

概覽

本集團為中國主要輪式裝載機及基建機械製造商。本集團的核心業務包括設計、製造及銷售輪式裝載機，有關業務的銷售額佔本集團截至二零零五年六月三十日止六個月營業額約**96.9%**。根據二零零四年中國工程機械工業年鑑，本集團為中國第三大輪式裝載機製造商及最大非國營輪式裝載機製造商，按二零零四年於中國售出的輪式裝載機的台數計算，國內市場份額約為**14%**。本集團的輪式裝載機以「龍工」品牌推出市場，並於二零零四年九月獲中國名牌戰略推進委員會及中國國家質量監督檢驗檢疫總局頒發「中國名牌產品」。本集團產品主要以基建及採礦業為對象，向有關行業作出的銷售額佔本集團截至二零零五年六月三十日止六個月營業額超過**80%**。

本集團製造基建機械的所在地位於兩間生產廠房，名為松江廠房及龍岩廠房，其分別位於上海市及福建省。松江廠房為本集團的總部及主要製造基地，其位處上海松江工業區的策略性地點，鄰近連接國家交通系統的主要公路及鐵路。

本集團亦從事驅動橋及變速箱（其為輪式裝載機的主要零件）的製造。本集團相信生產有關零件的能力使本集團可加強成本控制及監察產品質素。此外，本集團相信其開發驅動橋及變速箱的能力可使生產過程達至高度的縱向整合，並使本集團可以監控加工技術，令本集團的產品更能迎合最終用家的設計及表現要求。收購管道公司、液壓公司及齒輪公司後，為加強生產優勢，本集團亦計劃擴大其生產至其他零件，如齒輪、液壓油缸及管道。

本集團擁有在其中央銷售總部及地區銷售經理監管及控制下經營的銷售代理商網絡。於最後實際可行日期，本集團擁有由**112**名銷售代理商組成的全國網絡，覆蓋中國**22**個省、五個自治區及四個直轄市。此外，本集團已委任若干銷售代理商為當地服務代理商，向最終用家提供售後服務，以作為本集團提供優質產品及確保客戶滿意的目標策略之一。於最後實際可行日期，本集團擁有逾**134**所由該等服務代理商營運的售後服務中心。本集團相信，其龐大的服務網絡有助為最終用家提供迅速及殷勤的服務。

本集團的競爭優勢

本集團相信，其主要競爭優勢包括：

優越市場地位及高品牌知名度

作為中國第三大輪式裝載機製造商及最大非國營輪式裝載機製造商，本集團享有高國內品牌知名度。二零零四年九月，本集團的「龍工」品牌獲中國名牌戰略推進委員會及中國國家質量監督檢驗檢疫總局頒發「中國名牌產品」。本集團亦榮獲中國質量檢測協會就本集團產品所頒發的若干認證，包括**2000-2004**年國家質量檢測合格產品標準，以嘉許本集團產品質優可靠，售後服務值得信賴。本集團相信，其

高品牌知名度及產品質素，可使本集團進一步鞏固市場地位，並有助擴大輪式裝載機的市場份額，以及開發新基建機械產品。

廣泛的銷售代理商及售後服務中心網絡

本集團相信，要在基建機械業取得成功，有效的分銷策略至為關鍵。由於潛在最終用家數量龐大及彼等的需求各有不同，很難通過一個直銷系統來有效地服務最終用家。因此，本集團已建立銷售代理商網絡來推銷產品。於最後實際可行日期，本集團透過由覆蓋國內22個省、五個自治區及四個直轄市的112名獨立銷售代理商組成的全國網絡進行銷售及市場推廣活動，並由本集團的中央銷售總部及地區銷售經理監管。本集團根據一套標準(包括往績及市場推廣能力)甄選銷售代理商，以及定期評估有關銷售代理商的表現，務求維持既定的表現標準。

本集團已將售後服務外判予經甄選的銷售代理商，而有關銷售代理商則作為本集團指定的當地服務代理商。本集團廣泛的地域覆蓋率遍及全國134個地區服務點，使本集團可縮減回應的時間，並可更有效率地回應有關維修及保養的要求。本集團相信，其具備提供有關售後服務的能力，將使本集團於日趨服務主導的行業中在紛紛業者之間脫穎而出。

強大的研發能力

於最後實際可行日期，本集團擁有一支由103名工程師及技術員組成的研發隊伍。本集團的研發隊伍集中開發新產品(包括新型號的輪式裝載機及其他基建機械)，並改善本集團的驅動橋及變速箱生產。本集團相信，其研發能力可使本集團擴大產品組合，並為客戶度身訂造產品，以迎合彼等的特定需求。為籌備業務拓展及打入壓路機及挖掘機市場，本集團已於二零零五年七月在松江廠房成立一所新研發中心。

縱向整合

本集團製造驅動橋及變速箱，兩者均為輪式裝載機的主要零件。本集團相信，內部生產此等零件可使本集團的生產過程達致高度縱向整合。本集團生產驅動橋及變速箱的成本分別佔二零零四年及截至二零零五年六月三十日止六個月總生產成本約20.2%及18.6%。透過利用整合生產架構，本集團可減少倚賴向外購買主要零件，使本集團能更有效地控制成本、產品質素及確保其交付時間。更為重要的是，本集團製造驅動橋及變速箱的能力，將使本集團可以開發及控制製造輪式裝載機所需的設計及生產技術。

佔據策略性位置

本集團的運作以上海松江廠房為總部。此策略性位置可節省原材料及產品付運成本等物流成本。此外，松江工業區鄰近主要道路及鐵路交通網絡，有助原材料、零件及製成品的運輸，並節省運輸成本。

經驗豐富的管理隊伍

本集團相信，其企業文化使其有別於其他國有業者。本集團的高級管理層具先見之明，致力集中開發本集團的業務，以應付瞬息萬變的基建機械業的挑戰。本集團管理層在建立以業績主導的企業文化時舉足輕重，而該文化鼓勵節省成本、提供持續優質的產品及服務以及市場反應。本集團管理隊伍經驗豐富，有著深入行業及專業認識，以及豐富管理及營運經驗。本集團管理層的若干成員擁有超過十年業內經驗，使本集團可制定及實施發展策略，並抓緊機會開發新輪式裝載機產品。

本集團的策略

本集團致力透過作為輪式裝載機市場領先製造商的地位及打入壓路機及挖掘機市場，成為中國領先的基建機械製造商。本集團擬實行以下策略：

生產提升

為回應近期中國基建機械行業的市場合併，本集團擬提升產能及生產規模，以配合預期日益增長的需求及爭取從較小型製造商吸納市場份額。本集團的生產升級將涉及通過拓展本集團的現有生產設施，以及採購進口設備，以壯大本集團的輪式裝載機的製造基礎及產能。本集團相信，有關拓展將可使本集團迎合預期對本集團產品日漸殷切的需求，亦可擴大經濟規模。除擴充輪式裝載機產能的規模，本集團亦擬通過購置進口生產設備，分別提高及開發壓路機及挖掘機的產能。本集團亦將繼續專注於提升本集團的驅動橋及變速箱的產能及研發技術，以維持生產過程的高度縱向整合。

加強分銷及市場推廣

本集團銳意擴大其最終用家基礎及加大其向現有最終用家的銷售。由於本集團相信中國西北及東北地區的基建投資將因若干新政府政策而帶來龐大商機，故本集團計劃於有關地區拓展銷售及服務網絡。憑藉相對外資競爭對手在生產成本方面的優勢，本集團擬物色開拓海外市場的機會。本集團已成立海外銷售及市場推廣團

隊，籌辦海外貿易展及訪問，以協助蒐集市場資訊。此外，本集團相信其已成功將「龍工」品牌由一個本地的「龍岩」品牌推廣為中國一個主要全國品牌。為提高全國對本集團品牌的認知度，本集團計劃增加廣告及市場推廣的預算。

產品多元化

本集團相信中國基建機械業將持續增長，而擴充產品種類的前景亦極具吸引力。為增加於基建機械業的市場份額及吸引新最終用家，本集團計劃憑藉其在製造輪式裝載機能力的優勢，開發壓路機及挖掘機。本集團計劃提升其研發能力，並投放更多研發資源開發新產品。此外，本集團有意透過持續培訓及與知名的大學合作，進一步提升員工的技術水平，從而提高本集團的研發能力。就此而言，本集團擬透過投資現有核心業務以及成立策略性聯盟，及於機會來臨時進行協同收購，利用其強健的業務及技術專業知識及管理團隊的經驗，務求發展業務。

產品

本集團的主要產品為輪式裝載機。本集團相信，其於生產及開發輪式裝載機產品方面的經驗及專業知識將可使其繼續提高於此範疇中的市場份額，並開發壓路機及挖掘機等其他基建機械。

輪式裝載機

本集團製造ZL30、ZL40及ZL50三個主要系列的輪式裝載機，載重量介乎三至五公噸。本集團的輪式裝載機為可用作鏟挖、裝載及運送笨重材料的多用途基建機械，用途包括裝卸、運送、推土、掘挖、起重及拖曳等。下表載列本集團的主要輪式裝載機型號的規格：

產品系列	型號	計劃	裝載量	概約	概約	生產推出時間
		載重量 (以公噸 表示)		裝載高度 (以毫米 表示)	裝載距離 (以毫米 表示)	

ZL30系列	ZL30F	3.0	1.7	2,900	1,050	二零零二年 二月
--------	-------	-----	-----	-------	-------	-------------



業 務

產品系列	型號	計劃 載重量 (以公噸 表示)	裝載量 (以立方米 表示)	概約 裝載高度 (以毫米 表示)	概約 裝載距離 (以毫米 表示)	生產推出時間
	ZL30FG	3.0	1.7	3,220	1,020	二零零三年 八月
						
ZL40系列	ZL40F	3.8	2.0	2,850	920	二零零二年 三月
						
	LG380F	3.6	2.0	2,900	1,050	二零零四年 二月
						
ZL50系列	ZL50B	5.0	3.0	2,900	1,000	二零零二年 三月
						
	ZL50D	5.0	3.0	2,900	1,000	二零零二年 一月
						
	ZL50E	5.0	3.0	3,100	1,150	二零零二年 四月
						

業 務

產品系列	型號	計劃 載重量 (以公噸 表示)	裝載量 (以立方米 表示)	概約 裝載高度 (以毫米 表示)	概約 裝載距離 (以毫米 表示)	生產推出時間
	ZL50EX	5.0	3.0	3,100	1,250	二零零三年 九月
						
	ZL50F	5.0	3.0	3,100	1,250	二零零二年 十二月
						
	ZL50G	5.0	3.0	3,100	1,250	二零零三年 三月
						

ZL30系列

本集團的ZL30系列輪式裝載機的特點為具有單搖臂長軸距，將四片式車架結構直接連接到驅動橋。其具有高卸載高度及長卸載距離。於最後實際可行日期，本集團的ZL30系列共有六個型號，各個型號的機體長度、闊度、高度及外觀設計均有些微差異。ZL30F輪式裝載機於二零零二年二月大量推出，為本系列的主要產品。ZL30F輪式裝載機乃為不同用途而設，包括採礦及基建活動(如道路、隧道及港口建設)以及裝載貨物。ZL30系列的其他主要型號專為特定用途而設計。例如，本集團的ZL30FM黑金王輪式裝載機具有加大的斗容量，ZL30FG高卸王輪式裝載機裝有加長的移動臂，裝載高度最高可達3,220毫米。該等型號的鏟挖效率高，具有裝卸靈活的特點。

