

上海永超新材料科技股份有限公司

关于半年报问询函的回复

全国中小企业股份转让系统有限责任公司：

上海永超新材料科技股份有限公司(以下简称“公司”或“我司”或“永超新材”)于2024年10月28日收到全国中小企业股份转让系统有限责任公司《关于对上海永超新材料科技股份有限公司的半年报问询函》(以下简称“问询函”),公司就问询函所提问题进行认真讨论、核查与落实。2024年10月20日,公司召开第三届董事会第十三次会议及第三届监事会第八次会议,审议通过了《关于公司前期会计差错更正的议案》,对2024年1-6月及2023年1-6月财务报表及报表附注部分数据进行了更正,公司已于2024年11月21日在全国中小企业股份转让系统指定信息披露平台披露相关公告。以下回复均基于差错更正后的数据进行回复,具体回复如下:

一、关于公司业绩

报告期内,你公司实现营业收入126,273,331.22元,同比增长29.02%;归属于挂牌公司股东的净利润21,515,502.57元,同比增长23.86%;经营活动产生的现金流量净额为31,428,553.60元,同比增长801.31%。应收账款期末余额60,618,740.78元,较上期增长8.06%。公司半年报披露称公司规模扩大,各业务板块均有所增长,收入增长且收款良好。

请你公司:

(1) 列示主要客户的情况,说明本期是否存在新增的重要客户,包括但不限于是否存在关联关系、合作内容、交易金额、销售占比等,并结合同行业可比公司情况、市场空间及需求、本期新增的重大项目、主要客户的集中度等,说明公司业绩增长的合理性及持续性;

(2) 结合业务规模变化、应收账款回款情况、应付款项支付等,分析经营活动现金流量净额大幅增长的原因,并说明其与净利润变动幅度存在较大差异的原因,是否与销售政策、采购政策、信用政策相匹配。

【回复】

（一）列示主要客户的情况，说明本期是否存在新增的重要客户，包括但不限于是否存在关联关系、合作内容、交易金额、销售占比等，并结合同行业可比公司情况、市场空间及需求、本期新增的重大项目、主要客户的集中度等，说明公司业绩增长的合理性及持续性

1、列示主要客户的情况，说明本期是否存在新增的重要客户，包括但不限于是否存在关联关系、合作内容、交易金额、销售占比等

2024 年上半年公司前十大客户销售收入及应收账款情况如下表：

单位：万元

序号	购买方名称	产品	关联关系	2024 年 1-6 月收入	收入占比	应收账款余额	占应收账款比例
1	青岛河钢及其关联企业	VCM 功能薄膜	无	3,146.09	25.03%	2,548.53	39.72%
2	禾盛新材及其关联企业	VCM 功能薄膜	无	1,231.74	9.80%	1,307.21	20.37%
3	深圳华美金属材料科技有限公司	VCM 功能薄膜	无	1,226.29	9.76%	574.66	8.96%
4	浙江福莱新材料股份有限公司	VM 真空镀膜	无	612.10	4.87%	193.26	3.01%
5	江苏立霸实业股份有限公司	VCM 功能薄膜	无	570.71	4.54%	145.87	2.27%
6	江苏君安新材料科技有限公司	VCM 功能薄膜	无	552.72	4.40%	768.01	11.97%
7	江阴鹏卉装饰材料有限公司	VCM 功能薄膜	无	439.67	3.50%	126.51	1.97%
8	Tose-eh Profile Sahand	VCM 功能薄膜	无	330.45	2.63%	-	-
9	上海缔蓝新材料科技有限公司	VCM 功能薄膜	无	319.14	2.54%	3.63	0.06%
10	浙江新瑞铭装饰材料有限公司	VCM 功能薄膜	无	282.73	2.25%	192.52	3.00%
合计				8,711.64	69.32%	5,860.20	91.33%

公司 2024 年半年度整体销售较上年同期增长 29.10%，其中以 VCM 功能薄膜产品增长为主。本报告期前十大客户均为公司长期合作客户，前十大客户销售占比 69.32%，本期的销售增长主要为老客户销售额的同步增长所致。前十大客户均为非关联客户，与公司合作关系稳定，粘性较高。

2、同行业可比公司情况

同行业可比公司的收入增长情况：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度		2021 年度
	金额	增长比例	金额	增长比例	金额	增长比例	金额
斯迪克	133,635.48	36.61%	196,851.54	4.86%	187,719.31	-5.39%	198,415.80
沪江材料	15,011.60	18.16%	27,592.09	-1.61%	28,042.44	-14.64%	32,853.72
激智科技	111,888.21	14.53%	230,327.30	16.24%	198,147.75	2.96%	192,452.04
永超新材	12,566.98	29.10%	22,386.93	52.49%	14,680.87	-2.01%	14,982.12

