

广西祥盛家居材料科技股份有限公司关于年报 问询函的回复



全国中小企业股份转让系统有限责任公司：

贵部对广西祥盛家居材料科技股份有限公司(以下简称“公司”或“祥盛股份”)下发 2023 年年报问询函(公司一部年报问询函【2024】第 313 号)，现将相关问题回复如下：

一、关于经营业绩、负毛利率

年报披露，你公司主营业务为刨花板研发、生产及销售。报告期内，你公司实现营业收入 529,561,936.92 元，同比增加 29.03%，归属于挂牌公司股东的净利润 -87,144,260.29 元，同比下降 452.75%。公司综合业务毛利率由上年同期的 10.37% 下降为 -1.88%，其中刨花板业务毛利率由上年同期的 10.22% 下降为 -2.06%。报告期末，你公司存货余额 245,639,118.29 元，本期计提存货跌价 6,480,784.84 元。报告期内，主要客户（前五大）销售金额 173,041,557.97 元，占当期营业收入的 32.75%，上年同期主要客户（前五大）销售金额及占比分别为 201,735,174.18 元、49.15%。

请你公司：

(1) 结合原材料、产品价格波动情况，说明刨花板营业收入增长但毛利率为负的原因，后续毛利率是否可以转正；与同业可比公司是否存在重大差异，如有请说明具体原因及合理性，结合毛利率为负的情况说明本期存货减值准备计提是否充分；

(2) 结合业务开展及产能利用率情况、成本费用控制情况，说明报告期营业收入大幅增长、归属于挂牌公司股东的净利润大幅下降的原因及合理性；

(3) 主要客户（前五大）销售金额及占比下降的原因及合理性，新增客户主要来源；列示报告期内前十大新增客户情况，说明对不同客户定价政策是否有差异，是否存在利益输送的情况。

【回复】

(一) 结合原材料、产品价格波动情况，说明刨花板营业收入增长但毛利率

为负的原因，后续毛利率是否可以转正；与同业可比公司是否存在重大差异，如有请说明具体原因及合理性，结合毛利率为负的情况说明本期存货减值准备计提是否充分；

2022 年度及 2023 年度，公司主要原材料采购价格波动情况如下：

产品	项目	2022 年	2023 年
木质原料	采购数量（吨）	643,197.25	551,889.55
	采购金额（元）	312,308,207.83	232,344,886.93
	单位成本（元/吨）	485.56	421.00
甲醛	采购数量（吨）	17,178.82	8,994.62
	采购金额（元）	31,867,159.98	15,656,061.92
	单位成本（元/吨）	1,855.03	1,740.60
尿素	采购数量（吨）	16,351.35	8,653.30
	采购金额（元）	47,851,559.84	24,336,534.64
	单位成本（元/吨）	2,926.46	2,812.40
石蜡	采购数量（吨）	1,038.00	1,672.98
	采购金额（元）	9,950,355.97	14,855,822.33
	单位成本（元/吨）	9,586.08	8,879.88
MDI 胶水	采购数量（吨）	1,417.24	6,585.18
	采购金额（元）	23,080,447.15	97,830,520.47
	单位成本（元/吨）	16,285.49	14,856.16
三聚氰胺	采购数量（吨）	452.00	235.00
	采购金额（元）	4,249,205.75	1,775,105.10
	单位成本（元/吨）	9,400.90	7,553.64

由上表可见，公司 2023 年度主要原材料采购价格较 2022 年度均有所下降，主要系化工原料市场价格波动，以及公司加大技改创新力度，实现了以原木正材为主生产定向结构刨花板向以林业“三剩物”为主生产定向结构刨花板的重大突破所致。

2022 年度及 2023 年度，公司主要产品销售价格波动情况如下：

产品	项目	2022 年	2023 年
一、刨花板	销售数量（m³）	304,700.09	189,264.21
	销售收入（元）	384,407,638.91	226,123,680.78
	单位售价（元/m³）	1,261.59	1,194.75
其中：E0 产品	销售数量（m³）	164,932.55	119,155.01
	销售收入（元）	201,166,829.77	133,326,232.03
	单位售价（元/m³）	1,219.69	1,118.93

产品	项目	2022 年	2023 年
FSC 产品	销售数量 (m³)	80,269.03	52,898.75
	销售收入 (元)	111,615,161.66	72,646,509.40
	单位售价 (元/m³)	1,390.51	1,373.31
二、可饰面定向刨花板	销售数量 (m³)	20,087.95	238,058.16
	销售收入 (元)	25,059,077.32	302,264,764.90
	单位售价 (元/m³)	1,247.47	1,269.71
其中：ENF 产品	销售数量 (m³)	1,294.02	89,251.19
	销售收入 (元)	1,996,486.66	116,243,249.25
	单位售价 (元/m³)	1,542.86	1,302.43
F4 星产品	销售数量 (m³)	11,843.51	62,916.87
	销售收入 (元)	16,372,667.43	82,978,256.09
	单位售价 (元/m³)	1,382.42	1,318.86

由上表可见，公司 2023 年度产品销售价格较 2022 年度均有所下降，主要系 2022 年底公司年产 30 万方超强刨花板项目投产，产出较多试产板，于 2023 年大量销售，售价较正常板材偏低；以及受限于市场环境的影响，销售情况较差所致。

