

# 关于温多利遮阳材料（德州）股份有限公司 公开发行股票并在北交所上市申请文件的 第三轮审核问询函的回复

## 目 录

问题 1. 关于期后业绩下滑风险 .....	2-30
【发行人说明】 .....	3
【中介机构核查意见】 .....	26
问题 2. 向关联方优莱澳洲销售的真实公允性 .....	30-49
【发行人说明】 .....	31
【中介机构核查意见】 .....	44
其他重要事项 .....	49

中证天通会计师事务所（特殊普通合伙）



中证天通会计师事务所  
(特殊普通合伙)  
中国·北京  
海淀区西直门北大街 43 号  
金运大厦 B 座 13 层  
邮编 100044  
电话 010 6221 2990  
传真 010 6225 4941  
网址 www.zttcpa.com

## 关于温多利遮阳材料（德州）股份有限公司 公开发行股票并在北交所上市申请文件的 第三轮审核问询函的回复

中证天通（2025）证专审 43100008 号

北京证券交易所：

贵所于 2024 年 12 月 20 日出具的《关于温多利遮阳材料（德州）股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的第三轮审核问询函》（以下简称“《问询函》”）已收悉，温多利遮阳材料（德州）股份有限公司（以下简称“温多利”、“发行人”、“公司”）与中证天通会计师事务所（特殊普通合伙）（下称“申报会计师”）等相关方对《问询函》所列问题逐项进行了落实，现对《问询函》回复如下，请予以审核。关于回复内容释义、格式及补充更新披露等事项的说明：

- 1、如无特殊说明，本回复中使用的简称或名词释义与《温多利遮阳材料（德州）股份有限公司招股说明书（申报稿）》一致；
- 2、本回复中若出现总计数尾数与所列数值总和尾数不符的情况，均为四舍五入所致。

格式	说明
黑体（不加粗）	问询函所列问题
宋体、Times New Roman（不加粗）	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

## 问题 1. 关于期后业绩下滑风险

根据申请文件及问询回复，（1）发行人主营业务收入 2024 年各季度呈下滑趋势，其中第三季度实现主营业务收入 4,501.26 万元，同比、环比分别下滑-6.15%、-15.79%，预计 2024 年第四季度同比下滑约 20%。（2）美国春天系发行人报告期内第一大客户，2023 年、2024 年上半年毛利占比分别为 48.15%、50.64%。2024 年 7 月，美国春天要求所有供应商调整产品价格，经协商发行人与美国春天重新签订销售合同，产品价格综合下调 22%，自 2024 年 9 月开始生效。2024 年第三季度发行人向美国春天实现销售收入 797.49 万元，同比、环比分别下滑-63.23%、-67.48%。对美国春天期后销售单价大幅下滑对发行人期后业绩影响较大。（3）发行人各期境外销售收入占比超过 80%，贸易政策及汇率波动对发行人毛利率影响较大。2020 年至 2024 年上半年，发行人主营业务毛利率分别为 44.33%、38.74%、34.18%、39.16% 和 41.70%，2021 年及 2022 年毛利率下滑。

请发行人：（1）结合 2024 年各季度收入、成本、毛利率及净利润等主要财务指标的变动情况，说明 2024 年各季度收入逐渐下滑、收入季度分布与前期差异较大的原因；说明影响 2024 年第三季度及第四季度收入下滑的主要因素，相关因素截至目前的变动情况，是否存在期后业绩持续下滑的风险。（2）说明发行人和美国春天签订的新销售合同中，综合销售价格下降 22%的具体背景，测算对发行人的具体影响，发行人的应对措施及效果，2024 年第三季度发行人向美国春天销售金额大幅减少的具体原因；结合发行人占美国春天同类产品的采购份额及变动趋势、同类产品的其他竞争对手及发行人产品与竞品的比较情况、发行人对美国春天的销售单价及毛利率变动情况、各期获取订单量及目前在手订单金额等，说明发行人在美国春天的销售份额是否被其他供应商取代，期后是否存在订单获取量大幅减少或订单单价大幅下滑的风险，相关风险揭示是否充分。（3）结合发行人外销区域分布，相关区域报告期内及期后对发行人产品的贸易政策的变动情况，市场需求及影响因素的变动情况，发行人和主要境外客户销售定价机制、调价周期、议价能力等，说明发行人外销产品价格、毛利率等是否受到上述因素的影响，并进一步揭示相关风险。（4）进一步量化分析关税、汇率、原材料价格波动对发行人报告

期内产品价格、成本及毛利率波动的具体影响，2021 年、2022 年毛利率下滑幅度较大的具体原因，2023 年及 2024 年上半年毛利率有所回升的影响因素，相关因素是否期后是否存在不利变化，目前毛利率较高的水平是否稳定可持续，相关风险揭示是否充分。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见。结合对美国春天进销存数据的核查情况，说明美国春天的终端销售实现情况，2021 年末美国春天未回函原因及合理性，后续是否补发函证，相应替代程序是否审慎；针对 2022 年视频访谈的客户，说明后续是否补充现场走访。

### 【发行人说明】

一、结合 2024 年各季度收入、成本、毛利率及净利润等主要财务指标的变动情况，说明 2024 年各季度收入逐渐下滑、收入季度分布与前期差异较大的原因；说明影响 2024 年第三季度及第四季度收入下滑的主要因素，相关因素截至目前的变动情况，是否存在期后业绩持续下滑的风险

(一) 结合 2024 年各季度收入、成本、毛利率及净利润等主要财务指标的变动情况，说明 2024 年各季度收入逐渐下滑、收入季度分布与前期差异较大的原因

1、2024 年各季度收入、成本、毛利率及净利润等主要财务指标的变动情况，以及与 2022 年度、2023 年度相关指标的对比情况

单位：万元

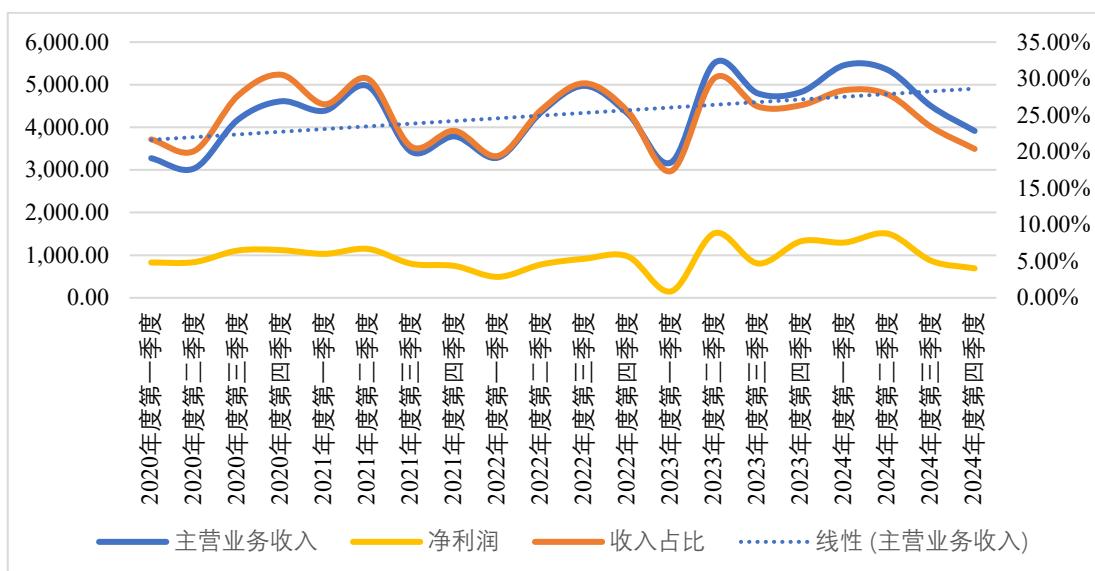
项目	2024 年度			
	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
主营业务收入	5,460.76	5,344.99	4,494.62	3,915.28
收入占比	28.42%	27.82%	23.39%	20.38%
主营业务成本	3,223.92	3,075.63	2,865.65	2,515.79
主营业务毛利率	40.96%	42.46%	36.24%	35.74%
净利润	1,297.56	1,504.04	868.81	690.39
项目	2023 年度			
	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
主营业务收入	3,180.06	5,513.16	4,796.36	4,830.89
收入占比	17.36%	30.09%	26.18%	26.37%

项目	2022 年度			
	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
主营业务收入	3,290.09	4,356.59	4,974.00	4,319.00
收入占比	19.42%	25.72%	29.36%	25.50%

公司产品以出口为主，由于境外市场发展相对成熟，因此总体需求稳定，受季节性影响较小。而境内市场受春节假期及气候因素影响，每年第一季度为功能性遮阳材料行业的生产及销售淡季，其他期间相对平稳。

由上表可以看出，2022 年度和 2023 年度的第一季度收入占比最低，第二季度至第四季度收入较为平均。2024 年度则出现了第一季度、第二季度收入占比较高，第三季度和第四季度出现较大幅度下滑的趋势，与 2022 年度和 2023 年度的收入分布存在一定差异。

## 2、2020 年以来公司各季度收入、收入占比和净利润波动情况



由上表可以看出，2020 年以来，公司各季度主营业务收入总体上呈现出波动上升的趋势，线性（主营业务收入）指标为上升趋势。在波动规律上，2021 年度和 2024 年度相似，都出现了前 2 个季度收入较高而后 2 个季度收入大幅度下滑的情况。

综上所述，2024 年各季度收入逐渐下滑、收入季度分布与 2022 年度、2023 年度存在一定差异，主要原因是美国市场主要客户的波动所致，具体请参见下述“（二）说明影响 2024 年第三季度及第四季度收入下滑的主要因素，

相关因素截至目前的变动情况，是否存在期后业绩持续下滑的风险”的主要内容。

**（二）说明影响 2024 年第三季度及第四季度收入下滑的主要因素，相关因素截至目前的变动情况，是否存在期后业绩持续下滑的风险**

### 1、主要客户 2024 年分季度销售收入情况

2024 年度，公司主要客户分季度销售收入变动情况如下表：

单位：万元

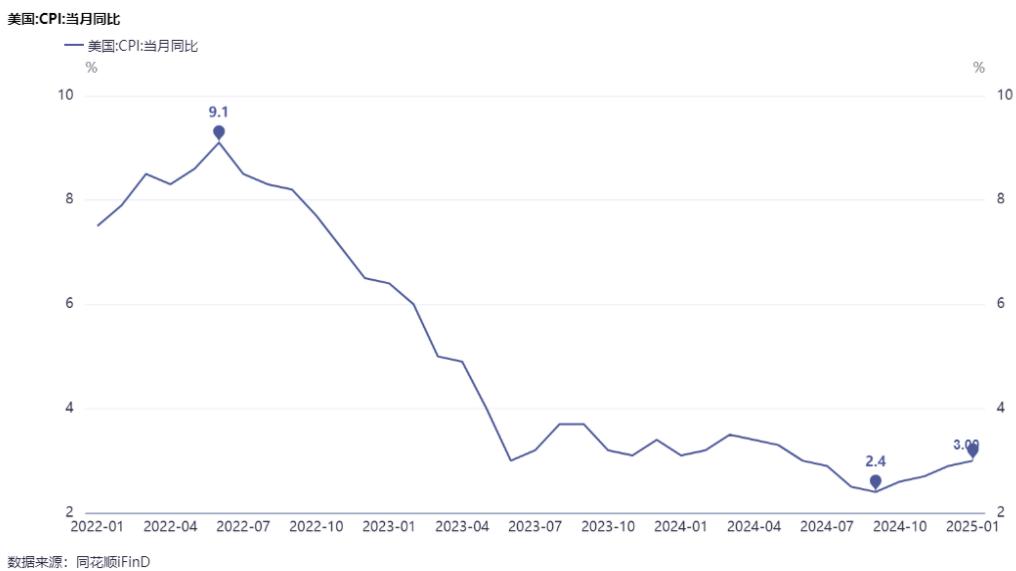
客户名称	主要市场区域	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
美国春天	美国	2,265.05	2,451.41	789.31	1,063.26
Inpro	美国	227.09	219.60	163.54	209.54
亨特建设	北美	20.33	31.66	57.78	54.48
优莱澳洲	澳洲	957.52	728.52	1,310.60	528.81
Rainbow	加拿大	153.89	187.52	257.48	188.55
BTG	美国、加拿大	91.27	132.15	142.46	128.85
ZMC	加拿大	66.24	80.70	84.15	87.36
Interior	东南亚	158.42	190.65	269.30	232.25
Louver	英国	113.26	81.25	86.86	148.43

由上表可以看出，影响公司 2024 年第三季度及第四季度收入下滑的主要因素是美国市场需求的下滑，具体客户主要为美国春天和 Inpro。

### 2、美国市场主要客户需求下滑的背景

#### （1）宏观因素

##### 1) 通货膨胀



自 2021 年开始，美国开启了新一轮的通货膨胀，2022 年年中更是达到了逾 9% 的 40 年来最高水平。根据截止 2024 年 12 月的官方数据，美国 CPI 在过去四年时间累计攀升了约 21.2%，而作为对比，在此期间美国家庭收入增长了 19.4%。