ZL40系列

本集團的ZL40系列輪式裝載機為短軸距雙搖臂輪式裝載機。其單級四組液壓力變矩器驅動，以液壓調壓器控制，並設有更生懸掛密封操作駕駛室，為操作員提供寬敞舒適的操作環境。其精煉的高度耐磨合金鋼斗齒及焊接側齒則可延長鏟斗的使用壽命。於最後實際可行日期，本集團的ZL40系列共有四個型號。

ZL50系列

於最後實際可行日期，本集團已為ZL50系列下六種主要輪式裝載機開發出26款型號：

- **ZL50B輪式裝載機**：本集團的ZL50B輪式裝載機於二零零二年三月推出，操作簡易舒適。其靈活的密封懸掛式操作室提供寬敞舒適的操作環境。客戶主要利用此型號作裝卸、付運、平整、挖掘、提起以及於港口、隧道及其他基建項目進行拖曳工作。
- **ZL50D輪式裝載機**：本集團的ZL50D輪式裝載機於二零零二年一月推出，其改良部分主要為液壓系統及轉向系統。ZL50D輪式裝載機利用主液壓負荷傳感轉向系統使駕駛更靈活，並備有雙泵滙合液壓系統，可減少能源消耗。該輪式裝載機主要用於裝卸、付運、平整、挖掘、提起以及於港口、隧道及其他基建項目進行拖曳工作。
- **ZL50E輪式裝載機**：本集團的ZL50E輪式裝載機於二零零二年四月推出，為長軸距中間排列設計。除備有ZL50D輪式裝載機採用的主液壓負荷傳感轉向系統外，ZL50E輪式裝載機更在操作設備上利用單搖臂Z形反轉裝置。此設備操作時間及運作周期短，從而提升效率。自動放平裝置是此輪式裝載機的特點。另外，斗齒鑄造精良，格外耐用。ZL50E系列已於二零零五年一月停產。本集團根據ZL50E系列進行技術改良，自二零零四年十二月起開發LG855系列。
- **ZL50EX輪式裝載機**：本集團的ZL50EX輪式裝載機於二零零三年九月推出，其在ZL50E輪式裝載機的基礎上發展而成。ZL50EX輪式裝載機配備的先導液壓操縱系統降低提起搖臂或翻轉鏟斗所需的力度。與ZL50E所用的搖臂轉換系統相反，ZL50EX輪式裝載機所安裝的液壓轉換系統具多用途優點，並有機械操作更靈活簡易的優勢。
- **ZL50F輪式裝載機**：本集團的ZL50F輪式裝載機於二零零二年十二月推出，在ZL50E輪式裝載機的基礎上發展而成，其靈活的懸掛式操作員駕駛室寬敞舒適，故可內置不含氟的環保空調。ZL50F輪式裝載機結合式斗齒亦鑄造精良，格外耐用。
- **ZL50G輪式裝載機**：本集團的ZL50G輪式裝載機於二零零三年三月推出，其在ZL50F輪式裝載機的基礎上發展而成，配備動力及傳動系統。此類輪式裝載機使用自海外獨立供應商採購的變速箱。其電液控制變速箱的齒輪可靈活換檔，驅動橋性能優良，大大提高機器的可靠性。

為迎合不同工業需求及用家喜好，本集團提供特別設計及規格的輪式裝載機作特別用途，詳見下文：

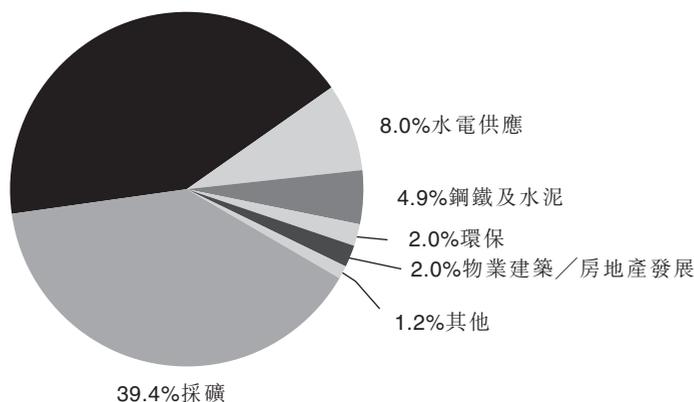
- 煤炭裝載機：本集團的煤炭裝載機乃長軸距型機器，並以「黑金王」品牌名稱進行市場推廣。此等裝載機具有高裝載量，適合裝載煤炭，且性能非常穩定，挖煤效率亦高，裝卸適應性範圍更相當廣闊。
- 岩石裝載機：本集團的岩石裝載機乃長軸距型機器，並以「岩石王」品牌名稱進行市場推廣。其鏟斗經特別設計，厚度增加，而其主切割板亦備有高度耐磨的鋼質替代切割刀，此刀在單邊磨損時可予以更換。本集團的岩石裝載機可應客戶要求加設保護架、擋板或柵欄，以保護較易磨損及其他損毀的部分。
- 高原輪式裝載機：本集團的高原輪式裝載機乃在ZL50B輪式裝載機的基礎上發展而成，並針對運作此等機械的高原環境的不理想操作環境作出修改。高原輪式裝載機採用高原柴油發動機，可解決一般建設機械於高度的環境下操作時動力損失的問題。
- 側卸輪式裝載機：本集團的側卸輪式裝載機乃針對隧道項目發展而設計。憑藉側卸裝置，此輪式裝載機可與一輛貨車並排運作，毋須再次轉向亦可完成工作。因此，此型號適合在限制性環境下運作。
- 夾木裝載機：本集團的夾木裝載機又稱夾形輪式裝載機，乃為於森林中工作而特別設計。憑藉夾鉗裝置，夾木裝載機能夠進行裝卸、運送木材、鋼管及桿形物料等工作。
- 破碎輪式裝載機：本集團的破碎輪式裝載機乃在側卸輪式裝載機的基礎上發展而成。破碎機可與側卸附加裝置交換，亦適用於鑿碎公路、礦山等水泥路面及岩石。

業 務

本集團輪式裝載機的應用

下表載列按截至二零零五年六月三十日止六個月的售出台數計算，本集團輪式裝載機的用途分析：

42.5%道路、鐵路、隧道及橋樑建設工程



本集團的輪式裝載機應用於不同基建活動（包括興建道路、鐵路、隧道及橋樑）及採礦活動。本集團產品主要以中國基建及採礦業為對象。截至二零零五年六月三十日止六個月，本集團營業額約42.5%、39.4%及8.0%分別來自基建項目、採礦及水電供應。

下表顯示於往績期間內本集團產品的營業額及按台數計算的銷售量：

	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止六個月			
	二零零二年		二零零三年		二零零四年		二零零四年		二零零五年	
(除百分比外，其他以人民幣千元表示)										
營業額										
輪式裝載機										
ZL50系列	794,691	86.5%	1,281,235	85.9%	1,748,191	82.9%	1,044,466	83.6%	1,257,622	83.5%
ZL40系列	38,982	4.2	44,440	3.0	48,811	2.3	32,339	2.6	16,509	1.1
ZL30系列	67,554	7.3	149,513	10.0	273,457	13.0	159,240	12.7	185,840	12.3
小計：	901,227	98.0	1,475,188	98.9	2,070,459	98.2	1,236,045	98.9	1,459,971	96.9
其他	18,278	2.0	17,057	1.1	38,165	1.8	13,749	1.1	46,791	3.1
合計：	919,505	100.0%	1,492,245	100.0%	2,108,624	100.0%	1,249,794	100.0%	1,506,762	100.0%

業 務

	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止六個月			
	二零零二年		二零零三年		二零零四年		二零零四年		二零零五年	
	(除百分比外，其他以台數表示)									
售出台數										
輪式裝載機										
ZL50系列	4,096	84.5%	6,564	82.1%	8,724	78.2%	5,253	79.6%	6,371	81.6%
ZL40系列	231	4.8	269	3.4	296	2.7	194	2.9	97	1.2
ZL30系列	518	10.7	1,166	14.5	2,132	19.1	1,154	17.5	1,340	17.2
合計：	4,845	100.0%	7,999	100.0%	11,152	100.0%	6,601	100.0%	7,808	100.0%

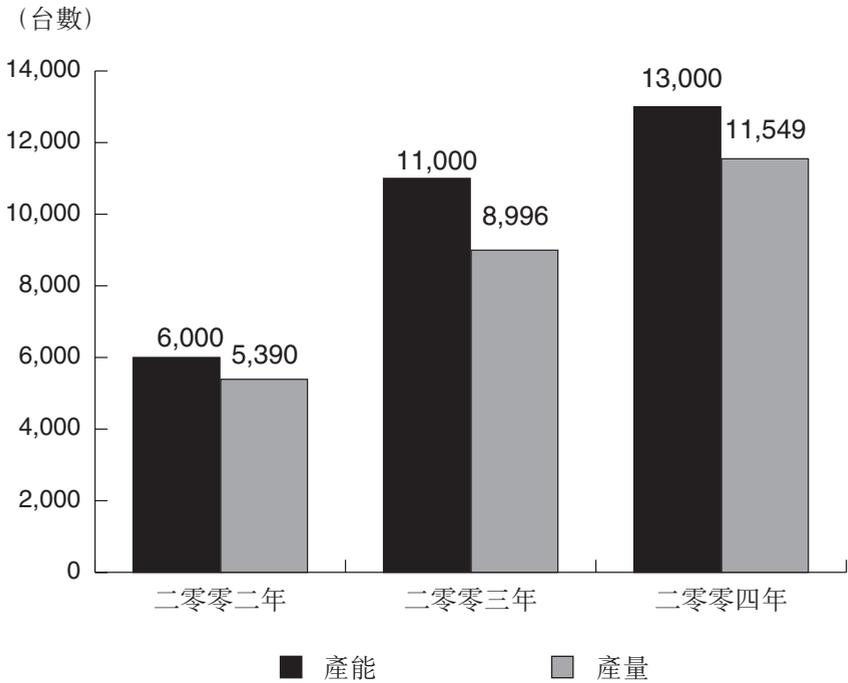
生產設施

本集團的主要生產設施位於上海市松江工業區及福建省龍岩市。本集團於松江廠房生產ZL30、ZL40及ZL50系列輪式裝載機與驅動橋及變速箱。本集團的龍岩廠房目前包括ZL50系列的輪式裝載機的生產設施。

就輪式裝載機生產而言，本集團擁有超過100台的主要生產機械，包括數顯臥式銑鏜床、板料折彎機、三輥卷板機、液壓機、電動橋箱式起重機、雙螺桿式空壓機、切割機、車床及刨台式雙頭銑鏜床。本集團主要自國內供應商購入有關設備。就驅動橋及變速箱生產而言，本集團擁有七台臥式加工中心、四台立式加工中心、九台車床及三台3D測量儀。本集團主要由日本及台灣的供應商購入有關設備，而有關供應商乃與本集團任何關連人士並無關連的獨立第三方。本集團的生產設施乃製造所用的日常設備，故毋須訂立長期合同。