2022 年度及 2023 年度，公司主营业务毛利率情况如下：

单位：万元

产品	2022 年			2023 年		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
一、刨花板	38,440.76	34,377.87	10.57%	22,612.37	20,201.79	10.66%
其中：E0 级产品	20,116.68	17,364.78	13.68%	13,332.62	11,469.27	13.98%
E1 级产品	5,516.90	4,734.38	14.18%	841.72	763.62	9.28%
P2 级产品	757.96	589.41	22.24%	638.35	604.06	5.37%
防潮类产品	618.27	549.94	11.05%	223.67	184.03	17.72%
F4 星产品	57.77	44.30	23.30%	311.20	275.66	11.42%
FSC 产品	11,161.52	10,844.48	2.84%	7,264.65	6,904.82	4.95%
无醛产品	208.11	242.68	-16.61%			
废板	3.57	7.89	-121.29%	0.16	0.34	-117.18%
二、可饰面定向刨花板	2,505.91	2,383.66	4.88%	30,226.48	33,727.21	-11.58%
其中：E0 级产品	668.99	442.78	33.81%	617.74	661.14	-7.03%
ENF 产品	199.65	228.36	-14.38%	11,624.32	13,660.82	-17.52%
F4 星产品	1,637.27	1,712.52	-4.60%	8,297.83	8,831.81	-6.44%
LSB 产品				8,988.79	9,828.97	-9.35%
FSC 产品				340.80	365.51	-7.25%
SSPB 产品				357.01	378.96	-6.15%
合计	40,946.67	36,761.53	10.22%	52,838.84	53,929.00	-2.06%

注：上表可饰面定向刨花板为年产 30 万方超强刨花板项目产出板。

由上表可见，刨花板类产品 2023 年总体毛利率较 2022 年无较大变化，其中 E1 级产品、P2 级产品、F4 星产品 2023 年毛利率较 2022 年有所下降，主要系 2023 年受限于市场环境的影响，销售情况较差，产品销售价格降低所致。可饰面定向刨花板 2023 年毛利率较 2022 年下降较多，主要系 2022 年底公司年产 30 万方超强刨花板项目投产，产出较多试产板，该部分产品成本较高，售价较正常板材偏低，且 2022 年底仅少量销售，2023 年开始大量销售，导致毛利率下降。

综上，2023 年刨花板营业收入增长但毛利率为负主要系公司 2022 年底年产 30 万方超强刨花板项目投产，2023 年可饰面定向刨花板收入较 2022 年大幅增长；新产线产品质量尚不稳定，产品成本较高，售价较低，以及受限于市场环境的影响，产品销售价格下降，导致毛利率为负，与公司经营现状相符。

随着新产线产品质量逐步稳定，祥盛公司刨花板产品实现从普通颗粒刨花板（PB）向三层结构定向结构刨花板（OSB）、五层可饰面定向刨花板（FOSB）、轻质超强刨花板（LSB）等刨花板全品类全面升级，环保等级实现 E0、P2、F4 星、ENF 等全覆盖，将极大提升派阳山品牌的市场占有率和竞争力，将推动毛利率上升。为推动毛利率的持续增长并转正，公司还在产供销管等四大板块制定了严密的降本增效措施：一是公司采取有效的成本控制措施，努力降低生产成本。如加大备料段等前关键工序的技改创新，在品质不变的情况下，大幅提高木饼、白皮等“三剩物”低成本原材料使用量，降低生产成本，并实现以原木正材为主生产定向结构刨花板向以林业“三剩物”为主生产定向结构刨花板的重大突破；大力开展智能工厂建设，数智赋能生产运营，不断提高设备运行率，实现生产经营数字化、信息化，实现成本全面管控。二是实行集团化采购模式，以量降成本；如化工原料等大宗物资采购实行集中批量采购模式，以量降本；实行生产用的磨刀具、刀片以及砂带等易损耗配件承包模式，外包给专业供应商，此举不仅可以减少公司在非核心领域的投入，还能充分利用外部供应商的专业能力和规模效应，进一步降低配件成本。三是按照“签约大品牌、稳定中间商、增加终端客”的营销思路，增加产品授权销售、区域授权销售等模式，不断开拓市场，填补空白区域、空白市场，实现布局全国。同时加大与全国性专业展会、营销机构等平台媒介的合作，加大产品营销推广力度，不断提升品牌影响力和市场占有率，提高产品销售价格 and 市场份额。四是全面实行扁平化管理，减少中间管理层环节，精简

人员，降低管理成本。

2022 年度及 2023 年度，公司与同行业可比公司毛利率情况如下：

股票代码	公司简称	2022 年	2023 年
873459	鼎丰股份	25.22%	23.09%
601996	丰林集团	10.90%	8.76%
600076	康欣新材	-68.57%	-84.72%
平均值		-10.82%	-17.62%
中位值		10.90%	8.76%
祥盛股份		10.22%	-2.06%

注：同行业可比公司数据来源于 wind 资讯，其中鼎丰股份、丰林集团为刨花板业务，康欣新材为环保板业务。

由上表可见，2022 年度公司毛利率为 10.22%，与同行业可比公司中位值 10.90%相近，无重大差异；2023 年度公司毛利率为-2.06%，与同行业可比公司中位值 8.76%存在重大差异，主要系公司 2022 年底新产线投产，联动调试期间，产出较多试产板，该部分产品成本较高，售价较正常板材偏低，且 2023 年开始大量销售，导致公司 2023 年毛利率大幅下降。若扣除新产线可饰面定向刨花板产品的影响，公司 2023 年刨花板产品毛利率为 10.66%，与同行业可比公司中位值 8.76%不存在重大差异。

