 集团	1,359.49	444.92	4.49%
4	TRUPER 集团	1,249.16	782.04	10.07%
5	EINHELL 集团	1,108.39	468.96	7.35%

2021 年 1-6 月，公司活塞机前五大客户的销售单价存在一定差异，主要受公司向不同客户之间销售的活塞机具体规格型号存在较大差异影响，同时也会受到具体订单签署时点原材料价格水平及交货时汇率波动因素影响。

2021 年 1-6 月，受原材料价格大幅上涨因素影响，公司活塞机产品整体毛利率出现较大幅度下滑，由 2020 年度的 14.71%下滑至 4.66%。活塞机前五大客户中，AIRPRESS 集团毛利率水平与整体毛利率水平较为接近，为 4.49%。公司活塞机前五大客户毛利率水平差异较大，主要受订单签署时间、产品销售结构、后期价格调整、结算方式等因素影响，具体分析如下：

2021 年 1-6 月，公司活塞机前五大客户实现的销售收入按订单签署时间分

布如下：

序号	公司名称	2020年3季度及以前	2020年4季度	2021年1季度	2020年3季度及以前占比	销售金额（万元）	毛利率
1	WOODSTER GMBH	1,308.68	2,090.76	834.91	30.91%	4,234.35	1.26%
2	FNA 集团	482.10	2,488.33	346.51	14.53%	3,316.94	0.07%
3	AIRPRESS 集团	204.91	1,011.82	142.75	15.07%	1,359.49	4.49%
4	TRUPER 集团	181.28	1,038.81	29.07	14.51%	1,249.16	10.07%
5	EINHELL 集团	61.16	800.54	246.69	5.52%	1,108.39	7.35%

注：自 2020 年下半年以来，公司活塞机产品原材料价格呈上涨趋势，公司自 2020 年四季度开始根据当时原材料价格情况逐步提升了新增活塞机订单的产品价格。

2021 年 1-6 月，公司活塞机客户 WOODSTER GMBH 实现的销售收入中有超过 30%以上订单为 2020 年 3 季度及以前签订，占比明显高于其他客户，由于当时订单签订时原材料价格处于低位水平，后续原材料价格持续上涨对 WOODSTER GMBH 活塞机毛利率水平造成很大不利影响，使得 2021 年 1-6 月公司向其销售的活塞机产品毛利率水平整体较低，为 1.26%。

2021 年 1-6 月，公司活塞机客户 FNA 集团毛利率水平仅为 0.07%，主要原因系 FNA 集团向公司采购的主要为活塞机 24L 基础款小容量产品（占比超过 50%），国内能够生产该类产品的厂商较多，市场竞争激烈，且 FNA 集团自身为空压机生产厂商，对空压机成本结构较为了解，公司自身议价能力也相对较低，因此公司销售给 FNA 集团活塞机产品的毛利率较低，2020 年度毛利率为 8.39%，也明显低于其他客户平均水平。因此 2021 年 1-6 月原材料价格大幅上涨对 FNA 集团毛利率影响更大，2021 年 1-6 月毛利率仅为 0.07%。

2021 年 1-6 月，公司活塞机客户 TRUPER 集团毛利率水平为 10.07%，高于平均水平，主要原因系 TRUPER 集团向公司采购的活塞机主要为大容量产品（50L 以上产品占比在 95%以上），由于大容量活塞机产品耗用的铜材也较多（多采用铜线电机），而 2020 年下半年以来铜价飙升，经与客户友好协商，对于尚未执行完毕的订单，公司相应提高产品售价，使得公司销售给 TRUPER 集团的活塞机毛利率水平高于其他未进行订单价格调整客户的毛利率水平。

2021 年 1-6 月，公司活塞机客户 EINHELL 集团毛利率水平为 7.35%，高于平均水平，一方面是由于其收入对应订单签订日期在 2020 年 3 季度及以前的占比最低，仅为 5.52%，其毛利率水平受原材料价格上涨的不利影响相对较小，

另一方面，与其他客户主要采用美元结算不同，公司与 EINHELL 集团的结算货币主要为人民币（2021 年上半年人民币结算收入占比在 95%以上），因此公司向其销售产品受 2020 年下半年以来美元贬值的不利影响小，毛利率水平相对较高。

综上所述，受公司活塞机主要客户订单签署时间、产品销售结构、订单价格调整、结算方式等方面存在差异影响，2021 年 1-6 月公司活塞机前五大客户毛利率差异较大、主要客户 FNA 集团的毛利率仅为 0.07%具有合理性。

六、结合 2019 年外购机头造价较高的情形说明 2019 年离心鼓风机直销毛利率远高于经销的原因及合理性；结合市场竞争环境、原材料价格变动说明 2020 年以来离心鼓风机 OBM 直销毛利率上升且与其他模式下毛利率变动趋势相反的原因及合理性；结合发行人离心鼓风机价格与外资品牌、国内同类型产品的差异说明发行人产品性价比优势的具体体现以及离心鼓风机毛利率较高的合理性

（一）结合 2019 年外购机头造价较高的情形说明 2019 年离心鼓风机直销毛利率远高于经销的原因及合理性

2019 年度公司离心鼓风机产品销售情况如下：

业务模式	收入金额（万元）	收入占比	毛利率
OBM 经销	450.41	70.47%	34.52%
OBM 直销	116.46	18.22%	65.21%
ODM	72.27	11.31%	23.69%
小计	639.13	100.00%	38.98%

2019 年度公司离心鼓风机产品机头以外购为主，直销、经销模式下外购机头产品收入占比均在 70%以上，直销、经销模式下外购机头产品占比不存在重大差异，不同模式下毛利率存在差异主要与市场开拓方式、定价策略相关。

2019 年度下半年，公司向市场推出离心鼓风机产品，由于产品处于市场推广初期，产品成功应用案例少，公司离心鼓风机主要借助经销商销售渠道、客户资源进行推广，为促进产品销售，提升产品成功应用案例数量，2019 年推广初期公司给与经销商优惠的出厂价格，通过大幅让利经销商的方式促进产品销售，提升产品知名度，因此 2019 年度公司离心鼓风机经销毛利率水平相对较低。

公司生产的离心鼓风机产品较罗茨风机等传统风机节能效果可达 30%以上，节能效果突出，且具有高效节能、运行平稳、噪声低、清洁无油、占地空间小、运维成本低等优势，产品附加值高，目前国内具有离心鼓风机整机生产能力的厂商较少，市场竞争相对缓和，国内离心鼓风机市场以外资品牌为主，产品价格定位很高。根据 2021 年 6 月 21 日中国石油化工股份有限公司齐鲁分公司供排水厂乙烯污水处理鼓风系统节能改造空气悬浮鼓风机评标结果公示，纽若斯涡轮机械商贸（上海）有限公司（代理韩国纽若斯离心鼓风机产品）200HP 空气悬浮离心式鼓风机报价 56.40 万元/台入围候选人，而公司该项目此类产品投标报价为 33.26 万元/台，由此可见目前外资知名品牌离心鼓风机产品价格定位高于国产品牌产品。随着公司产品成功应用案例的增加以及产品知名度的提升，公司不断开拓离心鼓风机直销客户，以获得更高的利润补偿。得益于公司离心鼓风机产品优良的产品性能、良好的售后服务以及较强的成本管控能力，直销模式下，公司离心鼓风机产品终端销售价格参考外资品牌售价下浮一定幅度后仍能获得较高的毛利补偿，公司直销模式下产品毛利率水平较高。

综上所述，由于 2019 年度公司离心鼓风机产品处于市场推广初期，公司通过大幅让利经销商的方式进行产品推广，提升产品知名度，同时由于市场上离心鼓风机产品终端销售价格普遍较高，直销模式下公司离心鼓风机毛利率水平较高，2019 年公司离心鼓风机直销毛利率远高于经销毛利率水平具有合理性。

（二）结合市场竞争环境、原材料价格变动说明 2020 年以来离心鼓风机 OBM 直销毛利率上升且与其他模式下毛利率变动趋势相反的原因及合理性

2020 年度、2021 年 1-6 月，公司离心鼓风机产品各业务模式下毛利率变动情况如下：

业务模式	2021 年 1-6 月		2020 年度	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
OBM 经销	54.64%	31.06%	61.08%	54.84%
OBM 直销	73.22%	47.05%	72.58%	37.60%
ODM	49.75%	21.89%	61.85%	7.57%
合计	62.31%	100.00%	65.46%	100.00%

目前离心鼓风机行业生产厂商参与数量不断增加，国内山东章鼓、天津亿

昇科技、南京磁谷科技、石家庄金士顿等鼓风机厂商已陆续开始进行离心鼓风机产品的研发设计和生产销售。虽然国内离心鼓风机市场竞争相对缓和，但部分国内离心鼓风机厂商开始进场，为提高市场竞争力，巩固并进一步扩大市场份额，尽管 2021 年上半年原材料价格呈上涨态势，考虑到公司离心鼓风机产品毛利率水平相对较高，公司未对经销/ODM 产品出厂价格进行调整，因此 2021 年 1-6 月，公司离心鼓风机 OBM 经销、ODM 模式下毛利率水平较 2020 年度有所下降。其中，2021 年 1-6 月离心鼓风机 ODM 模式毛利率下降幅度更大，主要原因系 2021 年上半年为促进新产品磁悬浮离心鼓风机市场推广，公司前期产品定价相对较低，毛利率水平相对较低，拉低了 2021 年 1-6 月离心鼓风机 ODM 毛利率水平。

2021 年 1-6 月，公司离心鼓风机 OBM 直销毛利率与 2020 年度相比略有提升，与 OBM 经销、ODM 模式毛利率变动趋势不一致，主要原因系 2021 年上半年公司离心鼓风机直销模式下水泥、建材行业的收入占比提升，水泥、建材行业所需离心鼓风机以大功率产品为主，2021 年 1-6 月直销模式下离心鼓风机平均功率由 2020 年度的 83.48HP/台提升至 116.35HP/台，而大功率产品的毛利率水平相对更高。

综上所述，受为应对市场竞争环境变化公司采取的市场营销策略、原材料价格上涨等因素影响，2021 年 1-6 月公司离心鼓风机 OBM 经销、ODM 模式下毛利率有所下降；OBM 直销模式下，由于毛利率水平相对较高的大功率产品收入占比提升，2021 年 1-6 月公司离心鼓风机 OBM 直销模式毛利率水平较 2020 年度略有提升。2021 年 1-6 月公司离心鼓风机 OBM 直销毛利率上升与其他模式下毛利率变动趋势相反具有合理性。

（三）结合发行人离心鼓风机价格与外资品牌、国内同类型产品的差异说明发行人产品性价比优势的具体体现以及离心鼓风机毛利率较高的合理性

1、发行人离心鼓风机价格与外资品牌差异情况及产品性价比优势具体体现

空气悬浮离心式鼓风机发源于韩国，目前国内市场上空气悬浮离心式鼓风机知名品牌也大多来自韩国，例如韩国纽若斯（Neuros）、韩国托普迈斯（Turbo-Max）等，得益于常年技术垄断以及良好的品牌美誉度，目前国内市场

外资品牌离心鼓风机产品售价普遍较高。外资品牌产品价格透明度较低，公司可获取的外资品牌价格数据较少，根据 2021 年 6 月 21 日中国石油化工股份有限公司齐鲁分公司供排水厂乙烯污水处理鼓风系统节能改造空气悬浮鼓风机评标结果公示，纽若斯涡轮机械商贸（上海）有限公司（代理韩国纽若斯离心鼓风机产品）200HP 空气悬浮离心式鼓风机报价 56.40 万元/台入围候选人，而公司该项目此类产品投标报价为 33.26 万元/台，由此可见目前外资知名品牌离心鼓风机产品价格定位高于国产品牌产品。

公司离心式鼓风机产品与外资品牌相比，性价比优势主要体现在产品售价低、产品性能良好以及售后维修成本低三个方面，具体分析如下：

（1）产品售价低于外资品牌

韩国离心鼓风机生产厂商受当地人力成本较高、机头加工能力限制等因素影响，产品大部分组件采用外协生产模式，自身仅生产少量核心部件（如机头转子），然后进行整机组装后销售，由于产品部件大多来自外协加工，其产品生产成本较高，因此产品售价也较高。此外，空气悬浮离心式鼓风机发源于韩国，核心技术常年为韩国垄断，国内离心式鼓风机产品的研发生产近年来刚刚起步，韩国品牌离心式鼓风机经过多年的发展，凭借着良好的产品性能和节能效果，在国内建立起了很高的品牌知名度，加之中国市场竞争相对缓和，韩国品牌离心鼓风机国内产品价格定位很高。