業 務

下表載列截至二零零四年十二月三十一日止三個年度輪式裝載機年產能及實際產量。



截至二零零五年六月三十日止六個月，輪式裝載機的產能及實際產量分別為8,500台及8,019台。於截至二零零四年十二月三十一日止三個年度及截至二零零五年六月三十日止六個月，本集團生產設施的使用率分別達89.8%、81.8%、88.8%及94.3%。本集團擬繼續改良及擴大其現有生產設施的產能，同時興建新生產廠房，從而提升及增加本集團的整體產能、進一步整合生產過程、提高產品質量及增加產品種類。根據本集團現時的擴充計劃，本集團輪式裝載機的年產能預期於二零零八年前達到26,000台。

業 務

下表載有本集團及所收購公司的現有生產設施及其他配套物業的所在地、物業面積、主要用途及擁有權。

所在地	物業概約 總樓面面積 (平方米)	主要用途	自置／租賃
中國上海 松江區 新橋鎮 中山街 民益路26號	83,469.03	生產	自置
中國福建省龍岩市 新羅區 西陂鎮石橋村	30,725.72	生產	自置
位於中國 江西省 齒輪公司的工廠區內的 土地及樓宇	3,683.23	辦公室、行政、員工宿舍及 附屬用途	自置
位於中國 江西省 齒輪公司的工廠區內的 土地及樓宇	2,360.98	生產	自置
位於中國上海 松江區新橋鎮 新茸路松南小區 第7及9號樓及 所座落的土地	5,095	生產	租賃
位於中國上海 松江區新橋鎮 新茸路松南小區 第11及13號樓及 所座落的土地	5,075	生產	租賃
位於中國 江西省高安市 筠陽鎮勝利路以西 (地段編號25-193) 的土地及樓宇	24,219.13	生產	租賃

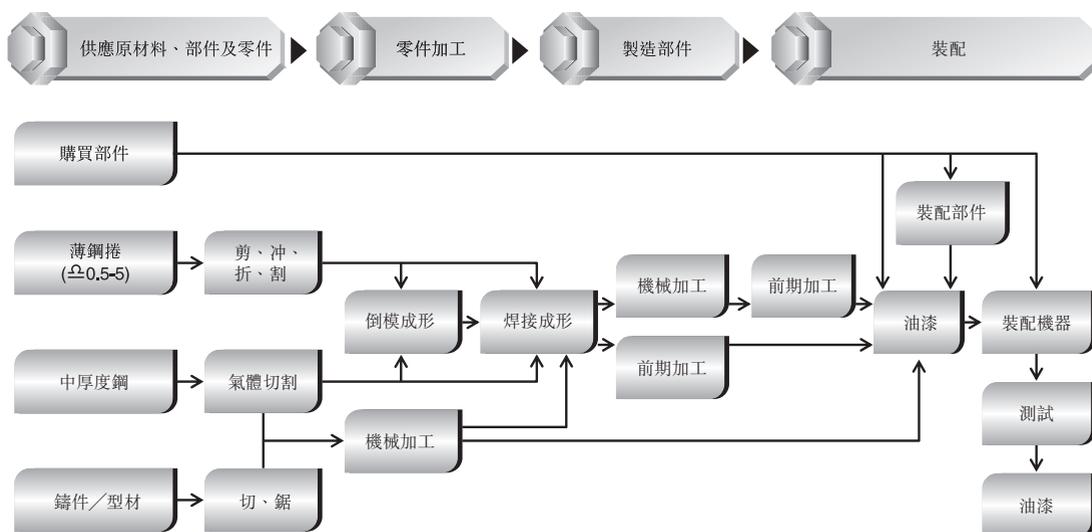
業 務

所在地	物業概約 總樓面面積 (平方米)	主要用途	自置／租賃
中國上海 松江區 新橋工業區 新廟三路中段東側	8,285.00	員工宿舍	租賃

威格斯資產評估顧問有限公司就有關物業的物業權益而發出的估值概要及估值證書載於本招股章程附錄五。

生產工序

本集團的輪式裝載機生產工序可概括分為七個步驟：供應原材料、部件及零件；原材料及半製成品加工；製造部件；裝配部件；油漆；測試；及倉儲。輪式裝載機的生產工序載列如下：



- 採購原材料、部件及零件：主要物料包括薄鋼捲及中厚度鋼。
- 零件加工：原材料（鋼板及圓鋼）按照必須的技術規格加工成特定形狀。有關加工工序包括氣體切割、等離子切割及鋸。

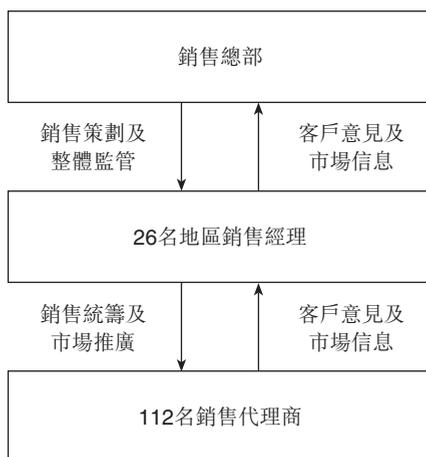
- 製造部件：
 - 自製部件加工：對原材料作進一步加工，以製造供最後裝配備用的部件及零件。此等物料將進行加工、鋸、扣接、銑鏜、鑽孔、刨削、打孔及焊接成特定形狀及大小。
 - 組裝及焊接車架等：將翼箱、鉸接座、側板及轉斗缸座焊接，以組裝前、後及附屬車架、鏟斗、動臂及拉桿。
 - 組裝及焊接外部件等：將頂板、前後封板及駕駛室門板焊接，以組裝駕駛室、機罩、前後擋泥板、機油箱、柴油箱及平衡重。
 - 鏜孔及鑽孔：將各半製成零件鑽鏜孔及鑽孔以成為可接納的產品。
 - 首塗漆：將各半製成零件及外部件作表面處理及油漆。
 - 部件油漆
- 裝配：將所有半製成零件、外部件、輪胎、柴油發動機及並非內部製造的其他標準外購部件(如油泵、活門及水缸)組裝成製成品。
- 油漆：將輪式裝載機送往油漆廠房油漆。
- 測試輪式裝載機
- 倉儲：將通過測試及檢測階段的輪式裝載機送往倉庫，以交付予客戶。

上述各個階段須進行品質控制程序。製造周期約為七日。

銷售及市場推廣

概覽

誠如下表所示，本集團的銷售運作分為三層結構，包括銷售總部、地區銷售經理及銷售代理商。



本集團的銷售總部為一支由127名員工組成的隊伍，負責整體規劃及監督銷售業務及本集團地區銷售經理及銷售代理商的表現。於最後實際可行日期，本集團已委任26名地區銷售經理，以管理其由本集團銷售總部指定的各市場推廣地區的銷售及市場推廣活動。本集團的地區經理乃本集團地區性市場推廣運作的前線。彼等受本集團的銷售總部所監控。

於最後實際可行日期，本集團的銷售網絡包括112名遍佈中國的銷售代理商。銷售代理商須受本集團的地區銷售經理及銷售總部監察。

本集團的銷售政策

銷售總部

本集團的銷售總部負責監督本集團產品的銷售、市場推廣及宣傳以及收取現金及應收款項的情況。本集團的銷售總部每年均會參照整體市況及國內經濟發展等因素制定市場推廣策略。本集團的銷售總部利用電話或傳真與地區銷售經理保持日常聯絡，亦每季與地區銷售經理舉行會議，確保定期交流市場資訊。本集團亦鼓勵地區銷售經理與銷售代理商定期交流資訊，以評估當地市場發展，包括當地政府政策變動、競爭環境及新產品開發。本集團會舉行年度銷售會議，本集團遍佈全國的銷售代理商及地區銷售經理均獲邀於會上發表有關本集團的產品質素及客戶服務的意見，並交流行業資訊。

為維持有效率的銷售運作，本集團每年會評審表現水平。本集團的銷售總部會根據管理指定市場推廣地區的能力、統籌銷售代理商及開拓市場機會等因素，評核各地區銷售經理的表現。此外，根據與地區銷售經理訂立的服務合同，倘地區銷售經理未能履行其職責，則本集團的銷售總部有權對地區銷售經理施加懲罰、就損失向地區銷售經理提出申索及／或於特殊情況下終止合約。於往績期間內，本集團並無對任何地區銷售經理施加懲罰。

本集團的銷售總部按若干標準挑選及評核銷售代理商，包括：

- 擁有經營基建機械業務的資格或相關經驗；
- 擁有宣傳產品、建立銷售網絡及蒐集市場資訊的市場推廣能力；
- 提供售後服務的能力；及
- 信貸紀錄。

本集團的銷售總部每年均有一套既定的評審制度，每年對銷售代理商的銷售表現及服務質素進行評估。本集團的銷售總部亦向員工提供培訓，並為銷售代理商作出市場推廣的支援。

地區銷售經理

本集團於中國擁有26名地區銷售經理，以監督本集團銷售代理商的銷售及市場推廣活動。本集團的地區銷售經理一般獲委派監管若干省市。為確保有效監察銷售代理商的銷售及市場推廣活動，本集團要求地區銷售經理與銷售代理商保持密切接觸。彼等亦負責監察收取債項的情況及存放於銷售代理商倉庫的本集團產品的保管情況。

每名地區銷售經理的酬金乃大致上按表現計算，彼等須達到若干表現目標方可合資格領取銷售佣金。每年，本集團均會因應地區銷售經理的指定地區的預測市場趨勢，為地區銷售經理訂下銷售目標。每名地區銷售經理有權收取固定袍金，乃根據指定彼等監督的市場推廣地區數目釐定。各市場推廣地區的袍金視乎預期各地區的應佔銷售額而有所不同。各地區銷售經理亦有權收取有關彼等各自指定地區的應佔實際銷售額的佣金。

銷售代理商

本集團透過銷售代理商銷售產品。本集團的銷售代理商須向本集團的銷售總部及地區銷售經理負責。銷售代理商負責提供不同服務，包括銷售、市場發展、市場資訊蒐集、售後服務及廣告宣傳。

銷售代理商的經營模式乃受本集團與彼等訂立的銷售代理協議條款規管，此等協議一般為期一年，其主要條款概述如下：

- 銷售代理商負責其所產生與銷售本集團產品予最終用家有關的成本及開支。
- 銷售代理協議中並無訂明銷售代理商須達至的最低全年銷售量。
- 各銷售代理商獲指派於特定市場推廣地區銷售本集團產品。銷售代理商未獲本集團同意不得於該地區以外進行銷售。
- 售予銷售代理商的產品的價格於銷售代理協議所附的價目表列明。有關本集團的定價政策詳情，請參閱「定價政策」一節。倘本集團決定修訂價目表上任何產品的價格，則將會書面知會本集團的銷售代理商。將售予最終用家的產品的價格一般由銷售代理商根據不同市況釐定，惟受限於凌駕性定價策略。
- 待銷售代理商遵守其於銷售代理協議項下的責任後，倘其妥善履行銷售代理協議項下的職責而遭遇任何最終用家提出的產品責任申索，則本集團將向銷售代理商彌償有關產品責任申索。
- 本集團一般要求銷售代理商的股東提供交叉擔保，並就本集團因銷售代理商未能履行其於銷售代理協議所載的責任而產生或引致或與此有關的任何損失、損毀、申索及責任向本集團作出彌償。交叉擔保一般於銷售代理協議終止或屆滿當日起計三年終止。
- 倘銷售代理商進行若干可能有損本集團聲譽的違反責任事件，如不當挪用及不當扣押本集團產品、在無本集團同意下未經許可使用、轉讓、抵押或租賃本集團產品，則本集團有權終止銷售代理協議及就損失提出申索。
- 銷售代理商無權於年期屆滿前單方面終止銷售代理協議。
- 儘管本集團的協議並無載有自動續約的條文，惟該等協議一般每年續約，而本集團曾遭遇銷售代理商營業額偏低的情況。