综上，公司与同行业可比公司 2022 年度不存在重大差异，2023 年度存在重大差异，但主要是由于新产线产品的影响，与公司经营现状相符，具有合理性。

公司根据《企业会计准则》相关规定，对期末存货进行全面清查后，按存货的成本与可变现净值孰低方法计提存货跌价准备。具体如下：

①产成品和发出商品等直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。对有订单支持的存货，其估计售价以具体的订单销售价格为基础计算；对备库部分的产成品，其估计售价以具体产品的近期销售价格为基础计算。同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。

②需要经过加工的材料、在产品等存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。

公司 2022 年底新产线投产，产品质量尚不稳定，生产出较多低等级产品（C、D 等级），该产品成本较高，售价较低，因此导致公司 2023 年度毛利率为-2.06%。随着 2023 年新产线的调试运行，产品质量逐步稳定，以及公司低等板库存 2023 年末为 3,985.06 立方米，较 2022 年末 9,464.03 立方米减少 5,478.97 立方米，公司 2023 年末存货跌价准备较 2022 年末有所减少，公司已谨慎进行了存货跌价测试，并根据存货可变现净值低于账面成本金额计提了存货跌价准备，符合企业实际情况，具有合理性，公司存货跌价准备计提充分。

（二）结合业务开展及产能利用率情况、成本费用控制情况，说明报告期营业收入大幅增长、归属于挂牌公司股东的净利润大幅下降的原因及合理性；

2022 年度及 2023 年度，公司产能利用率情况如下：

项目	2022 年	2023 年
设计产能（m³）	440,000.00	480,000.00
实际产能（m³）	409,777.62	461,847.82
产能利用率（%）	93.13%	96.22%

注：公司 2022 年新产线建成投产，2023 年老产线搬迁至环江，2022 年设计产能中包含部分新产线产能，2023 年设计产能中包含部分老产线产能。

由上表可见，公司产能利用率较高，2022 年及 2023 年均在 90%以上，且 2023 年产量较 2022 年有所增长，与营业收入的增长相匹配。

2022 年度及 2023 年度，公司营业收入和成本费用情况如下：

单位：万元

项 目	2022 年	2023 年
营业收入	41,041.27	52,956.19
其中：主营业务收入	40,946.67	52,838.84
其他业务收入	94.59	117.35
营业成本	36,786.65	53,953.62
其中：主营业务成本	36,761.53	53,929.00
其他业务成本	25.12	24.61
税金及附加	330.83	462.34
销售费用	973.81	760.04
管理费用	1,744.22	2,661.84
研发费用	1,349.24	1,502.57
财务费用	1,838.48	3,512.72
净利润	-1,576.56	-8,714.43

由上表可见，公司主营业务成本 2023 年较 2022 年增加 17,167.47 万元，主要系新产线产品销量增加，以及产品单方成本更低的老产线 2023 年下半年整体搬迁至环江子公司，下半年无生产所致。

公司财务费用 2023 年较 2022 年增加 1,674.24 万元，主要系公司新产线投建，资金需求增加，借款增加，且新产线于 2022 年底建成投产，财务费用-利息支出增加所致。

公司净利润 2023 年较 2022 年减少 7,137.87 万元，主要系公司新产线产品成本较高，销售价格较低以及随着公司规模扩大，期间费用增加所致。

事业一部与事业二部产品单方成本对比如下表：

单位：元/立方

项目	单方直接材料	单方辅助材料	单方直接人工	单方辅助费用	单方制造费用	合计
事业一部（老产线）	497.04	244.30	38.35	37.85	184.60	1,002.14
事业二部（新产线）	676.90	390.78	44.04	31.30	256.03	1,399.06
差异额	179.86	146.48	5.70	-6.55	71.44	396.92
差异率	36.19%	59.96%	14.85%	-17.32%	38.70%	39.61%

事业二部中的单方直接材料、单方辅助材料高于事业一部，原因主要系：①事业二部生产的主要产品为三层结构定向刨花板（OSB）、五层可饰面定向结构刨花板（FOSB），该产品的木质原料主要为次小薪材，该种薪材单价较高；②事业二部主要生产无醛板，MDI 作为最主要的无醛胶水单价较高。事业二部中的单方直接人工和单方制造费用高于一部，主要原因系产品不同，事业一部主要生产普通颗粒刨花板（PB），事业二部属于新建设生产线，且产品定位为更加高端的刨花板（OSB、FOSB），同时产能利用率尚未达标，故各产品分摊的单方固定成本较高。

2022 年度及 2023 年度，公司期间费用占营业收入的比重变动情况如下：

单位：万元

项目	2022 年		2023 年	
	金额	营收占比	金额	营收占比
销售费用	973.81	2.37%	760.04	1.44%
管理费用	1,744.22	4.25%	2,661.84	5.03%
研发费用	1,349.24	3.29%	1,502.57	2.84%
财务费用	1,838.48	4.48%	3,512.72	6.63%

项目	2022 年		2023 年	
	金额	营收占比	金额	营收占比
合计	5,905.75	14.39%	8,437.17	15.93%

由上表可见，公司 2023 年度总体期间费用率较 2022 年增加 1.54%，主要系公司新产线于 2022 年底建成投产，财务费用-利息支出增加所致。

综上，报告期公司营业收入大幅增长，主要是由于公司 2022 年底年产 30 万方超强刨花板项目投产，2023 年可饰面定向刨花板收入较 2022 年大幅增长。归属于挂牌公司股东的净利润大幅下降的原因主要是由于新产线产品单方成本较高，但由于产品质量尚不稳定，以及受限于市场环境影响，产品销售价格较低，毛利率为负，最终导致公司净利润大幅下降，与公司经营现状相符，具有合理性。