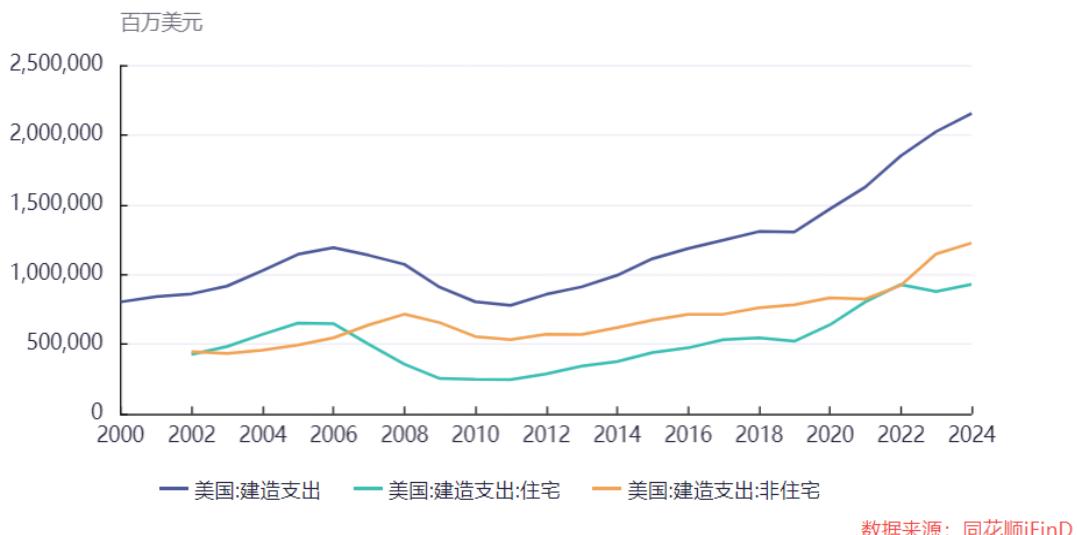
## 2) 美联储加息

自 2022 年 3 月至 2023 年 7 月，美联储连续 11 次加息，累计加息幅度达 525 个基点，持续的加息导致美国基准利率高企，30 年期抵押贷款固定利率长期处于 6% 以上，使得房地产市场受到一定的冲击，致使许多企业面临不断上升的成本和供应链问题。

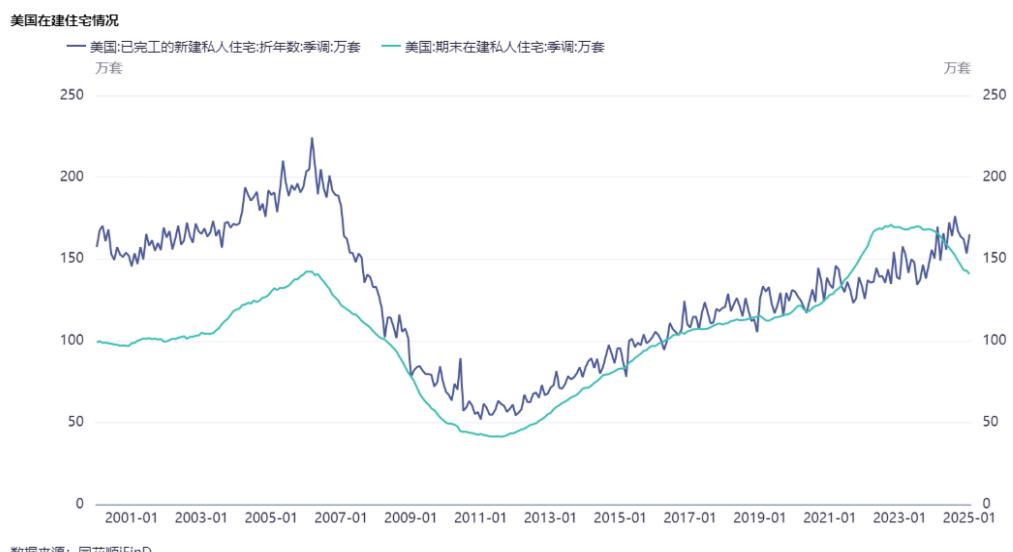


### 3) 住宅业务出现萎缩

高通货膨胀、高基准利率和高抵押贷款固定利率对美国市场的景气度造成了持续的不利影响，导致美国房地产市场的消费出现一定程度的波动，具体如下图：



从上图可以看出，美国非住宅建造支出仍保持上升趋势，但住宅业务已受到较大影响，并在 2022 年后出现小幅的下行趋势，具体如下图：



综上所述，通货膨胀叠加美联储加息等宏观因素，对美国房地产市场的消费造成一定的不利影响，特别是住宅类业务出现下行趋势，导致公司主要客户采购规模下降。

## （2）微观因素

1) 2024 年, 美国春天面临一定的债务压力

根据公开市场信息, 2024 年度, 美国春天面临着超过 20 亿美元的债务负担, 其中 2 个债权人团体已与律师事务所合作以保证自身权益, 美国春天因债务压力开启了债务管理工作。

2) 2024 年, Inpro 在进行业务整合, 业务运营有所波动

在 WT 被 Inpro 收购后, 因缺乏相应的市场经验, Inpro 将遮阳业务更多地交由原 WT 运营, 但 Inpro 也在积极改变, 包括采取聘用更多的销售人员等措施。

**3、相关因素截至目前的变动情况, 是否存在期后业绩持续下滑的风险**

2024 年, 美国通货膨胀情况已有明显好转, 通货膨胀率一度接近美联储设定的 2% 的目标。

自 2024 年 9 月开始, 美联储开启了降息周期, 截至本回复出具之日, 美联储已连续 3 次降息, 累计降息 100 个基点。

从宏观因素看, 随着美联储降息的持续进行, 美国基准利率和 30 年期抵押贷款固定利率均已调头向下, 有助于美国房地产市场的景气回归, 也有助于美国市场消费意愿的提升。

2024 年第四季度, Inpro 向公司的采购数量已明显回升。

2024 年 12 月 19 日, 美国春天完成了债务管理工作, 前期债务完成换新工作, 并新筹集 3.5 亿美元融资, 提高了其资产流动性, 为其业务发展注入新的活力。

截至 2024 年 12 月 31 日, 公司来自美国春天的在手订单金额为 2,224.07 万元, 较上年期末在手订单增长 178.46%, 截至 2025 年 2 月 28 日, 公司来自美国春天的在手订单金额为 2,732.57 万元, 数量为 99.99 万平方米, 来自 Inpro 的在手订单金额为 49.95 万元, 数量为 2.24 万平方米, 导致公司 2024 年第三季度、第四季度收入下滑的主要因素已有所改善, 预计公司期后业绩持续下滑的风险较小。

**二、说明发行人和美国春天签订的新销售合同中, 综合销售价格下降 22% 的具体背景, 测算对发行人的具体影响, 发行人的应对措施及效果, 2024 年第三季度发行人向美国春天销售金额大幅减少的具体原因; 结合发行人占美**

国春天同类产品的采购份额及变动趋势、同类产品的其他竞争对手及发行人产品与竞品的比较情况、发行人对美国春天的销售单价及毛利率变动情况、各期获取订单量及目前在手订单金额等，说明发行人在美国春天的销售份额是否被其他供应商取代，期后是否存在订单获取量大幅减少或订单单价大幅下滑的风险，相关风险揭示是否充分

**（一）说明发行人和美国春天签订的新销售合同中，综合销售价格下降 22%的具体背景，测算对发行人的具体影响，发行人的应对措施及效果，2024 年第三季度发行人向美国春天销售金额大幅减少的具体原因**

**1、发行人和美国春天签订的新销售合同中，综合销售价格下降 22%的具体背景，测算对发行人的具体影响，发行人的应对措施及效果**

**（1）新销售合同中综合销售价格下降 22%的具体背景**

2024 年 7 月，美国春天向公司发出通知，启动针对所有产品的价格调整计划，以降低采购成本。公司为美国春天的核心供应商，获得了提前谈判的资格。2024 年 10 月，经多轮谈判，公司与美国春天签署了新的《Supply Agreement》，确定了现有产品美国春天的综合销售价格下降 22%的调价方案。

本次综合销售价格下调的其他背景请参见前述“一/（二）/2、美国市场主要客户需求下滑的背景”的具体内容。

**（2）测算对发行人的具体影响，发行人的应对措施及效果**

本次价格调整已于 2024 年 9 月开始执行。以 2023 年度公司与美国春天的交易额为基准进行测算，预计本次价格调整将减少公司收入 1,688.00 万元/年，减少公司利润 1,435.30 万元/年。

为减少价格调整的影响，公司主要采取了如下措施：

1) 参与美国春天的招投标：公司共参与了美国春天组织的 2 次价格招标，获得了近 40 款新产品供货资格，预计将会带来¥1,250 万元/年的增量收入。

2) 产品升级：自 2025 年起，公司向美国春天销售的全部产品逐步调整为无锑/无卤产品，销售价格同比上浮 7%，预计将会对冲¥420 万元/年的降价影响。

3) 下调原材料采购价格: 公司与供应商协商调整了部分原材料的采购价格, 例如 PVC 颗粒降价 4%、聚酯纤维降价 7%、纸管降价 10%, 预计将会对冲¥420 万元/年的降价影响。

4) 取消销售返利及折扣: 公司取消了原框架协议给予美国春天的销售返利和销售价格折扣, 预计将会对冲¥70 万元/年的降价影响。

5) 工艺改进: 针对聚酯阳光面料, 公司优化了生产工艺, 节省了 4%的原材料耗用量, 预计将会对冲¥60 万元/年的降价影响。

6) 下调佣金: 公司相应下调了代理商 Terri 的佣金比例, 下调幅度 0.5%, 预计将会对冲¥30 万元/年的降价影响。

单位: 人民币万元

项目	序号	收入/成本影响金额	利润影响金额
春天降价影响收入/利润金额	①	-1,688.00	-1,435.30
中标带来增量收入/利润	②	1,250.00	322.76
无锑/无卤新产品提价影响	③	420.00	356.22
下调原材料价格节省成本影响	④	420.00	354.93
取消返利和折扣影响	⑤	70.00	59.50
工艺改进影响	⑥	60.00	47.88
下调佣金影响	⑦	30.00	25.50
合计对冲金额	⑧=②+③+④+ ⑤+⑥+⑦	2,250.00	1,166.78
对冲后影响金额	⑨=①+⑧	562.00	-268.52

除上述外, 公司也在积极拓展其他区域客户, 持续降低美国春天对公司经营业绩的影响, 随着 Coulisse、Elite、Albedum 等新客户的加入, 公司产能利用率将进一步提升, 单位成本进一步下降, 美国春天价格调整的影响将会持续减弱。

## 2、2024 年第三季度发行人向美国春天销售金额大幅减少的具体原因

2024 年度, 公司向美国春天分季度销售情况如下:

季度分布	金额 (万元)	占比
第一季度	2,272.78	34.38%
第二季度	2,452.22	37.09%
第三季度	799.38	12.09%

第四季度	1,086.77	16.44%
合计	6,611.15	100.00%

2024 年第三季度发行人向美国春天销售金额大幅减少的具体原因请参见前述“一/（二）/2、美国市场主要客户需求下滑的背景”的具体内容。

（二）结合发行人占美国春天同类产品的采购份额及变动趋势、同类产品的其他竞争对手及发行人产品与竞品的比较情况、发行人对美国春天的销售单价及毛利率变动情况、各期获取订单量及目前在手订单金额等，说明发行人在美国春天的销售份额是否被其他供应商取代，期后是否存在订单获取量大幅减少或订单单价大幅下滑的风险，相关风险揭示是否充分

### 1、发行人占美国春天同类产品的采购份额及变动趋势

报告期内，公司占美国春天采购份额情况具体如下所示：

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
占总采购金额的比例	1.63%	1.70%	1.60%
占同类产品（遮阳面料）采购金额的比例	26.00%	23.50%	16.90%

由上表所示，公司占美国春天同类产品采购份额水平呈稳步上升趋势，公司与美国春天合作稳定。

### 2、同类产品的其他竞争对手及发行人产品与竞品的比较情况

公司与美国春天同类产品其他供应商比较情况如下所示：

排名	主要遮阳面料供应商名称	向美国春天销售规模	行业地位
1	温多利	约 1,000 万美元/年	中国国内前 5 大的遮阳面料生产商
2	某韩国供应商	约 900 万美元/年	韩国最大遮阳面料生产商
3	某德国供应商	约 470 万美元/年	德国知名技术纺织品生产商
4	某加拿大供应商	约 370 万美元/年	加拿大知名装饰织物制造商
5	某土耳其供应商	约 300 万美元/年	土耳其领先的提供采购解决方案的公司

由上表所示，公司为美国春天遮阳面料的第一大供应商。

上述主要供应商中，韩国供应商的产品与公司较为接近，其他供应商供应的产品，如德国供应商主要为短织涂层面料，加拿大、土耳其供应商主要为大提花面料，和公司主要产品存在着较大差异。在采购的过程中，美国春天分别自不同供应商处采购不同规格型号的产品，以避免因风格、颜色、遮

光度等差异招致不必要的诉讼或纠纷。以公司和韩国供应商供应的产品为例，公司产品多为深色产品，有粗纱和细纱等不同种类且开孔清晰，而韩国供应商多为浅色产品，主要为细纱种类，清晰度差。相较于其他供应商，公司主要核心竞争力体现在以下方面：