銷售代理商的酬金

銷售代理商有權領取目標紅利及銷量紅利。

銷售代理協議訂明銷售代理商須達致以公式為基礎的季度銷售目標。倘銷售代理商達致有關季度目標，則可獲發紅利。制定支付紅利安排時，本集團考慮到多項因素，包括但不限於銷售量及付款時間。此乃延伸至本集團所有銷售代理商的合約權利。

本集團選擇性地與若干銷售代理商簽訂銷量紅利合同，並將根據多項因素，如經營業績、市場推廣策略、本地市場競爭情況、業務關係及銷售代理商的過往銷售表現，定期評核有關銷售代理商的銷售政策，以及釐定彼等享有銷量紅利的權利。

本集團於釐定發放的目標及銷量紅利金額（「銷售紅利」）時會考慮整體市況及銷售預測。由於本集團的銷售額增加，所支付的銷售紅利金額於往績期間相應出現升勢。截至二零零四年十二月三十一日止三個年度及截至二零零五年六月三十日止六個月，銷售紅利的金額分別約為人民幣10.7百萬元、人民幣16.9百萬元、人民幣44.4百萬元及人民幣25.7百萬元，佔本集團營業額1.2%、1.1%、2.1%及1.7%。派付銷售紅利可鼓勵及獎勵銷售代理商進一步提升彼等的銷售表現。過往數年，就若干市場推廣地區而言，輪式裝載機市場的競爭日趨激烈。由於銷售代理商一般為非獨家銷售代理商，故本集團認為需要向銷售代理商提供若干保證回報，以維持彼等的服務。

保管本集團的產品存貨

銷售代理協議亦隨附一份關於保管產品存貨的補充協議。根據此補充協議，於接獲本集團銷售代理商申請及負責的地區銷售經理批准後，本集團的產品存貨便會運送至彼等的倉庫。送出的數量視乎多個因素而定，如銷售代理商的倉庫儲存量、銷售代理商的過往銷售表現及本集團的市場推廣策略等。倘產品存於銷售代理商的倉庫，則屬本集團「存貨」的一部分。銷售代理商負責保管及保用此等產品存貨，並須受地區銷售經理所監督。銷售代理商一般須按照「先進先出」的原則，於彼等收到產品日期起計120日內出售本集團產品。本集團的地區銷售經理負責監察在彼等的指定市場推廣地區內，存放於銷售代理商倉庫的產品的保管情況。本集團要求銷售經理定期於銷售代理商倉庫進行抽樣檢查及盤點。於最後實際可行日期，本集團存放於銷售代理商倉庫的存貨於往績期間並無重大損失或損毀。根據補充協議，倘未售出產品有任何損失或損毀，則本集團有權向有關銷售代理商就其對存放於其倉庫的產品管理不善而導致的任何有關損失及損毀提出申索。

收益確認

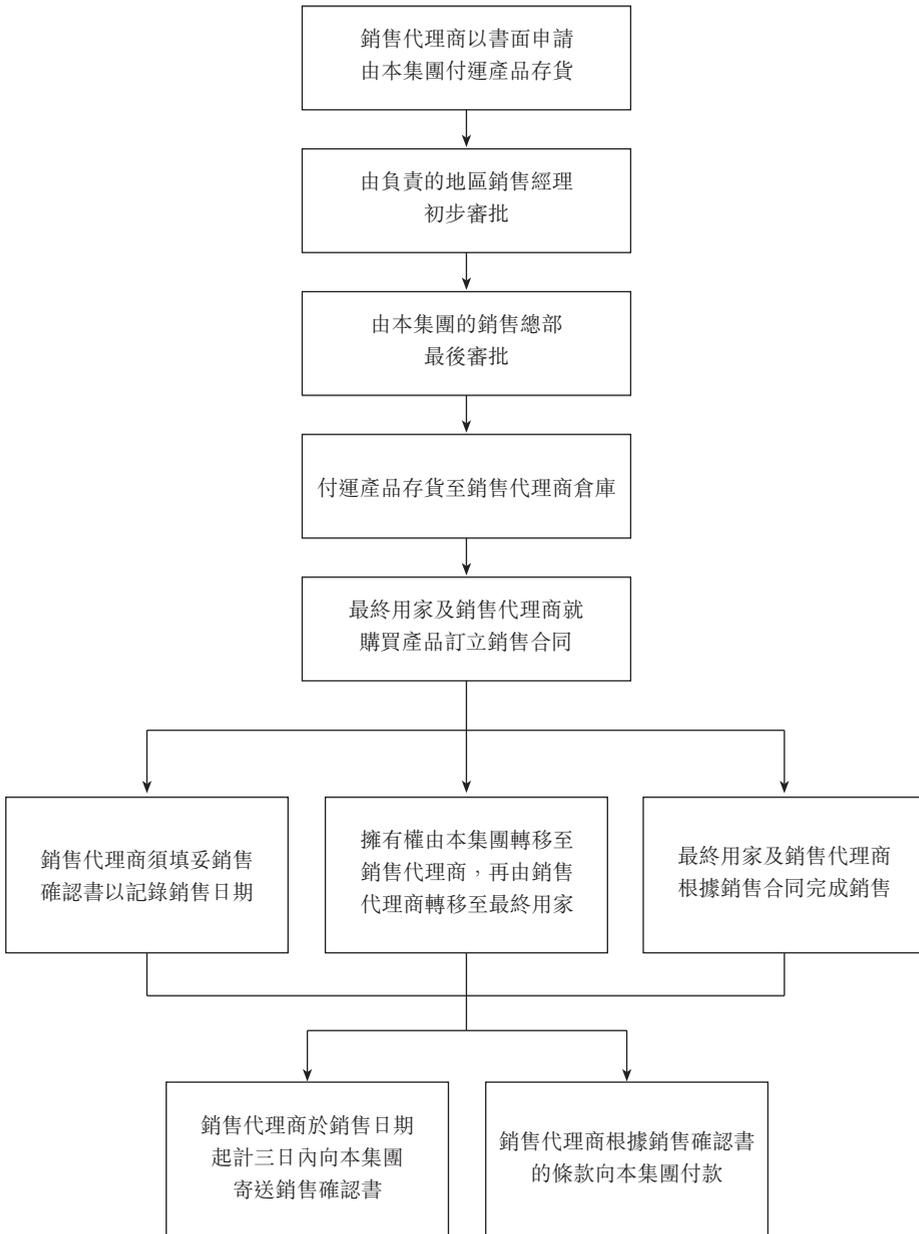
產品交付至銷售代理商的倉庫作「存貨」後，銷售及交付產品一般涉及以下步驟：

- 最終用家及銷售代理商就購買產品訂立銷售合同。
- 當最終用家可支付產品的購買價時，最終用家及銷售代理商根據銷售合同完成銷售。同日，銷售代理商須填妥記錄銷售日期（「銷售日期」）的銷售確認書。
- 銷售代理商向最終用家交付產品，而最終用家則根據銷售合同及銷售確認書付款。
- 待向最終用家交付產品而完成銷售後，本集團會就所售出產品記錄應收賬款。
- 銷售代理商須於銷售日期起計3日內向本集團的銷售總部交付銷售確認書，並根據銷售確認書的條款付款。

產品擁有權由本集團轉讓至銷售代理商及產品擁有權由銷售代理商轉讓予最終用家同步於銷售日期（確認營業額之時）進行。銷售確認書會記錄有關銷售詳情，如銷售日期、將售出產品的型號名稱、型號編號、單價及清償方法。

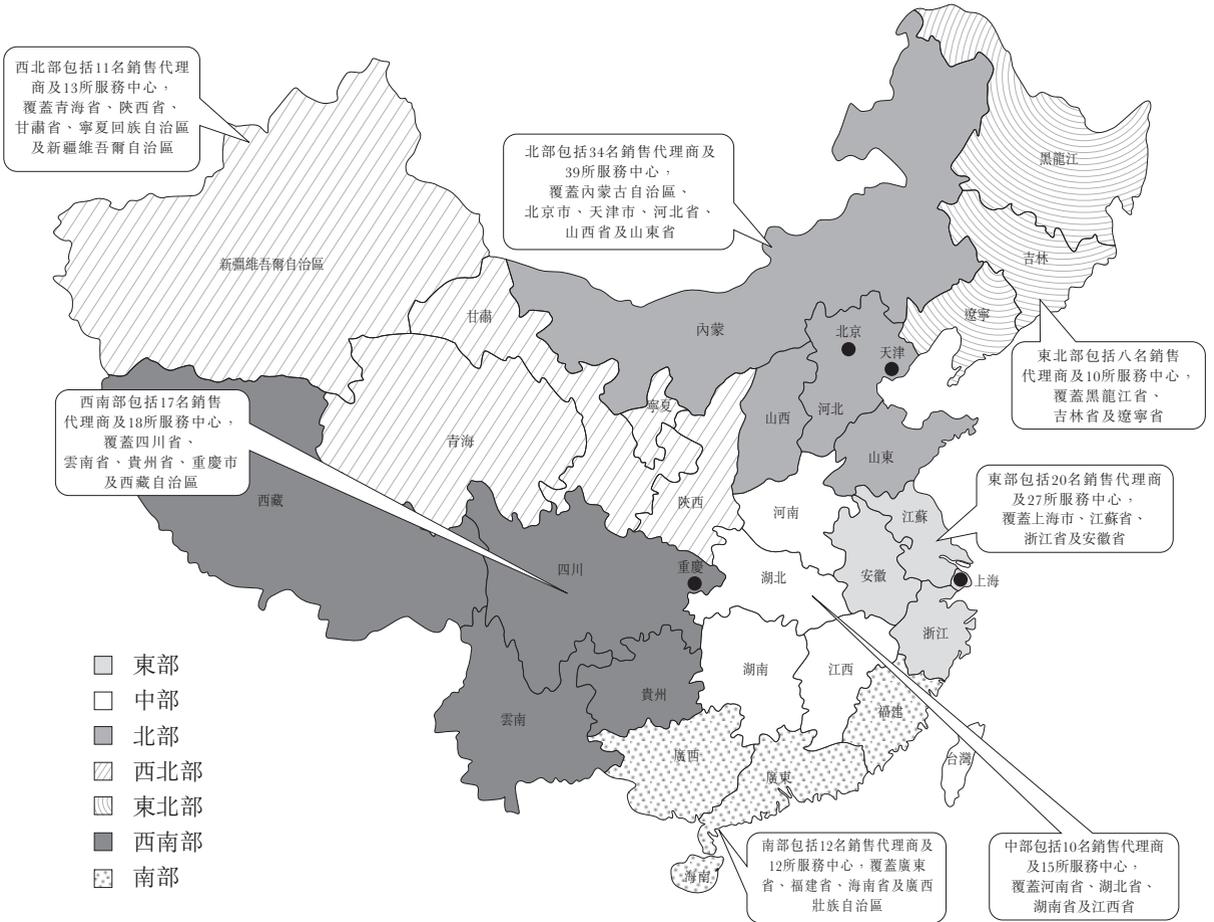
業 務

下圖載列透過銷售代理商向最終用家銷售的過程：



地域分佈

於最後實際可行日期，本集團的龐大銷售代理商網絡由遍佈中國的112名銷售代理商組成，覆蓋22個省、五個自治區及四個直轄市，於往績期間內的主要市場位於華北及華東。下圖顯示本集團銷售代理商以及134所售後服務中心的位置：