2022、2023 年度及 2024 半年度公司收入较上年同期增长率分别为-2.01%、52.49%、29.10%，与同行业可比公司存在一定差异，主要系产品的下游应用领域不同。目前因为 VCM 功能薄膜主要应用于家电领域，目前市场上没有与公司完全处于同一细分行业（细分领域）的上市/新三板挂牌公司，因此从下游已上市主要客户的业绩情况和家电细分领域发展情况两个角度分析公司业绩增长的合理性。

(1) VCM 功能薄膜下游已上市主要客户的业绩情况

公司 VCM 功能薄膜已上市主要客户业绩情况如下：

单位：万元

公司名称	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度		2021 年度
	金额	增长比例	金额	增长比例	金额	增长比例	金额
江苏立霸实业股份有限公司 (603519)	81,762.14	23.90%	152,423.31	7.61%	141,641.44	-10.74%	158,678.53
苏州禾盛新型材料股份有限公司 (002290)	120,765.75	15.03%	234,036.48	9.71%	213,326.19	-5.98%	226,883.30
永超新材	8,869.50	33.35%	15,359.25	51.25%	10,154.71	1.51%	10,003.82

公司 VCM 功能薄膜已上市主要客户家电外观复合材料产销情况如下：

公司名称	类型	2023 年度		2022 年度		2021 年度
		重量（吨）	变动比例	重量（吨）	变动比例	重量（吨）
江苏立霸实业股份有限公司 (603519)	销售量	218,043.23	17.57%	185,455.80	-2.40%	190,025.28
	生产量	218,181.62	21.02%	180,290.53	-4.98%	189,747.03

公司名称	类型	2023 年度		2022 年度		2021 年度
		重量（吨）	变动比例	重量（吨）	变动比例	重量（吨）
苏州禾盛新型材料股份有限公司 (002290)	销售量	292,625.08	21.44%	240,960.83	-1.15%	243,765.14
	生产量	295,187.23	23.17%	239,650.64	-1.47%	243,223.24

注：由于上述公司未在年报明确区分 PCM 和 VCM 产品，故一并披露为家电外观复合材料。

由上表可见，主要客户 2023 年度业绩及家电外观复合材料的产销量为增长趋势，与公司 VCM 功能薄膜增长趋势相同，公司 VCM 功能薄膜收入增长具备合理性。

（2）家电细分领域发展情况

公司 VCM 功能薄膜产品主要应用在家电领域，包括冰箱、洗衣机、空气调节器等白色家电。

年份	家用电冰箱（家用冷冻冷藏箱） 产量当期值(万台)	家用洗衣机产量 当期值(万台)	房间空气调节器 产量当期值(万台)	合计
2021 年度	8,992.50	8,677.20	22,208.10	39,877.80
2022 年度	8,539.20	9,019.90	22,183.90	39,743.00
2023 年度	9,869.20	10,570.80	24,774.20	45,214.20
2024 年 1-6 月	5,066.40	5,242.30	15,590.30	25,899.00

数据来源：国家统计局

根据国家统计局数据统计，白色家电产量总体保持上升趋势，2023 年度白色家电产量合计 45,214.20 万台，较 2022 年同期增加了 13.77%，2024 年上半年白色家电产量合计 25,899.00 万台，年化后较 2023 年同期增加 14.56%，与公司收入同时保持增长趋势。

3、市场空间及需求

（1）家用电器行业

近些年家电市场的需求发生了巨大改变，从以前的功能型需求变成了享受型需求和融合性需求，享受型需求指在购买家电时更看中品牌、品质、体验、以及多样的功能，甚至是一些定制化的外观，或者能够彰显独特性、专属性的特征。而融合性需求指的是家电风格外观与家庭家装风格的融合，提升家庭装修整体的

美感和协调性。所以，生活水平的提高和消费者需求的多元化导致中高端家电的需求逐渐增加。

未来随着高端化、智能化家电产品的进一步渗透，中高端产品市场有望进一步扩大，功能性涂层复合材料的需求亦将进一步增大；家电产品外观的日新月异，意味着对功能性涂层复合材料的技术要求也与日俱增；以及家电产品大容量的趋势，意味着复合材料的单耗也将随之上升，种种需求将促进公司家电用 VCM 功能薄膜行业的快速发展。

