

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 第二轮审核问询函的回复

目 录

问题 2.境外客户终端销售真实性.....	2-54
【发行人说明】	4
【中介机构核查意见】	28
问题 3.库存商品减值准备计提充分性.....	54-65
【发行人说明】	55
【中介机构核查意见】	64
问题 4.研发费用核算准确性.....	65-90
【发行人说明】	66
【中介机构核查意见】	87
问题 5.其他问题.....	90-102
【发行人说明】	91
【中介机构核查意见】	99
其他重要事项.....	102

中证天通会计师事务所（特殊普通合伙）

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 第二轮审核问询函的回复

中证天通（2025）证专审 43100007 号

北京证券交易所：

贵所于 2024 年 10 月 18 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二轮审核问询函》（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”）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）	对问询函和招股说明书的修改、补充

问题 2. 境外客户终端销售真实性

根据申请文件及问询回复，（1）报告期各期发行人境外销售收入占比分别为 84.51%、82.83%、81.19%和 82.27%，主要业务集中在境外。（2）发行人境外客户为工程商、分销商及生产商，多为非终端应用客户，采购发行人遮阳面料加工成窗帘成品后向终端用户销售，终端应用领域包括办公楼等商业建筑以及普通家庭住宅。（3）发行人境外客户较为集中，各期前五大客户占收入占比约为 70%，销售集中于美国春天、优莱澳洲两家客户。

（1）向美国春天销售收入大幅增长的合理性。根据问询回复，报告期各期发行人对美国春天销售收入占比分别为 38.72%、28.24%、41.40%和 43.43%。2023 年至 2024 年上半年发行人对美国春天的销售收入大幅增长，但截至 2024 年 7 月底，发行人对美国春天的在手订单金额较上年期末下滑 35.31%。发行人对美国春天的产品直接发往墨西哥工厂进行加工后运往美国，通过家居连锁或商超进行终端销售，美国春天各期末的库存比例较高，如 2023 期末库存比例接近 20%。请发行人：①结合向美国春天销售的产品类型、金额及占比情况等，说明向美国春天销售产品的主要终端应用领域（如应用于家庭住宅，还是写字楼等商业建筑领域）；并结合美国春天自身的经营业绩变动情况、美国市场相关终端应用领域的需求变动情况及驱动因素，以及玉马遮阳等可比公司境外业绩变动情况等，说明 2023 年以来发行人向美国春天销售金额大幅增长的商业合理性。②说明发行人和美国春天合作的具体业务模式，如合作涉及的主体、合同签订、货物流转、资金结算等的具体情况；并结合美国春天采购发行人产品的加工模式、向终端客户的销售模式及终端销售实现情况等，说明向美国春天销售产品期末库存比例较高的合理性，截至目前在手订单大幅下滑的具体背景，是否存在相关产品滞销、期后采购金额大幅下滑的情况。③结合发行人占美国春天采购份额水平及变动趋势、与同类产品其他供应商竞争比较情况等（如销售规模、行业地位、核心竞争力等），说明发行人在其同类产品供应商中的地位及可替代性，期后合作是否稳定可持续。

（2）与关联方优莱澳洲交易的真实合理性。根据问询回复，优莱澳洲系发行人第二大股东优莱有限的全资子公司，报告期各期发行人向其销售收入

占比分别为 18.08%、20.79%、13.83%及 15.50%。优莱澳洲系分销商，采购发行人产品后转销给澳洲当地生产商，或转销给优莱新西兰等关联方后，向终端客户进行销售。发行人是优莱澳洲的主要供应商，经对比发行人对优莱澳洲的信用期短于其他境外客户，同类产品销售价格及毛利率低于境外其他客户，2024 年上半年发行人向优莱澳洲销售金额较同期大幅增加。请发行人：

①结合澳洲市场对发行人产品的需求变动情况，以及优莱澳洲的备货策略、订单周期、下游客户变动等，进一步说明发行人对优莱澳洲销售收入波动的原因；结合期后库存消耗情况、回款周期等，分析优莱澳洲 2022 年库存占比增加、应收账款增长的合理性，以及 2024 年上半年销售金额大幅增长的合理性，是否存在配合发行人提前囤货调整收入的情形。②进一步对比优莱澳洲和其他非关联方产品结构及 G 材料产品占比，结合 G 材料产品市场价格、产品性能说明其产品价格及毛利率低的合理性；排除产品差异因素，测算发行人同类细分产品对优莱澳洲折扣优惠对企业经营利润的影响。③说明发行人对优莱澳洲的首发推广产品销售情况，包括对应销售额及占比、账期、期后回款时间、实现终端销售情况，说明对于账期较长的应收账款坏账计提政策，计提坏账是否充分。④说明发行人与分销商的合作模式、回款方式及条件，尤其是首发推广产品是否签订特殊条款，相关退回情况，是否需分销商对外销售才实现回款，结合前述情况说明分销模式存货风险转移时点，分销商收入确认时间点及其合理性。

请保荐机构、申报会计师核查上述情况并发表明确意见。详细说明对境外销售真实性、公允性所采取的具体核查程序、覆盖比例及核查结论，（1）列表说明对境外客户走访的具体情况，包括但不限于具体走访客户的名单、方式、对象、时间、获取的核查证据等，说明未对主要境外客户走访的原因、替代性核查程序及有效性。（2）针对工程商、分销商等境外非直接终端应用客户，说明对发行人产品在终端应用领域使用情况的核查程序、获取的证据、覆盖比例及核查结论，就主要境外客户相关产品是否已实现终端销售发表明确意见。（3）说明对发行人及关键主体资金流水的核查情况，核查范围、重要性水平、核查中发现的异常情况以及进一步核查程序等；说明关于现金分红

的具体流向，是否存在流向客户、供应商，形成体外资金循环等异常情况。

(4) 请提供关于销售真实性核查、资金流水核查相关工作底稿。

【发行人说明】

一、向美国春天销售收入大幅增长的合理性

(一) 结合向美国春天销售的产品类型、金额及占比情况等，说明向美国春天销售产品的主要终端应用领域（如应用于家庭住宅，还是写字楼等商业建筑领域）；并结合美国春天自身的经营业绩变动情况、美国市场相关终端应用领域的需求变动情况及驱动因素，以及玉马遮阳等可比公司境外业绩变动情况等，说明 2023 年以来发行人向美国春天销售金额大幅增长的商业合理性

1、向美国春天销售产品的主要终端应用领域

(1) 报告期内公司向美国春天销售的产品类型、金额及占比情况

单位：万元、%

主体名称	产品类型	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
美国春天	聚酯阳光面料	3,809.69	57.63	5,159.51	67.22	3,361.31	68.63
	TPO 阳光面料	1,830.12	27.68	1,777.03	23.15	1,373.15	28.04
	清漆涂层面料	283.91	4.29	46.67	0.61	4.70	0.10
	直涂涂层面料	315.31	4.77	395.03	5.15	76.24	1.56
	发泡涂层面料	341.36	5.16	262.20	3.42	82.12	1.68
Mariak	清漆涂层面料	-	-	-	-	-	-
	直涂涂层面料	-	-	-	-	-	-
	发泡涂层面料	-	-	-	-	-	-
Horizons	聚酯阳光面料	20.94	0.32	34.97	0.46	-	-
司波灵斯	聚酯阳光面料	-	-	-	-	-	-
Sunsetter	腈纶面料	9.81	0.15				
合计	—	6,611.15	100.00	7,675.41	100.00	4,897.52	100.00

2021 年 6 月份以来，Mariak 开始通过美国春天采购公司产品，不再独立采购。自此开始，除子公司 Horizons、Sunsetter 合作初期的采购以外，美国

春天已实现向公司的统一采购，主要采购产品以聚酯阳光面料和 TPO 阳光面料为主，报告期内各期占比分别为 96.67%、90.37%和 **85.31%**。

（2）公司向美国春天销售产品的主要终端应用领域

美国春天向公司采购遮阳面料后由其墨西哥工厂统一加工生产为遮阳成品，后续应用在其商业领域相关工程（写字楼、医院、酒店、学校等商业建筑）或通过住宅领域（家庭住宅）的子品牌开展定制化业务。

美国春天采购公司产品的主要终端应用领域包括住宅领域和商业领域，二者主要分布情况具体如下：

终端应用领域	占比
住宅领域（通过家居连锁、商超等进行定制化业务，应用于家庭住宅，主要承接品牌有 Bali、Graber 等，主要承接子公司有 Mariak、Horizons 等）	43%
商业领域（写字楼、医院、酒店、学校等商业建筑，主要承接品牌有 Mecho、SWF Contract 等，主要承接主体有美国春天和子公司 Mecho）	57%