### （1）产品优势

公司的 TPO 阳光面料和 Dusk Plus 等高阻燃涂层面料，主要应用于工程领域，具备较高的技术门槛，公司是美国春天前述产品的唯一供应商。报告期内，美国春天采购前述产品的情况具体如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
TPO 阳光面料	1,830.12	1,777.03	1,373.15
Dusk Plus 等高阻燃涂层面料	315.31	395.03	76.24
合计	<b>2,145.43</b>	<b>2,172.06</b>	<b>1,449.39</b>
合计占美国春天 采购公司产品的比例	<b>32.45%</b>	<b>28.30%</b>	<b>29.59%</b>

公司的聚酯阳光面料则拥有完善的产品体系和优秀的产品质量，功能性指标（如阻燃、防霉、遮光、颜色和绿色化方面）能够完全满足美国春天的工程和住宅的定制化需求。自成为美国春天供应商以来，公司供应的产品体系和种类持续增加，从未发生过重大的质量问题，保证了公司在美国春天供应体系中的核心供应商地位。

### （2）研发优势

美国春天主要聚焦于商业和住宅的定制化业务，对供应商的研发能力有着较高的要求。

自 2016 年建立业务合作关系以来，公司先后为美国春天开发了 TPO 阳光面料、清漆涂层面料、无锑/无卤遮阳面料等产品，公司与美国春天以及美国春天下属各业务子公司建立了密切的产品研发纽带，能够积极响应美国春天各业务板块的新产品研发需求，如正在研发的 5 款腈纶面料，已提交检测的 4 款大提花面料，新中标的 1 款大提花面料，以及新确定的 PE（不含 PVC）遮阳面料等。

在长期合作的背景下，公司与美国春天形成了高度的合作默契，公司能够迅速响应美国春天的定制需求，及时投入研发资源，双方合作的深度与广度不断拓展。同时，借助于创新研发的深度合作，公司的研发能力得到了实质性的提升，从而进一步稳固了与美国春天的合作关系。

### 3、发行人对美国春天的销售单价及毛利率变动情况

报告期内，公司对美国春天的平均销售单价和毛利率变动情况如下：

单位：元/平方米

类别	项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度
		项目	变动	项目	变动	项目
聚酯阳光面料	平均单价	21.71	-4.02%	22.62	1.33%	22.32
	销售毛利率	38.59%	-0.54%	38.80%	21.34%	31.98%
TPO 阳光面料	平均单价	51.64	0.49%	51.39	4.87%	49.01
	销售毛利率	71.89%	3.35%	69.56%	4.25%	66.72%
直涂涂层面料	平均单价	28.93	-3.86%	30.09	4.02%	28.93
	销售毛利率	40.05%	12.53%	35.59%	2.50%	34.73%
发泡涂层面料	平均单价	27.95	-6.08%	29.76	-21.19%	37.76
	销售毛利率	37.56%	-4.11%	39.17%	148.60%	15.75%
清漆涂层面料	平均单价	10.94	15.64%	9.46	-2.20%	9.67
	销售毛利率	25.40%	-15.47%	30.05%	-25.50%	40.33%
腈纶面料	平均单价	30.77	-	-	-	-
	销售毛利率	4.20%	-	-	-	-
合计	平均单价	<b>25.30</b>	<b>-4.02%</b>	<b>26.36</b>	<b>-1.00%</b>	<b>26.63</b>
	销售毛利率	<b>47.21%</b>	<b>3.39%</b>	<b>45.72%</b>	<b>10.17%</b>	<b>41.50%</b>

由上表所示，报告期内，公司向美国春天销售的主要产品，包括聚酯阳光面料、TPO 阳光面料和直涂涂层面料，价格和毛利率均较为稳定。发泡涂层面料和清漆涂层面料，因产品结构和原材料价格波动（主要为阻燃剂价格）影响，价格和毛利率存在一定波动。腈纶面料因供货初期原材料存在一定问题，需要后期修布，所以成本较高毛利率较低。总体上看，报告期内，公司与美国春天的销售单价和毛利率基本稳定，2024 年 9 月 15 日开始的价格调整对全年销售价格和毛利率的影响较小。

### 4、各期获取订单量及目前在手订单金额

报告期内，公司获取的订单情况如下：

单位：万美元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额	变动	金额	变动	金额
订单	983.74	-11.03%	1,105.69	43.53%	770.38

注：报告期内，美国春天的订单量包含 Mariak、Mecho、Horizons、Sunsetter。

报告期内，公司获取美国春天的订单具有持续性，总体上呈稳步上升趋势。2023 年订单量较 2022 年增长金额为 335.31 万美元，增长比例为 43.53%，主要原因为：（1）2023 年，1% 和 3% 开孔的 EB5050 和 EB5448 产品热销，低开孔产品工艺精度更高，织造难度更大，在高端定制市场的需求快速增长，本期订单较上年同期大幅增长超过 170 万美元；（2）本期工程业务发展良好，工程用 TPO 阳光面料和 Dusk 等高阻燃涂层面料订单增长约 100 万美元；（3）USMCA 规定实施后，美国春天将未能匹配降价的供应商订单转至公司采购。

截至 2025 年 2 月底，公司来自美国春天在手订单金额为 382.20 万美元（折合人民币 2,732.57 万元），期后在手订单充足。

**5、发行人在美国春天的销售份额是否被其他供应商取代，期后是否存在订单获取量大幅减少或订单单价大幅下滑的风险，相关风险揭示是否充分**

报告期内，公司占美国春天遮阳面料采购金额的比例逐年提升，双方合作关系稳定，不存在被其他供应商取代的情况。

报告期后，公司 2025 年 1-2 月期间新获取的美国春天订单金额为 291.15 万美元，平均单价为 3.56 美元/平方米，与报告期内订单对比情况如下：

单位：万美元、美元/平方米

项目	2025 年度 1-2 月平均		报告期内月平均
	金额	变动	金额
订单	145.58	83.26%	79.44
订单平均单价	3.56	2.89%	3.46

由上表所示，公司期后取得的美国春天订单与报告期内相比不存在订单获取量大幅减少或订单价格大幅下滑的问题。

公司与美国春天建立了稳定且持续的业务合作关系，双方在新产品研发、新材料使用、原材料价格和关税变动等方面保持着持续沟通，共同面对可能出现的市场环境变化。在美国春天的遮阳面料供应商中，不存在同一产品由

两家以上供应商同时供货的情况，如美国春天将公司产品交由其他供应商研发，仍存在着能否研发成功，以及研发周期过长的问题。就公司向美国春天供应的相对庞大的产品体系和种类，以及公司产品拥有的平整度、清晰度和高阻燃工艺优势而言，其他供应商替代公司的可行性较低。公司是美国春天 TPO 阳光面料和 Dusk Plus 等高阻燃遮阳面料的唯一供应商；同时，公司 Dusk Plus 等高阻燃遮阳面料还向亨特、Louver、Rollelease、ZMC 等行业头部企业供货，公司在高阻燃遮阳面料领域拥有一定的市场优势。综合上述，公司在美国春天供应商体系内的可替代性较低，除非出现特别重大的市场环境变化，公司不存在被其他供应商替代的问题。

2024 年 10 月，公司与美国春天重新签署了《Supply Agreement》，公司已在招股说明书中就价格调整作了补充披露，并在风险因素中就价格调整可能导致毛利率下降提示风险，风险揭示充分。

**三、结合发行人外销区域分布，相关区域报告期内及期后对发行人产品的贸易政策的变动情况，市场需求及影响因素的变动情况，发行人和主要境外客户销售定价机制、调价周期、议价能力等，说明发行人外销产品价格、毛利率等是否受到上述因素的影响，并进一步揭示相关风险**

**（一）发行人外销区域分布，相关区域报告期内及期后对发行人产品的贸易政策的变动情况，市场需求及影响因素的变动情况，发行人和主要境外客户销售定价机制、调价周期、议价能力**

**1、发行人外销区域分布，相关区域报告期内及期后对发行人产品的贸易政策的变动情况，市场需求及影响因素的变动情况**

**（1）公司外销区域分布情况**

报告期内，公司主要的外销区域分布情况如下：

单位：万元

销售区域	2024 年度	2023 年度	2022 年度
北美洲	9,693.66	10,389.87	8,225.99
其中：美国	7,958.87	9,310.20	6,731.82
加拿大	1,666.35	1,044.39	1,450.16
其他	68.44	35.27	44.01

亚洲	1,212.67	964.65	1,004.80
其中: 越南	865.83	571.65	577.72
其他	346.84	393.00	427.08
大洋洲	3,642.13	2,666.08	3,700.35
其中: 澳大利亚	3,642.13	2,666.08	3,700.35
欧洲	773.64	757.44	1,078.69
其中: 英国	476.25	308.36	553.19
荷兰	168.73	376.41	440.12
其他	128.65	72.68	85.39
南美洲	33.57	90.72	124.05
其中: 厄瓜多尔	-	-	92.16
乌拉圭	21.74	47.10	26.22
其他	11.83	43.62	5.67
非洲	99.79	87.90	78.33
其中: 南非	71.41	56.87	58.15
其他	28.37	31.03	20.18
<b>境外合计</b>	<b>15,455.45</b>	<b>14,956.66</b>	<b>14,212.21</b>

注: 上表中仅列示各区域主要国家/地区销售额, 区域内销售额较小的国家/地区合并列示为其他。

报告期内, 公司境外销售主要集中在北美洲、亚洲、澳洲、欧洲地区, 主要国家为美国、澳大利亚、加拿大、越南、英国和荷兰等。

## (2) 相关区域报告期内及期后对公司产品的贸易政策的变动情况

报告期内和期后, 公司境外销售区域除美国外, 未发生贸易政策变动的情况。

报告期内和期后, 美国对中国产遮阳面料产品的贸易政策的变化主要为关税变动, 具体如下:

时间	产品	关税税率	对公司影响
2022.1.1	通过墨西哥转销至美国的PVC包覆的阳光面料	《美国-墨西哥-加拿大协定》(USMCA), 非原产地关税 11.3%+ 原产于中国产品关税 7.5%	公司向美国春天降价 15%。报告期内, 公司向美国春天销售 PVC 包覆的阳光面料金额分别为 501.41 万美元、738.85 万美元和 539.42 万美元, 降价对公司销售收入影响金额分别为减少约 595.47 万元、919.25 万元和 677.77 万元, 净利润金额分别减少约 108.55 万元、188.63 万元

			和 152.59 万元。
2025.2.4	中国出口至美国的遮阳面料	10%	公司未调整客户销售价格
2025.3.4		在前述 10% 的基础上修订为 20%	公司正与主要客户协商

截至本回复出具之日，美国尚未最终确定向墨西哥加征关税的最终产品和税率，因此，涉及墨西哥的贸易政策变化暂无法准确判断。

综上所述，除美国外，公司主要销售区域报告期内及期后的贸易政策未发生重大变动。

### （3）市场需求及影响因素的变动情况

截至本回复出具之日，公司遮阳面料的市场需求和影响因素的变动情况具体分析如下：

#### 1) 北美市场

公司北美市场主要客户不存在重大变动。

美国春天已完成债务整理工作，获得了业务进一步增长的潜力，已将更多产品委托公司研发。

2024 年新增加拿大大型工程客户 Elite，已开始正式订货，但双方业务量的稳定增长尚需一定时间的市场积累和验证。

美国政府加征关税为北美市场主要的变动因素，由于美国尚未最终确定向墨西哥加征关税的最终产品和税率，且公司与主要客户还未就加征关税的分担协商一致，暂无法准确判断关税事项对公司的后续影响。

#### 2) 澳大利亚

澳大利亚市场需求不存在重大变动，且澳大利亚贸易政策无重大调整，2025 年度澳大利亚市场较为平稳。

公司为优莱澳洲研发的大肚纱提花面料已经正式供货，可能为优莱澳洲的下游市场销售提供新的增量。

2024 年新增澳大利亚客户 Pilar，已通过国内加工厂开始订货，将进一步带动公司产品在澳大利亚市场的销售。

#### 3) 欧洲市场

2024 年，公司欧洲市场开拓取得较大进展，公司来自欧洲市场的需求有望快速增长。



公司与 Louver 的合作规模快速增长，2024 年度，Louver 已成为公司第 7 大客户，销售额大幅增长，双方并确定了化纤基布等更多新产品的合作。

波兰客户 Albedum 已开始订购公司产品，合作产品的种类持续增加。

荷兰客户 Coulisse 已正式订购公司阳光发泡产品，双方就后续轻薄款阳光面料的销售也达成一致。Coulisse 为欧洲市场遮阳窗饰行业的龙头企业之一，与 Coulisse 的合作，能够大大拓展公司在欧洲市场的销售规模。