近年来，公司通过不断研发创新，依托自身优良的生产加工制造能力，攻克了离心鼓风机机头电机组件的生产加工技术，具备了离心鼓风机整机一体化生产能力。与外资品牌相比，一体化生产模式下，公司产品生产所需的原材料多为毛坯料或基础原材料，外购件较少，产品生产成本主要为原材料成本，产品成本造价大幅低于外资厂商。此外，为促进公司离心鼓风机产品销售，扩大公司产品市场份额和品牌知名度，公司自产离心鼓风机产品销售价格低于外资品牌，体现出较强的产品性价比优势。

（2）产品性能优良

报告期内，公司通过不断研发创新，掌握了离心鼓风机生产制造相关的三元流叶轮技术、高速永磁同步电机技术以及整机智能控制技术，同时公司拥有

马扎克五轴、卧式和立式加工中心、卡尔蔡司和海克斯康三坐标测量仪、CEMB 动平衡机等高精度加工、检测设备并具备丰富的流体机械机生产制造经验，依托公司良好的生产制造能力以及丰富的机加工制造经验，公司将自身生产与技术能力涵盖至钣金、机头转子精密加工、电机制造、整机组装一体化的加工流程，从源头上把控产品核心部件质量，可以生产出高质量的离心鼓风机产品。

公司生产的离心式鼓风机产品节能效果可以达到外资品牌同等水平，公司生产的离心式鼓风机产品通过了机械工业风机产品质量监督检测中心性能检测，并进入国家环保产业目录《“能效之星”装备产品目录（2021）》，产品性能优良，且产品销售价格明显低于外资品牌，体现出良好的产品性价比。

（3）更为便捷的售后服务

外资品牌离心鼓风机产品除了价格昂贵外，用户往往都面临着售后维修时间长的的问题，且进口维修配件或工程师来国内进行维修的费用高昂，运维代价高。相比较而言，国内生产商相较国外企业存在明显的地域优势和社会文化优势，具有配件供应及时、信息沟通方便、需求理解充分以及售后服务到位等特点，公司自身售后服务团队以及经销商客户对公司产品的设计理念、内部构造十分了解，能够为终端用户提供及时、专业的维修保养服务，公司生产的离心鼓风机产品在售后服务方面较外资品牌具备明显的竞争优势。

2、发行人离心鼓风机价格与国内同类型产品差异情况及产品性价比优势具体体现

近年来，随着国内鼓风机生产制造厂商研发能力的不断增强，国产离心式鼓风机品牌异军突起，其中包括知名度较高具备整机自产、机头自产能力的鑫磊股份、石家庄金士顿等，以及部分以整机组装为主的离心鼓风机生产企业。根据 2019 年 12 月南方水泥及 2020 年 6 月西南水泥中标单位报价情况，公司空气悬浮离心鼓风机 50HP、100HP、150HP、200HP 产品与石家庄金士顿同类产品平均报价情况如下：

单位：万元/台

公司名称	50HP	100HP	150HP	200HP
------	------	-------	-------	-------

石家庄金士顿	16.21	19.64	27.98	36.28
鑫磊股份	14.79	21.64	29.69	36.04

从上表可以看出，公司空气悬浮离心鼓风机产品销售价格与国内品牌同类型产品整体差异不大。

公司离心鼓风机产品与国内同类型产品的性价比优势主要体现在产品质量、售后服务、产品定制化等方面。目前公司掌握了离心鼓风机核心部件机头、电机、轴系、叶轮的设计及生产加工技术，是国内少数具备离心鼓风机整机生产能力的生产企业，而国内大部分离心鼓风机生产厂商采用外购进口机头电机组件，然后进行整机组装的生产模式，相比较而言，公司生产的离心鼓风机产品质量更有保证，成本造价更低，产品性价比更高。此外，对于产品核心部件外购的企业，由于其自身缺乏研发设计及加工能力，导致产品出现问题时可能不能准确判断问题所在并及时维修，加之维修配件周期较长，导致客户售后维修成本较高。同时，公司具有离心鼓风机整机一体化生产能力，并拥有实践经验丰富的研发团队，在实现离心式鼓风机多型号、高效化的设计和批量生产的基础上，可以通过了解下游客户的差异化需求，开展定制化研发，满足不同行业客户的多样化和个性化需求，提升客户满意度。

3、发行人离心鼓风机毛利率较高的合理性

由于国内离心鼓风机市场常年为外资品牌垄断，市场竞争相对缓和，且离心鼓风机较传统罗茨风机产品具有高效节能、运行平稳、噪声低、清洁无油、占地空间小等诸多优势，因此目前国内市场离心鼓风机产品价格定位很高。国内离心式鼓风机产品的研发生产近年来刚刚起步，公司作为国内少数具备离心鼓风机整机生产能力的生产企业，能够较好地控制生产成本，且公司生产的离心鼓风机产品性能优良，节能效果可达到外资品牌同等水平，公司自产离心鼓风机产品销售价格在参考外资品牌售价下浮一定幅度后仍能获得很高的毛利补偿，公司离心鼓风机产品毛利率水平较高具有合理性。

七、请保荐人、申报会计师发表明确意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师执行了以下核查程序：

1、访谈发行人销售部门负责人并查阅主要客户相关销售合同，了解发行人对主要客户产品定价机制情况；结合原材料价格走势、市场竞争环境等因素分析发行人主营业务毛利率是否存在进一步下滑的风险；

2、访谈了解发行人 2019 年螺杆机 OBM 产品直销毛利率上升且与其他模式下螺杆机产品毛利率变动趋势相反的原因并分析其合理性；

3、访谈了解发行人 2021 年 1-6 月境内经销螺杆机毛利率大幅提升的原因并分析其合理性；

4、访谈了解发行人活塞机境内外 ODM 产品毛利率变化趋势以及变动幅度差异较大的原因以及原材料价格上涨对发行人各类产品销售价格、毛利率的影响情况；

5、统计发行人活塞机主要客户订单签署时间、产品销售结构情况，分析 2021 年 1-6 月活塞机前五大客户毛利率差异较大、主要客户 FNA 集团的毛利率仅为 0.07%的原因及合理性；

6、访谈了解 2019 年发行人离心鼓风机直销毛利率远高于经销毛利率以及 2020 年以来离心鼓风机 OBM 直销毛利率上升且与其他模式下毛利率变动趋势相反的原因并分析其合理性；访谈了解发行人离心鼓风机价格与外资品牌、国内同类型产品的差异情况以及发行人产品性价比优势的具体体现，分析发行人离心鼓风机毛利率较高的合理性。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、报告期内，发行人不存在与客户约定定期对部分产品必须降价的情形，报告期内，发行人根据不同类别产品的市场行情、产品档次定位加成合理毛利制定产品出厂价格，对主要客户产品的定价机制整体遵循“成本+合理利润率”的成本加成定价模式，不存在重大差异，报告期内发行人对主要客户之间产品销售价格存在差异主要受产品销售结构、销售规模等因素影响，具有合理性；发行人主营业务毛利率存在进一步下滑的风险较小，发行人经营业绩、持续经营能力不存在重大不利变化；

2、由于发行人螺杆机 OBM 直销模式下客户构成、产品销售结构以及面临的市场竞争激烈程度与螺杆机 OBM 经销及境内 ODM 模式存在较大差异，2019 年度发行人螺杆机 OBM 产品直销毛利率变动趋势与螺杆机 OBM 经销、ODM 境内销售毛利率变动趋势相反具有合理性；

3、2021 年 1-6 月，发行人境内螺杆机 OBM 经销产品毛利率大幅提升的主要原因系毛利率水平较高的“鑫霸王”系列产品收入占比提升，但由于其产品单价远高于其他系列产品，因此其数量占比不高，对境内螺杆机 OBM 经销产品整体平均功率影响不大，同时由于 2021 年 1-6 月发行人境内螺杆机 OBM 经销其他系列产品的平均规格较 2020 年度小幅下降，因此综合来看，2020 年度、2021 年 1-6 月发行人境内经销螺杆机平均功率变化不大，具有合理性；

4、受不同年度境内外产品销售结构差异以及各年度具体客户毛利率水平波动等因素影响，发行人活塞机境内外 ODM 产品毛利率变化趋势相反具有合理性，由于活塞机境内 ODM 产品订单执行期间相对更短，发行人通过提高产品出厂价格将原材料价格上涨传导至下游客户会更为及时，因此 2021 年 1-6 月发行人活塞机境内 ODM 产品毛利率下降幅度小于境外 ODM 产品毛利率下降幅度；报告期内，发行人主要产品的定价机制遵循“成本+合理利润率”的成本加成定价模式，通常情况下发行人可以将原材料价格上涨的风险传导至下游客户，以保持产品合理的利润空间，其中螺杆机、离心鼓风机产品由于订单执行周期短，价格传导更为及时，而活塞机产品大额订单占比多，订单执行周期长，价格传导滞后，发行人承担的原材料价格波动风险相对更高；由于发行人大额活塞机订单具有执行周期长的特点，订单签订后，若后续原材料价格出现持续大幅上涨，发行人活塞机产品毛利率存在进一步下滑的风险，针对此风险，发行人已进行有针对性的风险提示；

5、受发行人活塞机主要客户订单签署时间、产品销售结构、订单价格调整、结算方式等方面存在差异影响，2021 年 1-6 月发行人活塞机前五大客户毛利率差异较大、主要客户 FNA 集团的毛利率仅为 0.07%具有合理性；

6、2019 年度发行人离心鼓风机产品处于市场推广初期，受大幅让利经销商进行市场推广以及离心鼓风机产品终端销售价格较高因素影响，2019 年发行人离心鼓风机直销毛利率远高于经销毛利率水平具有合理性；受为应对市场竞

争环境变化发行人采取的市场营销策略、原材料价格上涨等因素影响，2021 年 1-6 月发行人离心鼓风机 OBM 经销、ODM 模式下毛利率有所下降，由于毛利率水平相对较高的大功率产品收入占比提升，2021 年 1-6 月发行人离心鼓风机 OBM 直销模式毛利率水平较 2020 年度略有提升，OBM 直销模式与其他模式下毛利率变动趋势相反具有合理性；发行人离心式鼓风机产品性价比优势主要体现在产品售价低、产品性能良好以及售后维修成本低等方面，受外资品牌垄断以及产品自身节能效果良好等因素影响，国内离心鼓风机产品价格定位高，发行人自产的离心鼓风机产品具有明显的成本优势，在参考外资品牌售价下浮一定幅度后仍能获得很高的毛利补偿，发行人离心鼓风机产品毛利率水平较高具有合理性。

10. 关于存货

申报材料与前次审核问询回复显示：

（1）2021 年上半年钢、铜、铝等主要原材料价格大幅上涨，部分产品毛利率大幅下滑，部分大客户的毛利率仅为 0.07%；

（2）报告期各期末存货跌价准备余额分别为 311.01 万元、358.49 万元、387.82 万元和 648.30 万元，占存货余额的比例为 2.94%、3.36%、3.26%和 4.12%，计提比例低于同行业可比公司东亚机械。

请发行人结合原材料大幅涨价趋势、对部分客户接近于零毛利销售的情形、存货跌价准备计提的过程及参数选取情况等说明各类存货跌价计提的准确性、充分性，计提比例低于销售毛利率更高的东亚机械、欧圣电气（2018 年末、2019 年末）的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、请发行人结合原材料大幅涨价趋势、对部分客户接近于零毛利销售的情形、存货跌价准备计提的过程及参数选取情况等说明各类存货跌价计提的准确性、充分性

2021 年 1-6 月，公司活塞机产品生产所需的主要原材料价格上涨幅度较大，由于公司大额活塞机订单签订时间多在 2020 年下半年，订单执行周期长，对于原材料价格大幅上涨前已签订的活塞机订单，公司按照既定销售价格执行，原材料价格上涨对活塞机产品毛利率造成较大不利影响，2021 年 1-6 月公司活塞机产品毛利率由 2020 年的 14.71%下降至 4.66%，公司对少量客户如 WOODSTER GMBH、FNA 集团接近于零毛利销售。报告期各期末，公司根据《企业会计准则》的规定计提了充分的存货跌价准备，存货跌价准备计提的过程及参数选取情况如下：

（一）库存商品

公司实行订单式和备货式相结合的生产模式，对于有执行订单对应的库存商品，按照单个存货品种测试其可变现净值并计提跌价准备；对于持有库存商品数量多于订单数量的，超出部分的库存商品可变现净值以近期销售价格为基础计算。库存商品跌价准备具体计算方法如下：

库存商品跌价准备=库存商品可变现净值—库存商品账面价值

库存商品可变现净值=库存商品估计售价—预计出售将要发生的成本

ODM 模式下，公司采用订单式生产，库存商品估计售价为订单约定的价格；OBM 模式下，公司采用备货式生产，库存商品估计售价为产品近期销售价格。预计出售将要发生的成本，包括预计销售将要发生的销售费用和相关税费，其中，预计将要发生销售费用系根据当期销售费用占营业收入的比例确定估计的销售费用率，用库存商品的估计售价乘以估计的销售费用率计算得出；预计将要发生的税金系根据当期税金及附加占营业收入的比例计算确定估计的税费率，用库存商品的估计售价乘以估计的税费率计算得出。