2、2023 年以来发行人向美国春天销售金额大幅增长的商业合理性

（1）美国春天自身的经营业绩变动情况

由于美国春天为非上市公司，故无法取得其具体的财务数据。

报告期内，除部分样品外，公司销往美国春天的主营产品统一发往 Springs Window Fashions De Mexico S. DE R.L. DE C.V.（美国春天的墨西哥工厂，以下简称“墨西哥工厂”），由其生产为遮阳成品后统一出口至美国，根据中信保报告显示，报告期内墨西哥工厂出口额变动情况具体如下所示：

单位：万美元

年度	2023 年度	2022 年度	2021 年度
出口金额	24,481.75	22,839.38	23,327.67
同比变动	7.19%	-2.09%	-

由上表所示，墨西哥工厂出口额变动与公司销往美国春天产品金额变动趋势基本一致。

（2）美国市场相关终端应用领域的需求变动情况及驱动因素

在欧洲、美洲、亚洲、澳大利亚等发达国家与地区，功能性遮阳产品已经得到消费者的广泛认可，市场相对成熟，市场渗透率达 70%以上，且遮阳产品属于家居消费品，进入了建材家居超市，消费者使用更换周期为 3-5 年或

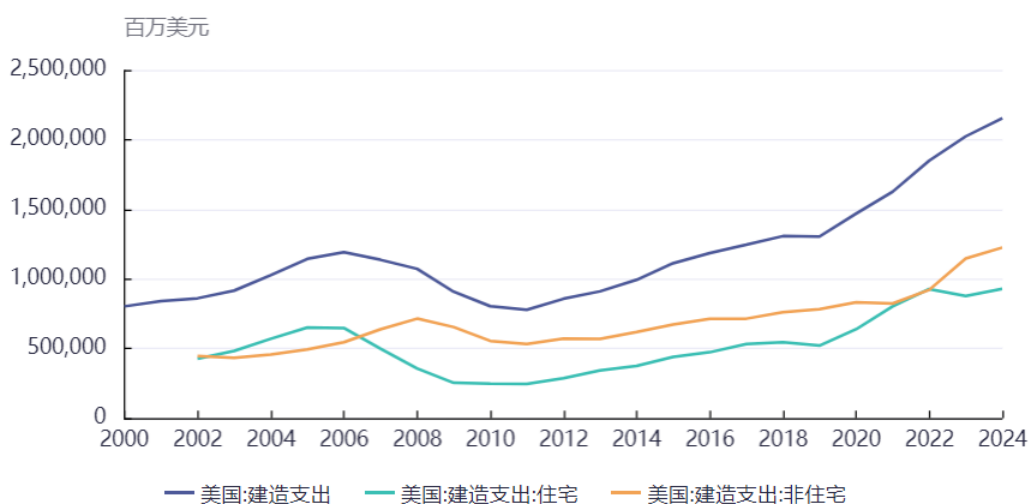
更短。如根据 D&R International 2013 年对美国两千余户家庭所使用遮阳产品的调查报告，美国功能性遮阳产品在民用市场的渗透率高达 79%左右。

美国是全球最大的窗帘和百叶帘消费市场，近年房市回稳，一般民众消费能力增加，也更有意愿将资金投资于住家装潢。根据 D&R international 的测算，2023 年美国住宅窗帘市场规模约 73.16 亿美元。全球产业分析公司（GIA）的研究报告指出，美国仍为全球规模最大的窗饰市场，2023 年-2028 年的复合增长率达 5.5%，显示美国市场需求呈现稳定增长。

功能性遮阳面料行业与房地产行业的市场发展密不可分。从全球范围看，主要国家或地区房地产行业巨大的存量资源和更新改造需求，为建筑遮阳行业的发展提供了广阔的需求空间。

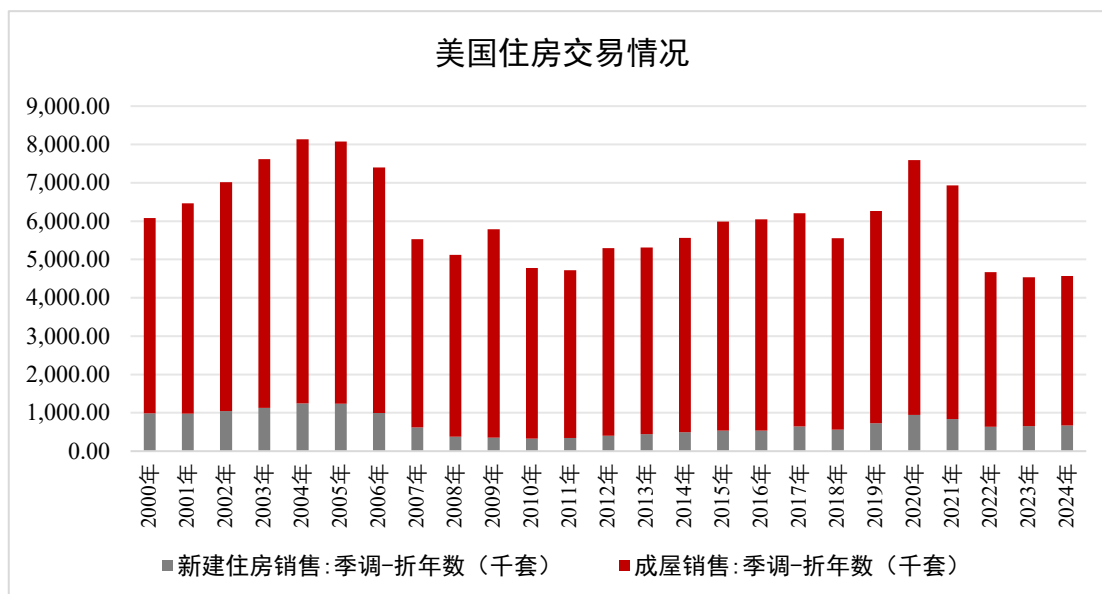
自 2022 年美联储加息以来，持续的高利率压制了美国房地产市场的部分需求，进入 2023 年下半年，建筑行业就业人数的上升、居民薪酬水平的提高和持续的降息预期，使美国房地产市场展现出较强的韧性，美国房地产行业呈现复苏趋势。随着美联储正式开启降息周期，美国房贷利率的下降，将会释放此前被压制的购房需求，美国房地产业将会迎来更加宽松的市场发展环境。

2000 年以来，美国住宅建筑和商业办公、文教等非住宅类建筑建造支出除个别年份外总体逐年增长，趋势良好。



数据来源：同花顺iFinD

根据 Wind 资讯数据，截至 2023 年底，美国住房存量达到 1.46 亿套。美国的房地产市场发展较为成熟，每年住宅成交量中二手房的占比较高，巨大的存量房规模和新房、二手房成交情况带来了大量的遮阳面料需求。



资料来源：同花顺 iFind。

据房地产服务公司戴德梁行（Cushman & Wakefield）估测，美国存量写字楼中有近 60%需要重新投资或升级，另外 20%则需要大修才能投入使用。美国门窗协会（WDMA）在其《2024 年国家政策议程》中预计，美国现有房屋中有近 10 亿个单层玻璃的低效窗户需要升级更换。

综上，随美国房地产行业市场规模持续扩大，将助力建筑遮阳行业的进一步增长。伴随着更新改造市场的巨大容量，未来期间建筑遮阳行业仍具有广阔的成长空间。

但 2021 年-2024 年，美国市场先后经历了通货膨胀、美联储连续加息等的影响，美国基准利率长期维持在高位，造成市场景气度的下行，房地产市场消费需求出现一定的萎缩，商业业务维持平衡，但住宅业务萎缩较为明显。

（3）可比公司境外业绩变动情况

报告期内，公司与可比公司境外业绩变动情况具体如下：

单位：万元、%

可比公司	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	主营收入	同期增速	主营收入	增速	主营收入

玉马科技	未公布	—	44,238.92	11.07	39,828.78
西大门	未公布	—	42,339.42	35.58	31,227.86
ST 先锋	未公布	—	17,729.01	-18.53	21,761.87
平均值	—	—	34,769.12	12.38	30,939.50
温多利	15,456.26	3.91	14,874.46	6.01	14,031.22