（三）主要客户（前五大）销售金额及占比下降的原因及合理性，新增客户主要来源；列示报告期内前十大新增客户情况，说明对不同客户定价政策是否有差异，是否存在利益输送的情况。

1、主要客户（前五大）销售金额及占比下降的原因及合理性

2022年度及2023年度，公司主要客户（前五大）销售金额及占比情况如下：

单位：万元

客户名称	2022 年			2023 年			变动情况	
	排名	销售收入	收入占比	排名	销售收入	收入占比	收入	变动比例
宁波捷丰现代家具有限公司	1	9,731.94	23.71%	1	6,888.63	13.09%	-2,802.28	-29.22%
佛山市恒龙木业有限公司		-		2	3,374.66	6.37%	3,232.87	
上海桂祥盛新材料有限公司	36	200.91		3	3,232.87	6.10%	3,173.75	1509.11%
云南桔木装饰材料有限公司	17	509.47		4	1,949.76	3.68%	1,440.29	282.70%
南宁市三征贸易有限公司	10	1,167.64		5	1,858.24	3.51%		59.14%
广州恒泰木业有限公司(注1)	3	2,438.47	5.94%	6	1,534.17		-177.46	-37.08%
欧派家居集团股份有限公司(注2)	2	3,947.97	9.62%	13	1,148.32		-2,799.65	-70.91%
广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司(注3)	4	2,346.88	5.72%	16	974.75		-1,864.63	-58.47%

客户名称	2022 年			2023 年			变动情况	
	排名	销售收入	收入占比	排名	销售收入	收入占比	收入	变动比例
广东顶固集创家居股份有限公司	5	1,708.25	4.16%	46	273.29		-1,434.96	-84.00%
前五大合计	-	20,173.51	49.15%		17,304.16	32.75%	-2,828.32	-

注 1：欧派家居集团股份有限公司、广州欧派集成家居有限公司、清远欧派集成家居有限公司、成都欧派智能家居有限公司实际控制人均为欧派家居集团股份有限公司，合并为欧派家居集团股份有限公司披露。

注 2：广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司、皮阿诺智慧家居（广东）有限公司实际控制人均为广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司，合并为广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司披露。

由上表可见，公司 2023 年度前五大客户销售收入 17,304.016 万元，占当期销售收入占上期总收入的 32.75%，2022 年度前五大客户销售收入 20,173.51 万元，占上期总收入的 49.15%，2023 年度前五大客户销售收入、占比较上年同期均有所减少。本期前五名客户与上期相比存在变化，体现在：

（1）2023 年度第 1 大客户宁波捷丰现代家具有限公司在 2022 年度同期为第 1 名客户，销售收入变动比例为-29.22%。

宁波捷丰现代家具有限公司所采购的商品主要为 P2 级产品，本年度由于事业一部搬迁，P2 级产品产出较少，下半年采购较少，导致收入占比较上期降低。

（2）2023 年度第 2 大客户佛山市恒龙木业有限公司为 2023 年度新增加客户。

佛山市恒龙木业有限公司主要采购可饰面定向刨花板，系事业二部产出产品，事业二部 2022 年下半年开始投产，2023 年产出稳定，该客户为公司开拓新产品业务新增客户。

（3）2023 年度第 3 大客户上海桂祥盛新材料有限公司在 2022 年度为第 36 名客户，销售收入变动比例为 1,509.11%。

上海桂祥盛新材料有限公司主要采购可饰面定向刨花板，系事业二部产出产品，事业二部 2022 年开始投产，本年产出稳定，收入占比较上期增加。

（4）2023 年度第 4 大客户云南桔木装饰材料有限公司在 2022 年度为第 17 大客户，销售收入变动比例为 282.70%。

云南桔木装饰材料有限公司主要采购产品为 E0 级产品及可饰面定向刨花板，其中 E0 产品由于事业一部搬迁，下半年没有产出，采购量减少，可饰面定向刨花板采购量增加，导致收入占比较上期提高。

(5) 2023 年度第 5 大客户南宁市三征贸易有限公司在 2022 年度为第 10 大客户，销售收入变动比例为 59.14%。

南宁市三征贸易有限公司主要采购产品为 E0 级产品及可饰面定向刨花板，其中 E0 产品由于事业一部搬迁，下半年没有产出，采购量减少，本期增加主要系可饰面定向刨花板采购量增加，系事业二部产出产品。

(6) 2023 年度第 6 大客户广州恒泰木业有限公司在 2022 年度为第 3 大客户，销售收入变动比例为-37.0%。

该客户采购主要为 E0 级产品，2023 年度由于事业一部搬迁，E0 级产品产出较少，下半年采购较少，导致收入占比较上期降低。

(7) 2022 年度第 2 大客户欧派家居集团股份有限公司在 2023 年度为第 13 大客户，销售收入变动比例为-70.91%。

欧派家居集团股份有限公司位于广东，2023 年主要使用 E0 级产品、E1 级产品，2024 年才开始试用 FOSB 无醛产品，其中 E0、E1 产品由于事业一部搬迁，下半年没有产出导致，采购量减少，收入占比较上期减少。

(8) 2022 年度第 4 大客户广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司在 2023 年度为第 27 大客户，销售收入变动比例为-79.45%。

广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司主要采购产品为 E0 级产品，由于事业一部搬迁，下半年没有产出，采购量减少，导致收入占比较上期降低。