業 務

下表載列往績期間內總營業額的地理分佈：

地區	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止六個月			
	二零零二年		二零零三年		二零零四年		二零零四年		二零零五年	
	(除百分比外，其他以人民幣千元表示)									
北部 ⁽¹⁾	429,593	46.72%	570,634	38.24%	886,044	42.02%	493,948	39.52%	667,905	44.33%
東部 ⁽²⁾	114,111	12.41	297,550	19.94	305,750	14.50	215,015	17.20	115,086	7.64
西北部 ⁽³⁾	109,421	11.90	159,524	10.69	219,086	10.39	144,479	11.56	175,497	11.65
西南部 ⁽⁴⁾	75,859	8.25	145,494	9.75	246,287	11.68	124,212	9.94	228,553	15.17
南部 ⁽⁵⁾	85,330	9.28	128,034	8.58	131,789	6.25	74,262	5.94	76,137	5.05
中部 ⁽⁶⁾	68,595	7.46	127,885	8.57	167,636	7.95	105,551	8.45	88,420	5.87
東北部 ⁽⁷⁾	36,596	3.98	63,124	4.23	152,032	7.21	92,327	7.39	155,164	10.29
總營業額	919,505	100.00%	1,492,245	100.00%	2,108,624	100.00%	1,249,794	100.00%	1,506,762	100.00%

附註：

- 1 包括內蒙古自治區、河北省、山西省、山東省、北京市及天津市。
- 2 包括江蘇省、浙江省、安徽省及上海市。
- 3 包括寧夏回族自治區、新疆維吾爾自治區、青海省、陝西省及甘肅省。
- 4 包括四川省、雲南省、貴州省、重慶市及西藏自治區。
- 5 包括廣東省、海南省、福建省及廣西壯族自治區。
- 6 包括湖北省、湖南省、河南省及江西省。
- 7 包括黑龍江省、吉林省及遼寧省。

本集團錄得各市場推廣地區營業額穩步增長。華北仍為本集團主要市場推廣地區，於截至二零零二年、二零零三年及二零零四年十二月三十一日止年度以及截至二零零五年六月三十日止六個月分別佔本集團總營業額**46.7%**、**38.2%**、**42.0%**及**44.3%**。本集團將有關地域營業額情況歸因於華北地區對基建機械需求殷切，原因為中國政府鼓勵不少主要建設及發展項目投資，以及於內蒙古自治區及山西省興建發電廠及加強採礦活動。此外，本集團已增加市場推廣力度及參與華北地區活動，以回應該區基建活動的迅速增長。華東地區乃本集團於過往三年集中加強發展的市場，而本集團於該區的營業額比例在二零零三年有所增長，惟於二零零五年有所下跌。鑑於西部地區市場潛力可觀，故本集團已增加於中國西北及西南地區的銷售力度，截至二零零五年六月三十日止六個月，此等地區得見銷售趨勢上揚。

本集團的客戶

本集團的銷售代理商乃本集團的直接客戶基礎。於截至二零零四年十二月三十一日止三個年度及截至二零零五年六月三十日止六個月，本集團對五大客戶的銷售額分別佔本集團總營業額約27.4%、22.7%、22.7%及39.8%。本集團對最大客戶的銷售額則為人民幣63百萬元、人民幣94百萬元、人民幣125百萬元及人民幣157百萬元，分別佔本集團於該期間的總營業額約6.8%、6.3%、5.9%及10.4%。本集團與五大客戶一般已維持平均五年的業務關係。

於二零零二年、二零零三年、二零零四年十二月三十一日及二零零五年六月三十日，本集團銷售代理商數目分別為97名、124名、128名及112名。此等銷售代理商均為與本集團並無關連的獨立第三方。於往績期間，董事、本公司或其附屬公司的主要行政人員或彼等各自任何聯繫人士或就董事所知於緊隨全球發售及資本化發行完成後擁有已發行股份5%以上的任何股東概無於此等銷售代理商中擁有任何權益。本公司並不知悉銷售代理商之間有任何策略關係。

本集團的主要最終用家

於最後實際可行日期，本集團產品透過由112名銷售代理商組成的全國網絡推廣至全國各地約6,948名主要最終用家。截至二零零五年六月三十日止六個月，五大主要最終用家應佔的銷售額佔本集團總營業額約0.81%。最大主要最終用家應佔本集團銷售額佔本集團總營業額約0.36%。本集團五大主要最終用家為與本集團並無關連的獨立第三方。於往績期間內，董事、本公司或其附屬公司的主要行政人員或彼等各自任何聯繫人士或就董事所知於緊隨全球發售及資本化發行完成後概無擁有已發行股份5%以上的任何股東於五大主要最終用家中擁有任何權益。

定價政策

本集團的銷售總部參照市場趨勢及行業資訊(包括根據本集團分析有關對不同型號輪式裝載機的需求水平變動)制定及調整本集團輪式裝載機的價格。本集團亦計及如生產成本及競爭對手價格等其他因素。本集團產品的價格毋須遵守中國法例及規例項下的官方價格指引。本集團產品的售價於各指定市場推廣區域內大致劃一，惟個別會受運輸成本波動所影響。本集團相信，其輪式裝載機的價格一般較本集團主要國內競爭對手所製造的輪式裝載機價格具競爭力。為宣傳本集團產品，本集團的銷售總部已設立一個銷售獎勵計劃，據此，若干銷售代理商可於購買本集團產品時獲得折扣。給予銷售代理商的有關折扣率或特別條款反映本集團的市場重點及策略。此外，為避免相同市場推廣區域內各銷售代理商之間出現競爭，本集團的銷售總部已就若干市場推廣區域實施最低定價政策。除非得到本集團的銷售總部事前同意，銷售代理商禁止就指定最低價格向最終用家提供折扣優惠，以確保本集團全面控制著本身的競爭性定價策略。

清償安排、信貸條款及付款條款

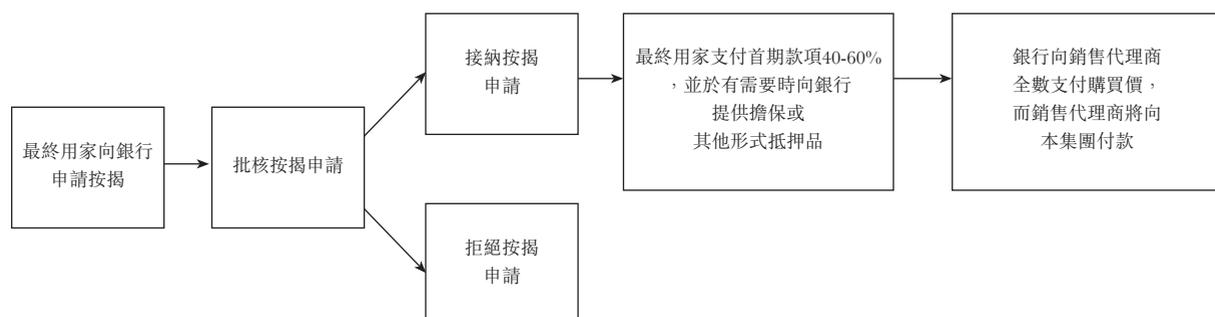
本集團的產品銷售由銷售代理商以三種主要方法清償：(a)以現金、銀行滙款或銀行承兌滙票清償；(b)涉及最終用家銀行按揭清償；及(c)分期清償。於特殊情況下，本集團的產品銷售亦會由以物易物方式清償，以交換供應商的原材料、部件及零件。下表載列輪式裝載機於截至二零零四年十二月三十一日止年度及截至二零零五年六月三十日止六個月按清償方法的銷售額分析：

	截至二零零四年 十二月三十一日止年度		截至二零零五年 六月三十日止六個月	
	(除百分比外，其他以人民幣千元表示)			
以現金、銀行滙款或 銀行承兌滙票清償	1,138,753	55.0 %	1,135,857	77.8 %
涉及最終用家銀行 按揭清償	550,742	26.6	129,937	8.9
分期清償	362,330	17.5	176,657	12.1
由以物易物形式清償	18,634	0.9	17,520	1.2
	<u>2,070,459</u>	<u>100.0 %</u>	<u>1,459,971</u>	<u>100.0 %</u>

本集團的銷售代理商一般須於產品售予最終用家後短期內(一般由銷售確認書日期起計七日內)以現金或銀行滙款或銀行承兌滙票向本集團付款。涉及以最終用家銀行按揭付款須由銷售代理商於銷售確認書日期起計15日內作出。本集團亦可接受銷售代理商分期付款，為期一般不超過六個月，而首期付款須於銷售確認書日期起計七日內作出。於二零零二年、二零零三年及二零零四年十二月三十一日及二零零五年六月三十日，本集團的貿易應收款項分別約為人民幣69.7百萬元、人民幣218.4百萬元、人民幣201.7百萬元及人民幣466.8百萬元。於特殊情況下，本集團亦接納由以物易物方式清償的做法。本集團向供應商出售本集團的產品，以換取供應商的原材料、部件及零件。然而，此乃本集團過往常用的方法，而現時本集團僅與一名供應商進行以物易物交易。銷售收益於以本集團產品交換供應商原材料、部件及零件時確認為收入，而彼等的原材料成本亦於本集團損益賬中扣除。

涉及最終用家銀行按揭清償

下表列示涉及最終用家銀行按揭的清償程序：



業 務

最終用家可以分期付款方式向銀行償還貸款。輪式裝載機的所有權於最終用家向銀行悉數償還貸款前仍歸銀行所有。倘最終用家無力償債，則銀行將強制執行由最終用家提供的已抵押資產及抵押品或出售輪式裝載機，以清償未償還的貸款。於特殊情況下，銀行可要求銷售代理商購回輪式裝載機及償還結欠銀行的未償還貸款餘額。

貿易應收款項及應收票據

本集團注重控制現金及信貸銷售。現金銷售方面，本集團一般要求銷售代理商直接向本集團付款，而非透過地區銷售經理收取款項。信貸銷售或分期付款方面，本集團根據銷售代理商過往的銷售表現，向銷售代理商授予信貸銷售限額或接納分期付款。本集團銷售代理商一般能夠遵守銷售確認書訂明的所須付款條款及根據銷售代理協議。於截至二零零四年十二月三十一日止三個年度及截至二零零五年六月三十日止六個月，本集團的貿易應收款項及應收票據周轉日分別約為24.7日、40.5日、47.2日及51.2日，而貿易應收款項及應收票據金額分別約為人民幣85.8百萬元、人民幣245.3百萬元、人民幣300.5百萬元及人民幣542.3百萬元。有關其他詳情請參閱本招股章程「財務資料－存貨及貿易應收款項」一節。