注：截至本回复出具日，同行业可比公司尚未披露 2024 年年度报告。

报告期内，公司境外销售收入呈逐年增长的态势，与行业平均境外收入变动趋势一致。

报告期各期，公司境外收入增速与行业可比公司存在差异。2023 年，公司境外收入增速低于行业平均水平，主要原因：一方面，公司产品主要用于工程和住宅的定制业务，与同行业可比公司存在一定的市场差异，同行业可比公司产品较多用于标准化成品帘；另一方面，2023 年度西大门海外成品销售业务通过亚马逊等跨境电商平台实现了快速增长，提高了行业平均增速。

（4）2023 年以来公司向美国春天销售金额增长的合理性分析

报告期内，公司向美国春天销售情况具体如下：

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
销售给美国春天金额 (单位：人民币万元)	6,611.15	7,675.41	4,897.52
美元兑人民币中间价	7.12	7.05	6.74
销售给美国春天金额 (单位：万美元)	929.01	1,090.85	729.93

2023 年度，公司向美国春天的销售额较 2022 年度明显增长，主要系美国春天并购整合期结束，向公司采购恢复正常年度水平所致。本年度，低开孔率的 EB5050 和 EB5448 产品销售额大幅增长，工程业务增长使得 TP0 阳光面料和 Dusk 等高阻燃涂层面料大幅增长，以及 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，以上都导致 2023 年度公司向美国春天销售额的大幅增长。

2024 年度，公司向美国春天销售额较 2023 年度同比下降 13.87%，主要原因为本年度美国宏观经济景气度下行，美国窗饰市场商业业务维持稳定，但房地产市场萎缩导致住宅业务萎缩较为明显，以上因素综合导致本年度美国春天采购金额下降。

综合上述，2023 年以来，公司向美国春天的销售额变动均为正常的市场因素导致，随着公司腈纶面料、无绉面料、大提花面料等新产品的研发成功并实现规模化生产，双方合作深度和广度进一步提升，美国春天陆续将更多订单转移至公司采购，公司销往美国春天的金额增长具备合理性。

（二）说明发行人和美国春天合作的具体业务模式，如合作涉及的主体、合同签订、货物流转、资金结算等的具体情况；并结合美国春天采购发行人产品的加工模式、向终端客户的销售模式及终端销售实现情况等，说明向美国春天销售产品期末库存比例较高的合理性，截至目前在手订单大幅下滑的具体背景，是否存在相关产品滞销、期后采购金额大幅下滑的情况

1、公司和美国春天合作的具体业务模式

主要合作主体	Springs Window Fashions, LLC（美国春天）
	Mechoshade Systems, Inc.（商业领域工程子公司）
	Mariak Industries, Inc.（住宅领域工程子公司）
	Horizons Holdings, LLC（住宅领域高端定制子公司）
	Sunsetter Products Limited Partnership（住宅领域外遮阳子公司）
合同签订情况	公司与美国春天签署框架协议，具体情况如下： 1、2017 年 7 月，公司与美国春天签订了框架协议《Supply Agreement》，协议期间为 2017 年 7 月 1 日至 2022 年 6 月 30 日； 2、2023 年 8 月，公司与美国春天签订了《Supply Agreement》，协议期间为 2023 年 9 月 1 日至 2026 年 8 月 31 日，协议期限届满后可自动续期，每续期一次为一年。 3、2024 年 3 月，公司与美国春天签订了《Supplier Managed Inventory Addendum to Supply Agreement》（以下简称“《SMIA》”），约定公司与 DSV 签订仓储协议，为执行安全库存而发生的费用，公司与美国春天仍按照 FOB 模式进行结算，海运费、清关费用和运送至协议仓库的物流费用由美国春天承担，美国春天自协议仓库取货后，货物所有权和风险转移至美国春天。 4、2024 年 10 月，公司与美国春天新签订了《Supply Agreement》，协议期为 2024 年 9 月 15 日至 2027 年 9 月 14 日，协议届满后可自动续期，每续期一次为一年。新协议调整了公司向美国春天销售的产品价格，取消了原协议中关于销售返利和价格折扣的条款，同时约定双方每年 1 月、7 月根据结算货币汇率波动情况定期调整产品价格。
物流运转情况	1、2021 年至 2023 年期间，公司销往美国春天的产品均采用 FOB 的贸易形式，除少量样品直接发往美国以外，其余产品均由青岛港直接发往墨西哥雷诺萨港口，交付给墨西哥工厂生产为遮阳成品后出口至美国。 2、2024 年，根据新签署的《SMIA》，公司将部分种类的产品存放在 DSV 设立于墨西哥雷诺萨的海外仓，为美国春天提供 3 个月的安全库存。产品存放 DSV 仓库期间的所有权为公司所有，期间 DSV 依据“先进先出”的原则对库存产品进行发运管理，美国春天自 DSV 仓库取货后，货物所有权和风险转移至美国春天。此外，库存时间超过 6 个月的，公司有权要求 DSV 将相关库存

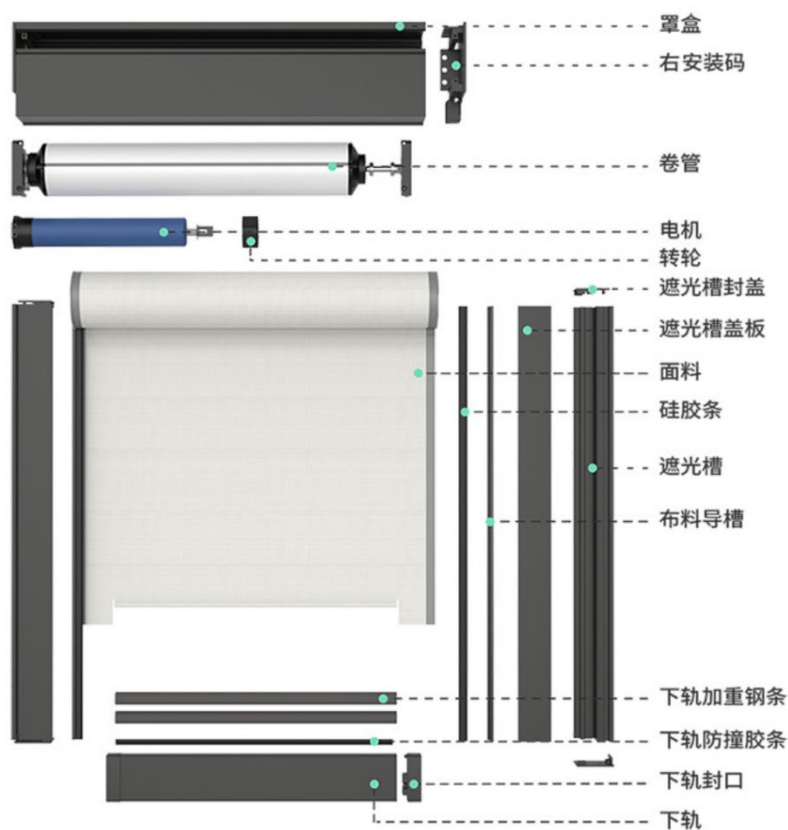
	直接发运至美国春天并结算货款。 3、公司向美国春天销售的腈纶面料直接发运至美国本土。
资金结算情况	1、报告期内，公司与美国春天均采用电汇的资金结算方式，双方约定信用期为形式发票日后 60 天。 2、通过海外仓方式销售的货物，资金结算情况具体如下： （1）货款：美国春天自 DSV 仓库取货后，DSV 向公司出具提货单，公司据此出具形式发票，信用期为形式发票日期后 60 天，美国春天通过电汇方式支付货款； （2）海运费用、清关费用和运送至协议仓库的物流费用：由美国春天承担； （3）仓储费用和保管期间的保险费用：由公司承担，公司通过电汇的方式支付给 DSV。

2、美国春天采购公司产品期末库存比例较高的合理性

（1）美国春天采购公司产品的加工模式

美国春天采购公司产品后由墨西哥工厂负责加工为遮阳成品，公司所供的遮阳面料属于遮阳成品的原材料之一。

墨西哥工厂按照“以销定产”的原则负责遮阳成品的生产，最终交付的遮阳成品所需零配件较多且加工技术复杂。以卷帘为例，如下图所示，生产过程中，除面料以外，还需配以铝管、电机、下轨、遮光槽等多种配件，因此需要对遮阳面料进行高精度的裁剪、焊接、封边等技术处理以改变原有面料的产品形态，使其能够与其他配件相匹配。鉴于上述复杂的加工生产工艺需要耗费一定的生产时间，因此美国春天需准备一定程度的安全库存以保证生产和交付的连续性。