欧洲市场对公司遮阳面料的贸易政策无重大变化，不会对公司遮阳面料的销售构成重大不利影响。

#### 4) 国内市场

公司国内市场保持稳定增长趋势，市场需求的增长主要来源于国内的消费升级需求和功能性遮阳产品渗透率的增长，主要客户不存在重大变化。

#### 5) 其他市场

东南亚、南美和非洲市场等，公司在上述市场的客户不存在重大变化，相关地区/国家贸易政策无重大调整。

## 2、发行人和主要境外客户销售定价机制、调价周期、议价能力

### (1) 销售定价机制

公司以产品生产成本为基础，结合市场需求、同类产品的差异化情况及市场价格等多方面因素确定产品基准价格，并以此为基础与客户协商确定最终销售价格。

公司与美国春天、优莱澳洲和亨特建设等主要客户在协议中均约定了价格调整的条款，在原材料价格或市场条件发生重大变化时，公司或客户均有权提议调整产品销售价格。

报告期内，公司或客户提议调整产品销售价格的，需向对方提出正式的价格调整申请，说明价格调整的背景、理由以及期待调整的幅度，经双方协商后确定新的产品销售价格。

### (2) 调价周期

公司与主要境外客户的销售定价相对稳定，仅在原材料价格、市场条件发生重大变化的情况下才会协商调整产品销售价格，无固定调价周期。

公司与美国春天最新签订的《Supply Agreement》约定双方每半年根据汇率波动调整一次销售价格，在汇率未发生重大变动的情况下，双方均未有调整产品销售价格的意向。

### （3）议价能力

报告期内，公司根据与客户签订的框架协议的约定进行产品销售价格的调整，公司主要客户，如美国春天、优莱澳洲、亨特、Inpro 等，均未有限制公司价格调整权利的情形，公司拥有完整的产品议价能力。

报告期内，因原材料价格大幅变动，公司多次上调美国春天产品的销售价格，如调整清漆涂层面料的价格等，也因其他理由，包括合理分摊 Cradle to Cradle 认证费用，上调细纱类遮阳面料产品 3%的销售价格等。相比较而言，公司产品具有良好的性价比，这也使得公司在产品定价和价格调整时拥有更大的自主权，而不是完全由客户决定销售价格，在最新一款大提花产品的竞标中，公司的报价是所有竞标价格最高的，凭借着良好的性价比优势，公司成功中标。2022 年度和 2024 年度，美国春天因市场环境的重大变化，提议对公司产品销售价格进行调整，最终双方协商一致确定下一阶段执行的销售价格。在 2024 年度的价格调整中，美国春天给予公司优先谈判的权利，如果公司不同意调整价格，不同意调价的产品可以进入全球竞价环节，通过公开竞价的方式确定销售价格。

综上所述，公司具有完整的产品议价能力。

## （二）说明发行人外销产品价格、毛利率等是否受到上述因素的影响，并进一步揭示相关风险

报告期内，公司外销产品的价格、毛利率变动情况如下：

单位：元/m<sup>2</sup>

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	项目	变动	项目	变动	项目
平均单价	21.08	-5.89%	22.40	9.64%	20.43
销售毛利率	42.36%	2.69%	41.25%	13.95%	36.20%

报告期内，公司外销产品的价格、毛利率相对稳定，上述各项因素中，2024 年度价格调整的影响尚不明显，关税政策变动对公司未来产品价格、毛

利率的影响较大，公司在招股说明书“重大事项提示”之“（二）关税变动导致经营业绩下滑的风险”和“第三节 风险因素”之“一、经营风险/（二）关税变动导致经营业绩下滑的风险”中补充披露如下：

“报告期内，公司在北美市场销售的明细情况如下表：

单位：万元

序号	项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
1	直销美国客户	1,214.24	1,434.32	1,616.47
2	通过墨西哥转销美国	6,744.64	7,875.89	5,115.35
3	直销墨西哥客户	33.62	35.27	44.01
4	直销加拿大客户	1,666.35	1,044.39	1,450.16
5	其他	34.81	-	-
合计		9,693.66	10,389.87	8,225.99

公司销售给美国春天的遮阳面料，由美国春天设立在墨西哥保税区的工厂加工为成品后转销至美国，用于工程或住宅的定制业务。

报告期内，美国对产自中国的遮阳面料多次加征关税，具体情况及对公司的影响如下：

时间	产品	关税税率	对公司影响
2022.1.1	通过墨西哥转销至美国的PVC包覆的阳光面料	《美国-墨西哥-加拿大协定》(USMCA)，非原产地关税 11.3%+原产于中国产品关税 7.5%	公司向美国春天降价 15%。报告期内，公司向美国春天销售 PVC 包覆的阳光面料金额分别为 501.41 万美元、738.85 万美元和 539.42 万美元，降价对公司销售收入影响金额分别减少约 595.47 万元、919.25 万元和 677.77 万元，净利润金额分别减少约 108.55 万元、188.63 万元和 152.59 万元。
2025.2.4	直接出口至美国的遮阳面料	10%	公司未调整客户销售价格
2025.3.4		在前述 10% 的基础上修订为 20%	公司正与主要客户协商

截至本招股说明书签署日，美国尚未最终确定向墨西哥加征关税的最终产品和税率，因此，涉及墨西哥的贸易政策变化暂无法准确判断。

除美国外，公司产品销售的其他主要国家或地区未有贸易政策发生重大变动的情况。”

四、进一步量化分析关税、汇率、原材料价格波动对发行人报告期内产品价格、成本及毛利率波动的具体影响，2021 年、2022 年毛利率下滑幅度较

大的具体原因，2023年及2024年上半年毛利率有所回升的影响因素，相关因素是否期后是否存在不利变化，目前毛利率较高的水平是否稳定可持续，相关风险揭示是否充分

### （一）进一步量化分析关税、汇率、原材料价格波动对发行人报告期内产品价格、成本及毛利率波动的具体影响

#### 1、关税对产品价格及毛利率的影响

报告期内，假设其他因素不变的情况下，公司最终出口至美国的产品关税分别增加5%、10%、15%，对公司产品价格和毛利率的变动影响情况如下：

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
产品价格（元/平方米）	21.32	21.41	19.99	19.47
主营业务毛利率（%）	41.70	39.16	34.18	38.74
产品价格变化情况（%）	上浮15%	-6.55	-6.60	-5.12
	上浮10%	-4.57	-4.60	-3.57
	上浮5%	-2.39	-2.41	-1.87
主营业务毛利率变化情况（百分点）	上浮15%	-4.09	-4.30	-3.55
	上浮10%	-2.79	-2.93	-2.44
	上浮5%	-1.43	-1.50	-1.25

由上表可以看出，公司最终出口至美国的产品关税上浮5%，将使得公司产品价格下降1.8%-2.5%之间，对应毛利率下降1.2-1.5个百分点之间。

#### 2、汇率对产品价格及毛利率的影响

报告期内，假设其他因素不变的情况下，美元兑人民币汇率上、下分别浮动5%、10%、15%的情况下，对公司产品价格和毛利率的变动影响情况如下：

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
产品价格（元/平方米）	21.32	21.41	19.99	19.47
主营业务毛利率（%）	41.70	39.16	34.18	38.74
产品价格变化情况（%）	上浮15%	12.07	11.86	12.04
	上浮10%	8.04	7.91	8.02
	上浮5%	4.02	3.95	4.01
	下浮5%	-4.02	-3.95	-4.01

	下浮 10%	-8.04	-7.91	-8.02	-8.12
	下浮 15%	-12.07	-11.86	-12.04	-12.18
主营业务毛利率变化情况（百分点）	上浮 15%	6.28	6.45	7.07	6.65
	上浮 10%	4.34	4.46	4.89	4.60
	上浮 5%	2.25	2.31	2.54	2.39
	下浮 5%	-2.44	-2.50	-2.75	-2.59
	下浮 10%	-5.10	-5.22	-5.74	-5.41
	下浮 15%	-8.00	-8.19	-9.01	-8.50

由上表可以看出，美元兑人民币汇率波动 5%，将使得公司产品价格波动 4%左右，对应毛利率波动范围在 2.2 至 2.8 个百分点之间。

### 3、原材料价格对产品成本及毛利率的影响

报告期内，假设其他因素不变的情况下，公司整体原材料价格上、下分别浮动 5%、10%、15%的情况下对公司成本和毛利率的具体影响如下：

项目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
单位成本（元/平方米）	7.24	7.20	7.88	7.29
主营业务毛利率（%）	41.70	39.16	34.18	38.74
单位成本变化情况（%）	上浮 15%	8.73	8.29	8.98
	上浮 10%	5.82	5.53	5.98
	上浮 5%	2.91	2.76	2.99
	下浮 5%	-2.91	-2.76	-2.99
	下浮 10%	-5.82	-5.53	-5.98
	下浮 15%	-8.73	-8.29	-8.98
主营业务毛利率变化情况（百分点）	上浮 15%	-5.09	-5.05	-5.91
	上浮 10%	-3.39	-3.36	-3.94
	上浮 5%	-1.70	-1.68	-1.97
	下浮 5%	1.70	1.68	1.97
	下浮 10%	3.39	1.68	3.94
	下浮 15%	5.09	5.05	5.91

由上表可以看出，公司原材料价格波动 5%，将使得公司产品单位成本波动 3%左右，对应毛利率波动范围在 1.6 至 2.0 个百分点之间。

**(二) 2021年、2022年毛利率下滑幅度较大的具体原因，2023年及2024年上半年毛利率有所回升的影响因素，相关因素是否期后是否存在不利变化**

2021年度至2024年1-6月，公司主营业务毛利率变动情况如下：

单位：%

2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度		2020年度
毛利率	变动百分点	毛利率	变动百分点	毛利率	变动百分点	毛利率	变动百分点	毛利率
41.70	2.54	39.16	4.98	34.18	-4.56	38.74	-5.59	44.33

2021年度至2024年1-6月，美元对人民币汇率及公司单位材料成本变动情况如下：

单位：%

项目	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度		2020年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
美元兑人民币中间价	7.11	0.85	7.05	4.60	6.74	4.50	6.45	-6.52	6.90
单位材料成本(元/平方米)	7.24	0.56	7.20	-8.63	7.88	8.09	7.29	4.14	7.00

**1、2021年、2022年毛利率下滑幅度较大的具体原因**

**(1) 2021年度**

2021年度，公司产品毛利率下滑5.59个百分点，主要系美元兑人民币汇率降低和单位材料价格上升所致，量化分析如下：

项目	量化数值		模拟实际数值	
	指标变动(A)	毛利率变动(B)	指标变动(C)	毛利率变动(D)
美元兑人民币中间价	-5%	-2.59个百分点	-6.52%	-3.38个百分点
原材料成本	+5%	-1.87个百分点	+4.14%	-1.55个百分点
合计	-	-	-	-4.93个百分点

注：模拟实际毛利率变动(D) = (B/A) \* C，下同。

由上表可以看出，上述两项因素合计导致毛利率下降约4.93个百分点，与本年度毛利率实际下降5.59个百分点存在较小差异，差异主要系产品结构不同导致，本期TPO阳光面料主营业务收入相较上年同期下滑59.45%，主营业务收入占比同比下降8.31个百分点。

## (2) 2022 年度

2022 年度，公司产品毛利率下滑 4.56 个百分点，主要系关税因素、美元兑人民币汇率和单位材料价格共同影响所致，量化分析如下：

项目	量化数值		模拟实际数值	
	指标变动 (A)	毛利率变动 (B)	指标变动 (C)	毛利率变动 (D)
关税	+15%	-3.55 个百分点	+15%	-3.55 个百分点
美元兑人民币中间价	+5%	+2.54 个百分点	+4.50%	+2.29 个百分点
原材料成本	+5%	-1.97 个百分点	+8.09%	-3.19 个百分点
合计	-	-	-	-4.45 个百分点

由上表可以看出，上述三项因素合计导致毛利率下降约 4.45 个百分点，与毛利率实际下降 4.56 个百分点基本一致。

## 2、2023 年及 2024 年上半年毛利率有所回升的影响因素

### (1) 2023 年度

2023 年度，公司产品毛利率上升 4.98 个百分点，主要系美元兑人民币汇率提高和单位材料价格下降所致，量化分析如下：

项目	量化数值		模拟实际数值	
	指标变动 (A)	毛利率变动 (B)	指标变动 (C)	毛利率变动 (D)
美元兑人民币中间价	+5%	+2.31 个百分点	+4.60%	+2.13 个百分点
原材料成本	-5%	+1.68 个百分点	-8.63%	+2.90 个百分点
合计	-	-	-	+5.03 个百分点

由上表可以看出，上述两项因素合计导致毛利率上升约 5.03 个百分点，与本年度毛利率实际上升 4.98 个百分点基本一致。

### (2) 2024 年 1-6 月

2024 年 1-6 月，公司产品毛利率上升 2.54 个百分点，主要系产能利用率较高，公司产品单位成本下降所致，按照前述量化指标模拟分析如下：

项目	量化数值		模拟实际数值	
	指标变动 (A)	毛利率变动 (B)	指标变动 (C)	毛利率变动 (D)
美元兑人民币中间价	+5%	+2.25 个百分点	+0.85%	+0.38 个百分点

原材料成本	+5%	-1.70 个百分点	+0.56%	-0.19 个百分点
<b>小计</b>	-	-	-	<b>+0.19 个百分点</b>
产能利用率	-	-	+22.36%	+2.80 个百分点
<b>合计</b>	-	-	-	<b>+2.99 个百分点</b>