於往績期間，所有應收票據均與貿易相關，且不計利息。於往績期間的應收票據增加，主要由於營業額及採購額增加所致。應收票據的結算日為自發出日期起計三至六個月。銷售代理商一般訂立銀行承兌滙票協議及向銀行存入一筆經銀行與銷售代理商磋商的金額（一般為合同總額30%）作為保證金。銀行偶然會以第三方擔保方式要求提供額外抵押，以確保銷售代理商根據銀行承兌滙票的付款責任。銀行承兌滙票一般由銀行開具，並於銷售代理商申請及銀行批准後發出。本集團可於清償日期或之後向銀行出示有關銀行承兌滙票以換取現金。本集團會定期審閱實際收回的現金，並就各銷售代理商進行信貸評核。截至二零零四年十二月三十一日止三個年度及截至二零零五年六月三十日止六個月，本集團的一般及特殊呆壞賬撥備合共分別約人民幣1.2百萬元、人民幣2.1百萬元、人民幣0.2百萬元及人民幣0.06百萬元，佔本集團營業額約0.14%、0.14%、0.01%及0.004%。本集團採納應收賬款作出一般撥備的政策如下：

賬齡為一年內：	0%
賬齡為一至兩年：	20%
賬齡為兩至三年：	50%
賬齡為三年以上：	100%

銷售代理商與最終用家之間的清償方法乃根據彼等各自的銷售合同釐定。款項一般須以(a)現金、銀行滙款或銀行承兌滙票；(b)以不超過六個月的分期方式；或(c)以銀行按揭（須於有關銷售日期起計15日內清償）支付。銷售代理商提供予主要最終用家的信貸期視乎彼等所處地點、信譽及收款記錄而定。

向銷售代理商提供擔保

自二零零三年以來，本集團就授予若干銷售代理商的銀行信貸向有關銀行提供擔保。於二零零三年及二零零四年十二月三十一日及截至二零零五年六月三十日止六個月，有關擔保合共約達人民幣30.0百萬元、人民幣129.0百萬元及人民幣162.0百萬元。

根據銀行、銷售代理商與本集團訂立的特別三方安排，銀行就清償購貨價出具以本集團為受益人的銀行承兌滙票。此等銀行承兌滙票不得以本集團以外的任何人士為受益人支取。銷售代理商須於銀行承兌滙票期限屆滿前向銀行還款。本集團須提供公司擔保，擔保銷售代理商的付款責任。

於二零零五年六月三十日，此等擔保銷售代理商（「擔保銷售代理商」）數目為九名，而該等擔保銷售代理商應佔的銷售額約為人民幣284.2百萬元，佔本集團截至二零零五年六月三十日止六個月總營業額約18.9%。本集團與擔保銷售代理商一般維持平均五年的業務關係。本集團相信，此銷售模式能加快收回貿易應收款項，並提高銷售額。董事相信，向客戶提供擔保與中國主要輪式裝載機製造商的行業慣例相符一致。此外，擔保銷售代理商過往的付款記錄良好。於最後實際可行日期，本集團並未接獲銀行通知任何擔保銷售代理商未能如期償還彼等的貸款。然而，本集團不能向閣下保證擔保銷售代理商將繼續履行彼等的付款責任，或本集團將不須根據擔保付款。

本集團於授出有關擔保時採取內部監控措施。根據本集團的內部監控政策，提供所有有關擔保時須經董事會批准。於決定本集團會否向銷售代理商提供擔保時，本集團銷售總部會評核銷售代理商信譽是否良好、其清償記錄及與本集團的業務關係。本集團會不時審閱收回銷售代理商的貿易應收款項及應收票據的可能。本集團僅向清償記錄良好及信用記錄優良的銷售代理商提供擔保，以控制本集團因有關擔保所產生的信貸風險。此外，本集團自二零零五年起開始要求銷售代理商的股東提供交叉擔保，並就本集團因銷售代理商未能履行其各自的付款責任所產生的任何損失、損毀、申索及責任向本集團作出彌償。

付運

由於本集團的客戶遍佈中國各地，因此準時付運本集團產品為本集團業務的成功關鍵之一。本集團策略性地將兩所製造中心設於華東及華南地區，以便更有效地為客戶提供服務。

由於本集團的松江廠房位處上海市松江工業區，地理優越，交通便利，使本集團可服務長江三角洲地區市場，及時將製成品付運至遍佈全國的客戶，從而減省運輸成本。本集團在松江廠房製造的產品主要以火車及貨車付運。運輸成本視乎合同條款而一般由本集團承擔，並包括付運產品的運送保險保金。龍岩廠房製造的產品一般以火車付運。近年，由於龍岩市已興建更多高速公路並已投入使用，使本集團可享以貨車付運的物流優勢，而本集團認為貨車付運乃較為經濟的付運方法。

截至二零零四年十二月三十一日止三個年度及截至二零零五年六月三十日止六個月，付運費用約為人民幣25.0百萬元、人民幣46.0百萬元、人民幣54.3百萬元及人民幣47.0百萬元，佔本集團營業額的2.7%、3.1%、2.6%及3.1%。

市場推廣活動

本集團十分注重向最終用家宣傳「龍工」品牌認知及本集團產品。於制定及實施市場推廣策略時，地區銷售經理會與銷售代理商合作。本集團會密切留意市場趨勢及最終用家喜好，並收集最終用家意見及市場資訊。此外，為提高大眾對本集團品牌名稱的注意，本集團已策略性地透過不同媒體，包括報章、電視、雜誌及戶外廣告推出廣告計劃。作為長期市場推廣策略的一部分，本集團擬不斷強化市場推廣及宣傳工作。本集團亦將於中國主要城市籌辦研討會、貿易展及展覽會，以發掘新客戶群及宣傳本集團品牌名稱與產品。截至二零零四年十二月三十一日止三個年度各年及截至二零零五年六月三十日止六個月，本集團廣告及市場推廣開支分別約為人民幣2.1百萬元、人民幣4.4百萬元、人民幣4.6百萬元及人民幣1.7百萬元。

售後服務

本集團的售後服務部及服務代理商

本集團目標之一是向本集團的最終用家提供優質的產品及確保本集團的最終用家滿意，本集團已於中國建立龐大售後服務代理商網絡，現時更向最終用家提供標準保用計劃。本集團委派其遍佈中國各地的服務代理商提供售後服務。本集團的服務代理商獲授權直接回應最終用戶的要求。服務代理商在處理最終用戶的要求前，一般毋須取得本集團的售後服務部的批准，因而確保可於最短時間作出即時回應。本集團的服務代理商網絡有助迅速而有效率地為最終用家提供服務。

如銷售代理商網絡般，本集團的售後服務體系亦以三層結構形式經營，包括售後服務部、地區銷售經理及服務代理商網絡。本集團的售後服務部負責整體監管此等服務代理商提供的售後服務。為嚴格控制服務質素，本集團的售後服務部實施一套嚴謹評核制度，以定期評核服務代理商的表現。本集團售後服務部的售後服務人員會定期造訪服務代理商，保持定期進行資訊交流及評核客戶對產品品質的意見。於最後實際可行日期，本集團擁有134所由服務代理商經營的獨立售後服務中心。本集團的服務代理商中有108名亦為銷售代理商。

售後服務中心的營運一般受由服務代理商與本集團訂立的服務協議所規管。該等協議一般為期一年。根據協議，本集團會按服務協議所訂明的服務費向售後服務中心付款。本集團亦會產生保用費用，有關費用因應於有關保用期內所更換或維修的部件及零件的種類而變動。倘服務地點位處偏遠地區或郊區，服務費將會向上調整。截至二零零四年

業 務

十二月三十一日止三個年度各年及截至二零零五年六月三十日止六個月，總保用開支分別約為人民幣17.8百萬元、人民幣28.1百萬元、人民幣36.3百萬元及人民幣24.3百萬元，佔本集團營業額的1.9%、1.9%、1.7%及1.6%。

本集團的售後服務部在挑選服務代理商時，遵照一套預先釐定的標準。此等標準包括財務資源、經營規模及服務能力的最低水平。為確保最終用家享有一致及優質的售後服務，本集團為售後服務中心人員提供技術建議及所需培訓。

主要服務

本集團售後服務中心現提供以下主要售後服務：

強制性檢查

為協助最終用家充分瞭解本集團產品的運作、檢查及保用，本集團的服務代理商造訪最終用家並進行三輪定期檢查，詳情如下：

強制性檢查

首輪檢查
第二輪檢查
第三輪檢查

檢查期

購買日起五至十五天內
購買日起六十至一百天內
購買日起一百七十至一百八十天內

本集團通過造訪最終用家，可識別彼等所需及解決疑難，亦可使本集團監察其產品的狀況，以及為最終用家提供必需的技術服務及培訓。

對最終用家給予有關產品品質的意見進行分析

本集團的售後服務部聯絡服務代理商，以定期就客戶對本集團產品品質的滿意程度進行調查，並收集客戶就此作出的資料。本集團可通過此方法對客戶的喜好、需要、限制及策略作更深入了解。有關資料及了解將由本集團進行分析，以實行市場推廣策略。

標準保用

本集團為輪式裝載機提供六個月標準保用，期間本集團的客戶享有在正常使用情況下維修及保用部件及零件的免費保用服務。於保用期內，本集團的客戶可要求服務技術員免費維修或更換任何不良部件或零件、車輪及其他主要部件。標準保用期屆滿後，本集團向客戶提供維修及保用以及供應部件及零件時將根據所需維修收取服務費。截至二零零四年十二月三十一日止三個年度及截至二零零五年六月三十日止六個月，本集團分別作出保用成本撥備人民幣17.8百萬元、人民幣28.1百萬元、人民幣36.3百萬元及人民幣24.3百萬元。

售後服務承諾

為計量優質售後服務承諾，本集團已採納以下表現承諾：

- 就要求上門維修及保用服務作出迅速回應：

服務地點	抵達時間
於有關服務中心200公里範圍內	12小時內
於有關服務中心400公里範圍內	24小時內
400公里或以上	48小時內

- 售後服務中心人員定期接觸及造訪客戶
- 設立電話熱線以回應最終用家查詢

本集團的售後服務部在評估服務代理商的表現標準時，強調服務代理商達成上述表現承諾的能力。售後服務代理商所佔用或使用的處所並非由本集團擁有，亦非本集團所租用。售後服務中心並非由本集團僱員所管理，惟須受本集團售後服務部監督。

原材料、部件及零件以及生產設備

採購及存貨控制

本集團的主要原材料、部件及零件為柴油發動機、輪胎及鋼材。截至二零零四年十二月三十一日止三個年度及截至二零零五年六月三十日止六個月，柴油發動機、輪胎及鋼材的採購額分別佔總生產成本約47.3%、48.1%、52.5%及55.6%。原材料、部件及零件絕大部分購自中國供應商。

本集團維持擁有多名主要原材料、部件及零件供應商，以避免過分倚賴任何單一供應商。儘管本集團的政策為與多名供應商保持關係，本集團的柴油發動機、輪胎及鋼材供應商於各類原材料乃集中於一名供應商。本集團相信生產本集團輪式裝載機所需的原材料、部件及零件在中國供應充裕，亦相信有需要時可在中國物色合適供應商替代。

本集團已就生產運作所用的原材料、部件及零件制定存貨政策。本集團內部採購部門將每日監察所採購的原材料、部件及零件的品質。為強化挑選過程及供應管理，本集團成立管理隊伍，並對供應商進行評估。這使本集團能有效控制原材料、部件及零件的價格及品質。本集團亦積極監察存貨水平。本集團透過參考每年估計用量去維持原材料、部件及零件的存貨水平的靈活政策，藉以在大量採購產生的備用供應優勢與存貨滯銷的風險中取得平衡，而每年估計用量乃根據生產需要、本集團產品的市場需求、不同類別的原材料、部件及零件的有關通用市價而計算。