(9) 2022 年度第 5 大客户广东顶固集创家居股份有限公司在 2023 年度为第 46 大客户，销售收入变动比例为-84.00%。

广东顶固集创家居股份有限公司主要采购产品为 E0 级产品，由于事业一部搬迁，下半年没有产出，采购量减少，导致收入占比较上期降低。

综上，公司主要客户（前五大）销售金额及占比下降主要系公司原产线搬迁

至环江，新产线建设投产及产品类型的改变，与公司经营发展战略相关，符合公司经营现状，具有合理性。

2、新增客户主要来源

区域市场通过拜访、媒体及第三方介绍等方式，收集负责区域内经销商资料和信息，区域经理对名录上经销商进行初步调查，以确定潜在客户并实施拜访，对资信调查达到 A 级及以上代理商，区域经理与该经销商预约拜访进入实质性的谈判，并最终达成一致及签约。

除上述途径外，公司新增客户也有经销商发展的下游客户，以及通过其他途径了解上门达成协议的客户。

3、前十大新增客户情况

发行人前十大客户中新增客户仅有一家，为 2023 年度第三大客户佛山市恒龙木业有限公司，该公司是通过其他途径了解上门达成协议的客户，其经营范围为：一般项目：木材销售；建筑装饰材料销售；建筑材料销售；软木制品销售；轻质建筑材料销售；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；会议及展览服务。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动），经营范围与公司产品相关。

4、对不同客户定价政策是否有差异，是否存在利益输送的情况。

公司按月定价，结算价格为出产价格+运费+服务费，对不同客户定价政策会存在部分差异，主要体现为：

（1）不同渠道的客户定价政策会存在部分差异，通过经销商服务的直销终端大客户需要加服务费，经销商不加服务费。

（2）不同区域客户定价政策会存在部分差异，外地客户如东北、西北、华北等区域客户基础出厂价加上部分优惠。

（3）其他特殊情况，如刨花板退货，以优惠价格出售给别的客户。

除上述情况外，对不同客户定价政策一致，不存在利益输送情况。

二、关于偿债能力

报告期末，你公司资产负债率 93.54%，上年同期为 86.45%；流动比率 0.59，上年同期为 0.76，短期借款余额 391,057,006.88 元，同比增长 18.32%。报告期内，公司为合并报表范围内子公司提供担保 245,480,220.30 元，实际履行担保责任的金额 141,594,391.60 元。

请你公司：

（1）说明高负债经营是否属于行业惯例，财务状况与同业可比公司是否存在重大差异，如有请说明具体原因及合理性；

（2）结合公司融资安排、偿债安排等情况，分析公司是否存在资金链断裂的风险，公司（拟）采取的具体应对措施。

【回复】

（一）说明高负债经营是否属于行业惯例，财务状况与同业可比公司是否存在重大差异，如有请说明具体原因及合理性；

2022年度及2023年度，公司与同行业可比公司财务状况对比如下：

单位：万元

公司	指标	2022 年	2023 年
康欣新材	资产负债率	33.98%	36.53%
	流动比率	2.29	2.59
	短期借款余额	86,173.97	30,556.95
丰林集团	资产负债率	31.94%	23.20%
	流动比率	2.42	2.16
	短期借款余额	23,014.96	27,015.28
鼎丰股份	资产负债率	24.67%	19.91%
	流动比率	2.77	3.83
	短期借款余额	/	/
祥盛股份	资产负债率	86.45%	93.54%
	流动比率	0.76	0.59
	短期借款余额	33,051.49	39,105.70

由上表可见，2022年度及2023年度，同行业可比公司资产负债率均在40%以下，祥盛股份资产负债率均在80%以上且持续上升；2022年度及2023年度，同行业可比公司流动比率保持在2以上，祥盛股份处于1以下，财务状况与同行业可比公司存在重大差异。差异具体原因如下：

1、基于对市场需求变化的判断，公司制定了扩大产能，新建产线的经营策略。公司第二条生产线年产30万方超强刨花板项目于2020年投建；第一条生产线

2023年搬迁至环江，年产35万方刨花板技改搬迁项目以及第三条生产线年产60万方超强刨花板项目于2022年投建。公司2021至2023年在建工程金额增加，项目贷款增加，流动比率下降，资产负债率上升。

2、近两年，受下游房地产及家居行业的影响，以及公司新产线产品质量尚不稳定，产品销售价格较低，导致公司销售毛利率下降，流动比率下降，资产负债率上升。

综上，高负债经营不属于行业惯例，公司财务状况与同业可比公司存在重大差异，但与公司经营现状相符，具有合理性。

（二）结合公司融资安排、偿债安排等情况，分析公司是否存在资金链断裂的风险，公司（拟）采取的具体应对措施。

1、公司融资安排及偿债安排

公司60万超强刨花板项目计划于2025年3月出首板，该项目固定资产投资资金已落实，按照行业惯例需要提前储备原材料，并且第四季度属于行业旺季，公司计划2024年底前融资8,000.00万元用于采购原材料为该项目作原料储备。

公司统筹资金安排、合理提前筹划偿债资金，均按照与贷款银行的合同约定按期偿还贷款。

2、是否存在资金链断裂的风险

2023年末，公司货币资金余额为10,758.19万元，公司流动资金充足；应收账款账期较短，客户回款及时，信用良好；报告期内，公司销售商品、提供劳务收到的现金为52,043.53万元，同比增长62.86%，经营活动现金流入情况较好；公司是广西林业局下属的国资企业，信誉良好，且与银行机构长期合作，履约正常。近两年公司处于高速扩张阶段，2022年底新产线投产，2023年实现营业收入5.29亿元。全资子公司环江祥盛于2023年11月出首板，截至2024年7月末运行率达到85%，公司2024年预算营业收入将达9.32亿元。