注：卷帘结构图，以上图片来自于公开网络查询。

（2）美国春天向终端客户的销售模式

美国春天根据其终端客户应用场景的不同可分为住宅领域和商业领域，其各自的销售模式具体如下：

1) 住宅领域

住宅领域的终端消费者或家庭住宅的施工方向 Costco、Home Depot、Lowe's 和 Budget Blinds 等的专业化定制柜台提出定制需求；各柜台将需求提交至美国春天总部，美国春天设计开发部门负责定制化需求的开发实现，据此确定面料、电机等原材料的性能要求，采购部门负责按要求向供应商下达采购订单；订单下达后，如属于常规备货材料，可从 DSV 的海外仓直接发货，否则由各供应商负责定制化生产；原材料由墨西哥工厂生产为遮阳成品后交付安装。

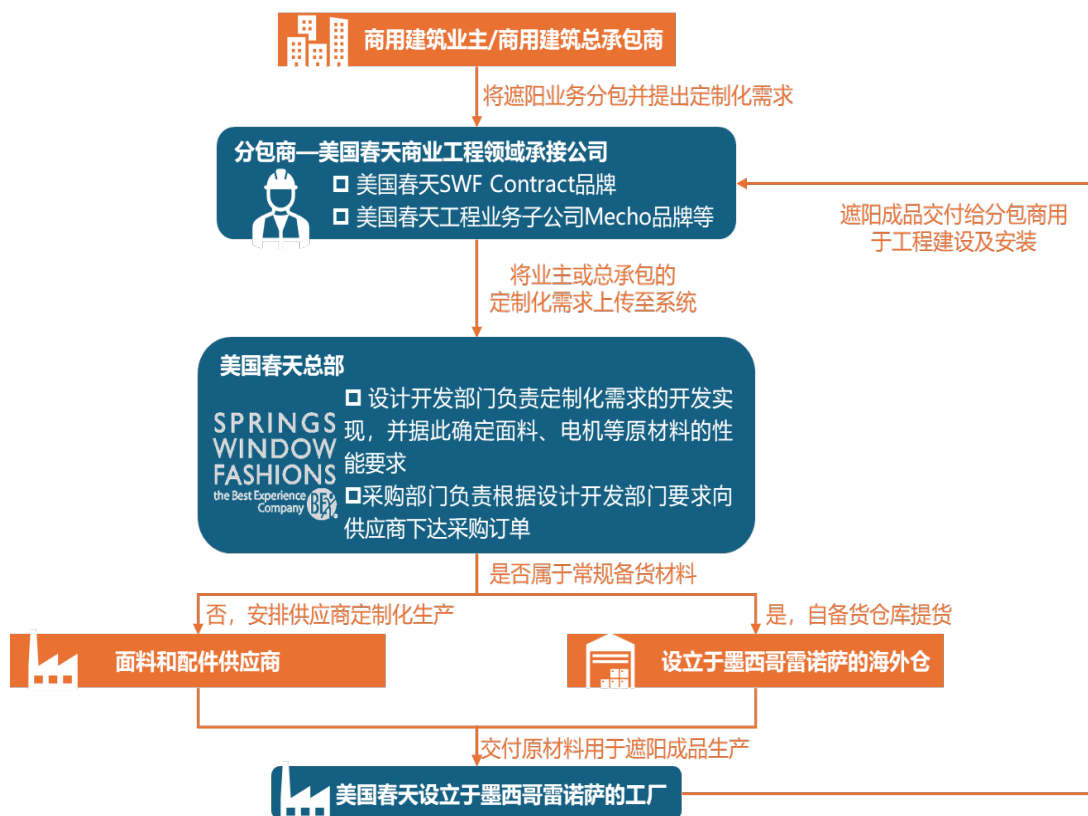
具体业务流程如下图所示：



2) 商业领域

商业领域由商业建筑总承包商将遮阳施工项目分包给美国春天（SWF Contract）或其工程业务子公司（如 Mecho 等）；取得项目分包后，由分包主体将定制需求提交至美国春天总部，由总部设计开发部门负责定制化需求的开发实现，并据此确定面料、电机等原材料的性能要求，采购部门负责按要求向供应商下达采购订单；订单下达后，如属于常规备货材料，可从 DSV 的海外仓直接发货，否则由各供应商负责定制化生产；原材料由墨西哥工厂生产为成品后交付安装。

具体业务流程如下图所示：



(3) 终端销售的实现情况

根据美国春天对公司产品的加工模式和销售模式，公司为美国春天遮阳成品的重要原材料供应商，美国春天即为公司遮阳面料的最终用户，主要原因如下：

一方面，从加工模式来看，公司产品经过墨西哥工厂加工后已改变了原有的产品形态，且遮阳成品的生产过程中还需要铝管、电机、下轨、遮光槽等多种配件，遮阳面料占据遮阳成品的成本比例较低。

另一方面，从销售模式来看，美国春天的遮阳成品无论是交付至住宅领域用户，还是进行工程施工安装，整个销售交付过程中均使用美国春天自身的商标标识，如住宅业务品牌 Bali、Graber 等，商业业务品牌 SWF Contract 和 Mecho，最终业主/消费者无法辨识遮阳成品中面料的来源和品牌。

美国春天根据终端客户的定制将遮阳面料加工为遮阳成品，用于特定工程或住宅的施工安装，能够保证终端销售的完全实现。

综上，公司销往美国春天的产品均已实现终端销售。

(4) 期末库存比例较高的合理性分析

2022 年至 2024 年美国春天自公司采购的遮阳面料的期末库存明细如下表所示：

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%

受生产及海运周期的影响，从美国春天向公司下达采购订单至公司产品运达至墨西哥工厂，一般需要 55 天的交付周期，叠加遮阳成品制造及交付至美国用户的时间，美国春天一般需要常备 3 个月（约年采购量的 1/4）的安全库存以保证生产和交付的连续性。因此，美国春天采购的公司产品期末库存比例保持在正常水平，无库存比例超高的情况，不存在滞销的情况，具备商业合理性。

3、在手订单大幅下滑的具体背景

(1) 2024 年 7 月末在手订单下滑的背景

2024 年 7 月末公司来自于美国春天的在手订单为 516.67 万元，较 2023 年末在手订单下降 35.31%，下降幅度较大的原因具体如下：

1) 季节性因素和美国春天销售模式

遮阳成品常于夏季（7—9 月）使用，依前所述，美国春天主要承接住宅和商业领域遮阳成品的定制化业务，通常会提前下达订单备货以保证能够在夏季来临之前实现产品交付使用，7 月份通常为遮阳面料订单的淡季。

2) 美国宏观经济背景

2024 年度，美国通货膨胀严重，贷款利率高企，受此影响，美国宏观经济景气度下行，住房市场需求萎缩，住宅业务萎缩较为明显，美国春天相应的采购订单量有所下滑。

3) 美国春天的债务压力

根据彭博社 2024 年 7 月 10 日报道，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。

（2）期后采购金额和在手订单变动情况

2024年9月18日，美联储宣布降息50个基点，同时表明了对未来美国基准利率的下降预期。

2024年12月，根据美国春天官网公告和S&P的评级报告，美国春天已于2024年12月19日完成了债务管理工作，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，S&P也相应上调了其信用评级，美国春天的债务压力得到了明显改善。

截至2025年2月末，公司来自美国春天的在手订单金额为2,732.57万元，较2023年末在手订单增长242.25%，较2024年7月末在手订单增长429.07%，期后订单量明显增长。

综上所述，美国春天采购公司产品期末库存比例具备商业合理性，报告期后美国春天采购金额短期内下滑，但随着美国市场回暖和债务管理工作的完成，期后订单量已恢复至正常水平。

（三）结合发行人占美国春天采购份额水平及变动趋势、与同类产品其他供应商竞争比较情况等（如销售规模、行业地位、核心竞争力等），说明发行人在其同类产品供应商中的地位及可替代性，期后合作是否稳定可持续

1、公司占美国春天采购份额水平及变动趋势

报告期内，公司占美国春天采购份额水平情况具体如下所示：

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的采购份额呈波动上升趋势，公司与美国春天合作稳定。

2、公司与美国春天同类产品其他供应商竞争比较情况

公司与美国春天同类产品其他供应商竞争比较情况如下所示：

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，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