报告期各期末，公司 OBM、ODM 模式下库存商品跌价准备计提情况如下：

单位：万元

项目	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
----	-----------	------------	------------	------------

期末库存商品余额	ODM	2,638.17	2,546.74	1,233.77	1,356.91
	OBM	2,533.57	2,580.75	3,217.73	3,402.10
	合计	5,171.74	5,127.49	4,451.50	4,759.01
期末库存商品跌价准备	ODM	164.04	-	-	-
	OBM	62.65	75.39	89.16	71.36
	合计	226.69	75.39	89.16	71.36

ODM 模式下，公司采用订单式生产，存货周转速度较快，2018 年至 2020 年存货可变现净值高于存货成本，无需计提跌价准备；2021 年 1-6 月，因原材料单价上涨，公司部分签订时间较早的活塞机 ODM 订单毛利率水平受到不利影响，截至 2021 年 6 月 30 日，部分待执行活塞机 ODM 订单对应的库存商品存在跌价情形，主要客户存货跌价准备计提情况如下：

单位：万元

订单单位	期末库存商品	可变现净值	计提存货跌价
WOODSTER GMBH	1,562.83	1,410.10	152.74
FNA 集团	211.48	208.29	3.19
合计	1,774.31	1,618.39	155.93

OBM 模式下，公司采用备货式生产，存在部分库存商品因产品迭代导致库龄超过 1 年的情况，由于公司产品生产过程仅对材料进行物理加工，完工产品的形态和性能仍非常稳定，产品的保存周期较长，不存在过期毁损风险，该部分产品相较新产品存在一定的价格优势，在某些价格敏感客户中仍然存在竞争力，公司针对上述产品制定相关促销政策，各类库存商品按照公司促销指导价格计算估计售价，并依据其可变现净值计提存货跌价准备。报告期各期末，公司 OBM 模式下相关库存商品存货跌价准备计提情况如下：

单位：万元

期间	库龄 1 年以内		库龄 1 年以上	
	存货余额	计提存货跌价	存货余额	计提存货跌价
2021.6.30	2,227.27	-	306.30	62.65
2020.12.31	2,269.25	-	311.50	75.39
2019.12.31	2,924.68	-	293.05	89.16
2018.12.31	3,152.21	-	249.89	71.36

（二）原材料、在产品及半成品

公司原材料、在产品及半成品跌价准备具体计算方法如下：

原材料、在产品及半成品跌价准备=原材料、在产品及半成品可变现净值—原材料、在产品及半成品账面价值

原材料、在产品及半成品可变现净值=原材料、在产品及半成品最终产出产品的估计售价—原材料、在产品及半成品至产品完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费

对于正常生产领用的原材料、在产品及半成品，其最终产出产品的估计售价参考库存商品。原材料、在产品及半成品至产品完工时估计将要发生的成本，以估计生产至完工需要进一步投入的原材料、尚需发生的人工和制造费用以及辅助材料金额确定。估计的销售费用以及相关税费，根据当期销售费用占营业收入的比例确定估计的销售费用率，根据当期税金及附加占营业收入的比例计算确定估计的税费率，用原材料及半成品最终产出产品的估计售价乘以估计的销售费用率和税费率计算得出。

对于由于公司产品更新换代不再用于生产的原材料、在产品和半成品，首先由生产管理部门进行分析该原材料、在产品及半成品后续是否能用于其他产品生产，如能继续用于生产，按照常规原材料方法测试是否存在减值，后续无法使用且计划出售的，非定制类材料依据期后售价确定，一般为成本价 5-8 折，定制类材料以拆解后废料价格确定，一般为成本价 1-2 折；后续无领用计划且无法对外出售的，全额计提存货跌价准备。

报告期各期末，公司原材料、在产品及半成品存货跌价准备计提情况如下：

单位：万元

期间	正常生产可用		生产不可用拟对外出售		无领用计划且无法对外出售	
	存货余额	计提存货跌价	存货余额	计提存货跌价	存货余额	计提存货跌价
2021.6.30	7,587.08	26.09	47.52	11.01	288.32	288.32
2020.12.31	5,103.86	-	63.89	26.90	234.34	234.34
2019.12.31	4,219.77	-	289.46	133.27	89.27	89.27
2018.12.31	4,335.54	-	338.94	137.74	96.19	96.19

公司 2018 年至 2020 年各类产品毛利率较为稳定，正常生产可用的原材料、在产品及半成品可变现净值高于存货成本，无需计提跌价准备；2021 年 1-6 月，因原材料单价上涨，公司部分签订时间较早的活塞机 ODM 订单未执行完毕，根据企业会计准则的规定，为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值应当以合同价格为基础计算，公司对正在执行的订单对应的原材料、在产品及半成品进行存货跌价测试，截至 2021 年 6 月 30 日，主要客户原材料、在产品及半成品跌价准备计提情况如下：

单位：万元

订单单位	期末原材料、在产品 及半成品金额	可变现净值	计提存货跌价
WOODSTER GMBH	154.05	127.96	26.09

注：除 WOODSTER GMBH 外其他客户的在执行订单对应的原材料、在产品及半成品可变现净值高于存货成本，无需计提跌价准备。

（三）发出商品

公司发出商品跌价准备具体计算方法如下：

发出商品跌价准备=发出商品可变现净值—发出商品账面价值

发出商品可变现净值=发出商品估计售价—预计出售将要发生的成本

发出商品均有订单支持，对于发出时间较短的发出商品（通常在 1 年以内），发出商品估计售价为订单价格，对于发出时间较长的发出商品（通常在 1 年以上），公司依据预计的发出商品已收到及预计可回收对价作为估计售价。发出商品预计出售将要发生的成本根据当期销售费用占营业收入的比例确定估计的销售费用率，根据当期税金及附加占营业收入的比例计算确定估计的税费率，用发出商品的估计售价乘以估计的销售费用率和税费率计算得出。

报告期各期末，公司发出商品存货跌价准备计提情况如下：

单位：万元

期间	库龄 1 年以内		库龄 1 年以上	
	存货余额	计提存货跌价	存货余额	计提存货跌价
2021.6.30	2,512.06	86.09	94.97	10.11
2020.12.31	1,239.47	-	124.26	51.19
2019.12.31	1,528.28	-	63.24	46.8

2018.12.31	871.30	-	160.14	5.72
------------	--------	---	--------	------

2018 年至 2020 年，1 年以内发出商品订单价格均高于其可变现净值，不存在存货跌价情况；2021 年 1-6 月，原材料单价上涨幅度较大，公司部分客户活塞机订单毛利率较低，相关发出商品存在跌价情形，主要客户发出商品跌价准备计提情况如下：

单位：万元

订单单位	期末发出商品	可变现净值	计提存货跌价
WOODSTER GMBH	1,242.98	1,180.89	62.09
FNA 集团	229.55	215.99	13.56
俄罗斯 EVROTEKHCONTRACT,LTD	155.29	151.70	3.59
BIRGMA ASIA TRADING LIMITED	103.79	103.37	0.42
合计	1,731.61	1,651.95	79.66

综上所述，公司存货跌价准备计提的过程及参数选取合理，各类存货跌价计提准确、充分。

二、发行人存货跌价准备计提比例低于销售毛利率更高的东亚机械、欧圣电气（2018 年末、2019 年末）的原因及合理性

报告期各期末，公司、东亚机械、欧圣电气存货跌价准备计提比例对比情况如下：

公司名称	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
东亚机械	4.89%	4.58%	3.58%	3.43%
欧圣电气	3.17%	2.91%	5.71%	4.86%
鑫磊股份	4.12%	3.26%	3.36%	2.94%

数据来源：同行业可比公司招股说明书

同行业可比公司中，东亚机械产品以螺杆机为主，欧圣电气空压机产品以活塞机为主，公司产品结构中螺杆机、活塞机均占有较大比重。为保证数据可比性，将公司螺杆机产品、活塞机产品存货跌价计提情况分别与东亚机械、欧圣电气对比。

报告期各期末，公司螺杆机存货跌价准备计提比例与东亚机械对比如下：

公司名称	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
东亚机械	4.89%	4.58%	3.58%	3.43%

公司名称	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
鑫磊股份螺杆机	6.19%	6.57%	4.44%	3.11%

数据来源：同行业可比公司招股说明书

除 2018 年之外，报告期公司螺杆机存货跌价准备计提比例高于东亚机械。2018 年螺杆机跌价计提比例偏低，主要原因系 2018 年度螺杆机市场较好，期末螺杆机相关库存规模较大，且以 1 年以内的库存商品为主，故存货跌价准备计提比例相对较低。

报告期各期末，公司活塞机存货跌价准备计提比例与欧圣电气对比如下：

公司名称	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
欧圣电气	3.17%	2.91%	5.71%	4.86%
鑫磊股份活塞机	4.59%	0.27%	0.31%	0.55%

数据来源：同行业可比公司招股说明书

公司活塞机存货跌价准备计提比例低于欧圣电气，主要原因系公司活塞机产品生产模式与欧圣电气存在差异。欧圣电气活塞机产品销售模式以 ODM 及品牌授权模式为主，生产模式总体以销定产，但实际执行中，部分产品存在提前备货情况，2018 年至 2020 年末库存商品订单覆盖率分别为 52.31%、55.65% 和 59.06%，欧圣电气对一年以上无订单的库存商品以成本价格的 70% 计提存货跌价准备。报告期内，公司活塞机销售模式以 ODM 为主，报告期各期收入占比分别为 100.00%、99.19%、98.73%、98.48%，ODM 模式下，公司生产模式为订单式生产，库存商品订单覆盖率 100%，产品周转较快，2018 年度至 2020 年度，相关产品毛利率水平较为稳定，故减值计提比例较低。

报告期内，欧圣电气存货跌价准备以 1 年以上库存商品跌价为主，占全部存货跌价准备比例分比为 89.36%、81.67%、80.05%、82.36%。报告期各期末，欧圣电气 1 年以上库存商品及存货跌价准备与公司活塞机产品 1 年以上库存商品及跌价计提情况对比如下：

单位：万元

期间	鑫磊股份活塞机			欧圣电气		
	1 年以上库存商品余额	1 年以上库存商品跌价金额	计提跌价比例	1 年以上库存商品余额	1 年以上库存商品跌价金额	计提跌价比例
2021.6.30	2.74	2.74	100.00%	764.31	527.43	69.01%
2020.12.31	3.16	3.16	100.00%	494.50	343.11	69.39%

2019.12.31	5.11	5.11	100.00%	541.85	375.58	69.31%
2018.12.31	5.38	5.38	100.00%	512.58	348.92	68.07%

数据来源：同行业可比公司招股说明书

由上表可见，公司活塞机存货跌价计提比例低于欧圣电气，主要原因系公司活塞机生产模式以订单式生产为主，产品周转较快，1 年以上库存商品规模远低于欧圣电气所致。

综上所述，公司存货跌价准备计提比例低于销售毛利率更高的东亚机械、欧圣电气具有合理性。

三、请保荐人、申报会计师发表明确意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师执行了以下核查程序：

- 1、了解发行人存货跌价准备计提政策，依据《企业会计准则》相关规定，评价存货跌价准备计提政策的合理性以及是否符合《企业会计准则》相关规定；
- 2、获取发行人各类库龄划分明细表，复核库龄划分的准确性；
- 3、了解发行人存货销售价格及相关存货处理制度，抽查期后实际售价与预计售价是否存在重大差异，评价管理层对存货至完工时将要发生的成本、销售费用和相关税费估计的合理性；复核存货可变现净值和存货跌价计提的准确性；
- 4、获取同行业可比公司存货库龄以及存货跌价计提情况，结合业务模式、存货结构等差异，分析发行人存货跌价准备计提比例与同行业可比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：

- 1、发行人存货跌价准备计提的过程及参数选取合理，各类存货跌价准备计提充分、准确；
- 2、发行人存货跌价准备计提比例低于销售毛利率更高的东亚机械、欧圣电气具有合理性。

11. 关于预付账款

申报材料与前次审核问询回复显示：

浙江金龙电机股份有限公司（以下简称金龙电机）系发行人电机类原材料供应商，发行人账面尚存在应收金龙电机高效电机采购补贴款，双方同意将应收应付款相互抵消，以差额进行结算，约定将应收款大于应付账款的差额作为材料预付款。

请发行人说明将对金龙电机的应收应付款相互抵消并以差额进行结算的会计处理以及是否符合《企业会计准则》规定。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、请发行人说明将对金龙电机的应收应付款相互抵消并以差额进行结算的会计处理以及是否符合《企业会计准则》规定

公司与金龙电机的应收应付款相互抵消过程如下：

公司 2015 年 9 月至 2017 年 2 月采购的高效电机补贴于 2019 年经中国质量认证中心最终核查通过，确认公司采购的 8,086 台永磁电机享受补贴，共计 192,596.5KW，每 KW 补贴 100 元，金龙电机于 2019 年 6 月 20 日收到此补贴款，应付公司高效节能补贴款最终核准金额为 19,259,650.00 元。公司据此确认政府补助如下：