2023 年度至 2024 年 1-6 月，公司产能利用率对比情况如下：

项目	2024 年 1-6 月		2023 年度
	数值 (%)	变动百分点	数值 (%)
产能利用率	116.22	22.36	93.86

由上表可以看出，公司 2024 年 1-6 月份产能利用率明显提高，本期提高 22.36 个百分点。产能利用率的提高，使得公司产品分摊固定成本减少，从而推动毛利率的提高。

经模拟分析，汇率上升、原材料上升和产能利用率上升等因素叠加，导致模拟毛利率上升约 2.99 个百分点，与本期毛利率实际上升 2.54 个百分点较为接近。

### 3、相关因素是否期后是否存在不利变化

截至本回复出具之日，影响公司毛利率波动的汇率、原材料价格不存在不利变化。

自 2025 年 2 月起，美国政府开始就中国出口至美国的产品加征关税，累计加征额度为 20%，美国政府还计划对墨西哥出口到美国的产品加征关税。由于相应的关税加征事项尚在过程中，公司客户也还未就加征关税事项提出具体解决方案，因此加征关税的具体影响尚无法准确测算。

#### （三）目前毛利率较高的水平是否稳定可持续，相关风险揭示是否充分

##### 1、目前毛利率较高的水平是否稳定可持续

报告期内，公司一直保持着较高的毛利率水平，在市场环境不发生重大不利变化的情况下，公司能够保证毛利率水平的稳定可持续，具体如下：

（1）报告期内，公司 TPO 阳光面料销售收入分别为 1,304.28 万元、1,740.99 万元和 1,946.66 万元，TPO 阳光面料的销售占比持续提升。另外，自 2025 年起，公司将陆续为美国春天、Inpro 等主要客户供应无锑/无卤产品，随着阻燃剂价格的进一步回落，以及无锑/无卤产品产能利用率的提升，公司将

获得相较现有 PVC 包覆产品更高的毛利率。高毛利产品销售比重的上升，有助于公司保持较高的毛利率水平。

(2) 积极推动新产品的开发和上市，包括大提花、腈纶和 PE 遮阳面料等。新产品的定价更高，在生产初期因原材料价格高、生产效率较低，毛利率较低，随着新产品产量和销量的快速上升，产能利用率上升，原材料价格会持续回落，公司将获得更高的毛利率空间。

(3) 随着管理经验的积累，公司具备了更好的原材料价格管理和汇率管理的能力，公司经营管理效率持续提升。

(4) 在维护好优质大客户，深化现有客户合作的基础上，公司也在积极开拓欧洲、西亚等新市场，新增客户带来更多的产品销售，可以进一步提高公司的产能利用率，提升公司毛利率空间。

综上所述，报告期内，公司保持着较高的毛利率水平，公司已采取积极措施加强经营管理，在市场环境不发生重大不利变化的情况下，公司能够保持现有产品毛利率的稳定可持续。

## 2、相关风险揭示是否充分

公司已在《招股说明书》“重大事项提示”和“第三节风险因素”披露“关税变动导致经营业绩下滑的风险”、“原材料价格波动的风险”、“汇率波动的风险”和“毛利率下滑风险”，产品销售价格调整或关税税率变化的，公司已及时补充相关风险因素的影响，相关风险揭示充分。

### 【中介机构核查意见】

#### 一、关于期后业绩下滑风险的核查程序及结论

##### (一) 核查程序

- 1、获取发行人各期财务报表和收入成本明细表执行分析程序。
- 2、访谈发行人主要客户，查阅公开资料，了解发行人 2024 年各季度收入变动的原因以及第三季度和第四季度收入下滑的影响因素。
- 3、获取发行人和美国春天签订的销售框架合同，以及调价事项的沟通记录，查阅公开市场信息，了解销售价格下降的背景，并测算影响。

4、对美国春天进行访谈，了解 2024 年第三季度销售金额下降原因、采购份额变化、竞品比较情况、销售单价及毛利率情况、在手订单变化情况等，分析发行人是否存在被替代的风险，以及是否存在期后订单大幅减少的风险。

5、查阅发行人主要销售区域的贸易政策、市场需求情况，了解发行人主要外销客户的定价机制、调价周期、议价能力等，分析发行人外销产品价格、毛利率等是否受到上述因素的影响。

6、复核发行人量化分析明细表，分析相关因素是否存在不利变化、高毛利率是否稳定可持续。

## （二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、发行人 2024 年第三季度及第四季度收入下滑的主要原因为美国市场的宏观因素和美国春天等主要客户的微观因素共同导致，相关事项已得到有效缓解或解决，发行人期后订单充足，期后业绩持续下滑的风险较小。

2、在市场环境不发生重大不利变化的情况下，发行人在美国春天的销售份额不存在被其他供应商替代的风险。2025 年 1-2 月，发行人来自美国春天的订单充足，平均单价上升，不存在订单获取量大幅减少或订单单价大幅下滑的风险。

3、报告期内，发行人外销产品的价格、毛利率相对稳定，关税政策变动对公司未来产品价格、毛利率影响较大，公司已在招股说明书补充披露并揭示相关风险。

4、截至本回复出具之日，影响发行人毛利率波动的汇率、原材料价格不存在不利变化。自 2025 年 2 月起，美国政府开始就中国出口至美国的产品加征关税，由于相应的关税加征事项尚在变化过程中，因此加征关税的具体影响尚无法准确测算。

截至本回复出具之日，发行人生产经营正常，在市场环境不发生重大不利变化的情况下，发行人较高的毛利率水平稳定可持续，发行人已在招股说明书中充分揭示相关风险。

二、结合对美国春天进销存数据的核查情况，说明美国春天的终端销售实现情况，2021 年末美国春天未回函原因及合理性，后续是否补发函证，相

应替代程序是否审慎；针对 2022 年视频访谈的客户，说明后续是否补充现场走访。

### （一）结合对美国春天进销存数据的核查情况，说明美国春天的终端销售实现情况

#### 1、订单序时账

申报会计师现场走访司波灵斯，取得了美国春天 2022 年度至 2024 年度采购发行人遮阳面料的序时明细账。申报会计师将上述序时明细账与发行人的订单明细和银行对账单进行了交叉比对，三者之间相互匹配，不存在异常情况。

#### 2、期末库存明细

申报会计师现场走访司波灵斯，现场登录美国春天 FRN 系统，取得了美国春天 2022 年度至 2024 年度的期末库存明细。

报告期内，美国春天具体的采购情况和期末库存情况汇总如下表：

单位：万平方米

项目	2024 年度/末	2023 年度/末	2022 年度/末
采购数量	261.27	289.53	183.91
期末库存	39.00	49.34	46.29
期末库存/采购数量	14.93%	17.04%	25.17%

申报会计师就美国春天期末库存情况征询发行人外销部门意见，并结合发行人销售给美国春天产品的出库情况进行分析判断。报告期内，发行人自接受美国春天订单到货物发送至墨西哥工厂的时间约为 55 天，墨西哥工厂加工为成品后出口至美国，参考上述周期分析，美国春天整体库存比例较低。综合上述情况，申报会计师认为，发行人销售给美国春天的遮阳面料正常运转，不存在美国春天为发行人囤货的情况。

#### 3、销售数据

申报会计师现场走访美国春天，就美国春天采购发行人产品的使用情况和最终销售情况进行了访谈，美国春天确认下述事项：

- (1) 美国春天每年的采购金额；
- (2) 每年采购的遮阳面料，除美国春天少量留作库存外，已 100% 使用；

(3) 加工为成品后，美国春天不再按供货商来源管理成品，没有后续的工程业务或住宅业务销售的细分数据。

(4) 美国春天虽没有细分的业务数据，但所有美国春天的产品都是客户定制产品，不存在不能实现销售的问题。

综上所述，经核查美国春天的订单序时账和期末库存明细，结合美国春天现场访谈情况，申报会计师认为，美国春天采购的发行人遮阳面料均已用于生产遮阳成品，且终端销售情况正常。

## **(二) 2021 年末美国春天未回函原因及合理性，后续是否补发函证，相应替代程序是否审慎**

2022 年 5 月，公司申报新三板挂牌期间，向美国春天发函未获得回函，主要原因为美国春天人员变动，当时无人对接函证邮件。针对上述问题，保荐机构补发了函证，司波灵斯对相关函证予以回函，函证结果相符。

2023 年 8 月，公司申报北交所期间，针对美国春天 2021 年度的交易数据再次发函，本次由美国春天对相关函证予以回函，函证结果相符。

综上所述，申报会计师已在申报北交所期间获取与美国春天交易数据有关的函证，函证结果相符。同时，针对发行人与美国春天 2021 年的交易，申报会计师还执行了大额抽凭核查程序，核查比例 93.90%。通过以上核查，申报会计师认为，发行人与美国春天 2021 年度的交易数据真实、准确，相应核查程序审慎。

## **(三) 针对 2022 年视频访谈的客户，说明后续是否补充现场走访**

2022 年，因全国公共卫生事件影响，保荐机构对美国春天、优莱澳洲、WT、Lienesch 和 Blaze (Interior) 进行了视频访谈，对 ZMC 进行了邮件访谈。本次发行人申报在北交所公开发行并上市，申报会计师分别在 2023 年、2024 年和 2025 年对发行人主要客户执行了现场或视频访谈程序，上述视频访谈或邮件访谈客户均已完成现场走访，具体列示如下：

1、2023 年现场走访客户：美国春天、优莱澳洲、BTG、Louver 和 Inpro (WT)。

2、2024 年现场走访客户：美国春天、优莱澳洲、Inpro（WT）、Winwear Industries 和 DI Calabria Industries Inc.；2024 年视频访谈客户：Rainbow。

3、2025 年现场走访客户：美国春天、优莱澳洲、Inpro（WT）、Blaze（Interior）、BTG、Lienesch、Louver、Rainbow、Materialised、Mega、Fraser 和 ZMC。

综上所述，2022 年视频访谈或邮件访谈的客户，申报会计师后续均进行了现场走访，对发行人与上述客户的交易情况进行了现场核查验证。

## 问题 2. 向关联方优莱澳洲销售的真实公允性

根据申请文件及问询回复，（1）优莱澳洲系发行人第二大股东优莱有限公司的全资子公司，报告期各期均为发行人的第二大客户，收入占比接近 20%。

（2）发行人向优莱澳洲销售的产品主要为 Dusk、Sonata 涂层面料，其中 Sonata 的销售价格、毛利率较其他客户偏低，发行人认为主要系优莱澳洲的采购量较大，以及 Sonata 系列产品在澳洲市场首发推广，优莱澳洲享有首发价格优势，但发行人各期向优莱澳洲销售的首发产品金额不足 20 万，影响较小。（3）优莱澳洲系分销商，下游客户多为当地窗帘生产商。优莱澳洲各期末的库存比例较高，其中 2022 年年末、2024 年 6 月末库存量分别为 164.97 万米、178.05 万米，较前期大幅增加。2022 年采购集中于下半年，年末库存比例较高，截至 2024 年 9 月 30 日，前期库存消耗比例为 78.82%。（4）发行人向优莱有限公司分红款主要用于优莱澳洲日常经营，报告期各期分红款金额分别为 54.98 万美元、53.42 万美元、59.81 万美元、39.70 万美元。

请发行人：（1）结合优莱澳洲与 BTG 等其他非关联方在 Sonata 系列产品采购的具体型号、采购量、采购策略等方面的差异，以及发行人对优莱澳洲首发产品的销售定价策略、金额及占比等，进一步分析说明发行人向优莱澳洲销售的 Sonata 系列产品单价及毛利率较低的合理性，相关信息披露是否准确。（2）结合终端市场的需求变动情况、优莱澳洲的采购备货策略、向终端客户的销售模式、销售周期以及优莱澳洲的财务状况等，说明各期末优莱澳洲的库存比例较高的合理性；2022 年下半年发行人向优莱澳洲销售规模大幅增长、期后库存消化较慢的原因及合理性；2024 年上半年在前期库存较高的

情况下，优莱澳洲大量采购的商业合理性；优莱澳洲向发行人采购金额是否与其自身业绩及需求相匹配，采购款项是否主要依赖于发行人的现金分红，是否存在优莱澳洲配合发行人调节业绩的情形。（3）说明优莱澳洲的下游终端客户构成，下游终端客户是否与发行人或优莱澳洲存在关联关系，相关销售是否真实。（4）说明报告期各期发行人对优莱澳洲的销售回款实现情况，是否存在长期应收账款；报告期后发行人对优莱澳洲的销售实现情况，是否存在因前期库存积压，期后销售规模或在手订单金额下滑的情况。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见。说明对优莱澳洲下游终端客户核查的样本选择标准、覆盖范围及是否充足有效，具体核查程序、获取的核查证据及有效性，报告期内发行人向优莱澳洲销售是否真实，发表明确核查意见并提交相关核查工作底稿。

#### 【发行人说明】

一、结合优莱澳洲与 BTG 等其他非关联方在 Sonata 系列产品采购的具体型号、采购量、采购策略等方面差异，以及发行人对优莱澳洲首发产品的销售定价策略、金额及占比等，进一步分析说明发行人向优莱澳洲销售的 Sonata 系列产品单价及毛利率较低的合理性，相关信息披露是否准确