公司除作为美国春天高品质阳光面料核心供应商以外，还依托于自研核心技术和持续研发投入，开发了 TPO 阳光面料和 Dusk Plus 等高阻燃涂层面料，公司开发的以上 2 款产品质量高且品质稳定，具备较高的技术门槛，因此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	2,145.43	2,172.06	1,449.39
合计占美国春天采购公司产品比例	32.45%	28.30%	29.59%

（2）研发优势

美国春天主要聚焦于住宅和商业领域的定制化业务，为应对不同客户的定制化需求，美国春天对其供应商的研发创新能力有较高的要求。

在遮阳面料领域，美国春天长期依托于公司为其开发高性能、高质量且品质稳定的面料。公司与美国春天自 2016 年建立商业合作关系以来，先后为其开发了 TPO 阳光面料、高阻燃涂层面料、腈纶遮阳面料、无梯遮阳面料等多款高难度特殊遮阳面料。在长期合作的背景下，一方面，双方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化要求并及时投入研发生产，双方合作的深度与广度不断拓展；另一方面，通过大客户定制，公司的研发能力得到了实质性的提升，创新发展能力得到了实质性的增强，从而进一步稳固了与美国春天的合作关系。

综上，公司为美国春天遮阳面料的第一大供应商，公司的核心竞争力在于产品优势和研发优势，美国春天如替代公司将面临较高的时间和机会成本，因此公司在美国春天供应商体系内的可替代性较低。

3、期后合作情况

报告期后，公司与美国春天的合作进一步深化。**2024 年度**，公司参与了美国春天的二轮招标，中标了腈纶面料、大提花面料等多种新产品，预计金额约为 177.49 万美元。

综上所述，公司占美国春天采购份额水平较高，采购份额波动增长；公司作为美国春天遮阳面料的第一大供应商，在美国春天供应商体系内具备明显的竞争优势，可替代性较低；公司期后与美国春天合作稳定并具有持续性。

二、与关联方优莱澳洲交易的真实合理性

（一）结合澳洲市场对发行人产品的需求变动情况，以及优莱澳洲的备货策略、订单周期、下游客户变动等，进一步说明发行人对优莱澳洲销售收入波动的原因；结合期后库存消耗情况、回款周期等，分析优莱澳洲 2022 年库存占比增加、应收账款增长的合理性，以及 2024 年上半年销售金额大幅增长的合理性，是否存在配合发行人提前囤货调整收入的情形

1、结合澳洲市场对发行人产品的需求变动情况，以及优莱澳洲的备货策略、订单周期、下游客户变动等，进一步说明发行人对优莱澳洲销售收入波动的原因

（1）澳洲市场需求变动情况

报告期内，优莱澳洲采购金额的主要变动情况如下所示：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
向优莱澳洲销售金额	3,526.33	2,563.95	3,605.69
同比变动	37.54%	-28.89%	16.81%

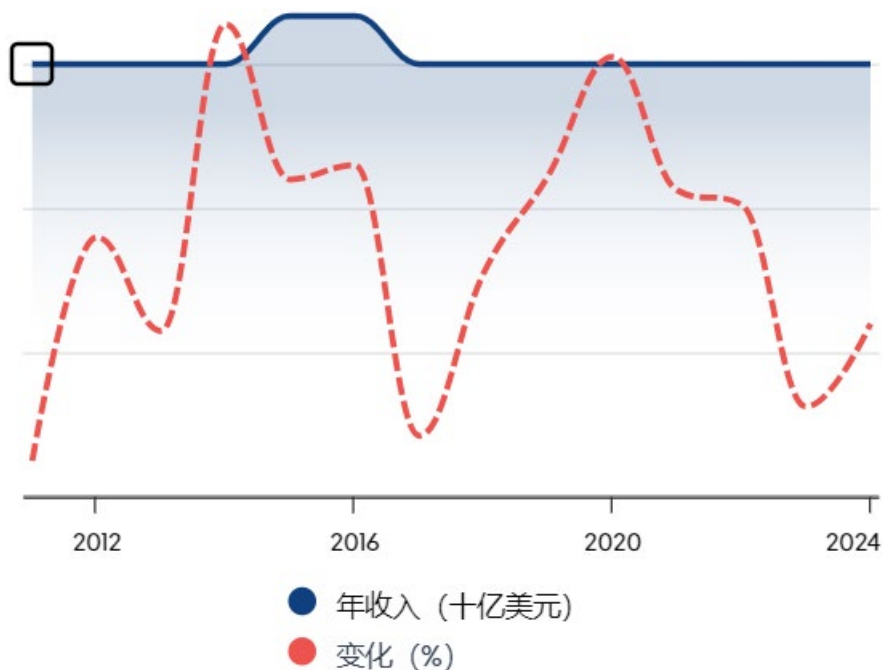
优莱澳洲**报告期内**采购金额的变动幅度较大，主要原因具体如下：

2021 年末至 2022 年上半年，结合澳大利亚经济活动复苏叠加边境开放等利好因素，澳洲高储蓄率和低失业率促使居民消费意愿提升，促进了澳大利亚经济增长。受此影响，同期澳洲遮阳行业也实现了较快增长，根据中国海

关总署统计数据显示，2022 年 1-6 月，澳大利亚自中国进口 59031090 和 59039090 商品编码下产品合计金额 21,538.67 万元，较 2021 年同期同比增长 22.71%。

据此优莱澳洲提前备货以备后续销售。但是，2022 年度中期开始，澳洲央行加息的政策和拉尼娜气候等黑天鹅事件的发生，导致 2022 年下半年至 2023 年度澳洲下游市场出现了萎缩，受此影响，优莱澳洲同期下游销售情况不及预期。根据 Gale Pacific 的 2023 财年半年度报告显示，2022 年 7-12 月，Gale Pacific 在澳洲市场的销售收入同比下滑 12%，与优莱澳洲同期经营变动情况基本一致。2023 年度，优莱澳洲在澳洲下游遮阳市场短期承压的背景下，主要聚焦于消化 2022 年度采购的存货，相应减少了向公司的采购。

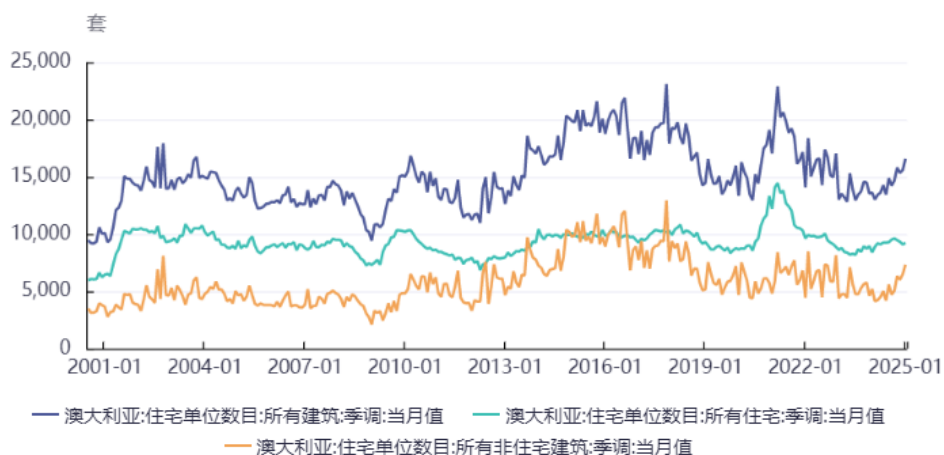
在澳大利亚，功能性遮阳产品已经得到消费者的广泛认可，市场相对成熟，市场渗透率达 70%以上，且遮阳产品属于家居消费品，进入了建材家居超市，消费者使用更换周期为 3-5 年或更短。根据 IBIS World 市场分析数据，澳大利亚窗帘制造行业收入在过去五年中以 0.9%的复合年增长率下降，2023-2024 年将达到 8.61 亿美元，市场规模预计将在未来五年内出现增长。