（2）建筑装饰行业

发行人生产的产品之一 VCM 建材膜是一种用途广泛的建筑装饰材料，包括写字楼、商业中心、酒店、营业类场所等。根据“十四五”规划纲要，全装修、精装修也将成为推动建筑行业绿色可持续发展的全新动能，满足全社会绿色健康家居的新刚需，预计政策持续推进，不仅扩大了装饰装修行业的市场需求规模，而且对建筑装饰的质量、档次提出了更高的要求，将推动我国整体建筑装饰产值快速增长，推动建筑装饰行业的整体水平向更高层次发展，意味着公司 VCM 建材膜的市场空间将进一步增大。

（3）包装标签行业

标签是标示商品名称、标志、材质、生产厂家、生产日期及其重要属性的特殊印刷品，是包装不可缺少的部分。目前标签仍以纸质标签为主，但以 PP 合成纸、PP 薄膜、PET 薄膜等膜类材料为基材的复合膜类标签相较于纸，具有抗撕裂、防水防潮、耐候性好等一系列优势。复合薄膜类标签因其良好的材料特性，不仅方便储存和运输，而且色彩鲜艳，耐摩擦性好，越来越受到用户青睐。因此越来越多的标签企业，开始利用复合薄膜材料的特殊性能，如利用复合薄膜材料的热收缩性制作套筒不干胶标签；利用复合薄膜材料的防水防潮性制作日化用品不干胶标签；以及利用复合薄膜材料的抗撕裂性和耐候性制作固定资产不干胶标签等。所以，未来公司生产的复合薄膜膜类产品为基材的标签将逐步替代纸质标签，从而得到更快速度的增长。

（4）汽车洗美养护行业

随着全国乘用车的增加和经济水平的提高，以及消费者更加年轻、更关注车辆颜值与个性化等，越来越多的车主开始关注汽车保护和外观装饰，市场对汽车窗膜和汽车漆面保护膜的需求也将稳步上升。目前我国汽车窗膜和汽车漆面保护膜市场正处于产品升级换代、国产逐渐替代进口的阶段，国产窗膜和漆面保护膜品牌逐渐向中高端市场发展。由此可见，我国汽车窗膜和漆面保护膜市场仍具有较大的发展空间，这对公司生产的汽车窗膜和汽车漆面保护膜业绩增长带来了持续性的利好。

4、本期新增的重大项目

2024 年无新增的重大项目。

5、主要客户的集中度

2022 年度、2023 年度、2024 年 1-6 月公司前五大客户的营业收入占公司当期营业收入的比例分别为 59.99 %、55.49%和 54.01%，客户类型及销售占比情况如下：

年份	客户名称	客户类型	主要销售产品	销售金额 (万元)	占当期营业收入的比例
2024 年 1-6 月	青岛河钢及其关联企业	直销客户	VCM 功能薄膜	3,146.09	25.03%
	禾盛新材及其关联企业	直销客户	VCM 功能薄膜	1,231.74	9.80%
	深圳华美金属材料科技有限公司	直销客户	VCM 功能薄膜	1,226.29	9.76%
	浙江福莱新材料股份有限公司	直销客户	VM 真空镀膜	612.10	4.87%
	江苏立霸实业股份有限公司	直销客户	VCM 功能薄膜	570.71	4.54%
	小计	-	-	6,786.93	54.01%
2023 年度	青岛河钢及其关联企业	直销客户	VCM 功能薄膜	5,826.99	26.03%
	禾盛新材及其关联企业	直销客户	VCM 功能薄膜	2,764.34	12.35%
	深圳华美金属材料科技有限公司	直销客户	VCM 功能薄膜	1,478.03	6.60%
	浙江福莱新材料股份有限公司	直销客户	VM 真空镀膜	1,413.56	6.31%
	江苏立霸实业股份有限公司	直销客户	VCM 功能薄膜	940.00	4.20%
	小计	-	-	12,422.92	55.49%
2022 年度	青岛河钢及其关联企业	直销客户	VCM 功能薄膜	4,443.15	30.26%
	禾盛新材及其关联企业	直销客户	VCM 功能薄膜	1,924.46	13.11%

年份	客户名称	客户类型	主要销售产品	销售金额 (万元)	占当期营业收入的比例
	江苏立霸实业股份有限公司	直销客户	VCM 功能薄膜	1,027.83	7.00%
	浙江福莱新材料股份有限公司	直销客户	VM 真空镀膜	850.96	5.80%
	天安新材及其关联企业	直销客户、经销客户	VCM 功能薄膜	561.25	3.82%
	小计	-	-	8,807.65	59.99%