（一）优莱澳洲与 BTG 等其他非关联方在 Sonata 系列产品采购的具体型号、采购量、采购策略等方面差异

##### 1、优莱澳洲与 BTG 采购 Sonata 的具体型号、采购数量和单价

报告期内，优莱澳洲与 BTG 采购 Sonata 的具体型号、采购数量和单价情况如下所示：

单位：万平方米、美元/平方米

项目	年度	优莱澳洲	BTG
具体型号	2024 年	33 种	4 种
	2023 年	23 种	3 种
	2022 年	24 种	3 种
采购数量	2024 年	58.41	8.63
	2023 年	32.31	4.61
	2022 年	51.94	9.97
平均单价	2024 年	1.97	2.20

	2023 年	1.96	2.21
	2022 年	1.96	2.21

注：除 BTG 以外的其他无关联客户，由于采购数量较少，单位成本较高，公司会相应提高销售报价，因此，优莱澳洲向公司采购的 Sonata 系列产品与 BTG 进行比价。

## 2、优莱澳洲与 BTG 采购 Sonata 同类产品的情况

### (1) 优莱澳洲与 BTG 采购同类 Sonata 产品的具体型号、采购量

报告期内，优莱澳洲与 BTG 采购的同类 Sonata 产品有 Sonata Silver、Sonata Snow、Sonata Stone 和 Sonata Onyx 共 4 种，具体明细如下所示：

单位：万平方米、美元/平方米

产品类型	客户名称	销售数量			平均美元单价		
		2024	2023	2022	2024	2023	2022
Sonata Silver	优莱澳洲	2.93	2.49	3.78	1.98	1.96	1.96
	BTG	1.30	0.57	1.61	2.20	2.21	2.21
Sonata Snow	优莱澳洲	7.12	4.84	8.43	1.95	1.95	1.96
	BTG	1.30	2.37	5.95	2.20	2.20	2.21
Sonata Stone	优莱澳洲	1.46	0.69	2.59	1.95	1.95	1.97
	BTG	2.60	1.67	2.41	2.20	2.21	2.21
Sonata Onyx	优莱澳洲	1.84	0.78	2.38	1.96	1.96	1.96
	BTG	0.36	-	-	2.21	-	-
合计	优莱澳洲	13.35	8.80	17.17	1.96	1.95	1.96
	BTG	8.63	4.61	9.97	2.20	2.21	2.21

由上表所示，报告期内，优莱澳洲与 BTG 共同采购的 4 类 Sonata 产品，采购数量优莱澳洲高于 BTG，采购单价优莱澳洲低于 BTG，价格均保持稳定。

### (2) 优莱澳洲与 BTG 采购策略的差异

因自然环境不同，澳大利亚市场更偏好涂层面料，而北美市场更偏好阳光面料，基于上述，优莱澳洲采购 Sonata 产品的型号更多，而 BTG 仅采购在北美市场热销的产品。

在客户类型上，优莱澳洲为贸易商客户，需要提前备货以避免丢失市场或客户，BTG 为生产商客户，前店后厂提供遮阳产品的定制业务，一般根据终端客户的定制下单采购。

### (3) 公司向优莱澳洲和 BTG 销售 Sonata 的背景及其定价依据

#### 1) 优莱澳洲

优莱澳洲长期深耕澳洲市场，受地理位置的影响，澳洲遮阳市场偏好于遮光性能强的涂层面料，因此澳洲涂层面料市场竞争激烈，消费者对于涂层面料价格敏感性较高。

2014 年，在对市场深入调研的基础上，优莱澳洲决定在澳洲市场推出 Sonata 系列产品，作为已有 Dusk 产品的补充，抢占澳洲中端市场。2015 年，公司完成 Sonata 产品的研发开始投放澳大利亚市场，在产品定位上，Sonata 产品不能挤占已有 Dusk 产品的市场空间，因此，Sonata 产品的销售价格要和 Dusk 产品形成明显的梯次效应。

Dusk 和 Sonata 的市场定位，以及报告期内的采购价格情况具体如下：

单位：美元/平方米

产品类型	面向市场及销售定价策略	采购平均单价		
		2024 年	2023 年	2022 年
Dusk 系列	面向高端市场，有 Dusk Pearlised、Dusk Plus、Dusk Premium、Dusk Xtra 等多款产品，产品定价较高。	2.41	2.41	2.57
Sonata 系列	面向中端市场，按照风格和颜色不同划分有 Sonata Silver、Sonata Snow 等 30 余款产品，产品定价低于 Dusk 系列产品。	1.97	1.96	1.96

## 2) BTG

2018 年，公司向 BTG 推销 Sonata 产品，用来替代当时 BTG 热销的全遮光玻纤压膜面料，相比公司的 Sonata 产品，BTG 的全遮光玻纤压膜面料采购成本较高（约 2.5-3.0 美元/平方米），且加工后存在着较为严重的翘边问题，在平整度和幅宽上均劣于 Sonata。

公司在综合考虑市场竞争、BTG 替换成本和公司生产成本等多种因素的基础上，向 BTG 报价 2.45 美元/平方米；2020 年随着 BTG 采购数量的增加，公司相应下调 Sonata 产品的价格至约 2.21 美元/平方米。

## （二）发行人对优莱澳洲首发产品的销售定价策略、金额及占比

### 1、公司对优莱澳洲首发产品的销售定价策略

公司在澳洲市场首次推出的新产品，均采用和前述 Sonata 产品相同的定价策略，即根据生产成本、市场需求、同类产品价格以及首发新产品在澳洲市场产品体系中的定位等确定销售价格。

### 2、Sonata 和 14 个月账期的首发新产品的区别

2021 年，公司开始计划在澳洲市场推出大提花产品，公司以往无设计、生产大提花的经验，在投放下游市场时存在着较大的不确定性，出于深化合作的考量，公司与优莱澳洲签署了《Elitex Supply Agreement》，约定对于首次抵达澳洲各港口的新产品，公司给予优莱澳洲 14 个月（12 个月市场推广期 +2 个月信用期）的账期。

自 2021 年开始，符合条件的首发新产品，公司给予优莱澳洲 14 个月的账期，之前公司在澳洲市场首发的新产品，如 Sonata 等，不属于享受 14 个月账期的产品范围。

除账期差异外，14 个月账期的首发新产品在定价策略上与公司在澳洲市场首发的其他新产品不存在本质差异。

### 3、Sonata 和 14 个月账期产品各自的销售金额及占比

报告期内，Sonata 和 14 个月账期产品的销售金额及占比情况如下：

单位：万元

类型	2024 年		2023 年		2022 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
Sonata 产品	817.18	23.17%	449.02	17.51%	686.37	19.02%
14 个月账期产品	11.08	2.24%	16.96	4.68%	10.57	1.97%

注：上表中占比是指该类产品占各期向优莱澳洲销售金额的比重。

综上所述，除账期差异外，公司向优莱澳洲销售的 Sonata 产品和 14 个月账期产品在销售定价策略无本质差异，14 个月账期产品主要为公司新推出的大提花产品等，公司给予优莱澳洲 14 个月账期，有助于减轻优莱澳洲的销售压力，更好地推广公司大提花新产品。

### （三）进一步分析说明发行人向优莱澳洲销售的 Sonata 系列产品单价及毛利率较低的合理性，相关信息披露是否准确

综上所述，公司向优莱澳洲销售的 Sonata 产品单价及毛利率较低主要原因具体如下：

#### 1、客户定价策略不同

公司 2015 年在澳大利亚市场首发推广 Sonata 产品，2018 年开始向 BTG 销售同类产品，澳大利亚市场的 Sonata 产品比照 Dusk 产品确定其销售价格，

北美市场的 Sonata 产品比照其替代的全遮光玻纤压膜面料的采购价格确定其销售价格。

综上，Sonata 产品 2015 年在澳大利亚市场确定首发价格，2018 年开始向 BTG 销售，两者的定价所比照的对象不同，因此，BTG 的销售价格总体上优于优莱澳洲，两者之间存在约 10%-12% 的差价是市场不同所导致，具备合理性。

## 2、客户采购数量不同

长期以来，Sonata 产品其他无关联外销客户在采购数量、采购种类等方面远低于优莱澳洲，小批量订单，公司组织生产的难度大、成本高、效率低，因此，在考虑总体成本的情况下，针对其他客户采购 Sonata 产品，公司定价相对较高。

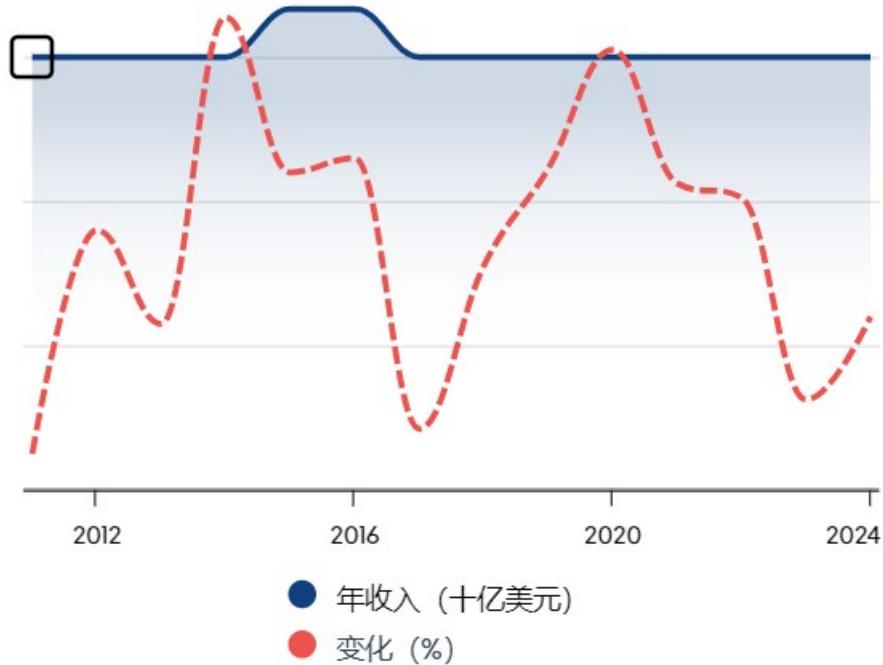
Sonata 产品关联销售单价和毛利率较低的原因，公司已在《招股说明书》及反馈意见回复中进行了相应披露，相关信息披露准确。

**二、结合终端市场的需求变动情况、优莱澳洲的采购备货策略、向终端客户的销售模式、销售周期以及优莱澳洲的财务状况等，说明各期末优莱澳洲的库存比例较高的合理性；2022 年下半年发行人向优莱澳洲销售规模大幅增长、期后库存消化较慢的原因及合理性；2024 年上半年在前期库存较高的情况下，优莱澳洲大量采购的商业合理性；优莱澳洲向发行人采购金额是否与其自身业绩及需求相匹配，采购款项是否主要依赖于发行人的现金分红，是否存在优莱澳洲配合发行人调节业绩的情形**

**（一）结合终端市场的需求变动情况、优莱澳洲的采购备货策略、向终端客户的销售模式、销售周期以及优莱澳洲的财务状况等，说明各期末优莱澳洲的库存比例较高的合理性**

### 1、澳洲终端市场需求变动情况

根据 IBIS World 市场分析数据，澳大利亚窗帘制造行业收入在过去五年中以 0.9% 的复合年增长率下降，2023-2024 年将达到 8.61 亿美元，市场规模预计将在未来五年内出现增长。



图片来源：IBIS World

如上图所示，澳大利亚遮阳窗饰市场总体销售规模约为 8.5 亿美元-10 亿美元左右，呈现出明显的周期波动的趋势，每一波动周期约为 3-4 年。自 2020 年全球公共卫生事件发生以来，澳大利亚遮阳窗饰市场整体呈持续下行态势，2022 年上半年，受全球公共卫生事件放开的影响，澳大利亚遮阳窗饰市场下行趋势有所放缓，有转折上行的趋势。2022 年下半年至 2023 年，美联储连续激进加息引发全球资本流动性收缩，受此影响，澳大利亚央行同步实施紧缩货币政策，多重压力叠加导致遮阳窗饰市场需求端持续承压。

2024 年 9 月，美联储宣布启动降息周期引发全球宽松预期，澳大利亚储备银行 2025 年 2 月同步调整货币政策，将基准利率下调至 4.10%。基准利率下调有效缓解了居民房贷偿债压力，显著改善了澳大利亚房地产市场预期，为行业复苏创造了积极条件，在宏观经济政策调整与房地产市场回暖的双重驱动下，澳大利亚遮阳窗饰市场呈现短期复苏态势。

## 2、优莱澳洲的采购备货政策

优莱澳洲为贸易商，采用“以销定采+安全库存”的采购备货策略，根据过去 6 至 12 个月的销售情况对未来的订单情况进行预测并确定安全库存，因公司产品交付优莱澳洲约需 3 个月的交付周期（2 个月的生产周期+1 个月的船运周期），因此，优莱澳洲一般会储备不少于 3 个月的常规产品安全库存。

一般情况下，在储备安全库存时，优莱澳洲需要充分考虑2大因素，一是各地仓库要有常备的库存量，避免市场丢失，一是能够随时满足大客户采购需求，避免客户丢失。

### 3、优莱澳洲向终端客户的销售模式

优莱澳洲成立于1987年，最早为涂层面料生产企业，在澳洲市场拥有众多的遮阳成品生产客户，曾是澳大利亚遮阳窗饰行业的领军企业之一。2011年入股公司以后，优莱澳洲逐步转变为遮阳面料和配件的分销商。