资料来源：IBIS World

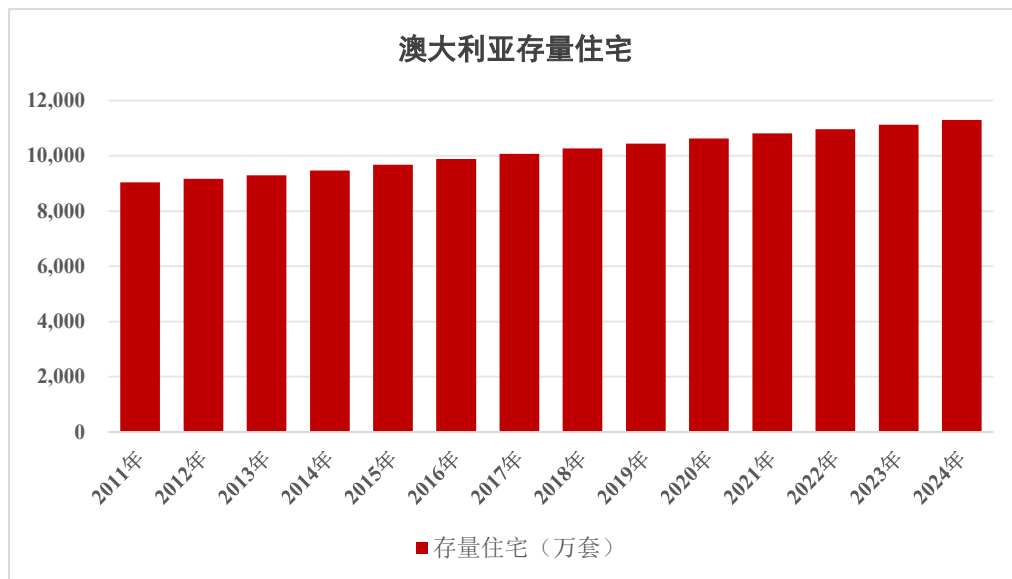
澳大利亚窗帘制造行业最大的企业是亨特，其次是 Windoware Pty Ltd，2023-2024 年在澳大利亚的收入分别为 1.68 亿美元和 0.42 亿美元。

同时功能性遮阳面料行业与房地产行业的市场发展密不可分。2023 年，得益于持续增长的住房需求以及购房者对住房价格的迅速响应，澳大利亚在经济面临多重挑战和连续加息的背景下，房地产市场呈现出强劲韧性，保持了稳定的上升动力，市场的反弹和恢复速度超出预期。



数据来源：同花顺iFinD

据澳大利亚统计局（ABS）公布的数据显示，2011 年以来，澳大利亚的住宅存量持续稳步增长，由期初的 903.72 万套增长至 2024 年度的 1,129.43 万套。根据澳大利亚国家住房金融和投资公司（NHFIC）的模型预测，从 2023 年到 2033 年，澳大利亚预计将迎来超过 180 万新家庭，总家庭数将达到 1,260 万，未来住房需求潜力较大。为了改善住房市场长期处于供不应求的状态，澳大利亚政府与各州政府签署全国住房协议，该协议目标为在 2024-2029 年建造 120 万套新住宅，这一计划预计将带来持续增长的建材需求。



数据来源：澳大利亚统计局（ABS）官方网站。

根据同花顺数据，2000 年以来，澳大利亚房屋营建许可数量虽然每年增长有所波动，但总体上处于上升趋势。另根据澳大利亚统计局（ABS）的数据，2024 年 6 月份批准的翻修房产价值达到了 11.68 亿澳元的历史新高，环比增加 10.20%，澳大利亚的房地产市场正迎来一股翻修热潮，房屋更新改造市场规模持续增长。房地产行业的回暖将助力建筑遮阳行业的进一步增长。

（2）优莱澳洲的备货策略

优莱澳洲作为公司的主要分销商客户之一，其向公司采购遮阳面料后转销给澳大利亚遮阳成品生产商，或通过优莱新西兰将面料转销给新西兰的生产商。其主要采用“以销定采+安全库存”的备货策略，在备货过程中除了结合未来澳洲下游市场预判，还需对面料生产周期、船运周期等多种因素加以综合考量。

报告期内，自优莱澳洲向公司下达订单至公司产品交付一般需要 6—8 周左右的周期，公司生产备货叠加运输整体周期较长，优莱澳洲会提前备货以应对经营需要。

（3）优莱澳洲的订单周期

报告期各期，优莱澳洲的订单周期及变动情况如下所示：

单位：天/次、万美元/笔

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
订单周期	1.59	2.46	3.70

订单周期变动	-35.37%	-33.51%	-13.95%
单笔订单平均金额	2.16	2.52	5.83

由上表所示，在剔除汇率影响后，报告期内优莱澳洲订单周期和单笔订单平均金额逐年下降。2023 年度，优莱澳洲更换了主要管理人员，开始通过多批次、小批量的订单方式来降低存货管理成本、提高资金运用效率。订单周期变动还和优莱澳洲的采购总额和采购类别有关，采购总额大、采购类别多的年份，订单周期明显变短，如 2024 年。

（4）优莱澳洲的下游客户变动

报告期各期，优莱澳洲下游客户变动情况如下所示：

单位：家

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
客户数量	346	353	334
变动情况	-1.98%	5.69%	-4.30%

2023 年，优莱澳洲最大客户 Viewscape 不再在优莱澳洲采购 Sunset 和 Uniview, 2024 年又转回优莱澳洲采购。2024 年，澳大利亚知名生产商 Vertilux 也将订单大规模转向优莱澳洲采购。

2、优莱澳洲 2022 年库存占比增加、应收账款增长的合理性分析

优莱澳洲 2022 年库存占比增加、应收账款增长的主要原因详见本题“1、结合澳洲市场对发行人产品的需求变动情况，以及优莱澳洲的备货策略、订单周期、下游客户变动等，进一步说明发行人对优莱澳洲销售收入波动的原因/（1）澳洲市场需求变动情况”的具体内容。

（1）期后库存消耗情况

优莱澳洲 2022 年末库存为 178.05 万米¹，该库存产品消化情况具体如下所示：

单位：万米

项目	截至 2024 年末	截至 2023 年末	截至 2023 年 6 月末
销售数量	147.45	129.70	104.30
销售比例	80.84%	72.85%	58.58%

¹ 优莱澳洲采购公司产品中有较多切条产品，2022 年末库存面料的加权平均（以库存数量为权重）幅宽约为 0.42 米，以上库存折合为平方米约为 73.92 万平方米。

由上表所示，在 2023 年澳洲遮阳成品市场需求短期承压的背景下，优莱澳洲积极消化前期库存，截至 2024 年 12 月 31 日，主要剩余库存为给 Viewscape 订制的切条产品，剩余未销售产品如折合为 m² 仅为 8.18 万平方米，销售比例为 88.93%，期后销售情况较好。

（2）回款周期

2022 年末，公司应收优莱澳洲账款余额为 1,010.32 万元，均已实现回款，具体情况如下：

信用期	最晚回款日期	回款比例
14 个月	2023 年 10 月 31 日	100.00%
3 个月	2023 年 3 月 31 日	100.00%

3、2024 年上半年销售金额大幅增长的合理性分析

报告期各年度 1-6 月公司向优莱澳洲销售情况具体如下：

单位：万美元

项目	2024 年 1-6 月	2023 年 1-6 月	2022 年 1-6 月	2021 年 1-6 月
销售给优莱澳洲金额	237.36	163.65	222.48	289.26
同比变动	45.04%	-26.44%	-23.09%	-

由上表所示，在剔除汇率影响后，报告期内除 2023 年受优莱澳洲自身因素影响以外，其余年度 1-6 月销往优莱澳洲的金额基本保持稳定。

综上，报告期内公司向优莱澳洲销售金额变动具备合理性；优莱澳洲 2022 年末的库存期后销售情况较好，2022 年末应收账款均已实现回款，回款情况良好；2024 年上半年销售金额已恢复至正常年度水平，不存在大幅异常增长的情况；优莱澳洲不存在配合公司提前囤货调整收入的情形。

（二）进一步对比优莱澳洲和其他非关联方产品结构及 G 材料产品占比，结合 G 材料产品市场价格、产品性能说明其产品价格及毛利率低的合理性；排除产品差异因素，测算发行人同类细分产品对优莱澳洲折扣优惠对企业经营利润的影响