借：其他应收款 19,259,650.00

贷：其他收益 19,259,650.00

同时，公司账面应付金龙电机采购款余额 17,184,207.15 元。

为简化结算流程，2019 年 9 月 10 日，金龙电机与公司签订调账确认函，双方将应收应付款相互抵消。公司据此抵消账面其他应收款和应付账款如下：

借：应付账款 17,184,207.15

贷：其他应收款 17,184,207.15

至此，公司账面其他应收金龙电机余额 2,075,442.85 元。根据双方签订的确认函，上述抵消后的余额，作为公司未来采购款的抵减项，故公司账面将其重分类至预付款项如下：

借：预付款项 2,075,442.85

贷：其他应收款 2,075,442.85

根据《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》第五章第二十八条：金融资产和金融负债应当在资产负债表内分别列示，不得相互抵销。但同时满足下列条件的，应当以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：

（一）企业具有抵销已确认金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的；

（二）企业计划以净额结算，或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

同时，《<企业会计准则第 37 号——金融工具列报>应用指南》中指出，通常认为不满足抵销条件，不得抵销相关金融资产和金融负债的情形如下：

（一）使用多项不同金融工具来仿效单项金融工具的特征，即“合成工具”。例如，利用浮动利率长期债券与收取浮动利息且支付固定利息的利率互换，合成一项固定利率长期负债。

（二）金融资产和金融负债虽然具有相同的主要风险敞口（例如远期合同或其他衍生工具组合中的资产和负债），但涉及不同的交易对手。

（三）无追索权金融负债与作为其担保物的金融资产或其他资产。

（四）债务人为解除某项负债而将一定的金融资产进行托管（例如偿债基金或类似安排），但债权人尚未接受以这些资产清偿负债。

（五）因某些导致损失的事项而产生的义务与预计通过保险合同向第三方索赔而得到的补偿。

综上，根据公司与金龙电机签订的调账确认函，公司具有抵销已确认金额的法定权利，该种法定权利是当前可执行的，且双方均计划以净额结算，亦不

属于上述不可抵消的情形，故公司将应收应付款相互抵消的会计处理符合《企业会计准则》规定。

同时，根据《企业会计准则第 22 号——金融工具的确认和计量》第一章第三条：金融资产，是指企业持有的现金、其他方的权益工具以及符合下列条件之一的资产：

（一）从其他方收取现金或其他金融资产的权利。

（二）在潜在有利条件下，与其他方交换金融资产或金融负债的合同权利。

（三）将来须用或可用企业自身权益工具进行结算的非衍生工具合同，且企业根据该合同将收到可变数量的自身权益工具。

（四）将来须用或可用企业自身权益工具进行结算的衍生工具合同，但以固定数量的自身权益工具交换固定金额的现金或其他金融资产的衍生工具合同除外。

根据双方签订的确认函，上述抵消后的余额，作为公司预付金龙电机的电机采购款，故公司不再拥有从金龙电机收取现金或其他金融资产的权利，仅有收取对方同等对价货物的权利，不符合金融资产的定义，故企业将其重分类为预付款项，符合《企业会计准则》的规定。

A 股首发上市申请企业审核过程中披露的相关信息中亦存在应收应付相互抵消的会计处理方式，部分案例如下：

序号	公司名称	通过审核日期	公开披露的相关信息
1	伟创电气 (688698.SH)	2020/9/15	第二轮审核问询函的回复意见：“公司的客户主要通过银行存款或者银行（商业）承兑汇票支付货款，其中，株洲中车时代电气股份有限公司、广州优控电气设备有限公司、东莞市畅通自动化科技有限公司存在个别通过应付账款抵消应收账款的情况，对于应收账款与应付账款互抵的具体事项，公司均与对方签订债权债务抵消协议。……。根据双方债权债务抵消协议，公司具有抵销已确认金额的法定权利且当前可以执行；公司也计划以抵消后净额结算，同时满足以上条件（一）和（二）。因此，以上应收应付账款互抵的情形会计处理合理。”
2	双乐股份 (301036.SZ)	2020/11/3	发行注册环节反馈意见落实函的回复：“公司与同为客户及供应商的企业，根据双方协议约定或双方协商一致同意，以销售货物形成的应收账款债权冲抵采购货物形成的应付账款债务，冲抵行为是双方真实意思表示，具备法律效力。债权债

序号	公司名称	通过审核日期	公开披露的相关信息
			务冲抵后，应收账款所对应的收取现金流量的合同权利终止，同时应付账款所对应的付款现时义务已经解除，公司据此终止确认应收账款与应付账款符合《企业会计准则》相关规定。 公司分别与前述客户、供应商签订了款项结算抵扣的约定，故公司具有抵销上述已确认金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的；同时，公司计划以净额结算上述应收账款和应付账款。因而，公司满足金融资产和金融负债以相互抵销后的净额在资产负债表内列示的条件；在会计处理上，公司将上述应收账款及应付账款进行了抵销处理。”
3	和顺科技（创业板尚未注册）	2021/8/25	第二轮审核问询函的回复意见：“报告期内，公司与上述客户以应收应付对冲方式结算货款，主要系公司向其采购或销售的金额较小，为简便操作，经双方协商一致，公司不再单独向其支付采购款而是将应付款项与应收款项抵消.....”

综上所述，公司将对金龙电机的应收应付款相互抵消并以差额进行结算的会计处理符合《企业会计准则》规定。

二、请保荐人、申报会计师发表明确意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师执行了以下核查程序：

1、查阅了高效电机财政补贴政府补助相关文件及政府补助审核资料，浙江金龙电机股份有限公司与发行人签订的调账确认函；

2、查阅了《企业会计准则——第 22 号金融工具的确认和计量》、《企业会计准则——第 37 号金融工具列报》相关规定，评价发行人调账相关金融资产抵消及重分类调整是否符合《企业会计准则》规定；

3、查询了 A 股首发上市申请企业审核过程中披露信息涉及应收应付相互抵消相关会计处理的案例。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：发行人对金龙电机的应收应付款相互抵消并以差额进行结算的会计处理符合《企业会计准则》规定。

12. 关于资金流水

申报材料与前次审核问询回复显示：

（1）发行人实际控制人与自然人王韬文之间存在资金往来，王韬文系发行人供应商台州市久弘机械有限公司（以下简称久弘机械）及客户宁德博沙机械设备有限公司（以下简称博沙机械）的股东，其持有久弘机械 30%股权，持有博沙机械 40%股权；

（2）久弘机械、博沙机械亦与发行人其他客户、供应商存在与经营业务无关的往来款。

请发行人说明：

（1）与久弘机械、博沙机械交易价格的公允性；久弘机械、博沙机械与发行人其他客户、供应商资金往来的背景，有关往来款的商业实质以及是否涉及发行人，是否存在为发行人承担成本费用、进行利益输送的情形；结合发行人久弘机械、博沙机械与相关供应商的资金往来情况说明发行人向爱尔达电气有限公司等四名供应商采购价格的公允性；

（2）相关资金流水核查的具体程序和异常标准；是否完整核查了控股股东、实际控制人、发行人主要关联方、董事、监事、高管、关键岗位人员等与发行人客户、供应商及其关联方的资金往来；是否存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形；

（3）现有股东是否存在替发行人客户和供应商的员工、关联方等代持股份的情形。

请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见，请保荐人、申报会计师结合资金流水核查情况就发行人内部控制是否健全有效、是否存在体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形发表明确意见。

回复：

一、与久弘机械、博沙机械交易价格的公允性：久弘机械、博沙机械与发行人其他客户、供应商资金往来的背景，有关往来款的商业实质以及是否涉及发行人，是否存在为发行人承担成本费用、进行利益输送的情形；结合发行人久弘机械、博沙机械与相关供应商的资金往来情况说明发行人向爱尔达电气有限公司等四名供应商采购价格的公允性

（一）与久弘机械、博沙机械交易价格的公允性

1、久弘机械

报告期内，公司向久弘机械的采购金额分别为 472.40 万元、494.22 万元、715.99 万元、791.58 万元，主要系曲轴箱毛坯、缸盖毛坯、门盖毛坯、套筒、电机前后端盖、电机端盖毛坯等采购，具体情况如下：

期间	交易内容	采购金额 (万元)	采购平均单 价 (元/只)	占同种原材 料采购金额 的比例	向其他供应商 采购平均单价 (元/只)
2021 年 1-6 月	曲轴箱毛坯	307.07	18.36	43.57%	19.97
	缸盖毛坯	157.40	6.32	58.34%	6.01
	门盖毛坯	100.23	4.28	69.42%	4.25
	套筒	41.35	44.07	18.13%	96.89
	电机前后端盖	65.85	15.90	33.56%	12.78
	电机端盖毛坯	58.29	5.64	79.08%	5.52
	其他	61.39	-	-	-
	合计	791.58	-	-	-
2020 年 度	曲轴箱毛坯	274.63	16.05	28.94%	16.43
	缸盖毛坯	129.14	5.51	35.21%	5.33
	门盖毛坯	102.75	4.05	49.70%	3.81
	套筒	77.59	40.58	18.93%	90.33
	电机前后端盖	47.97	14.57	13.58%	12.67
	电机端盖毛坯	31.16	4.25	40.51%	5.39
	其他	52.75	-	-	-
	合计	715.99	-	-	-
2019 年 度	曲轴箱毛坯	190.07	15.50	24.35%	15.88
	缸盖毛坯	87.21	5.27	27.22%	5.33

期间	交易内容	采购金额 (万元)	采购平均单 价 (元/只)	占同种原材 料采购金额 的比例	向其他供应商 采购平均单价 (元/只)
	门盖毛坯	62.62	3.61	23.89%	3.75
	套筒	96.98	52.75	25.61%	91.60
	电机端盖毛坯	34.42	4.23	41.70%	5.77
	其他	22.92	-	-	-
	合计	494.22	-	-	-
2018 年 度	曲轴箱毛坯	217.25	18.69	16.70%	16.81
	缸盖毛坯	134.06	6.00	27.77%	5.51
	门盖毛坯	73.39	3.66	26.30%	3.98
	套筒	42.08	56.63	8.63%	60.43
	电机端盖毛坯	0.90	4.32	1.64%	4.85
	其他	4.72	-	-	-
	合计	472.40	-	-	-

曲轴箱毛坯、缸盖毛坯、门盖毛坯、套筒、电机前后端盖、电机端盖毛坯等产品的主要原材料为铝合金，公司采购该等产品的定价方式一般为“考虑到损耗以后的原材料价格+压铸费+税费”。公司以每个月非标铝的平均市场单价加上和供应商协商一致的压铸费和一定比例的税费向其采购，公司向久弘机械采购平均单价除套筒外与向其他供应商采购同类产品的平均单价不存在显著差异，交易价格公允。

公司向久弘机械采购套筒的平均单价与向其他供应商采购同类产品的平均单价存在一定差异，主要原因系公司向久弘机械采购的套筒主要原材料是压铸铝，向其他供应商采购的套筒主要原材料包括生铁、压铸铝，且套筒规格型号存在较大差异，价格差异较大。整体来看，公司向久弘机械采购套筒的平均单价相对较低，主要系向其采购套筒尺寸较小所致。以下根据套筒规格型号将其换算成压铸铝重量后计算平均价格，分析公司向久弘机械采购套筒价格的公允性，具体情况如下：

期间	交易 内容	换算重量 (kg/只)	换算价格 (元/吨)	压铸铝市场价格 (元/吨)	差异 (元/吨)
2021 年 1-6 月	套筒	2.19	20,138.56	17,983.90	2,154.66

期间	交易内容	换算重量 (kg/只)	换算价格 (元/吨)	压铸铝市场价格 (元/吨)	差异 (元/吨)
2020 年度	套筒	2.39	16,966.11	14,541.56	2,424.55
2019 年度	套筒	2.99	17,629.50	14,337.70	3,291.80
2018 年度	套筒	3.10	18,238.64	15,236.98	3,001.66

注：市场价格来自 Wind 数据库标准合金压铸铝锭 ADC12 平均价格。

报告期内，公司向久弘机械采购的套筒换算价格与压铸铝市场价格走势一致，价格差异主要系生产损耗和压铸费，2020 年度、2021 年 1-6 月价格差异较小，主要系采购套筒尺寸较小，加工难度较低进而加工费较低所致，不存在异常情况，公司向久弘机械采购的套筒价格公允。

报告期内，公司除向久弘机械采购之外，存在向久弘机械销售铝件废料的情况，主要原因系公司向久弘机械采购铝制产品，相关产品在生产过程中存在少量报废的情况，公司将报废品作为废料销售给久弘机械；销售金额分别为 7.60 万元、3.30 万元、4.60 万元、3.67 万元，销售金额较小。报告期内，公司向久弘机械销售具体情况如下：