优莱澳洲在布里斯班、悉尼、墨尔本、珀斯以及奥克兰拥有5个大型仓库，各个销售分支机构均设置了各自区域的销售人员和仓库管理人员，构建了遍布澳大利亚和新西兰的销售网络。

在销售模式上，优莱澳洲向下游客户进行卖断式销售。公司产品配送至优莱澳洲各仓库后，优莱澳洲都会转换为其自有商业标识，然后根据下游客户订单配送至客户仓库，或进行简单裁切后配送至客户仓库。

优莱澳洲的下游客户均为生产商客户，将面料加工为成品后用于工程、住宅的定制业务，部分下游客户为零售商，将面料加工为成品后直接向最终用户销售。

### 4、优莱澳洲的销售周期

优莱澳洲为贸易商，无法完全根据客户订单确定库存，为保证生产经营的稳定，优莱澳洲一般根据过去6至12个月的销售数据预测确定其库存数量，因此，大客户经常性采购的常规产品是其备货的重要依据，如Viewscape、National Blind Suppliers和Vertilux等。一般情况下，热销产品的销售周期约在3个月左右。

### 5、优莱澳洲的财务状况

报告期内，优莱澳洲主要的财务指标如下所示：

单位：万澳元

财务指标	2024财年	2023财年	2022财年
总资产	1,529.12	1,373.11	1,448.14
净资产	1,087.31	1,084.79	1,074.01
销售收入	1,866.27	2,083.74	2,132.91

税后利润	36.75	10.78	71.34
------	-------	-------	-------

注：优莱澳洲会计期间为上年度 7 月 1 日一本年 6 月 30 日。

## 6、优莱澳洲期末库存合理性分析

优莱澳洲的采购、销售均以米为单位进行核算，由于大量切条产品（主要幅宽为 9cm、10cm 和 13cm）的存在，以米为单位进行核算不能准确反映产品供销存的真实情况，折算为平方米后，优莱澳洲采购公司产品情况、销售情况和期末库存情况如下：

单位：万平方米

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度	合计
采购数量	175.20	101.90	172.87	449.97
销售数量	142.71	134.14	157.24	434.09
销售/采购	81.46%	131.63%	90.96%	96.47%
期末库存	71.19	37.02	73.92	-

由上表所示，报告期各期末优莱澳洲期末库存数量分别为 73.92 万平方米、37.02 万平方米和 71.19 万平方米，期末库存波动较大，具体分析如下：

### （1）2022 年末库存较高的合理性

2021 年末至 2022 年初，伴随着全球公共卫生事件的放开，澳大利亚遮阳窗饰市场需求出现了短期的回升。受宏观经济和下游需求短期提升的影响，优莱澳洲经营情况向好，2022 财年实现销售收入 2,132.91 万澳元，同比增长 5.80%。

优莱澳洲预测后续 2023 财年市场需求将保持增长，因此增加了相应的备货，具体如下表：

单位：万澳元

项目	2022 年 12 月 31 日		2022 年 6 月 30 日	
	金额	占比	金额	占比
库存金额	1,024.60	100.00%	902.22	100.00%
其中：遮阳面料	324.66	31.69%	313.51	34.75%
配件	699.94	68.31%	588.70	65.25%

优莱澳洲为遮阳面料和配件的分销商，一般情况下，优莱澳洲的营业收入构成中，遮阳面料占比 60%左右，遮阳配件占比 40%左右，截至 2022 年 12 月 31 日，优莱澳洲遮阳面料库存占比为 31.69%，遮阳配件的库存占比为

中证天通会计师事务所（特殊普通合伙）

38

68.31%，与 2022 年 6 月 30 日的库存情况基本一致，优莱澳洲根据其自身业务需求确定库存数量，不存在为增加公司业绩囤积遮阳面料的情况。

### （2）2023 年末库存较低的合理性

2023 年，澳大利亚遮阳窗饰市场继续下行，前期市场判断失误给优莱澳洲带来了较大的库存消化压力，优莱澳洲采取了一系列化解措施，包括：1) 减少 2023 年的采购额，经营策略趋向保守；2) 更换了主要管理人员，进一步加强库存管理；3) 积极沟通大客户 Viewscape，动员其将部分产品的订单转回优莱澳洲。

伴随市场预期下行，以及 Viewscape 部分产品订单未能如期回归，2023 年末优莱澳洲期末库存处于相对低位。

### （3）2024 年末库存再度回升的合理性

2024 年，澳大利亚遮阳窗饰市场触底回升，大客户 Viewscape 部分产品订单回归，本年优莱澳洲大客户开拓成效显著，伴随着市场预期好转，以及保证大客户供货的需要，优莱澳洲相应加大了安全库存数量，2024 年末库存相应增加，具体如下表：

项目	2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比
库存金额	918.02	100.00%	850.88	100.00%
其中：遮阳面料	290.09	31.60%	178.35	20.96%
配件	627.93	68.40%	672.53	79.04%

由上表可以看出，截至 2024 年 12 月 31 日，优莱澳洲遮阳面料库存占比为 31.60%，遮阳配件的库存占比为 68.40%，与 2022 年 6 月末和 2022 年末的存货构成一致，不存在为增加公司业绩囤积遮阳面料的情况。

## （二）2022 年下半年发行人向优莱澳洲销售规模大幅增长、期后库存消化较慢的原因及合理性

### 1、2022 年下半年发行人向优莱澳洲销售规模大幅增长的原因及合理性

报告期内，公司向优莱澳洲销售情况具体如下：

期间	2024 年度	2023 年度	2022 年度

H1 (1-6 月)	1,686.58	1,140.55	1,428.18
H2 (7-12 月)	1,839.74	1,423.40	2,177.52

2022 年末，优莱澳洲采购金额出现较大增长，主要原因请参见上述“（一）/6、优莱澳洲期末库存合理性分析/（1）2022 年末库存较高的合理性”的具体内容。

## 2、期后库存消化较慢的原因及合理性

优莱澳洲 2022 年末库存为 73.92 万平方米，该库存产品消化情况如下表所示：

单位：万平方米

项目	截至 2024 年末	截至 2023 年末
销售数量	65.74	59.96
销售比例	88.93%	81.12%

由上表所示，2023 年和 2024 年，优莱澳洲已采取措施积极消化积压库存，截至 2024 年 12 月 31 日，该批库存还剩余 8.18 万平方米，销售比例为 88.93%。

该批库存主要系为大客户 Viewscape 的备货，2023 年度，Viewscape 将部分产品转至其他供应商处采购，导致优莱澳洲库存的积压。

## （三）2024 年上半年在前期库存较高的情况下，优莱澳洲大量采购的商业合理性

### 1、2023 年末库存处于低位，在市场触底反弹情况下，需要增加安全库存，保证市场供应

2023 年度，优莱澳洲主要集中于处理前期积压库存，大幅减少了向公司采购的数量，本期优莱澳洲的销售比率（销售数量/采购数量）为 131.63%，前期积压库存消化情况较好，期末库存数量仅为 37.02 万平方米，较低库存不利于业务的开展和市场的开拓。

基于上述，2024 年优莱澳洲相应增加了公司产品的采购。

### 2、大客户回归，以及重要客户将订单转向优莱澳洲，为优莱澳洲的发展注入动力，大客户备货相应增加

2024 年，Viewscape 将部分产品的订单转回优莱澳洲，采购数量较之前大幅度上升。除此之外，澳大利亚另一大型客户 Vertilux 也将订单大规模转向优

莱澳洲、Viewscape、Vertilux、National Blind Suppliers 和 Dollar Curtains and Blinds 均是澳大利亚下游最大的生产商之一，大客户采购增加，为优莱澳洲注入了新的动力。

截至 2024 年末，优莱澳洲期末库存 71.19 万平方米，主要为大客户储备的 Dawn、Uniview 和 Sunset 产品，合计为 47.77 万平方米，占比为 67.10%。

综上所述，2024 年度优莱澳洲采购增加的主要原因为 2023 年底库存较低，在大客户订单转回的背景下，优莱澳洲需要储备更多库存以保障大客户供应，因此，2024 年度采购增加具备商业合理性。

**（四）优莱澳洲向发行人采购金额是否与其自身业绩及需求相匹配，采购款项是否主要依赖于发行人的现金分红，是否存在优莱澳洲配合发行人调节业绩的情形**

#### **1、优莱澳洲向发行人采购金额是否与其自身业绩及需求相匹配**

报告期内，优莱澳洲的经营业绩情况如下所示：

单位：万澳元

项目	2024 财年	2023 财年	2022 财年
营业收入	1,866.27	2,083.74	2,132.91
营业成本	1,133.31	1,461.33	1,511.20
税后利润	36.75	10.78	71.34
面料销售金额	980.38	1,034.76	1,161.55
发行人面料采购金额	665.65	708.81	567.05

注：为匹配优莱澳洲财年会计期间，以上数据期间均为上年 7 月 1 日至次年 6 月 30 日。

由上表所示，优莱澳洲各财年面料采购金额与自身业绩及需求相匹配。

#### **2、优莱澳洲采购款项是否主要依赖于发行人的现金分红**

报告期内，公司共实施了 3 次分红，合计分红金额 3,700.00 万元，其中分红至优莱有限的金额合计为 152.94 万美元。优莱有限收到公司分红款项后存入其美元账户，该笔款项主要用于优莱澳洲和 Intex Concept Pty Limited（以下简称“Intex”）购汇使用。

优莱澳洲和 Intex 作为优莱有限的子公司，在生产经营过程中需要用美元支付采购费用，为节省银行手续费，优莱澳洲和 Intex 向优莱有限支付澳元，购入美元。

报告期内，公司分红至优莱有限的分红款具体流向情况如下所示：

分红时间	分红金额	售汇时间	购汇主体	购入美元金额	支付澳元金额
2022/6/14	534,220.77	2022/06/21	优莱澳洲	250,000.00	358,803.61
		2022/06/28	优莱澳洲	30,000.00	43,265.69
		2022/07/25	优莱澳洲	254,220.77	368,483.96
2023/6/16	598,042.44	2023/07/04	优莱澳洲	100,218.00	150,000.00
		2023/08/03	优莱澳洲	100,000.00	146,192.42
		2023/09/29	优莱澳洲	100,000.00	146,121.92
		2023/10/20	优莱澳洲	50,000.00	79,259.40
		2023/10/26	优莱澳洲	20,000.00	31,369.60
		2023/10/31	Intex	200,000.00	312,842.17
2023/9/18	397,038.45	2023/11/29	优莱澳洲	50,000.00	75,126.96
		2023/11/30	Intex	200,000.00	307,834.39
		2024/06/06	Intex	15,000.00	22,537.75
		2024/06/17	优莱澳洲	50,000.00	75,809.26
		2024/08/15	优莱澳洲	27,390.00	-
		2024/12/20	优莱澳洲	62,510.00	-

注：2024年8月15日和12月20日两笔美元流出，系优莱有限贷款给优莱澳洲用于购买设备使用。

由上表所示，公司分红款主要用于优莱澳洲和 Intex 购汇，而非由优莱有限借予优莱澳洲购买公司产品，现金流转已形成闭环，优莱澳洲不存在依赖公司现金分红进行采购的情况。

综上所述，优莱澳洲向公司采购金额与其自身业绩及需求相匹配，不存在依赖公司现金分红进行采购的情况，不存在优莱澳洲配合公司调节业绩的情形。

### 三、说明优莱澳洲的下游终端客户构成，下游终端客户是否与发行人或优莱澳洲存在关联关系，相关销售是否真实

报告期内，优莱澳洲的下游终端客户均为澳大利亚或新西兰市场的生产商，按照销售规模可划分为大规模客户（遮阳面料年采购额>10万澳元）、中规模客户（5万澳元<遮阳面料年采购额≤10万澳元）和小规模客户（遮阳面料年采购额≤5万澳元），具体情况如下：

单位：家、万澳元

客户分类	项目	2024年	2023年	2022年
大规模客户	家数	24	25	23
	合计销售金额	594.93	646.79	668.08
	占比	58.25%	62.21%	62.75%
中规模客户	家数	19	16	17
	合计销售金额	131.62	105.11	114.60
	占比	12.89%	10.11%	10.76%
小规模客户	家数	303	312	294
	合计销售金额	294.83	287.85	282.00
	占比	28.87%	27.68%	26.49%
合计销售金额		1,021.38	1,039.75	1,064.67
合计客户家数		346	353	334

优莱澳洲的下游客户主要为澳大利亚、新西兰当地的生产商，除优莱新西兰、Intex 以外，其余客户与公司无关联关系，与优莱澳洲也不存在关联关系，相关销售真实。

**四、说明报告期各期发行人对优莱澳洲的销售回款实现情况，是否存在长期应收账款；报告期后发行人对优莱澳洲的销售实现情况，是否存在因前期库存积压，期后销售规模或在手订单金额下滑的情况**

**（一）说明报告期各期发行人对优莱澳洲的销售回款实现情况，是否存在长期应收账款**

截至 2025 年 2 月末，优莱澳洲的销售回款情况具体如下：

单位：万元

年度	账期	应收账款余额	回款比例	最晚回款日期
2022 年末	3 个月	936.93	100.00%	2023-03-31
	14 个月	73.39	100.00%	2023-10-31
2023 年末	3 个月	472.95	100.00%	2024-04-05
	5 个月	56.14	100.00%	2024-05-17
	14 个月	120.10	100.00%	2024-09-11
2024 年末	3 个月	545.25	76.38%	-
	14 个月	81.57	-	尚未到回款期