1、优莱澳洲和其他非关联方产品结构及 G 材料产品占比

（1）产品结构

报告期各期，公司向优莱澳洲和其他非关联客户销售的主营产品结构对比情况如下：

单位：万元、%

客户类型	产品类型	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
内销客户	聚酯阳光面料	2,930.43	75.64	2,607.72	75.67	2,057.20	70.73
	TPO 阳光面料	49.44	1.28	-4.74	-0.14	1.56	0.05
	玻纤阳光面料	423.04	10.92	469.20	13.62	457.59	15.73
	清漆涂层面料	0.01	0.00	-	-	0.40	0.01
	直涂涂层面料	316.62	8.17	277.39	8.05	312.04	10.73
	发泡涂层面料	154.54	3.99	96.44	2.80	79.67	2.74
	合计	3,874.08	100.00	3,446.01	100.00	2,908.46	100.00
无关联外销客户	聚酯阳光面料	7,010.48	58.77	8,285.99	67.20	6,855.85	65.37
	TPO 阳光面料	1,911.81	16.03	1,745.73	14.16	1,302.72	12.42
	玻纤阳光面料	0.26	0.00	-	-	-	-
	清漆涂层面料	377.98	3.17	147.89	1.20	99.46	0.95
	直涂涂层面料	2,092.74	17.54	1,724.43	13.98	1,467.77	14.00
	发泡涂层面料	524.84	4.40	426.98	3.46	761.21	7.26
	合计	11,927.92	100.00	12,331.02	100.00	10,487.01	100.00
优莱澳洲	聚酯阳光面料	640.45	18.16	472.56	18.58	667.27	18.83
	清漆涂层面料	0.14	0.00	-	-	-	-
	直涂涂层面料	2,441.65	69.25	1,877.75	73.83	2,717.24	76.67
	发泡涂层面料	443.87	12.59	193.13	7.59	159.70	4.51
	合计	3,526.09	100.00	2,543.44	100.00	3,544.21	100.00

由上表所示，优莱澳洲主要采购产品集中于直涂涂层面料和聚酯阳光面料，报告期内采购比例分别为95.49%、92.41%和**87.41%**，其中直涂涂层面料占比更高；无关联外销客户主要采购聚酯阳光面料；内销客户主要采购聚酯阳光面料和玻纤阳光面料。综上所述，各类型客户主要采购产品均存在一定的差异。

（2）G 材料占比

报告期各期，主营业务口径优莱澳洲和其他非关联客户采购使用 G 材料产品的情况如下所示：

单位：万元、%

客户类型	G 料产品类型	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
		金额	占比 ²	金额	占比	金额	占比
内销客户	聚酯阳光面料	745.03	25.42	1,265.30	48.52	926.59	45.04
	发泡涂层面料	15.86	10.26	38.57	39.99	22.12	27.77
	合计	760.89	24.66	1,303.87	48.22	948.71	44.40
无关联外销客户	聚酯阳光面料	507.32	7.24	289.48	3.49	221.24	3.23
	发泡涂层面料	-	-	5.89	1.38	-	-
	合计	507.32	7.24	295.37	3.39	221.24	3.23
优莱澳洲	聚酯阳光面料	585.60	91.44	425.32	90.00	574.08	86.03
	合计	585.60	91.44	425.32	90.00	574.08	86.03

由上表所示，相较于其他非关联方，优莱澳洲采购 G 材料的产品类型均为聚酯阳光面料，其占比明显高于其他客户，尤其是无关联外销客户。

从外销聚酯阳光面料来看，G 材料产品单价及毛利率明显低于其他产品，具体情况如下：

项目		G 材料产品	非 G 材料产品	差异率
2024 年度	单价	17.20	21.55	-20.16%
	毛利率	33.09%	43.10%	-10.01%
2023 年度	单价	17.17	22.62	-24.12%
	毛利率	31.20%	39.45%	-8.26%
2022 年度	单价	16.30	21.89	-25.56%
	毛利率	28.42%	32.96%	-4.54%

注：1、单价差异率=G 料产品单价/非 G 料产品单价-1；

2、毛利率差异率=G 料产品毛利率-非 G 料产品毛利率。

2、G 材料产品价格及毛利率低的合理性

² 注：以上占比为该类型客户采购 G 料产品占其采购同类产品的比例，例如，优莱澳洲 2024 年度 G 材料采购占比为 91.44%，即表示优莱澳洲 2024 年度采购 G 材料的聚酯阳光面料占其采购全部聚酯阳光面料的比例为 91.44%。

G 材料是一款公司自研开发的改性 PVC 包覆材料，在造粒生产过程中除 PVC 树脂以外，还会添加阻燃剂等各类助剂使得 PVC 颗粒具备微阻燃、高色牢度等性能，其产品配方复杂，在市场中无其他同类可比产品。

使用 G 材料生产的遮阳面料可达到澳大利亚 AS1530-2 和 AS1530-3 阻燃标准，该类阻燃标准低于欧美国家的阻燃标准，属于微阻燃产品，因此该类型产品主要应用在澳洲遮阳市场。

除阻燃性能以外，G 材料产品的其他性能，如强力、抗撕裂强度、色牢度、平整度等指标均与其他产品无异，受限于其阻燃等级较低，因此其单价及毛利率均较正常产品低，具备合理性。

3、测算发行人同类细分产品对优莱澳洲折扣优惠对企业经营利润的影响

报告期内，公司对优莱澳洲的主要折扣优惠如下所示：

（1）针对 Sonata 产品，公司给予优莱澳洲首发价格优惠；

（2）针对 Dusk 系列产品，2023 年以后，公司给予优莱澳洲 5% 的折扣优惠以稳定下游客户及市场。

剔除上述折扣优惠后，对公司经营利润的模拟测算情况如下所示：

单位：万平方米、元/平方米、万元

项目		序号	2024 年度	2023 年度	2022 年度
Dusk	销售数量	A	89.94	79.23	117.56
	销售单价	B	17.16	17.03	17.27
	折扣优惠	C	5%	5%	0%
	测算单价	$D=B/(1-C)$	18.06	17.93	17.27
Sonata	销售数量	E	58.41	32.31	51.94
	非关联方销售单价	F	15.66	15.75	15.12
向优莱澳洲销售 Dusk 及 Sonata 系列产品原收入		G	2,360.21	1,798.75	2,716.96
模拟测算收入		$H=A \times D + E \times F$	2,539.02	1,929.48	2,815.59
增量收入		$I=H-G$	178.81	130.73	98.63
增量营业利润		J=I	178.81	130.73	98.63
发行人营业利润		K	4,794.64	4,040.01	3,591.59
占营业利润的比例		$L=J/K$	3.73%	3.24%	2.75%

由上表所示，报告期内剔除折扣优惠后的增量营业利润占公司营业利润的比例分别为 2.75%、3.24%和 **3.73%**，占比较低。因此上述折扣优惠不会对公司生产经营产生重大不利影响。

（三）说明发行人对优莱澳洲的首发推广产品销售情况，包括对应销售额及占比、账期、期后回款时间、实现终端销售情况，说明对于账期较长的应收账款坏账计提政策，计提坏账是否充分

1、优莱澳洲的首发推广产品销售情况

2021 年，公司开始计划在澳洲市场推广大提花产品，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。

报告期各期，公司向优莱澳洲销售 14 个月账期产品的情况具体如下所示：

单位：万美元、月

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
销售金额	11.08	16.96	10.57
占优莱澳洲 采购金额的比例	2.24%	4.68%	1.97%
加权平均回款月数	-	13.61	13.58

由上表所示，公司向优莱澳洲销售的 14 个月账期的产品金额及占比均较小，报告期内相应款项均已在约定信用期内回款，截至 **2025 年 2 月末**，以上相关产品平均终端销售比例为 **67.92%**，销售情况良好。

2、账期较长的应收账款坏账计提政策

针对 14 个月账期的应收账款，公司按账龄分析法计提预期信用损失。报告期各期，销售给优莱澳洲 14 个月的应收账款自收入确认之日（提单日）至各期资产负债表日，账龄均在 1 年以内，因此按照 5%的计提比例计提坏账准备，坏账计提充分。