期间	交易内容	销售金额 (万元)	销售数量 (公斤)	销售价格 (元/公斤)	市场价格 (元/公斤)
2021 年 1-6 月	铝件废料	3.67	2,462.32	14.91	13.74
2020 年度	铝件废料	3.68	3,172.10	11.59	11.57
	其他	0.92	-	-	-
2019 年度	铝件废料	3.30	2,888.24	11.42	10.84
2018 年度	铝件废料	7.60	6,338.72	11.99	11.44

注：市场价格来自 Wind 数据库浙江台州废铝平均价格。

由上表可见，报告期内，公司向久弘机械销售的铝件废料销售价格与市场价格不存在显著差异，交易价格公允。

2、博沙机械

报告期内，公司向博沙机械的销售金额分别为 18.06 万元、172.42 万元、151.37 万元、24.23 万元，主要系生铁粉废料销售；公司废料销售价格参考市场行情价格并以出价高者优先收购，2018 年末博沙机械报价较高，公司引入其作为主要生铁粉废料收购商，2019 年、2020 年向其销售金额较高，2021 年 1-6 月因其报价低于其他收购商，公司更换生铁粉废料收购商，向其销售生铁粉金额

下降。报告期内，公司向博沙机械销售具体情况如下：

期间	交易内容	销售金额 (万元)	销售数量 (吨)	销售价格 (元/吨)	市场价格 (元/吨)
2021年1-6月	生铁粉废料	24.23	83.67	2,895.81	2,801.13
2020年度	生铁粉废料	142.11	590.16	2,407.99	2,394.10
2019年度	生铁粉废料	161.09	675.48	2,384.86	2,383.76
2018年度	生铁粉废料	16.62	74.76	2,222.80	2,239.68

注：市场价格来自 Wind 数据库 6-8mm 废钢市场价格，公司生铁粉销售价格系参考废钢市场价格结合收购商的报价制定。

由上表可见，报告期内，公司向博沙机械销售的生铁粉废料销售价格与市场价格不存在显著差异，交易价格公允。

(二) 久弘机械、博沙机械与发行人其他客户、供应商资金往来的背景，有关往来款的商业实质以及是否涉及发行人，是否存在为发行人承担成本费用、进行利益输送的情形

1、久弘机械、博沙机械与发行人其他客户资金往来情况

报告期内，久弘机械、博沙机械与公司其他客户资金往来情况如下：

单位：万元

客户名称	公司向其 销售金额 合计	久弘机械与其资金 往来		博沙机械与其资金 往来		款项性质
		收到金额	支付金额	收到金额	支付金额	
温岭市明华齿轮有限公司	57.06	211.94	202.15	52.70	537.02	久弘机械与其资金往来主要系往来款；博沙机械与其资金往来主要系货款
浙江方鑫机电有限公司	49.88	-	1.50	-	-	货款
温岭市九洲电机制造有限公司	33.71	-	-	-	173.00	货款
宁德博德机械有限公司	2.64	-	-	11.50	53.50	往来款
浙江巨东股份有限公司	0.08	-	6.83	-	-	货款
合计	143.37	211.94	210.48	64.20	763.52	

少量公司客户与久弘机械、博沙机械存在资金往来，报告期内公司向前述客户销售金额合计为 143.37 万元，金额较小，主要系空压机及配件零星销售。其中久弘机械、博沙机械与部分前述公司客户资金往来较大（合计 50 万元以

上)，具体情况如下：

单位：万元

客户名称	期间	公司向 其销售 金额	久弘机械与其资金 往来		博沙机械与其资金 往来		款项性质
			收到金额	支付金额	收到金额	支付金额	
温岭市明华齿轮有限公司	2021年1-6月	36.35	-	2.08	-	373.77	博沙机械与其资金往来系货款，采购铁件加工产生的下脚料
	2020年度	18.67	11.91	0.07	52.70	126.33	久弘机械与其资金往来系货款，向其销售铝铸件；博沙机械与其资金往来系货款，向其采购铁件加工产生的下脚料，向其销售铁铸件
	2019年度	1.54	200.03	200.00	-	34.20	久弘机械与其资金往来系短期资金拆借，均于转入当天转回；博沙机械与其资金往来系货款，采购铁件加工产生的下脚料
	2018年度	0.51	-	-	-	2.76	货款，采购铁件加工产生的下脚料
温岭市九洲电机制造有限公司	2021年1-6月	2.74	-	-	-	-	
	2020年度	30.97	-	-	-	173.00	货款，采购铁件加工产生的下脚料
	2019年度	-	-	-	-	-	
	2018年度	-	-	-	-	-	
宁德博德机械有限公司	2021年1-6月	1.49	-	-	-	-	
	2020年度	1.15	-	-	1.5	43.50	主要系拆借款
	2019年度	-	-	-	10.00	10.00	借款，短期内转回
	2018年度	-	-	-	-	-	

由上表可见，久弘机械、博沙机械与温岭市明华齿轮有限公司、温岭市九洲电机制造有限公司、宁德博德机械有限公司的资金往来主要系往来款及货款，具有商业实质及合理性，其中博沙机械报告期内向温岭市明华齿轮有限公司支付货款金额持续增加，原因系博沙机械自身销售规模增加，相应增加原材料采购规模。久弘机械、博沙机械与公司其他客户资金往来均不涉及公司，不存在为公司承担成本费用、进行利益输送的情形。

2、久弘机械、博沙机械与发行人其他供应商资金往来情况

报告期内，久弘机械、博沙机械与公司其他供应商资金往来情况如下：

单位：万元

供应商名称	公司向其 采购金额 合计	久弘机械与其资金 往来		博沙机械与其资金 往来		款项性质
		收到金额	支付金额	收到金额	支付金额	
爱尔达电气有限公司	1,978.23	-	-	2.75	-	货款
台州市星亚科技股份有限公司	890.94	-	3.41	-	-	货款
浙江兴益风机电器有限公司	786.97	3.09	-	-	-	货款
浙江升宏机械有限公司	155.13	390.00	420.00	-	-	往来款
合计	3,811.27	393.09	423.41	2.75	-	

少量公司供应商与久弘机械、博沙机械存在资金往来，报告期内公司向前述供应商采购金额合计为 3,811.27 万元，主要系冷却风扇、电机筒、调压阀等原材料采购。其中久弘机械、博沙机械与部分前述公司供应商资金往来较大（合计 50 万元以上），具体情况如下：

单位：万元

供应商 名称	期间	公司向其 采购金额	久弘机械与其资金 往来		博沙机械与其资金 往来		款项性质
			收到金额	支付金额	收到金额	支付金额	
浙江升宏 机械有限公司	2021年1-6月	37.77	130.00	230.00	-	-	短期资金拆借
	2020年度	101.75	60.00	60.00	-	-	
	2019年度	15.61	200.00	130.00	-	-	
	2018年度	-	-	-	-	-	

由上表可见，久弘机械与浙江升宏机械有限公司的资金往来主要系短期资金拆借，久弘机械与浙江升宏机械有限公司具有共同股东（王冰分别持有久弘机械 20.00%股权和浙江升宏机械有限公司 29.65%股权），资金拆借具有商业实质及合理性，不涉及公司，不存在为公司承担成本费用、进行利益输送的情形。

综上，久弘机械、博沙机械与公司其他客户、供应商资金往来具有商业实质及合理性，不涉及公司，不存在为公司承担成本费用、进行利益输送的情形。

（三）结合发行人久弘机械、博沙机械与相关供应商的资金往来情况说明 发行人向爱尔达电气有限公司等四名供应商采购价格的公允性

公司向爱尔达电气有限公司等四名供应商采购情况具体分析如下：

1、爱尔达电气有限公司

报告期内，公司向爱尔达电气有限公司的采购金额分别为 515.50 万元、557.17 万元、584.08 万元、321.45 万元，主要系电机定、转子采购，具体情况如下：

期间	交易内容	采购金额 (万元)	采购平均单 价 (元/只)	占同种原材 料采购金额 的比例	向其他供应商 采购平均单价 (元/只)
2021 年 1-6 月	电机定、转子	321.45	248.59	12.08%	29.84
2020 年度	电机定、转子	584.08	153.21	16.57%	24.06
2019 年度	电机定、转子	557.17	161.91	18.59%	24.02
2018 年度	电机定、转子	515.50	154.38	11.44%	25.29

电机定、转子受供求关系、工艺难度、原材料价格等因素影响较大，通常情况下产品尺寸越大，其生产加工难度越大、可选供应商越少、单价越高。报告期内，公司向不同供应商采购的定、转子产品尺寸差异较大，价格差异较大。公司向爱尔达电气有限公司采购定、转子全部用于螺杆机，而向其他供应商采购的定、转子主要用于活塞机，少量用于螺杆机和离心鼓风机，向爱尔达电气有限公司采购定、转子尺寸大于其他供应商，因而单价较高。2021 年 1-6 月向爱尔达电气有限公司采购电机定、转子平均单价较 2020 年大幅上涨，主要原因系 2021 年 1-6 月电机定、转子的主要原材料价格大幅上涨且 2021 年 1-6 月向爱尔达电气有限公司采购电机定、转子的尺寸略大于 2020 年。

公司向爱尔达电气有限公司采购的电机定、转子的主要原材料为硅钢、铝，市场定价依据一般为“原材料价格+加工费”，价格较为透明，公司以每个月硅钢、铝等原材料的平均价格考虑到废料比例后加上和供应商协商一致的加工费向供应商采购。公司向爱尔达电气有限公司采购电机定、转子的原材料价格、加工费与其向其他第三方客户销售的原材料价格、加工费不存在显著差异，具体情况如下：

期间	爱尔达电气有限公司向公司销售				爱尔达电气有限公司向第三方客户销售			
	硅钢/价格 (元/吨)	硅钢加工费 (元/吨)	铝价格 (元/吨)	铝浇筑费 (元/吨)	硅钢/价格 (元/吨)	硅钢加工费 (元/吨)	铝价格 (元/吨)	铝浇筑费 (元/吨)
2021 年 1-6 月	7,750- 8,600	779	15,100- 19,200	5,500	7,750- 8,600	750-850	15,100- 19,200	5,500

2020 年 度	4,637- 7,250	779	11,900- 16,470	5,500	4,637- 7,250	750-850	11,900- 16,470	5,500
2019 年 度	4,910- 5,240	779-800	13,350- 14,350	5,500	4,910- 5,240	750-850	13,350- 14,350	5,500
2018 年 度	5,020- 5,670	800	13,700- 14,550	5,500	5,020- 5,670	750-850	13,700- 14,550	5,500

报告期内，久弘机械与爱尔达电气有限公司不存在资金往来，博沙机械与爱尔达电气有限公司的资金往来合计为 2.75 万元，金额较低，久弘机械、博沙机械不存在通过爱尔达电气有限公司为公司承担成本费用、进行利益输送的情形。

综上，报告期内，公司向爱尔达电气有限公司的采购价格公允。

2、台州市星亚科技股份有限公司

报告期内，公司向台州市星亚科技股份有限公司的采购金额分别为 18.75 万元、292.23 万元、353.22 万元、226.74 万元，主要系调压阀、安全阀等原材料采购；台州市星亚科技股份有限公司系公司 2018 年末引入的供应商，因此 2018 年采购金额相对较低。报告期内，公司向台州市星亚科技股份有限公司采购具体情况如下：

期间	交易内容	采购金额 (万元)	采购平均单价 (元/套、只)	占同种原材料 采购金额的比例	向其他供应商 采购平均单价 (元/套、只)
2021 年 1- 6 月	调压阀	152.37	7.72	55.62%	6.76
	安全阀	54.97	4.15	30.33%	4.64
	其他	19.40	-	-	-
	合计	226.74	-	-	-
2020 年度	调压阀	230.77	7.00	54.22%	6.77
	安全阀	71.01	3.55	27.35%	4.14
	其他	51.44	-	-	-
	合计	353.22	-	-	-
2019 年度	调压阀	167.08	6.74	46.70%	6.93
	安全阀	60.36	2.67	33.42%	3.79
	其他	64.79	-	-	-
	合计	292.23	-	-	-
2018 年度	调压阀	11.47	6.95	1.99%	7.38
	安全阀	4.12	2.66	1.67%	3.07

期间	交易内容	采购金额 (万元)	采购平均单价 (元/套、只)	占同种原材料 采购金额的 比例	向其他供应商 采购平均单价 (元/套、只)
	其他	3.16	-	-	-
	合计	18.75	-	-	-

报告期内，公司向台州市星亚科技股份有限公司采购调压阀的平均单价与向其他供应商采购同类产品的平均单价不存在显著差异，其中 2021 年 1-6 月采购平均单价较高，主要原因系向台州市星亚科技股份有限公司采购调压阀中含部分调压阀组件，单价较高，拉高了采购平均单价。