業 務

截至二零零四年十二月三十一日止三個年度各年及截至二零零五年六月三十日止六個月，此等原材料、部件及零件的成本以及其佔生產成本的百分比的分析如下：

主要原材料、部件及零件的成本

	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止六個月			
	二零零二年		二零零三年		二零零四年		二零零四年		二零零五年	
	(除百分比外，其他以人民幣千元表示)									
柴油發動機	179,116	22.0%	275,355	20.9%	364,710	20.5%	220,205	20.3%	252,312	21.0%
輪胎	93,558	11.5	141,590	10.7	187,317	10.5	114,594	10.6	128,595	10.7
鋼材	112,092	13.8	217,372	16.5	381,426	21.5	229,557	21.2	288,090	23.9
部件及零件	368,910	45.4	597,445	45.2	727,661	40.9	452,562	41.7	452,741	37.6
主要原材料、部件及零件的總成本	753,676	92.7	1,231,762	93.3	1,661,114	93.4	1,016,918	93.8	1,121,738	93.2
生產成本	812,765	100.0%	1,320,494	100.0%	1,778,469	100.0%	1,084,844	100.0%	1,204,278	100%

部件及零件的分析如下：

	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止六個月			
	二零零二年		二零零三年		二零零四年		二零零四年		二零零五年	
	(除百分比外，其他以人民幣千元表示)									
驅動橋及變速箱	228,047	28.1%	287,559	21.8%	358,665	20.2%	227,155	20.9%	224,211	18.6%
液壓缸	40,810	5.0	59,021	4.4	85,542	4.8	50,360	4.6	57,958	4.8
其他部件及零件 ⁽¹⁾	100,053	12.3%	250,865	19.0%	283,454	15.9%	175,047	16.2%	170,572	14.2%

附註：

(1) 其他部件及零件包括管道、齒輪、泵、活門、軸承及其他小部件。

柴油發動機

本集團主要從濰柴動力及其他主要供應商採購柴油發動機。此外，本集團一般另有四名主要供應商作選擇。截至二零零五年六月三十日止六個月，按年產量計，本集團約78%的柴油發動機由本集團的最大供應商濰柴動力供應。

業 務

本集團已與濰柴動力訂立框架協議，據此，濰柴動力按市價向本集團出售柴油發動機及部件。福建龍岩（一間由李先生及李夫人控制的公司）乃濰柴動力發起人之一，在最後實際可行日期持有濰柴動力已發行股份約6.5%，濰柴動力乃於聯交所主板上市的公司，而福建龍岩乃由李先生（為濰柴動力非執行董事）及李夫人分別擁有約69.2%及30.8%。濰柴動力與本集團的交易構成濰柴動力的持續關連交易。應付的年購買價須遵守根據柴油發動機預計台數及有關柴油發動機的平均每台價格而定的每年上限。本集團相信福建龍岩與濰柴動力的策略性關係，將可使本集團按公平合理條款獲穩定供應優質柴油發動機的保障。

輪胎

截至二零零五年六月三十日止六個月，本集團的輪胎約81%由風神輪胎股份有限公司（「風神輪胎」，一間位於中國的輪胎供應商）供應。本集團已與其訂立全年供應協議，以確保輪胎供應穩定。本集團亦與另外三名主要供應商按年訂立供應合約，以維持具成本效益的採購政策，及避免過於依賴單一供應商。

鋼材

鋼材乃生產輪式裝載機所需的主要原材料之一。本集團購買鋼材後會使之成形及焊接成本集團輪式裝載機的不同部分。截至二零零五年六月三十日止六個月，本集團約23.9%的鋼材採購自單一鋼材供應商。本集團亦自另外三名供應商採購鋼材，以確保穩定的鋼材供應。本集團與鋼材供應商訂立每月供應合約，而價格會每月釐定。部分鋼材採購以預付基準作出。預付採購款項安排乃由鋼材供應商與本集團磋商釐定。然而，本集團的主要鋼材供應商大部分為鋼材生產商，而非貿易公司。因此，本集團一般能以相對於向代理商或貿易公司較低的價格採購鋼板。此外，本集團亦不時取得大量採購的折扣。

部件及零件

本集團的輪式裝載機主要採用自家生產的驅動橋及變速箱。本集團亦與獨立第三方供應商訂立每年供應合約，藉以採購其他部件及零件（統稱「外購零件」）。下表載列本集團的主要部件及零件，以及其於往績期間的主要來源：

主要部件及零件

主要來源

- | | |
|------------------------|-------------------------------|
| • 驅動橋及變速箱 | 上海橋箱 ⁽¹⁾ |
| • 外購零件，包括油缸、油泵、活門及有關部件 | 所收購公司及其他第三方供應商 ⁽²⁾ |

附註：

- (1) 自二零零三年起，上海橋箱已成為本集團驅動橋及變速箱主要來源。截至二零零三年、二零零四年十二月三十一日止年度及截至二零零五年六月三十日止六個月，自上海橋箱採購的驅動橋及變速箱成本分別合共人民幣180.8百萬元、人民幣366.4百萬元及人民幣324.2百萬元。同期，本集團自上海橋箱採購分別約65.0%、80.0%及94.4%的驅動橋及變速箱。
- (2) 本集團於二零零四年開始向所收購公司採購有關部件，有關詳情載於「關連人士交易」一節。於截至二零零四年十二月三十一日止年度及截至二零零五年六月三十日止六個月，自所收購公司採購的有關部件成本分別約為人民幣55.1百萬元及人民幣68.5百萬元。

供應商

截至二零零四年十二月三十一日止三個年度各年及截至二零零五年六月三十日止六個月，本集團向五大供應商的採購額佔本集團總採購額分別約36.0%、33.4%、35.2%及29.0%。同期，濰柴動力乃最大供應商，分別佔本集團總採購額約10.7%、15.4%、15.4%及14.5%。於往績期間，董事、本公司或其附屬公司的主要行政人員或彼等各自的任何聯繫人士或就董事所知緊隨全球發售及資本化發行完成後擁有已發行股份5%以上的股東概無於上述五大供應商中擁有任何權益，惟於最後實際可行日期，李先生曾自二零零二年十二月十八日起出任濰柴動力的非執行董事，且持有福建龍岩約69.2%股權（其餘由李夫人持有），而福建龍岩則持有濰柴動力已發行股份約6.5%。

於最後實際可行日期，本集團已與主要供應商建立穩定的業務關係，一般平均為五年。儘管本集團並無與主要供應商訂立長期供應合約，惟在採購原材料、部件及零件上亦未曾遇過重大困難，並預見不到將來於採購生產所需的原材料、部件及零件時有任何重大問題。

研究及開發

本集團對研發非常重視，以開發新系列或型號的輪式裝載機、壓路機及挖掘機，配合市場需求的步伐。本集團於一九九三年建立研發隊伍，該隊伍於最後實際可行日期包括103名成員。大部分研發隊員已完成專上教育，部分更持有工程學或其他有關製造基建機械學科的碩士學位或博士學位。為表揚本集團於松江區的持續研發努力，本集團已獲中國上海市政府指定為上海博士後創新基地單位之一。

本集團致力進行以下範疇的研發工作：

- 改良生產效率及減低生產成本，以期增加本集團的競爭優勢；
- 提升本集團的技術水平，以及開發新型號的輪式裝載機；及
- 研究及開發生產壓路機及挖掘機，以為可能拓展此等產品線提供支援。

下文載有本集團自一九九三年起成功開發的主要產品概要：

- 一九九三年，本集團開始開發ZL40及ZL50系列輪式裝載機，並自業務初期成為本集團的主要產品類別。
- 一九九三年至一九九六年，本集團開發ZLC50側卸輪式裝載機及以現有ZL50型號為基礎的ZLJ50夾木裝載機。此兩種型號分別用作隧道工程及伐木工程。
- 一九九九年，本集團開發ZLC40側卸輪式裝載機、ZLC50輪式裝載機及ZLJ50夾木裝載機。本集團亦集中開發配備雙泵合流液壓轉向系統的ZL50D，並致力改良ZL40F系列的外部設計及ZL30F輪式裝載機的液壓泵系統。
- 二零零零年，本集團投放更多研發資源開發ZL50B輪式裝載機，並集中改良ZL50D輪式裝載機的外部設計及ZL50E、ZL50F及ZL50G輪式裝載機所採用的技術。
- 二零零一年，本集團開發為於高原環境使用而設的ZLG50B高原輪式裝載機。本集團亦著手開發技術高度精密、外形美觀的ZL50E、ZL50F及ZL50G，此等產品更為本集團於往績期間的主要產品系列。
- 二零零二年，本集團以ZL50系列為基礎，開發經過技術改良的ZL50EX，此亦為本集團於往績期間的重大研發成就之一。本集團亦開發了作採礦用途的ZL50BM及ZL50DM系列。有關驅動橋及變速箱的研發，本集團開發ZL40300系列變速箱及ZL504000系列驅動橋。
- 二零零三年，本集團開發不同系列的輪式裝載機，如ZL50EK、ZL50EXK、ZL50FK、ZL50EG、ZL50EXG、ZL50FG、ZL50EM、ZL50EXM、ZL50FM、ZL30FM、ZL30FGM、ZL30FG及LG380F，全部均為專門用途而設，包括鑽探岩石、裝載煤及於高原環境工作等。
- 二零零四年，本集團開發ZLJ30F夾木裝載機，並已作商業生產。本集團的研發成就亦包括成功開發專為ZL30F系列及LG50F輪式裝載機而設計的驅動橋。

鑑於預期中國基建機械產品的需求將會增長，本集團的研發隊伍進行以下主要項目：

- 開發新系列輪式裝載機，包括LG855、LG815及LG853輪式裝載機，以提升運作效率及架構。LG815系列為小型輪式裝載機，特點為優良傳動性能、使用靜液壓傳動技術。該系列專為城市發展而設計。
- 開發新系列壓路機，以及研究及開發具備21至24公噸壓力的靜研磨壓路機及雙鋼輪壓路機。

- 開發新系列挖掘機，該等挖掘機專為多個用途而設計，包括興建樓宇、築路、興建港口、採礦活動等。
- 開發用於ZL30F輪式裝載機的驅動橋。

研發費用

研發費用於產生該等費用期間確認為開支。截至二零零四年十二月三十一日止三個年度及截至二零零五年六月三十日止六個月，本集團於研究及開發方面分別使用約人民幣1.3百萬元、人民幣5.8百萬元、人民幣4.9百萬元及人民幣1.4百萬元，分別佔總營業額約0.14%、0.39%、0.23%及0.09%。由於本集團持續改良產品及使產品更多元化，故董事有意增加研發費用。

知識產權

本集團已於中國及香港給「龍工」商標註冊及／或申請註冊。有關本集團已辦理或正尋求註冊的商標及其他知識產權詳情，載於本招股章程附錄七「法定及一般資料－本集團業務的其他資料－本集團知識產權」一節。本集團亦已就其輪式裝載機的外部設計註冊兩項專利，有關詳情載於本招股章程附錄七。