综上，公司流动资金充足，融资渠道顺畅，经营性现金流入良好，不存在资金链断裂的风险。

3、（拟）采取的具体应对措施

祥盛公司刨花板产品实现从普通颗粒刨花板（PB）向三层结构定向结构刨花板（OSB）、五层可饰面定向刨花板（FOSB）、轻质超强刨花板（LSB）等刨花板

全品类全面升级，环保等级实现 E0、P2、F4 星、ENF 等全覆盖，将极大提升派阳山品牌的市场占有率和竞争力。具体措施如下：

（1）提产提质降本增效。充分利用刨花板生产技术优势，争取每条生产线尽快达产达标，并力争超产 40%以上，实现降本增效。

（2）供应保障开源节流降本增效。持续优化集团化采购模式，扩大易损耗件承包模式；理顺越南境外原料进口渠道，实现批量采购，并随着渠道优化持续实现成本下降，为保障原料供应和避开竞争开辟新渠道。

（3）市场营销增量增效。加大市场开拓力度，不断填补空白市场区域，实现全国布局，提升产品市场占有率；借助营销机构和展览平台等，不断创新营销模式，提升品牌影响力；充分利用木材资源和市场渠道优势，大力推广全桧、全杉、FSC 等特色优势产品，实现产品差异化经营。

（4）数智赋能降本增效。加快推进智能工厂建设，强化提升内部管理水平，提高生产运营效率，实现生产经营数字化、信息化，加大成本管控，实现成本增效。

（5）全力推进项目建设。严格按照 2025 年一季度末实现首板下线目标，全力推进 60 万生产项目建设。

（6）加大政策对接力度，争取政策支持。加大工信、科技、金融等部门出台有关政策对接，争取更大的政策支持，获得更多政策资金。

三、关于在建工程

报告期末，在建工程 467,999,542.23 元，同比增长 825.73%。年报披露在建工程变动原因主要是公司子公司在环江的生产线仍在建设中，支出增加所致。

请你公司：

（1）说明具体在建工程具体用途、完工进展，并结合下游行业需求、公司产能利用率等情况说明新增在建工程的必要性，是否存在长期未转入固定资产的情况，是否存在产能过剩及减值风险；

（2）说明资金的后续投入情况、资金来源，是否有能力完成后续投入，是否存在费用资本化的情况。

【回复】

(一) 说明具体在建工程具体用途、完工进展，并结合下游行业需求、公司产能利用率等情况说明新增在建工程的必要性，是否存在长期未转入固定资产的情况，是否存在产能过剩及减值风险；

1、公司新增在建工程的必要性，是否存在产能过剩及减值风险

(1) 在建工程情况

公司具体在建工程具体用途、完工进展情况如下：

项目	2023 年期末数(元)	截至 2023 年 期末是否完工	最终用途
环江新产线项目	402,185,899.10	否	本项目为技改搬迁原公司年产 30 万立方米刨花板生产线，对原生产线部分设备进行升级改造，建设一条年产 35 万立方米的刨花板生产线。本项目建设将打造成为广西乃至全国人造板同类产品能耗最低、指标最优、环保最好以及资源综合利用效能最高的样板工程，成为人造板制造业与现代信息技术结合的示范窗口，成为区域特色显著、资源配置高效、产业链条完善的全国第一家专业高端刨花板一体化生产基地和全国知名绿色板材产业示范基地。
PB 搬迁技术改造升级项目 (60 万超强刨花板项目)	51,813,642.40	否	本次搬迁技术改造升级至年产 60 万立方米，估算总投资约 7.5 亿元，投入与产出强度比 1200 万元/万立方米左右，有效降低单位投资成本、降低刨花板单位制造成本，提高市场竞争力。同时搬迁技改升级完成后，充分利用年产 30 万立方米超强刨花板 (OSB) 项目设备优势，将产品定位为三层结构定向刨花板 (OSB) 为主，将年产 60 万立方米项目产品定位为五层可饰面定向结构刨花板 (FOSB) 为主，生产效率及规模将大幅提高。
超强刨花板项目	13,802,795.86	否	该生产线主要设备和工艺技术分别从德国、意大利及加拿大引进，具有当今国际同行先进水平。可生产厚度为 8mm 至 38mm 不同规格的刨花板，产品环保等级达到 E1、1/2E1、防潮、FSC、F☆☆☆☆标准，同时，还可根据客户的需求，定制各种特殊规格的产品。
筛选技改、滚筒筛至干刨花仓 防爆技改项目	197,204.87	否	技改后刨花经过风选机后杂质、粉法、石头等被风选出来可以改善板面，提高质量。刮板机改成皮带运输机后，对发生火警起到阻隔防爆作用，对后面设备、人员起到保护，减少安全生产隐患，对安全生产得到保障。
合计	467,999,542.23		

注：截至 2024 年 6 月 30 日，环江新产线项目已完工并转固；PB 搬迁技术改造升级项目（60 万超强刨花板项目）厂区道路硬化完成 95%，设备基础完成

90%，主车间厂房基础打桩完成 70%，完成了进口设备的订购工作，国产设备预计到 8 月底才能完成订购，但设备未进厂，项目总体进度为 9.27%；超强刨花板项目主要为 30 万超强刨花板项目湿静电除尘系统项目，目前仍未达到验收标准，尚在技改调试中；筛选技改、滚筒筛至干刨花仓防爆技改项目拆走筛选表层、芯层刮板机，安装好新改皮带运输机，增加风选机，处于试运行阶段，项目总体进度为 80.00%。