报告期内，公司向台州市星亚科技股份有限公司采购安全阀的平均单价略低于向其他供应商采购同类产品的平均单价，主要原因系公司向台州市星亚科技股份有限公司采购的安全阀均用于活塞机产品，该类安全阀由于规格型号、性能等方面原因单价偏低。

报告期内，久弘机械与台州市星亚科技股份有限公司的资金往来合计为 3.41 万元，金额较低，博沙机械与台州市星亚科技股份有限公司不存在资金往来，久弘机械、博沙机械不存在通过台州市星亚科技股份有限公司为公司承担成本费用、进行利益输送的情形。

综上，报告期内，公司向台州市星亚科技股份有限公司的采购价格公允。

3、浙江兴益风机电器有限公司

报告期内，公司向浙江兴益风机电器有限公司的采购金额分别为 256.98 万元、3.85 万元、304.08 万元、222.06 万元，主要系冷却风扇采购；2019 年采购金额大幅下降，主要原因系浙江兴益风机电器有限公司产品质量存在问题，公司停止向其采购，2020 年其整改完毕经公司试样通过后再次进入公司供应商名单。报告期内，公司向浙江兴益风机电器有限公司采购具体情况如下：

期间	交易内容	采购金额 (万元)	采购平均单价 (元/个)	占同种原材料 采购金额的 比例	向其他供应商 采购平均单价 (元/个)
2021 年 1-6 月	冷却风扇	217.92	181.78	55.53%	195.36
	其他	4.14	-	-	-

期间	交易内容	采购金额 (万元)	采购平均单价 (元/个)	占同种原材料 采购金额的 比例	向其他供应商 采购平均单价 (元/个)
	合计	222.06	-	-	-
2020 年度	冷却风扇	297.63	180.61	35.86%	191.52
	其他	6.45	-	-	-
	合计	304.08	-	-	-
2019 年度	冷却风扇	3.85	133.21	0.54%	188.56
	其他	-	-	-	-
	合计	3.85	-	-	-
2018 年度	冷却风扇	252.24	194.17	34.32%	196.75
	其他	4.74	-	-	-
	合计	256.98	-	-	-

报告期内，公司向浙江兴益风机电器有限公司正常采购期间（除 2019 年之外）的采购平均单价向其他供应商采购同类产品的单价不存在显著差异。

报告期内，久弘机械与浙江兴益风机电器有限公司的资金往来合计为 3.09 万元，金额较低，博沙机械与浙江兴益风机电器有限公司不存在资金往来，久弘机械、博沙机械不存在通过浙江兴益风机电器有限公司为公司承担成本费用、进行利益输送的情形。

综上，报告期内，公司向浙江兴益风机电器有限公司的采购价格公允。

4、浙江升宏机械有限公司

报告期内，公司向浙江升宏机械有限公司的采购金额分别为 0.00 万元、15.61 万元、101.75 万元、37.77 万元，均为套筒采购；浙江升宏机械有限公司系公司 2019 年末引入的供应商，因此 2019 年采购金额相对较低。报告期内，公司向浙江升宏机械有限公司采购具体情况如下：

期间	交易内容	采购金额 (万元)	采购平均单价 (元/只)	占同种原材料 采购金额的 比例	向其他供应商 采购平均单价 (元/只)
2021 年 1-6 月	套筒	37.77	89.06	16.57%	77.95
2020 年度	套筒	101.75	78.37	24.83%	71.78

期间	交易内容	采购金额 (万元)	采购平均单价 (元/只)	占同种原材料 采购金额的比例	向其他供应商 采购平均单价 (元/只)
2019 年度	套筒	15.61	74.53	4.12%	77.17

报告期内，公司向浙江升宏机械有限公司采购套筒的平均单价与向其他供应商采购同类产品的平均单价存在一定差异，主要原因系公司向浙江升宏机械有限公司采购的套筒主要原材料是压铸铝，向其他供应商采购的套筒主要原材料包括生铁、压铸铝，且由于公司产品类型和规格型号较多，所需套筒规格型号存在较大差异，价格差异较大。整体来看，公司向浙江升宏机械有限公司采购套筒的平均单价相对较高。

报告期内，公司向浙江升宏机械有限公司采购的套筒定价方式为“考虑到损耗以后的原材料价格+压铸费”，以下根据套筒规格型号将其换算成压铸铝重量后计算平均价格，分析公司向浙江升宏机械有限公司采购价格的公允性，具体情况如下：

期间	交易内容	换算重量 (kg/只)	换算价格 (元/吨)	压铸铝市场价格 (元/吨)	差异 (元/吨)
2021 年 1-6 月	套筒	4.13	21,563.33	17,983.90	3,579.43
2020 年度	套筒	4.27	18,356.96	14,541.56	3,815.40
2019 年度	套筒	4.15	17,967.65	14,337.70	3,629.95

注：市场价格来自 Wind 数据库标准合金压铸铝锭 ADC12 平均价格。

报告期内，公司向浙江升宏机械有限公司采购的套筒换算价格与压铸铝市场价格走势一致，价格差异主要系生产损耗和压铸费，报告期内较为稳定。

报告期内，久弘机械与浙江升宏机械有限公司的资金往来中，久弘机械支出金额合计 420.00 万元，收到金额合计 390.00 万元，主要系短期资金拆借，久弘机械与浙江升宏机械有限公司具有共同股东（王冰分别持有久弘机械 20.00% 股权和浙江升宏机械有限公司 29.65% 股权），资金拆借具有商业实质及合理性，与公司无关；博沙机械与浙江兴益风机电器有限公司不存在资金往来。报告期内，公司向浙江升宏机械有限公司采购金额合计 155.13 万元，采购平均单价整体高于向其他供应商采购同类产品的平均单价，且换算成压铸铝重量后计算的平均价格不存在异常。久弘机械、博沙机械不存在通过浙江升宏机械有限公司

为公司承担成本费用、进行利益输送的情形。

综上，报告期内，公司向浙江升宏机械有限公司的采购价格公允。

二、相关资金流水核查的具体程序和异常标准；是否完整核查了控股股东、实际控制人、发行人主要关联方、董事、监事、高管、关键岗位人员等与发行人客户、供应商及其关联方的资金往来；是否存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形

（一）相关资金流水核查的具体程序和异常标准

关联方资金流水核查的具体程序和异常标准如下：

1、确定核查范围

（1）相关自然人流水核查范围：发行人实际控制人及与其存在大额资金往来的近亲属、董事（独立董事除外）、监事、高管、关键岗位人员（子公司高管、销售采购部门经理、出纳）

取得上述自然人的个人信用报告、个人银行账户明细及已提供全部银行账户明细的承诺；保荐机构、申报会计师陪同上述自然人前往工商银行、农业银行、中国银行、建设银行、交通银行、邮储银行、招商银行、浦发银行、光大银行、中信银行、民生银行、兴业银行、台州银行、泰隆银行、民泰银行、浙商银行等 16 家银行查询银行开户情况，打印个人银行流水；此外，在银行流水核查过程中，对银行互转情况进行交叉核对，以确认银行账户的完整性。

保荐机构、申报会计师、发行人律师对相关自然人的具体核查范围如下：

序号	姓名	与发行人关系	核查账户数量（个）
1	钟仁志	实际控制人、董事长	36
2	蔡海红	实际控制人、总经理	28
3	冯海荣	董事、副总经理	8
4	袁军	董事	17
5	金丹君	董事、财务负责人、董事会秘书	15
6	陈丹平	监事会主席	18
7	王晨曦	监事	12
8	林晓健	监事	15
9	蒋小红	出纳	16

10	高亚祥	子公司益鑫能源总经理	6
11	李晓艳	采购部经理	10
12	丁复兰	钟仁志母亲	8
13	曹娇凤	蔡海红母亲	7
14	钟佳好	钟仁志、蔡海红女儿	6
15	钟千红	钟仁志姐姐	18

(2) 相关企业流水核查范围：发行人实际控制人及其近亲属控制的企业

取得上述企业的企业信用报告、在人民银行或基本户开户行打印的银行账户开销户清单，取得上述企业报告期内所有银行账户的银行对账单。

保荐机构、申报会计师、发行人律师对相关法人的具体核查范围如下：

序号	企业名称	与发行人关系	核查账户数量（个）
1	温岭市鑫磊科技有限公司	控股股东	1
2	温岭市鸿圣投资合伙企业（有限合伙）	实际控制人控制的其他企业	1
3	温岭市鑫磊环保设备有限公司	实际控制人控制的其他企业	10
4	温岭市鹏杰环保科技有限公司	实际控制人控制的其他企业	9
5	温岭市鑫磊新能源有限公司	实际控制人控制的其他企业	17
6	鑫磊博览城有限公司	实际控制人控制的其他企业	9
7	中诚环球国际贸易有限公司	实际控制人控制的其他企业	2
8	上海磊利汽车贸易有限公司	实际控制人控制的其他企业	1
9	温岭市鑫磊置业有限公司	实际控制人控制的其他企业	2
10	温岭市鑫磊房地产开发有限公司	实际控制人控制的其他企业	8
11	宁波杭州湾新区鑫都商业管理有限公司	实际控制人控制的其他企业	1
12	武汉鑫磊精诚物业有限公司	实际控制人控制的其他企业	2
13	武汉鑫磊未来城科技有限公司	实际控制人控制的其他企业	1
14	杭州桉佳和文化创意有限公司	实际控制人钟仁志之女钟佳好控制的企业	1
15	浙江渔荣庄食品有限公司	实际控制人钟仁志之女钟佳好控制的企业	1
16	温岭鑫凹贸易有限公司	实际控制人蔡海红之兄蔡海兵控制的企业	1

2、确定异常标准

相关自然人流水核查的异常标准为：单笔收支金额在 5 万元及以上的所有资金流水。

相关企业流水核查的异常标准为：单笔收支金额在 20 万元及以上的所有资金流水。

3、具体核查程序

（1）对前述相关自然人单笔收支金额在 5 万元及以上的所有资金流水进行逐一记录；对前述相关企业对单笔收支金额在 20 万元及以上的所有资金流水进行逐一记录；

（2）针对异常流水记录情况，对前述相关自然人、相关企业的实际控制人进行访谈，了解资金流水交易对手情况、往来性质，并取得支持性底稿资料。

（二）是否完整核查了控股股东、实际控制人、发行人主要关联方、董事、监事、高管、关键岗位人员等与发行人客户、供应商及其关联方的资金往来；是否存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形

保荐机构、申报会计师、发行人律师通过 Wind 全球企业数据库获取了发行人客户、供应商及其关联方（股东、董事、监事、高级管理人员）清单，与获取的控股股东、实际控制人、发行人主要关联方、董事、监事、高管、关键岗位人员资金流水中交易对手方进行了交叉核对，核查是否存在资金往来，对存在资金往来的情况进行了访谈并取得了支持性底稿文件；取得了控股股东、实际控制人、发行人主要关联方、董事、监事、高管、关键岗位人员出具的不存在利用关联方账户代付成本、费用，代收代付客户、供应商等往来款项等情况的声明和承诺；对主要客户、供应商进行访谈时，确认了是否存在关联方代发行人支付成本、费用，代收代付客户、供应商等往来款项等情况。

经核查，前述主体间资金往来情况如下：

1、实际控制人与王韬文以及实际控制人母亲丁复兰与王韬文、李素娥之间的资金往来

（1）报告期内，实际控制人与自然人王韬文（系发行人供应商久弘机械及

客户博沙机械的股东)之间存在资金往来,具体情况详见首轮审核问询函回复“25.关于现金分红与资金流水”之“二、请保荐人、申报会计师发表明确意见,就发行人实际控制人是否存在与发行人客户及其关联方、供应商及其关联方的资金往来,是否存在为发行人分担成本费用、是否存在商业贿赂的情形进行核查并发表明确意见”。

实际控制人与王韬文之间的资金往来,系实际控制人申请经营贷款时,由王韬文帮忙进行转贷,经营贷款由银行受托支付给王韬文后王韬文转回实际控制人账户相同金额,不存在异常,相关资金往来不存在代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形;发行人与久弘机械、博沙机械之间交易价格公允,不存在为发行人承担成本费用、进行利益输送的情形,具体情况详见本题回复第一问。

(2)报告期内,实际控制人母亲丁复兰与自然人王韬文(系发行人供应商久弘机械及客户博沙机械的股东)、李素娥(系发行人供应商江苏淮宇铸造有限公司的股东)之间存在资金往来,具体情况详见本回复“3.关于关联方”之“二、供应商股东与丁复兰存在资金往来的供应商及股东基本情况,发行人与该供应商报告期内的交易金额,丁复兰与供应商股东资金往来的金额及合理性”。

丁复兰与王韬文之间的资金往来,系钟仁志委托其母亲丁复兰按月向王韬文支付相关融资应承担的利息,相关资金往来不存在代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形;发行人与久弘机械、博沙机械之间交易价格公允,不存在为发行人承担成本费用、进行利益输送的情形,具体情况详见本题回复第一问。