注：各客户明细如下：

(1) 青岛河钢及其关联企业包括：青岛河钢复合新材料科技有限公司、合肥河钢新材料科技有限公司、青岛河钢新材料科技股份有限公司（曾用名青岛河钢新材料科技有限公司）。

(2) 禾盛新材及其关联企业包括：合肥禾盛新型材料有限公司、苏州兴禾源复合材料有限公司。

(3) 天安新材及其关联企业包括：广东天安新材料股份有限公司、浙江瑞欣装饰材料有限公司。

公司主营业务收入主要来源于VCM功能薄膜产品，主要面向家电覆膜厂商，最终客户为海尔、美的、海信等知名家电厂商，最终客户对家电覆膜厂商的需求量大，从而家电配套厂商对用于生产的VCM功能薄膜采购量多，为了优先满足大客户的订单导致客户集中度较高。受家电行业特点影响，公司主要服务于知名家电厂商的供应商，对其销售占比较高，具有合理性。

综上，结合同行业可比公司情况、市场空间及需求、本期新增的重大项目、主要客户的集中度等，公司本期业绩增长具备合理性，且具有持续增长性。

(二) 结合业务规模变化、应收账款回款情况、应付款项支付等，分析经营活动现金流量净额大幅增长的原因，并说明其与净利润变动幅度存在较大差异的原因，是否与销售政策、采购政策、信用政策相匹配

2024 年上半年度经营活动现金流量情况如下表：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月	2023 年 1-6 月	增长比例
一、经营活动产生的现金流量			
销售商品、提供劳务收到的现金	11,393.02	6,893.72	65.27%
收到的税费返还		16.81	-100.00%
收到其他与经营活动有关的现金	41.22	277.64	-85.16%
经营活动现金流入小计	11,434.23	7,188.17	59.07%

项目	2024 年 1-6 月	2023 年 1-6 月	增长比例
购买商品、接受劳务支付的现金	5,849.14	5,086.14	15.00%
支付给职工以及为职工支付的现金	1,148.66	994.54	15.50%
支付的各项税费	824.44	816.18	1.01%
支付其他与经营活动有关的现金	469.14	411.75	13.94%
经营活动现金流出小计	8,291.38	7,308.60	13.45%
经营活动产生的现金流量净额	3,142.86	-120.44	2,709.48%

2024 年半年度公司实现营业收入 12,566.98 万元，较上年同期增长 29.10%。2024 年半年度销售商品、提供劳务收到的现金 11,393.02 万元，较上年同期增长 65.27%。购买商品、接受劳务支付的现金 5,849.14 万元，较上年同期增长 15.00%。

公司上游主要为各类薄膜基膜供应商，给予公司的付款方式一般为预付款或货到付款，整体付款周期较短。而公司下游客户主要为家电覆膜板商，给予下游客户的信用期主要为票到月结 90 天，其中部分 VCM 功能薄膜业务客户如青岛河钢、禾盛新材、立霸股份以票据进行结算，票据周期一般是 6 个月。公司下游客户的结算周期通常长于上游供应商的付款周期，客户和供应商的结算周期的不匹配对公司的经营活动现金流造成一定的压力，尤其是 2023 年度公司 VCM 功能薄膜业务营业收入大幅增加，客户结算需要一定的周期，使得 2024 年上半年度销售商品、提供劳务收到的现金流入出现较大增加，最终导致经营活动现金流量净额大幅增长。

1、主要客户的信用政策

公司的主要客户的信用政策未有大的变化。其中汽车膜产品收款方式为款到发货；VM 产品主要以现款现货为主，少量优质长期客户给予信用期基本不超过 1 个月；最大的业务板块 VCM 功能薄膜产品一般给予客户 3 个月的信用期且以票据进行结算，票据期限为 6 个月。公司通过加强对客户管理，尤其加强对逾期应收账款的催收力度，2024 年营业收入增长 29.10%，应收账款余额较上期末增长 8.05%，应收账款余额增长幅度远低于营业收入增长幅度。

2、主要供应商的信用政策

公司的主要供应商的信用政策，其中主要原膜供应商以预付款为主，主要涂层材料及辅助材料月结 30 天为主。本期基本延续前期政策，没有较大的变化。

3、经营活动现金流量净额与净利润变动幅度存在较大差异的原因

单位：元

补充资料	2024年1-6月
1. 将净利润调节为经营活动现金流量：	
净利润	21,588,185.48
加：资产减值准备	411,535.80
信用减值损失	-759,891.80
固定资产折旧、投资性房地产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	4,109,929.57
使用权资产折旧	26,630.53
无形资产摊销	379,161.29
长期待摊费用摊销	—
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“—”号填列）	65,083.42
固定资产报废损失（收益以“—”号填列）	—
公允价值变动损失（收益以“—”号填列）	-67,075.90
财务费用（收益以“—”号填列）	820,624.60
投资损失（收益以“—”号填列）	-14,294.10
递延所得税资产减少（增加以“—”号填列）	339,679.21
递延所得税负债增加（减少以“—”号填列）	—
存货的减少（增加以“—”号填列）	2,109,454.38
经营性应收项目的减少（增加以“—”号填列）	-1,571,476.61
经营性应付项目的增加（减少以“—”号填列）	3,766,852.59
其他	224,155.14
经营活动产生的现金流量净额	31,428,553.60