（2）公司产能利用情况

2022 年度及 2023 年度，公司产能利用率情况如下：

项目	2022 年	2023 年
设计产能（m ³ ）	440,000.00	480,000.00
实际产能（m ³ ）	409,777.62	461,847.82
产能利用率（%）	93.13%	96.22%

如上表所示，公司 2022 年及 2023 年产能利用率分别为 93.13%、96.22%，产能利用率较高，均在 90%以上。

（3）下游行业需求情况

刨花板产品主要应用于家具、建筑、包装等领域，其中家具使用刨花板量占下游消费市场的 75%~80%。根据《中国人造板产业报告 2022》，2012 年至 2021 年中国刨花板消费量整体呈上升趋势，由 2012 年的 2,383.00 万立方米增长至 2021 年的 3,965.00 万立方米，消费量总体增长了 66.39%，期间年均增速达到 4.30%。2021 年中国刨花板消费量较 2020 年增长 27.70%，是三类人造板消费量中增幅最大的品种。

目前，刨花板仍然是中国唯一进口量大于出口量的人造板品种，中国刨花板经历了 2016 年和 2017 年连续两年进口量大幅增长，增幅超过 20%，且 2017 年进口量首次突破 70 万吨。随着中国刨花板产能的提升，2018 年至 2022 年中国刨花板进口量增速逐渐缓慢，进口量基本维持在 70 万吨左右，每年浮动变化不大，2022 年我国进口各类刨花板 77.5 万吨；出口各类刨花板 36.9 万吨，国内刨花板产品仍存在一定的结构性供需缺口。特别是在高端刨花板产品领域，2022 年我国从泰国、罗马尼亚、巴西三国合计进口刨花板 43.86 万吨，占中国全部刨花板进口总量的 56.6%，供给缺口明显。

定向刨花板,其定向结构体现为表层刨片呈纵向排列,芯层刨片呈横向排列,其与胶合板相比具有较多竞争优势。首先,定向刨花板是将木材切削成大小均等的刨片,原木加工成产品的出材率接近 90%,对木材资源的利用率较高,属于木材资源友好型产品,顺应行业未来发展的必然趋势。由于对木材资源的利用率高、生产过程标准化和自动化程度高,定向刨花板生产的规模化效应明显,产品更具性价比。欧美等国市场已经形成了以定向刨花板为主的人造板消费结构。其次,定向刨花板重组了天然木材的木质纹理结构,使得各部分结构均匀,板内密度偏差小,吸湿率低,握钉力好,克服了天然木材受湿度影响易膨胀变形的缺点,因此其整体强度较大,更为结实耐用,可作为受力结构件,并且可加工成大幅面的板材,较为适合应用于定制家居、装配式建筑等新兴行业领域,市场空间广阔。

(4) 公司业务需求

公司方面,为充分发挥祥盛公司龙头企业优势,通过“强龙头、补链条、聚集群”做大做强刨花板优势产业,完善高端绿色板材智能产业链,构建“一张板带动一个大产业”的刨花板产业链体系,鉴于祥盛公司已在宁明县实施年产 30 万立方米超强刨花板项目和即将实施年产 60 万立方米技改升级项目,宁明及周边区域原料已无法承载新的刨花板产能。为了确保国有资产保值增值,公司将年产 30 万立方米刨花板生产线部分设备进行升级改造,搬迁至河池,建设新的一条年产 35 万立方米的刨花板生产线。本项目建成后,将打造成为广西乃至全国人造板同类产品能耗最低、指标最优、环保最好以及资源综合利用效能最高的样板工程,成为人造板制造业与现代信息技术结合的示范窗口,成为区域特色显著、资源配置高效、产业链条完善的全国第一家专业高端刨花板一体化生产基地和全国知名绿色板材产业示范基地。

受地缘交通等因素影响,祥盛公司从宁明销往西南区域的产品平均运费高达 220 元/立方米,产品到岸价格在该区域竞争力不强,目前公司产品主要市场仍为华东、华南、华北等三大区域。但受国家宏观调控影响,西南地区已逐渐成为家居企业主要聚集地,除全友、双虎、掌上明珠等本土家居品牌外,索菲亚、欧派、诗尼曼等家居品牌已纷纷在该区域布局建厂,未来该区域势必成为国内刨花板产品的主消费区,目前年需求量达 300 万立方米以上。将生产线整体搬迁至河

河池市环江县后，该生产线的产能将专供西南地区并辐射西北新疆、陕西等地，届时产品发往西南地区平均运费仅 150 元/立方米，相较宁明县降低 40 元/立方米，按年产能 40 万立方米测算，仅运输费便可节约成本 1600 万元，而运费大幅降低后，公司产品在西南、西北地区的市场竞争力将会实现质的提升，实现早布局、早赢得市场、早赢得主动。且将生产线整体搬迁至河池市环江县后，仅需配套花费少量资金对备料、干燥等前工段设备技改升级，即可将现有生产线升级为年产 35 万立方米超强刨花板生产线，实现年产 40 万立方米高端刨花板产品的需求，比上全新生产线投资节省近 1 亿元，用最少代价实现公司产品提档升级，同时在继续发挥生产线价值的同时，避免出现国有资产流失风险，实现产品布局全国市场的需要。