丁复兰与李素娥之间的资金往来,系李素娥向丁复兰借款、归还借款及支付利息,相关资金往来不存在代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形;发行人与江苏淮宇铸造有限公司之间交易价格公允性分析如下:

①发行人向江苏淮宇铸造有限公司采购情况

报告期内,发行人向江苏淮宇铸造有限公司的采购金额分别为 631.72 万元、401.18 万元、404.49 万元、210.31 万元,主要系机身、排气座、端盖等采购,具体情况如下:

期间	交易内容	采购金额（万元）	采购平均单价（元/只）	占同种原材料采购金额的比例	向其他供应商采购平均单价（元/只）
2021年 1-6月	机身	164.82	271.26	32.39%	242.84
	排气座	25.26	98.67	20.19%	71.30
	端盖	17.20	23.95	11.83%	31.05
	其他	3.03	-	-	-
	合计	210.31	-	-	-
2020年度	机身	346.30	296.92	38.75%	193.94
	排气座	33.53	103.64	15.32%	57.26
	端盖	22.19	22.57	14.58%	16.28
	其他	2.47	-	-	-
	合计	404.49	-	-	-
2019年度	机身	305.14	314.39	35.90%	226.06
	排气座	27.33	87.82	14.44%	64.05
	端盖	38.70	67.17	24.52%	15.79
	其他	30.01	-	-	-
	合计	401.18	-	-	-
2018年度	机身	514.76	309.48	44.01%	300.37
	排气座	16.78	118.64	9.64%	135.83
	端盖	55.95	134.21	19.74%	27.34
	其他	44.23	-	-	-
	合计	631.72	-	-	-

发行人向江苏淮宇铸造有限公司采购机身、排气座、端盖的平均单价与向其他供应商采购同类产品的平均单价存在一定差异，主要原因系发行人以上原材料规格型号存在较大差异，价格差异较大。发行人向江苏淮宇铸造有限公司采购的机身、排气座、端盖主要原材料为铸造生铁，发行人以每个月铸造生铁的平均市场单价加上和供应商协商一致的加工费向其采购，以下选取提供同类产品的其他主要供应商，通过对比材料费和加工费分析发行人向江苏淮宇铸造有限公司采购的公允性，具体情况如下：

单位：万元/吨

供应商名称	采购内容	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
		材料费	加工费	材料费	加工费	材料费	加工费	材料费	加工费

供应商名称	采购内容	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
江苏淮宇铸造有限公司	机身、排气座、端盖	0.38-0.44	0.42-0.47	0.32-0.35	0.42-0.47	0.35	0.42-0.47	0.35	0.42-0.48
福建国兴机械有限公司		0.39-0.46	0.45	0.30-0.36	0.45	0.33-0.38	0.40-0.45	0.38	0.40
温岭市鑫都机械有限公司		0.40-0.46	0.36-0.45	0.31-0.38	0.36-0.45	0.33-0.36	0.36-0.45	0.34-0.37	0.36

由上表可见，报告期内，发行人向江苏淮宇铸造有限公司采购机身、排气座、端盖等产品的材料费、加工费与发行人向其他供应商采购同类产品的材料费、加工费不存在显著差异，发行人向江苏淮宇铸造有限公司的采购价格公允。

②发行人向江苏淮宇铸造有限公司销售情况

报告期内，发行人除向江苏淮宇铸造有限公司采购之外，存在向江苏淮宇铸造有限公司销售废料的情况，主要原因系发行人向江苏淮宇铸造有限公司采购生铁铸件产品，相关产品在生产过程中存在少量报废的情况，发行人将报废品作为废料销售给江苏淮宇铸造有限公司。报告期内，发行人向江苏淮宇铸造有限公司销售具体情况如下：

期间	交易内容	销售金额 (万元)	销售数量 (吨)	销售价格 (元/吨)	市场价格 (元/吨)
2021 年 1-6 月	生铁铸件废料	0.11	0.34	3,247.79	2,968.93
2020 年度	生铁铸件废料	2.62	1.18	2,212.39	2,394.10
	其他	0.35	-	-	-
2019 年度	生铁铸件废料	28.34	12.99	2,182.06	2,383.76
2018 年度	生铁铸件废料	55.00	24.60	2,235.64	2,239.68
	其他	1.90	-	-	-

注：市场价格来自 Wind 数据库 6-8mm 废钢市场价，废铁无公开市场报价，发行人废铁销售价格系参考废钢市场价格结合收购商的报价制定。

由上表可见，报告期内，发行人向江苏淮宇铸造有限公司销售的生铁铸件废料销售价格与市场价格不存在显著差异，交易价格公允；2020 年度起江苏淮宇铸造有限公司收购废料报价较低，发行人减少向其销售。

综上，发行人与江苏淮宇铸造有限公司之间交易价格公允，不存在为发行人承担成本费用、进行利益输送的情形。

2、实际控制人控制的鑫磊环保、鑫磊新能源与发行人部分供应商之间的资金往来

报告期内，实际控制人控制的鑫磊环保与发行人存在重叠供应商，具体情况详见本回复“3. 关于关联方”第一问；报告期内，实际控制人控制的鑫磊环保、鑫磊新能源与发行人部分供应商之间存在转贷情形，即鑫磊环保、鑫磊新能源将获取的银行贷款转给相关供应商后，该等供应商于当日或次日内转回给鑫磊环保、鑫磊新能源账户相同金额，具体情况如下：

单位：万元

单位名称	供应商名称	期间	转贷金额	发行人向其采购金额
鑫磊环保	浙江亿钢新材料有限公司	2021年1-6月	10,500.00	-
		2020年度	7,100.00	-
		2019年度	2,600.00	-
		2018年度	5,818.00	0.42
	森川智能科技（浙江）有限公司	2021年1-6月	2,300.00	12.78
		2020年度	2,500.00	83.59
		2019年度	2,000.00	84.31
		2018年度	-	129.76
	温岭市繁欣五金机械厂	2021年1-6月	-	278.13
		2020年度	8,000.00	400.51
		2019年度	12,665.00	315.35
		2018年度	18,700.00	419.16
	浙江顿腾机械有限公司	2021年1-6月	-	23.54
		2020年度	3,800.00	33.85
		2019年度	12,700.00	6.54
		2018年度	-	-
	温岭市凯佳远机电有限公司	2021年1-6月	-	-
		2020年度	5,700.00	335.02
		2019年度	4,900.00	2,144.33
		2018年度	4,500.00	3,040.07
	台州南红机械有限公司	2021年1-6月	-	-
		2020年度	-	-
		2019年度	7,700.00	11.15

		2018 年度	14,762.00	10.03
鑫磊新能源	浙江顿腾机械有限公司	2021 年 1-6 月	300.00	23.54
		2020 年度	2,500.00	33.85
		2019 年度	2,000.00	6.54
		2018 年度	-	-
	浙江亿钢新材料有限公司	2021 年 1-6 月	-	-
		2020 年度	6,850.00	-
		2019 年度	3,810.00	-
		2018 年度	11,050.00	0.42
	森川智能科技（浙江）有限公司	2021 年 1-6 月	-	12.78
		2020 年度	13,050.00	83.59
		2019 年度	-	84.31
		2018 年度	-	129.76
	温岭市凯佳远机电有限公司	2021 年 1-6 月	-	-
		2020 年度	2,500.00	335.02
		2019 年度	-	2,144.33
		2018 年度	1,900.00	3,040.07
	温岭市繁欣五金机械厂	2021 年 1-6 月	-	278.13
		2020 年度	3,800.00	400.51
		2019 年度	-	315.35
		2018 年度	3,668.00	419.16
	台州南红机械有限公司	2021 年 1-6 月	-	-
		2020 年度	-	-
		2019 年度	8,190.00	11.15
		2018 年度	12,750.00	10.03

报告期内，鑫磊环保存在与发行人供应商重叠的情形，鑫磊环保、鑫磊新能源存在通过发行人供应商进行转贷的情形，相关资金往来均不存在代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形。

发行人向鑫磊环保重叠供应商中采购金额较大的为上海钢恒金属材料有限公司、台州市久弘机械有限公司；发行人向转贷供应商中采购金额较大的为温岭市凯佳远机电有限公司、温岭市繁欣五金机械厂，以下对发行人与该等供应商交易价格公允性进行分析。发行人与台州市久弘机械有限公司价格公允性分

析详见本回复“12.关于资金流水”第一问之“(一)与久弘机械、博沙机械交易价格的公允性”；发行人向上海钢恒金属材料有限公司、温岭市凯佳远机电有限公司、温岭市繁欣五金机械厂采购原材料的价格与向其他供应商采购同类原材料的价格情况如下：

供应商名称	采购内容	单位	采购单价				向其他供应商采购同类产品平均单价			
			2021年 1-6月	2020年 度	2019年 度	2018年 度	2021年 1-6月	2020年 度	2019年 度	2018年 度
上海钢恒金属材料有限公司	钢板	元/公斤	5.30	4.07	4.02	4.19	5.39	4.05	4.02	4.17
温岭市凯佳远机电有限公司	电机定、转子	元/个	-	25.29	25.23	27.43	33.39	28.28	42.59	29.12
温岭市繁欣五金机械厂	螺栓	元/个	0.16	0.14	0.13	0.13	0.24	0.25	0.28	0.30
	轮轴	元/套	0.77	0.73	0.67	0.56	4.08	3.34	6.66	0.76
	螺钉	元/个	0.05	0.05	0.05	0.04	0.16	0.10	0.10	0.05
	螺母	元/个	0.09	0.08	0.08	0.07	0.16	0.21	0.19	0.20

(1) 上海钢恒金属材料有限公司

报告期内，发行人向上海钢恒金属材料有限公司采购钢板的平均单价与向其他钢板供应商采购单价不存在显著差异，采购价格公允。

(2) 温岭市凯佳远机电有限公司

报告期内，发行人向温岭市凯佳远机电有限公司采购电机定、转子平均单价与向其他定、转子供应商采购单价存在一定差异，主要原因系发行人向不同供应商采购的定、转子产品尺寸差异较大，价格差异较大。电机定、转子的主要原材料为硅钢和带钢，市场定价依据一般为“原材料价格+加工费”，价格较为透明，发行人以每个月硅钢等原材料的平均价格考虑到废料比例后加上和供应商协商一致的加工费向供应商采购，采购价格公允。以下选取相同规格型号电机定、转子平均采购单价进行比较，分析采购价格的公允性，具体情况如下：

单位：元/个

期间	类别	规格型号(mm)	温岭市铭威机电有限公司	温岭市凯佳远机电有限公司	温岭市林南机电有限公司
2021年 1-6月	定子	φ132×φ67×65	27.37	-	26.90
		φ132×φ67×75	31.54	-	30.77
		φ132×φ67×85	38.01	-	36.37

期间	类别	规格型号(mm)	温岭市铭威机电有限公司	温岭市凯佳远机电有限公司	温岭市林南机电有限公司
	转子	φ67.3×φ20×65	12.86	-	12.62
		φ67.3×φ20×75	14.78	-	14.06
2020 年度	定子	φ132×φ67×65	22.69	22.89	22.03
		φ132×φ67×75	26.25	26.37	25.25
		φ132×φ67×85	28.79	29.68	27.02
		φ132×φ67×95	33.02	32.82	-
	转子	φ76.4×φ27×100	20.44	19.50	-
		φ67.3×φ20×65	10.72	10.64	10.43
		φ67.3×φ20×75	12.46	12.33	11.71
2019 年度	定子	φ132×φ67×65	-	22.98	22.32
		φ132×φ67×75	-	26.17	25.32
		φ132×φ67×85	-	29.20	28.39
	转子	φ67.3×φ20×65	-	10.66	10.48
		φ67.3×φ20×75	-	11.94	11.66
2018 年度	定子	φ132×φ67×65	-	24.37	24.19
		φ132×φ67×75	-	28.19	27.63
		φ132×φ67×85	-	31.40	30.76
		φ132×φ67×95	-	35.58	34.21
	转子	φ67.3×φ20×65	-	11.26	11.21
		φ67.3×φ20×75	-	12.65	12.56

由上表可见，报告期内，发行人向温岭市凯佳远机电有限公司采购电机定、转子的平均单价与向其他电机定、转子供应商采购同类规格型号产品单价不存在显著差异。

（3）温岭市繁欣五金机械厂

报告期内，发行人向温岭市繁欣五金机械厂采购螺栓、轮轴、螺钉、螺母单价与发行人向其他供应商同类产品采购单价存在一定差异，主要原因系发行人向不同供应商采购的该类产品规格尺寸差异较大，价格差异较大。以下选取相同规格尺寸的该类产品平均采购单价进行比较，分析采购价格的公允性，具体情况如下：