由现金流量表可知，经营活动现金流出变动比例较均衡，平均增长 13.45%，与销售增长比例相匹配，主要影响为经营活动现金流入项目，其中销售商品提供劳务收到的现金较上年同期增长了 65.27%，主要为上年收到的票据本期到期所致，收到的其他与经营活动有关的现金降低 85.16%，主要为 2023 年半年度收到政府补贴款 174.00 万元所致。

综上，现金流量净额的大幅增长与目前的销售政策、采购政策及信用政策相匹配，与销售净利润的变动存在差异符合公司的经营情况，具备合理性。

二、关于其他应收款

截至报告期末，按欠款方归集的期末余额第一名的其他应收款账面余额为 2,102,479.58 元，占其他应收款期末余额合计数的 96.92%，账龄在 3 年以上，款项性质为往来款，坏账计提比例为 100%。

请你公司：

(1) 详细说明产生大额往来款的具体形成原因及合理性、交易对手方情况、交易内容、所涉公司的经营情况、财务状况、履约能力和进展情况等，说明全额计提坏账准备的原因、依据和合理性；

(2) 结合公司信用政策、催收政策等，说明公司针对上述大额应收款所采取的催收措施；

(3) 说明上述其他应收款中往来款是否存在违规财务资助、关联方资金占用等情形。

【回复】

(一) 详细说明产生大额往来款的具体形成原因及合理性、交易对手方情况、交易内容、所涉公司的经营情况、财务状况、履约能力和进展情况等，说明全额计提坏账准备的原因、依据和合理性

江阴景煜然贸易有限公司原系公司原材料供应商，我司主要向其采购 BOPET 原材料用于产品的生产。自 2015 年 3 月开始合作，至 2018 年 8 月结束，每月均有批量采购，公司采购原材料以预付款订货的方式进行，原材料供应商根据公司所下采购订单进行备货并发货，一般采购周期为 1-2 月；截止到 2018 年 8 月，我司有 2,102,479.58 元预付款项，该笔金额与日常与该供应商的预付款金额和采购量相匹配。2018 年 8 月该供应商因内部管理问题涉及经济纠纷等原因无法交货，且该公司账户被迅速冻结，导致我司已经支付货款对方无法履约，形成坏账 2,102,479.58 元。江阴景煜然贸易有限公司自 2012 年注册成立，主要销售化工、劳保、电子、材料等产品。该供应商在 2013 年至 2018 年 8 月期间运营正常，与我司为正常经营交易。该供应商自 2018 年 8 月陷入经济纠纷，陷入经济纠纷后所有的业务停滞，自 2021 年起已未连续三年未进行工商信息公示，处于经营异常状态，截止 2022 年度，基本无履约能力。

(二) 结合公司信用政策、催收政策等，说明公司针对上述大额应收款所采取的催收措施

公司与江阴景煜然贸易有限公司的往来款原为预付款项，因江阴景煜然贸易有限公司存在法律诉讼问题导致其无法履约向公司交货，故转入其他应收款科目，并在财务账上进行全额计提坏账的处理。公司于事件发生后，多次通过赶赴该供应商实际经营地或电话的方式联系江阴景煜然贸易有限公司及其法人、业务联系人张绵阳，但该公司处于关停状态，法人被司法部门所控制，无法取得联系。

(三) 说明上述其他应收款中往来款是否存在违规财务资助、关联方资金占用等情形

公司于 2018 年判断江阴景煜然贸易有限公司难以履约，所以转入其他应收款科目，并在 2019 年根据景煜然的情况预计收回该笔预付款的概率较低，全额计提坏账。公司与江阴景煜然贸易有限公司的往来款基于双方的几年的采购交易习惯而支付，存在合理的交易背景，不存在违规财务资助。公司与江阴景煜然贸易有限公司及法人张绵阳本人没有关联关系，不存在关联方资金占用。

上海永超新材料科技股份有限公司

2024 年 11 月 21 日