因此，公司新增生产线，是市场需求变化的趋势，也是为了更好的满足消费者需要，是必要的，具有合理性，不存在产能过剩及减值风险。

2、是否存在长期未转入固定资产的情况

公司判断在建工程是否达到预定可使用状态转入固定资产按照《企业会计准则第 17 号-借款费用》和《企业会计准则第 4 号-固定资产》的相关规定执行，购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态，可从下列几个方面进行判断：（1）符合资本化条件的资产的实体建造（包括安装）或者生产工作已经全部完成或者实质上已经完成。（2）所购建或者生产的符合资本化条件的资产与设计要求、合同规定或者生产要求基本相符，即使有极个别与设计、合同或者生产要求不相符的地方，也不影响其正常使用或销售。（3）继续发生在所购建或生产的符合资本化条件的资产上支出的金额很少或者几乎不再发生。

截至 2023 年 12 月 31 日公司在建工程未转固情况：

（1）超强刨花板项目已基本转固，账面未转固部分为 30 万超强刨花板项目湿静电除尘系统项目，未转固原因：干燥使用湿静电除尘系统中干燥风机转数 800 转/秒（正常生产需要开到 850 转/秒），预干燥温度要高出 50 度左右才能生产，目前技术指标尚未达到验收标准。

（2）年产 35 万立方米刨花板技改搬迁（环江）项目办公楼、宿舍和食堂建设工程已完工，于 2023 年 12 月投入正常使用，后续发生的金额很少，达到预定可使用状态，从在建工程转入固定资产-房屋建筑物。公司生产车间用房和生产

线尚未验收，2023 年末尚未达到预定可使用状态，故未转入固定资产。

(3)PB 搬迁技术改造升级项目(60 万超强刨花板项目)仅完成了土地平整，未达到预定可使用状态，故 2023 年末转入固定资产。

综上，公司不存在在建工程长期未转入固定资产的情况。

(二)说明资金的后续投入情况、资金来源，是否有能力完成后续投入，是否存在费用资本化的情况。

1、资金后续投入情况

60 万超强刨花板项目总预算 75,000.00 万元，截至 2024 年 6 月 30 日，60 万超强刨花板项目已投入 21,017.73 万元，未来预计仍需支出金额约 53,982.27 万元，该项目尚未完成，后续会新增借款。

2、资金来源

60 万超强刨花板项目总预算 75,000.00 万元，其中银行贷款 52,000.00 万元，公司自有资金 23,000.00 万元，后续投入资金主要来源于银行借款及销售收入。

3、是否有能力完成后续投入

公司有能力和完成后续投入。公司年产 30 万方超强刨花板项目已于 2022 年底投产，已经产生收入和效益。子公司环江祥盛已于 2024 年正式投产，截至 2024 年 7 月，运行率已达 85%。2023 年期末，公司货币资金余额为 10,758.19 万元，公司流动资金充足；应收账款账期较短，客户回款及时，信用良好；报告期内，公司销售商品、提供劳务收到的现金为 52,043.53 万元，同比增长 62.86%，经营活动现金流入情况较好；公司是广西林业局下属的国资企业，信誉良好，且与银行机构长期合作，履约正常。

4、是否存在费用资本化的情况

借款费用资本化原则

报告期内，公司借款费用是否资本化是依据《企业会计准则第 17 号—借款费用》的相关规定执行，具体情况如下：

准则条款	法规条文	公司情况	是否符合
资本化条件	《企业会计准则第 17 号——借款费用》第四条：“企业发生的借款费用，可直接	公司借入专门借款用于生产线建设。生产线建设需	符合

	归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，应当予以资本化，计入相关资产成本”；符合资本化条件的资产，是指需要经过相当长时间的购建或者生产活动才能达到预定可使用或者可销售状态的固定资产、投资性房地产和存货等资产。”	要经过一段时间建设才能达到预定可使用状态。公司将相关借款所产生的利息资本化，符合企业会计准则的规定。	
资本化时点	《企业会计准则第 17 号-借款费用》第五条：“借款费用同时满足下列条件的，才能开始资本化：（1）资产支出已经发生，资产支出包括为购建或者生产符合资本化条件的资产而以支付现金、转非现金资产或者承担带息债务形式发生的支出；（2）借款费用已经发生；（3）为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。	报告期内，公司取得上述借款时，生产线的建设工作已经开始，公司以借款实际发放日作为资本化起始日。	符合
停止资本化时点	《企业会计准则第 17 号-借款费用》第十二条：购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态时，借款费用应当停止资本化。在符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态之后所发生的借款费用，应当在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。”	报告期内，公司超强刨花板产线和环江办公楼等房屋建筑物已达到预定可使用状态，相关借款利息已停止资本化，并计入费用，环江车间和生产线尚未达到预定可使用状态，相关借款的利息费用尚未停止资本化。	符合
资本化金额	《企业会计准则第 17 号-借款费用》第六条：“在资本化期间内，每一会计期间的利息（包括折价或溢价的摊销）资本化金额，应当按照下列规定确定：（一）为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入专门借款的，应当以专门借款当期实际发生的利息费用，减去将尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额确定。专门借款，是指为购建或者生产符合资本化条件的资产而专门借入的款项。”	报告期内，公司根据产线的款项支付进度及资金需求分期向银行提款，并将实际借款产生的利息费用计入在建工程，不存在尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益。	符合

综上，报告期内除借款费用资本化外，公司计入在建工程的均是与在建工程项目直接相关的费用，无不相关费用资本化的情况。

（以下无正文）

（本页无正文，为广西祥盛家居材料科技股份有限公司对《广西祥盛家居材料科技股份有限公司关于年报问询函的回复》之签章页）

广西祥盛家居材料科技股份有限公司（盖章）



2024年8月26日