由上表所示，各期应收账款均在信用期内回款，各期加权平均回款天数情况具体如下：

单位：天

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
按金额加权平均回款天数	81.09	64.88	89.76
最短回款天数	51.00	48.00	53.00

注：截至本回复出具日，14 个月信用期的应收账款金额较小，上述平均回款天数计算时剔除 14 个月等特殊信用期的应收账款。

从整体上看，报告期内，优莱澳洲加权平均回款天数分别为 89.76 天、64.88 天和 81.09 天，均在 90 天的信用时限内，回款情况良好。

综上所述，公司应收优莱澳洲账款均已在信用期内实现回款，不存在长期应收账款的情况。

## （二）报告期后发行人对优莱澳洲的销售实现情况，是否存在因前期库存积压，期后销售规模或在手订单金额下滑的情况

截至 2025 年 2 月 28 日，优莱澳洲 2024 年度遮阳面料期末库存 71.19 万平米，已实现销售 17.06 万平米，销售比例为 23.97%，销售实现情况良好。

截至 2025 年 2 月 28 日，公司来自优莱澳洲的在手订单为 24.97 万平米，订单情况良好，不存在因前期库存积压而影响期后销售规模或在手订单金额下滑的情况。

### 【中介机构核查意见】

#### 一、请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见

##### （一）核查程序

针对发行人与优莱澳洲的交易情况，申报会计师执行了如下核查程序：

1、取得并核查报告期内发行人的销售明细表，计算分析发行人销往优莱澳洲 Sonata 的平均单价和毛利率，与 BTG 采购的同类产品进行比对；询问发行人董事长、副总经理等，了解 Sonata 产品的研发情况、定价背景等；核对发行人《招股说明书》等信息披露文件，核查信息披露的真实性。

2、实地走访优莱澳洲及其下游终端客户，对优莱澳洲主要负责人进行访谈，了解优莱澳洲的采购备货政策、销售模式及销售周期、澳洲下游市场变动等情况；获取并查阅优莱澳洲采购发行人产品的进销存明细表、面料销售

明细表及财务报表等一系列文件，了解优莱澳洲各期期末库存情况和期后消化情况；询问优莱澳洲主要负责人和高级管理人员，了解优莱澳洲报告期内客户订单变动、经营战略变动等基本情况；获取并查询优莱澳洲、优莱有限主要银行账户的银行对账单，重点核查发行人分红款项的最终使用情况。

3、取得优莱澳洲出具的客户明细表，通过 Capital IQ 等公开网络查询优莱澳洲下游客户情况，通过新西兰公司注册处官方网址（<https://companies-register.companiesoffice.govt.nz/>）等公开网络查询优莱新西兰下游客户情况，取得发行人、优莱澳洲和优莱新西兰分别出具的《无关联关系和利益转移承诺书》，现场走访优莱澳洲主要下游客户，取得客户出具的《无关联关系和利益转移承诺书》。

4、获取并查询发行人序时账、应收账款逾期表、银行回单等资料，统计各期末优莱澳洲应收账款的期后回款和应收账款账龄情况，核查是否存在信用期外回款和长期应收款；获取优莱澳洲 2025 年 1-2 月产品销售明细和发行人在手订单明细表，核查优莱澳洲期后销售和发行人在手订单情况。

## （二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、发行人向优莱澳洲销售的 Sonata 系列产品单价及毛利率较低具备合理性，主要是定价机制和采购数量不同所导致，与之前的信息披露一致。

2、报告期内，优莱澳洲期末库存数量维持在正常水平，库存数量变动主要是由于备货策略和大客户变动所致，具备合理性。

优莱澳洲 2022 年下半年采购增加主要受当年澳大利亚市场趋势向好影响，2022 年末库存未及时消化主要系大客户转移至其他供应商处采购所致，2024 年上半年采购增加主要是澳大利亚市场触底回升以及大客户变动所致，具备合理性。

优莱澳洲向发行人采购金额与其自身业绩及需求相匹配，不存在依赖发行人现金分红进行采购的情况，不存在配合发行人调节业绩的情形。

3、优莱澳洲的下游客户中，除优莱新西兰、Intex 以外，其余客户与发行人不存在关联关系，与优莱澳洲亦不存在关联关系，发行人向优莱澳洲的相关销售真实。

4、发行人应收优莱澳洲账款均已在信用期内实现回款，不存在长期应收账款的情况，不存在因前期库存积压，期后向优莱澳洲销售规模或在手订单金额下滑的情况。

**二、说明对优莱澳洲下游终端客户核查的样本选择标准、覆盖范围及是否充足有效，具体核查程序、获取的核查证据及有效性，报告期内发行人向优莱澳洲销售是否真实，发表明确核查意见并提交相关核查工作底稿。**

**(一) 优莱澳洲下游终端客户核查的样本选择标准、覆盖范围及是否充足有效**

报告期内，申报会计师根据优莱澳洲提供的面料销售明细表，选取了报告期各期优莱澳洲前 20 大客户以及优莱新西兰前 5 大客户作为穿透核查的样本，通过实地走访的方式进行穿透核查，如大客户因特定原因不能走访的，申报会计师选取其他销售规模较大的客户进行替代。

优莱澳洲终端销售核查最终核查样本和覆盖范围情况如下：

序号	下游客户名称	终端销售金额（万澳元）		
		2024 年	2023 年	2022 年
1	Viewscape	127.70	102.40	87.75
2	Vertilux	63.27	5.69	28.31
3	National Blind Suppliers	51.98	51.49	58.74
4	Sunlight Products	48.62	57.20	57.95
5	Dollar Curtains and Blinds	27.69	44.06	49.54
6	FA Blinds Australia	26.75	33.16	32.58
7	Skins 2 Go	25.48	23.13	16.72
8	Accent Blinds	23.70	22.87	23.36
9	Shade Elements	21.73	-	-
10	Number One Blinds	21.19	35.43	32.40
11	TBS Australia	20.58	13.29	12.24
12	Franklyn	19.43	45.87	47.35
13	Total Look Blinds	16.64	21.79	25.24
14	Boronia Blinds	15.55	27.80	29.58
15	I-Seek Blinds	14.27	12.55	9.59
16	Suntex	12.59	14.55	16.91

17	Global Window Coverings	7.32	3.63	4.24
18	Caleys Blinds	7.19	7.35	7.55
19	Bliss Commercial	6.35	7.76	1.74
20	Ireland Blinds	3.17	4.46	3.22
21	All Window Fashions	-	-	38.42
22	Shades of Elegance	-	5.98	13.08
23	Kash Blinds	-	0.58	0.99
24	All Window Solutions	-	8.49	8.46
25	A-1 Blinds	-	2.66	3.22
<b>合计</b>		<b>561.20</b>	<b>552.19</b>	<b>609.18</b>
<b>优莱澳洲发行人遮阳面料销售额</b>		<b>975.68</b>	<b>957.15</b>	<b>1,042.04</b>
<b>终端客户穿透核查比例</b>		<b>57.52%</b>	<b>57.69%</b>	<b>58.46%</b>

如上表所示，报告期各期，优莱澳洲终端销售穿透核查比例均在 57%以上，核查样本充足有效。

## （二）具体核查程序、获取的核查证据及有效性

### 1、核查程序

2023 年、2024 年及 2025 年，为进一步核实发行人与优莱澳洲交易的真实性，申报会计师对优莱澳洲的下游主要客户进行了现场走访，访谈其负责人，沟通其遮阳面料采购、存放和生产情况，现场查看其生产经营场所或销售场所等。

优莱澳洲采购的遮阳面料部分由优莱新西兰在新西兰分销，对优莱新西兰进行访谈，确认分销情况、分销金额和销售实现情况等，对优莱新西兰下游客户进行现场访谈，穿透核查下游客户终端销售情况。

优莱澳洲和优莱新西兰的下游客户主要为生产商，将面料加工为成品帘后，通过家居超市、零售商店或大型商超等渠道销售，Dollar Curtains and Blinds 和 Franklyn 还拥有自营连锁店。申报会计师除了现场访谈外，还根据客户生产经营实际情况，沟通现场查看客户生产经营场所，查看客户仓库核实发行人面料库存情况，查看客户自营连锁店，前往当地 Logan Super Centre、Bunnings Warehouse、Spotlight 等查看客户产品定制情况或终端销售情况。

### 2、获取的核查证据及有效性

申报会计师通过实地走访的方式对优莱澳洲和优莱新西兰的终端销售情况进行了核查，获取的核查证据具体如下：

1、访谈提纲，通过实地访谈的形式现场确认了报告期各期优莱澳洲/优莱新西兰向其下游客户销售金额，同时了解优莱澳洲/优莱新西兰与下游客户的合作历史、下游客户主要业务、合作模式等基本情况。

2、无关联关系承诺函，下游客户现场确认其与发行人及其关联方、优莱澳洲及其关联方、各中介机构等不存在关联关系。

3、被访谈人的名片、实地查看下游客户生产经营场所、仓库及优莱澳洲产品的使用情况并拍摄照片留痕。

4、FA Blinds Australia 提供了报告期内其与优莱澳洲的交易往来序时簿。

5、2025 年度穿透走访期间，申报会计师发现部分客户访谈确认金额与前次访谈金额有差异。

针对此问题，申报会计师通过查阅优莱澳洲面料销售明细表、与终端客户确认等方式进行了核查，差异原因在于部分终端客户前次误以澳大利亚/新西兰的财务年度进行数据统计和填写，本次统一按照日历年度进行统计，影响穿透核查金额具体如下：

单位：万澳元

项目	客户名称	2023 年度	2022 年度
前次确认金额 (A)	Accent Blinds	23.36	18.59
	Number One Blinds	32.68	22.39
	Caleys Blinds	9.10	7.63
本次确认金额 (B)	Accent Blinds	22.87	23.36
	Number One Blinds	35.43	32.40
	Caleys Blinds	7.35	7.55
差异金额 (C=B-A)	Accent Blinds	-0.49	4.77
	Number One Blinds	2.75	10.01
	Caleys Blinds	-1.75	-0.08

综上所述，申报会计师取得了访谈提纲、无关联关系承诺函、被访谈人名片、交易往来序时簿等资料，并实地查看下游客户经营和仓储场所，获取



的核查证据能够有效证明发行人销往优莱澳洲的产品实现了最终销售，核查证据具备有效性。

综上所述，申报会计师认为，报告期内发行人向优莱澳洲销售真实。

#### 其他重要事项

除上述问题外，请发行人、保荐机构、申报会计师、发行人律师对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票注册管理办法》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 46 号—北京证券交易所公司招股说明书》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 47 号—向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市申请文件》《北京证券交易所股票上市规则（试行）》等规定，如存在涉及公开发行股票并在北交所上市条件、信息披露要求以及影响投资者判断决策的其他重要事项，请予以补充说明。

除上述问题外，发行人、申报会计师已对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票注册管理办法》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 46 号—北京证券交易所公司招股说明书》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 47 号—向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市申请文件》《北京证券交易所股票上市规则（试行）》等规定进行审慎核查，并进行了补充披露，不存在涉及股票公开发行并在北交所上市条件、信息披露要求以及影响投资者判断决策的其他重要事项。

本页无正文，系中证天通会计师事务所（特殊普通合伙）对《关于温多利遮阳材料（德州）股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的第三轮审核问询函》回复的签字页。



中国注册会计师  
(项目合伙人)

中国注册会计师

徐建来

中国注册会计师  
徐建来  
370900010068

胥传超

中国注册会计师  
胥传超  
370900010095

中国·北京

2025年3月28日



统一社会信用代码

91110108089662085K

# 营业执照

(副本) (3-1)

扫描市场主体身份码了解更多登记、备案、许可、监管信息，体验更多应用服务。



名 称 中证天通会计师事务所（特殊普通合伙）

类 型 特殊普通合伙企业

执行事务合伙人 张先云

经 营 范 围

审查企业会计报表、出具审计报告；验证企业资本，出具验本、清算事宜中的审计、代理记账，财务管理、会计培训；法律、法规；税务咨询、其他业务。（市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法经营项目，不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）



出 资 额 3512.5万元  
成 立 日 期 2014年01月02日  
主 营 场 所 北京市海淀区西直门北大街甲43号1号楼13层  
1316-1326



登 记 机 关

2025年01月20日

## 说 明

# 会计师事务所 执业证书



名 称：中证天通会计师事务所（特殊普通合伙）

组织形式：特殊普通合伙

执业证书编号：11000267

批准执业文号：京财会许可〔2013〕0087号

批准执业日期：2013年12月16日

1、《会计师事务所执业证书》是证明持有人经财政部门依法审批，准予执行注册会计师法定业务的凭证。

2、《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的，应当向财政部门申请换发。

3、《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出租、出借、转让。

4、会计师事务所终止或执业许可注销的，应当向财政部门交回《会计师事务所执业证书》。



发证机关：

北京市财政局  
二〇一九年十一月七日

中华人民共和国财政部制