品質控制

本集團已推行有關(i)原材料、部件及零件、(ii)生產及(iii)製成品的嚴格品質保證措施：

原材料、部件及零件的品質控制

本集團每年均對供應商進行評估，並將表現或產品不合標準的供應商從本集團的供應商名單上除名或押後排名。採購部購買的材料均由本集團的品質檢查員檢查。倘品質檢查員發現不合標準的物料及部件，本集團將退回予供應商並根據供應協議所訂明的條款於一般為六個月的保用期內提出申索賠償。

生產過程中的品質控制

在整個生產過程中，本集團亦會有系統地定期進行人手檢查及報告，確保生產環境穩定及受到監控。倘生產線出現中斷或不規則情況，工廠員工將獲知會，並按生產進度作出調整。裝配過程中各個階段亦會進行目視檢查及表現測試。生產過程的品質控制均嚴格遵照內部標準進行(倘產品有特定規定並須按工程師指示進行額外品質檢查步驟，則屬例外)。品質控制亦擴展至物流管理、產品運送及環境保護方面。

製成品的品質控制

生產過程完成後會進行功能測試及檢查，以於付運製成品予銷售代理商前確保製成品的品質符合本集團的內部標準。

為肯定本集團於品質控制方面的努力，本集團已取得ISO9001:2000證書。此外，本集團亦於二零零四年榮獲「2000-2004年國家質量檢測合格產品」，證明本集團產品符合中國國家標準。

獎項及成就

於最後實際可行日期，本集團已獲取下列主要獎項及嘉許：

頒授年份	獎項／嘉許	發獎機構
二零零四年	中國名牌產品	中國名牌戰略推進委員會
	2000-2004年國家質量檢測合格產品	中國質量檢測協會
二零零三年	2002中國機械工業企業核心競爭力100強	中國工業經濟聯合會； 中國機械工業聯合會 及中國工業報社
	上海市2002年度私營企業百強排名第八位	上海市私營企業協會

業 務

頒授年份	獎項／嘉許	發獎機構
二零零二年	ISO9001:2000質量體系認證證書	ISO
	2000-2002年度全國百佳 明星僑資企業	國務院僑辦
	國家權威檢測達標品牌	中國質量檢測協會
	1997-2001年全國質量 穩定合格產品	中國質量檢測協會
	「質量、服務、信譽」消費者 可信產品	中國質量檢測協會
二零零零年	ISO 9001質量體系認證證書	ISO

市場及競爭

中國基建機械業的特色為國內製造商之間的競爭激烈。國內輪式裝載機市場由首十位的主要國內製造商所主導，按售出台數計佔有超過90%的中國市場份額。根據二零零四年中國工程機械工業年鑑，三大輪式裝載機製造商(包括本集團)佔中國市場份額約48%。本集團相信，三大國內製造商擁有可資比較的經營規模及產能，可受惠於低成本結構的規模經濟。大部分國內製造商的經營規模相對較小。不少小型基建機械製造商目前面臨低盈利能力的問題，甚至蒙受虧絀。該等製造商亦因其資金薄弱及設備或技術過時所限制。此外，由於近年實施的宏觀調控措施，小型生產商可能面對信貸收緊的問題，導致營運資金不足。本集團預期，鑑於近日市場出現合併趨勢，故基建機械市場日後可能由少數正在冒升的國內製造商主導。有關合併趨勢的詳情，請參閱本招股章程「行業概覽」一節第54及55頁。本集團相信，本集團可憑藉其高品牌知名度、龐大的銷售網絡、反應迅速的售後服務、強大的研發能力、縱向整合、佔據策略性位置及經驗豐富的管理隊伍等優勢而與競爭對手競爭。有關本集團優勢的詳情，請參閱「一本集團的競爭優勢」一節。

從較宏觀的國際角度來看，本集團相信中國加入世貿可能使現時基建機械市場的競爭更形激烈，原因是外國的新公司現受到吸引而進軍中國市場，與現時國內的製造商競爭。該等海外競爭對手或包括中國的外商獨資企業或合營企業。然而，本集團相信海外競爭對手打進中國市場將不會對本集團構成任何重大威脅。本集團相信海外競爭對手較

國內主要業者難以建立龐大的銷售代理商網絡。更為重要的是，本集團能以相對海外競爭者為低的製造成本，生產優質輪式裝載機，使本集團得以穩佔中國輪式裝載機市場的主導地位。因此，儘管國際製造商對中國市場構成影響，惟本集團於過去三年在盈利能力及售出台數方面仍錄得可觀增長。本集團相信，本集團定價相宜且具競爭力，並擁有生產驅動橋及變速箱、部件及零件的能力、完善的銷售及售後服務網絡，以及每個輪式裝載機系列均備有全面的產品選擇，令本集團處於強勢及有利的位置，與國際業者競爭。

安全及環保

職業安全

本集團向於工廠及生產場地工作的僱員提供安全保護。本集團採取全面的防火措施（包括於辦公大樓安裝火警監偵器、自動滅火系統，以及工作場所內外的救火器具），並實施有關爆炸、電力危害、涉及機械與地震等意外的預防措施。本集團亦向僱員提供有關安全的教育，以提高彼等的工作安全意識。僱員須小心處置危險的物品及廢料。整個工作場地均有展示嚴禁吸煙的警告告示，而合資格的員工亦有獲邀請定期協助分類及貯存危險品。

環境保護

本集團須遵照中國政府頒佈的環保法律及規例。本集團十分重視中國政府的環保政策，而本集團的生產工序均符合現時適用的國家及市環保法規。本集團的生產設施在生產工序中會排放廢水、煙塵、有毒廢料及金屬廢料產物等污染物。本集團已針對生產設施的生產工序而實施一套廢料處理程序，並聘請技術員協助處理廢料。本集團於生產設施中遵照適用的環境標準處理所產生的廢料。於往績期間，本集團並無接獲任何通知或警告，亦無遭受嚴重不利本集團經營的有關任何觸犯上述法律及規例的任何罰款或懲罰。

風險管理

本集團的安全管理政策以預防意外和經常性安全評審為本。本集團預防嚴重事故的措施包括：

- 強制職員進行安全培訓；
- 遵守有關設備和設施安全標準，包括中國消防協會標準；及
- 遵守本集團的環保、保健和安全委員會制訂的標準管理程序。

本集團根據既有的國家標準定期進行安全審查。

保險

本集團已就生產設施及設備購買覆蓋因火災、爆炸及其他天災而招致損失的保險。於往績期間，本集團從未因發生事故而有權根據保單提出任何重大索償。本集團並無投購任何覆蓋產品責任的保單。中國法例並無強制規定投購任何產品責任保險。於最後實際可行日期，本集團並無面臨任何重大產品責任申索。截至二零零四年十二月三十一日止三個年度各年及截至二零零五年六月三十日止六個月，本集團支付的保費分別約人民幣0.97百萬元、人民幣0.20百萬元、人民幣0.07百萬元及人民幣0.06百萬元。董事相信，本集團的資產保險保障範圍充足。

訴訟

現時並無訴訟或仲裁程序不利本集團或任何董事，因而可能對本集團的財務狀況或經營業績造成重大不利影響。

關連人士交易

於往績期間，本集團曾進行以下涉及採購設備、原材料、零件及部件的關連人士交易。該等交易已經終止，且於上市後將不會持續進行。

透過龍工香港向獨立供應商購買進口設備

於往績期間，上海橋箱已就透過龍工香港向獨立供應商購買進口設備而委聘獨立中國進口代理商。上海橋箱按有關設備購買價的協定百分比（一般介乎0.5%至1.0%）向有關進口代理商支付代理佣金。由李先生控制的龍工香港作為進口代理商與最終設備供應商之間的中介人。龍工香港負責向供應商發出信用證。中國進口代理商負責中國海關當局的有關進口程序，此中國進口代理商為與本集團並無關連的獨立第三方。概無董事、本公司或其附屬公司主要行政人員或彼等各自任何聯繫人士或就董事所知於緊隨全球發售及資本化發行完成後擁有已發行股份5%以上的任何股東於中國進口代理商中擁有任何權益。本集團與龍工香港終止該進口安排乃由於避免在上市後與龍工香港有持續關連交易。未來的設備進口將由本集團的香港辦事處處理。董事相信，由於有關安排將使本集團在毋須倚賴龍工香港下獨立運作，故對本集團而言具有商業利益。

向龍岩盛達購買鋼板

於往績期間內，本集團自龍岩盛達採購鋼板。龍岩盛達由李夫人的兄弟倪銀欽先生於二零零零年九月二十一日成立，其股本權益由倪銀欽先生及Ngai Leung Kin先生（本集團的獨立第三方）分別擁有50%及50%。截至二零零四年十二月三十一日止三個年度各年，本集團向龍岩盛達採購的鋼板的每公噸平均成本（扣除增值稅後）分別約為人民幣

2,870元、人民幣3,713元及人民幣4,332元。向龍岩盛達採購的鋼板分別合共約為人民幣2.0百萬元、人民幣2.0百萬元及人民幣1.5百萬元(扣除增值稅後)，分別佔本集團同期總銷售成本約0.26%、0.17%及0.09%。本集團根據當時市價向龍岩盛達採購該等鋼板。自二零零五年起已終止向龍岩盛達採購鋼板。

向管道公司購買液壓管道系統

於二零零四年五月一日至十二月三十一日期間及截至二零零五年六月三十日止六個月，本集團向管道公司採購液壓管道系統。本集團於有關期間就輪式裝載機而向管道公司採購的各液壓管道系統(以每台機器計算)的平均成本(扣除增值稅後)分別約為人民幣2,852元及人民幣3,224元，而壓路機則分別約人民幣4,968元及人民幣4,148元。向管道公司採購的輪式裝載機及壓路機液壓管道系統(扣除增值稅後)合共約人民幣20.6百萬元及人民幣25.5百萬元，分別佔本集團同期總銷售成本約1.2%及2.1%。本集團乃按當時市價向管道公司採購該等液壓管道系統。

向液壓公司購買液壓缸

於二零零四年五月一日至十二月三十一日期間及截至二零零五年六月三十日止六個月，本集團向液壓公司採購液壓缸。本集團於有關期間就ZL50系列輪式裝載機而向液壓公司採購的各液壓缸(以每台機器計算)的平均成本(扣除增值稅後)分別約為人民幣7,171元及人民幣7,171元，而向液壓公司採購的液壓缸(扣除增值稅後)分別合共約人民幣10.3百萬元及人民幣23.1百萬元，分別佔本集團同期總銷售成本約0.6%及1.9%。本集團乃按當時市價向液壓公司採購液壓缸。

向齒輪公司購買齒輪

於二零零四年一月一日至十二月三十一日期間及截至二零零五年六月三十日止六個月，本集團向齒輪公司採購齒輪。本集團於有關期間就生產本集團輪式裝載機驅動橋而向齒輪公司採購的齒輪(以每個驅動橋及變速箱計算)的平均成本(扣除增值稅後)分別約為人民幣1,160元及人民幣827元，而就生產本集團輪式裝載機的變速箱而採購者則分別約人民幣2,706元及人民幣2,653元。向齒輪公司採購的驅動橋及變速箱的齒輪(扣除增值稅後)分別合共約為人民幣24.2百萬元及人民幣19.9百萬元，分別佔本集團同期總銷售成本約1.4%及1.6%。本集團乃按當時市價向齒輪公司採購齒輪。本集團的壓路機並非採用齒輪公司製造的齒輪。