期间	采购内容	规格型号	温岭市繁欣五金机械厂	其他同类产品 供应商
2021 年 1-6 月	螺栓（元/个）	外六角螺栓 M8*25	0.1229	0.1199
	螺栓（元/个）	内六角螺栓 M10*25	0.2431	0.2459
	螺钉（元/个）	接线柱铁镀铜螺钉 M4*11	0.1864	0.1770
	螺母（元/个）	六角螺母 M10	0.0851	0.0854
2020 年 度	螺栓（元/个）	外六角螺栓 M8*25	0.1287	0.1228
	螺栓（元/个）	外六角带垫螺栓 M6*16	0.0531	0.0549
	螺钉（元/个）	圆柱头内六角螺丝 M6*16	0.0885	0.0885
	螺母（元/个）	防松螺母 M5	0.0416	0.0396
2019 年 度	螺栓（元/个）	外六角螺栓 M8*25	0.1250	0.1289
	螺栓（元/个）	内六角螺栓 M8*50	0.2292	0.2078
	螺钉（元/个）	内六角螺钉 M5*14	0.0420	0.0396
	螺母（元/个）	内六角螺钉 M5*14	0.0420	0.0418
2018 年 度	螺栓（元/个）	外六角螺栓 M8*25	0.1172	0.1190
	螺栓（元/个）	内六角螺栓(镀镍)M10*25	0.2431	0.2448
	轮轴（元/套）	M10*18	0.7958	0.8277
	螺钉（元/个）	内六角螺钉 M5*14	0.0393	0.0412
	螺母（元/个）	防滑螺母 M8	0.0532	0.0558

注：2019 年、2020 年、2021 年 1-6 月向温岭市繁欣五金机械厂采购轮轴与向其他供应商采购轮轴无类似规格产品。

由上表可见，报告期内，发行人向温岭市繁欣五金机械厂采购螺栓、轮轴、螺钉、螺母的平均单价与向其他同类产品供应商采购同类规格型号产品单价不存在显著差异。

综上，鑫磊环保存在与发行人供应商重叠的情形，鑫磊环保、鑫磊新能源存在通过发行人供应商进行转贷的情形，发行人向该等供应商采购价格公允，鑫磊环保、鑫磊新能源不存在为发行人承担成本费用、进行利益输送的情形。

保荐机构、申报会计师、发行人律师已完整核查了控股股东、实际控制人、发行人主要关联方、董事、监事、高管、关键岗位人员等与发行人客户、供应商及其关联方的资金往来；不存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形。

（三）控股股东、实际控制人、发行人主要关联方、董事、监事、高管、关键岗位人员等与发行人经销客户及其关联方的资金往来

保荐机构、申报会计师、发行人律师通过 Wind 全球企业数据库获取了发行人经销客户及其关联方（股东、董事、监事、高级管理人员）清单，与获取的控股股东、实际控制人、发行人主要关联方、董事、监事、高管、关键岗位人员资金流水中交易对手方进行了交叉核对，核查是否存在资金往来；取得了控股股东、实际控制人、发行人主要关联方、董事、监事、高管、关键岗位人员出具的不存在利用关联方账户代付成本、费用，代收代付客户、供应商等往来款项等情况的声明和承诺；对主要客户、供应商进行访谈时，确认了是否存在关联方代发行人支付成本、费用，代收代付客户、供应商等往来款项等情况。

经核查，发行人控股股东、实际控制人、发行人主要关联方、董事、监事、高管、关键岗位人员等与发行人经销客户及其关联方不存在资金往来。

三、现有股东是否存在替发行人客户和供应商的员工、关联方等代持股份的情形

截至本回复出具日，公司现有股本结构如下：

序号	股东姓名或名称	持股数量（股）	持股比例（%）
1	鑫磊科技	77,853,980	66.0395
2	钟仁志	23,882,572	20.2584
3	鸿圣投资	7,396,733	6.2743
4	蔡海红	3,256,715	2.7625
5	王相荣	2,750,000	2.3327
6	王壮利	2,750,000	2.3327
合计		117,890,000	100.0000

现有股东中，鑫磊科技为钟仁志、蔡海红 100.00%持股的有限公司，鸿圣投资为员工持股平台，王相荣、王壮利为 2017 年引入的外部投资者，公司现有股东入股资金来源为自有资金，不存在替公司客户和供应商的员工、关联方等代持股份的情形。

四、请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见

（一）核查程序

保荐机构、发行人律师、申报会计师执行了以下核查程序：

1、通过国家企业信用信息公示系统查询了久弘机械和博沙机械的基本信息，取得了发行人与上述两家公司交易明细，将发行人与上述两家公司的交易价格与市场价格、发行人向其他同类产品供应商采购价格进行对比，分析了交易价格的公允性；取得了久弘机械、博沙机械报告期内的银行流水，与发行人客户、供应商进行交叉核对，核查是否存在与发行人客户、供应商的资金往来；访谈了久弘机械、博沙机械的股东，了解其与发行人客户、供应商资金往来的背景，获取了相应支持性资料；取得了久弘机械、博沙机械不存在为发行人承担成本费用、进行利益输送的声明；访谈了与久弘机械、博沙机械存在大额资金往来的发行人客户、供应商，了解其与久弘机械、博沙机械资金往来的背景；取得了与久弘机械、博沙机械存在资金往来的爱尔达电气有限公司等发行人四名供应商的交易明细，将发行人与前述四名供应商的交易价格与市场价格、发行人向其他同类产品供应商采购价格进行对比，分析了采购价格的公允性；

2、取得了发行人实际控制人、非独立董事、监事、高管、关键岗位人员的个人信用报告、个人银行账户明细及已提供全部银行账户明细的承诺；陪同以上人员前往工商银行、农业银行、中国银行、建设银行、交通银行、邮储银行、招商银行、浦发银行、光大银行、中信银行、民生银行、兴业银行、台州银行、泰隆银行、民泰银行、浙商银行等 16 家银行查询银行开户情况，对银行互转情况进行交叉核对，以确认银行账户的完整性；

3、从发行人实际控制人、非独立董事、监事、高管、关键岗位人员的银行对账单出发，对单笔收支金额在 5 万元及以上的所有大额资金流水进行逐一记录，了解交易对手、往来性质，重点关注是否存在关联方代付成本、费用，代收代付客户、供应商等往来款项等情况；对记录的大额流水向相应人员进行访谈并取得支持性资料；取得发行人实际控制人、非独立董事、监事、高管、关键岗位人员出具的不存在利用其账户代付成本、费用，代收代付客户、供应商等往来款项等情况的声明和承诺；对实际控制人与王韬文以及实际控制人母亲

丁复兰与王韬文、李素娥之间的资金往来进行核查，并对发行人与相关企业交易价格公允性进行分析；

4、查阅报告期内发行人实际控制人的调查表及其控制的除发行人及其子公司以外的其他企业名单；通过企查查、天眼查等查询控股股东、实际控制人及其近亲属控制的其他企业名单；取得了控股股东、实际控制人及其近亲属控制的其他企业的企业信用报告、在人民银行或基本户开户行打印的银行账户开销户清单、报告期内各账户银行对账；

5、从控股股东、实际控制人及其近亲属控制的其他企业的银行对账单出发，对单笔收支金额在 20 万元及以上的所有大额资金流水进行逐一记录，了解往来性质，重点关注是否存在关联方代付成本、费用，代收代付客户、供应商等往来款项等行为；对记录的大额流水向相应人员进行访谈并取得支持性资料；取得了发行人控股股东、实际控制人及其近亲属控制的其他企业出具的不存在利用关联方账户代付成本、费用，代收代付客户、供应商等往来款项等情况的声明和承诺；对实际控制人控制的鑫磊环保、鑫磊新能源与发行人部分供应商之间的资金往来进行核查，并对发行人与相关企业交易价格公允性进行分析；

6、查阅了发行人工商档案资料，历次股权变更相关的决议文件、相关协议、验资报告等资料；查阅了非自然人股东鑫磊科技、鸿圣投资工商档案资料；查阅了发行人的员工名册、发行人与鸿圣投资合伙人签署的劳动合同；核查了发行人历次增资中增资方出资相关资金流水、银行缴款凭证，鸿圣投资中为发行人董监高的合伙人出资相关资金流水；查阅了发行人现有股东填写的调查表及其出具的声明与承诺；访谈了发行人现有股东，确认其是否存在替发行人客户和供应商的员工、关联方等代持股份的情形；

7、对主要客户、供应商进行了访谈，确认其董监高及关键经办人员不存在通过委托方式持有发行人股份的情形。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师、申报会计师认为：

1、发行人与久弘机械、博沙机械交易价格公允；久弘机械、博沙机械与发行人其他客户、供应商资金往来具有商业实质，不涉及发行人，不存在为发行

人承担成本费用、进行利益输送的情形；发行人向爱尔达电气有限公司、台州市星亚科技股份有限公司、浙江兴益风机电器有限公司、浙江升宏机械有限公司的采购价格公允；

2、保荐机构、申报会计师完整核查了控股股东、实际控制人、发行人主要关联方、董事、监事、高管、关键岗位人员等与发行人客户、供应商及其关联方的资金往来；不存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形；发行人与资金往来核查中涉及的相关主体交易价格公允，不存在为发行人承担成本费用、进行利益输送的情形；

3、现有股东不存在替发行人客户和供应商的员工、关联方等代持股份的情形。

五、请保荐人、申报会计师结合资金流水核查情况就发行人内部控制是否健全有效、是否存在体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形发表明确意见

保荐机构、申报会计师就发行人资金流水按照《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》“问题54、资金流水核查”的要求进行了逐条核查，履行了以下主要核查程序：

1、查阅了发行人资金管理内控制度文件，了解、评价并测试了发行人与货币资金管理、关联方及其交易管理等相关的关键内部控制的设计和运行有效性；

2、取得了发行人及其子公司已开立银行账户清单、企业信用报告、报告期内银行对账单并进行银行函证，对银行对账单中出现的银行账户进行交叉核对，核查是否存在银行账户清单以外的账户；对报告期内发行人及其子公司单笔收支金额在20万元及以上的所有资金流水进行核查，将银行对账单和银行日记账进行双向核对，核查资金流入流出是否全部入账，关注是否存在重大异常；

3、取得了发行人实际控制人、非独立董事、监事、高管、关键岗位人员的银行流水，对单笔收支金额在5万元及以上的所有资金流水进行核查，取得了控股股东鑫磊科技、员工持股平台鸿圣投资的银行流水，对单笔收支金额在20万元及以上的所有资金流水进行核查，了解交易对手、往来性质，重点关注是否存在关联方代付成本、费用，代收代付客户、供应商等往来款项等情况；

4、查阅了发行人报告期内的现金日记账，并结合对发行人银行流水的核查，

核查发行人是否存在大额或频繁取现的情形；在对发行人银行流水核查的过程中，关注是否存在金额、日期相近的异常大额资金进出的情形；

5、获取发行人主要业务循环内部控制相关制度，并执行穿行测试和控制测试，测试发行人内部控制制度是否设计合理并得到有效执行；

6、对发行人主要客户、主要供应商进行了走访，确认其是否存在与发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、主要关联方存在资金往来、利益安排等情形，确认其是否存在代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形。

经核查，报告期内，实际控制人与自然人王韬文（系发行人供应商久弘机械及客户博沙机械的股东）之间存在资金往来，系实际控制人申请经营贷款时，由王韬文帮忙进行转贷，经营贷款由银行受托支付给王韬文后王韬文转回实际控制人账户相同金额，不存在异常，公司与久弘机械、博沙机械之间交易价格公允，不存在为发行人承担成本费用、进行利益输送的情形；实际控制人母亲丁复兰与自然人王韬文存在资金往来，系代钟仁志向王韬文支付融资利息，丁复兰与自然人李素娥（系发行人供应商江苏淮宇铸造有限公司的股东）存在资金往来，系个人借款及归还借款、支付利息，均不涉及发行人，不存在为发行人承担成本费用、进行利益输送的情形。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：发行人内部控制健全有效，不存在体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形。

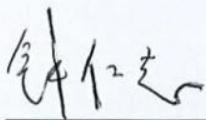
（本页无正文，为《关于鑫磊压缩机股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件第二轮审核问询函的回复》之发行人签章页）



发行人董事长声明

本人已认真阅读鑫磊压缩机股份有限公司本次问询函回复的全部内容，确认问询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。

发行人董事长签名：



钟仁志

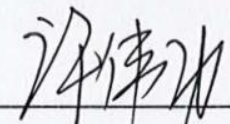


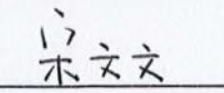
鑫磊压缩机股份有限公司

2022年2月16日

（本页无正文，为《关于鑫磊压缩机股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件第二轮审核问询函的回复》之保荐机构签章页）

保荐代表人签名：


许伟功


宋文文

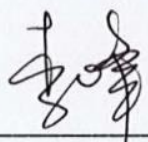
中泰证券股份有限公司



保荐机构董事长声明

本人已认真阅读鑫磊压缩机股份有限公司本次问询函回复的全部内容，了解问询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，问询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。

保荐机构董事长签名：


李 峰