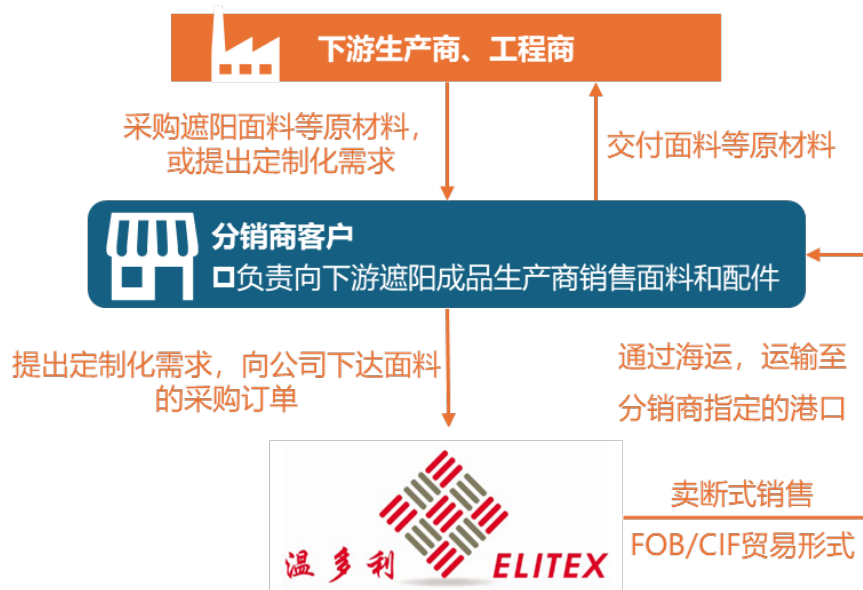
（四）说明发行人与分销商的合作模式、回款方式及条件，尤其是首发推广产品是否签订特殊条款，相关退回情况，是否需分销商对外销售才实现

回款，结合前述情况说明分销模式存货风险转移时点，分销商收入确认时间点及其合理性

1、与分销商的合作模式

（1）合作模式

报告期内，公司与主要分销商（贸易类客户，从事遮阳面料的批发或零售业务，玉马科技称之为“贸易商”）客户的合作模式具体如下图所示：



公司与分销商的合作模式如下：

- 1）公司与分销商签订销售合同（如有），约定产品价格、信用期和价格调整方式等。
- 2）分销商下达订单，公司备货后将货物发运至分销商指定港口，一般为 FOB 或 CIF 贸易形式。
- 3）公司与所有分销商的交易均为卖断式，非因严重质量问题不得随意退换货。
- 4）分销商以其品牌向下游生产商、工程商供货，用于专业化定制业务等。
- 5）分销商在信用期内向公司回款。

分销商作为贸易类客户，其下游客户主要为生产商、工程商，分销商一般有自己的产品体系，以定制方式向公司下单采购。在业务关系上，分销商

与工程商、生产商无本质区别，公司无权干预分销商的经营活动，也未设置相关的管理职能。

（2）回款方式及条件

公司与主要分销商客户的回款方式情况具体如下：

序号	客户名称	回款约定	是否约定实现销售后再回款等特殊条款	回款方式
1	优莱澳洲	1) 针对澳洲首发推广产品，公司给予优莱澳洲发票日期后 14 个月的信用期（12 个月推广期+2 个月账期）； 2) 针对常规品种，公司给予优莱澳洲发票日期后 90 天的常规信用期。	否	电汇
2	Rainbow	形式发票日后 7 天	否	电汇

2、首发推广产品的基本情况

报告期内，针对首发推广产品，公司未签署特殊条款，截至本回复出具之日，除 2024 年公司向优莱澳洲销售的大肚纱提花面料存在期后退货的情况外，无首发推广产品因出现严重质量问题而退回的情况。报告期内，公司的分销商客户严格按照约定信用期向公司结算货款，不存在分销商对外销售才实现回款的情况。

3、分销模式存货风险转移时点及收入确认时间点的合理性分析

报告期内，公司向分销商的销售采用 FOB 和 CIF 贸易形式，公司完成货物的报关并取得提单后，商品的风险和所有权均已转移至分销商，公司依据提单上的装船日期作为收入的确认时点具备合理性。

【中介机构核查意见】

一、请保荐机构、申报会计师核查上述情况并发表明确意见。

（一）核查程序

1、向美国春天销售收入大幅增长的合理性

（1）针对美国春天销售产品的主要应用领域，申报会计师执行了如下核查程序：

① 对美国春天商业部门负责人进行了访谈，了解报告期内美国春天采购自发行人的遮阳面料在工程领域使用的具体情况，包括主要项目举例，商

业领域的使用途径和使用比例，确认美国春天采购的发行人的遮阳面料主要用于商业领域，且全部为客户定制类业务；

② 对美国春天住宅部门负责人进行了访谈，了解报告期内美国春天采购自发行人的遮阳面料在美国春天住宅领域使用的具体情况，包括使用数量，成品销售的途径，销售比例等；

③ 对美国春天采购发行人遮阳面料的使用情况进行了穿透核查，包括现场查看 Home Depot、Lowe's 等的运行情况，了解发行人的遮阳面料定制情况，查看美国春天装饰装修工程使用发行人遮阳面料的情况。

(2) 针对报告期内美国春天采购发行人产品金额变动原因，申报会计师执行了如下核查程序：

① 实地走访美国春天负责亚太区域采购的子公司（以下简称“司波灵斯”），对司波灵斯总经理进行了访谈，了解报告期内美国春天采购发行人产品金额变动的原因等问题；

② 通过网络核查、实地走访等方式，了解报告期内美国春天控股股东变动情况并分析该事件对美国春天经营的影响；

③ 获取并查阅中信保出具的墨西哥工厂信用报告，交叉对比分析墨西哥工厂出口额与发行人产品销往美国春天的销售额变动趋势是否一致；

④ 查阅并分析券商研究报告、境外财经媒体报道、境外可比公司公告、美联储加息政策等公开资料，分析美国市场终端应用领域的需求变动情况；

⑤ 查阅玉马科技、西大门、先锋新材的定期报告、募集说明书及其他公告文件，对比分析发行人与可比公司境外业绩变动趋势是否一致。

(3) 针对美国春天与发行人的业务合作模式，申报会计师执行了如下核查程序：

① 查阅发行人与美国春天签订的《Supply Agreement》、《SMIA》及与 DSV 签署的仓储协议，核实美国春天与发行人的业务模式，包括但不限于货物流转、资金结算等情况；

② 实地走访美国春天总部，现场访谈美国春天采购部门负责人，核实美国春天基本情况，发行人与美国春天的业务模式，现场查看美国春天办公场所。

(4) 针对美国春天采购发行人产品期末库存比例较高的合理性，申报会计师执行了如下核查程序：

① 实地走访美国春天总部期间，现场视频连线墨西哥工厂，查看墨西哥工厂生产线和仓库，了解墨西哥工厂对公司产品的加工模式，取得墨西哥工厂宣传片；

② 查阅主要遮阳成品生产商的官方网站、1688 网络店铺等公开资料，了解卷帘等遮阳成品的结构构成、生产工艺等问题；

③ 实地走访美国春天总部和司波灵斯，访谈住宅、商业部门负责人和司波灵斯总经理，了解美国春天商业和住宅业务流程、发行人产品的交付周期等事项；

④ 通过实地走访的方式了解美国春天对发行人产品的终端使用情况，包括现场查看 Home Depot、Lowe's 等的场景定制化柜台的运行情况，了解发行人遮阳面料定制情况，查看美国春天装饰装修工程使用发行人遮阳面料的情况；

⑤ 对司波灵斯进行了现场走访，查看了美国春天 FRN 业务系统，现场调取了报告期各期美国春天的采购明细和期末库存明细；

⑥ 结合发行人产品的交付周期、美国春天自身经营情况的变动等信息，分析美国春天采购发行人产品期末库存比例较高的合理性。

(5) 针对美国春天在手订单下滑的情况及期后变动情况，申报会计师执行了如下核查程序：

① 获取并查阅发行人的订单序时簿、收入成本明细表等，结合美国春天自身经营情况、美国国内需求的季节性变动等因素，分析 2024 年 7 月末美国春天在手订单下滑的具体原因；

② 获取并查阅发行人 2024 年度的收入成本明细表等资料，结合美联储降息政策等宏观经济背景，分析期后向美国春天的销售和在手订单的变动情况。

(6) 针对发行人在美国春天供应商中的地位 and 可替代性及期后合作情况，申报会计师执行了如下核查程序：

① 实地走访美国春天总部和司波灵斯，访谈总部采购业务负责人和司波灵斯总经理，了解发行人在美国春天遮阳面料供应商体系内的地位和采购份额等事项；

② 询问发行人董事长和外销部门负责人，了解发行人期后与美国春天的合作情况；

③ 获取并查阅发行人参与美国春天招标计划的相关资料，分析复核中标新产品未来预计增量收入，分析发行人与美国春天期后合作的持续性及稳定性。

2、与关联方优莱澳洲交易的真实合理性

(1) 针对优莱澳洲报告期内采购金额变动情况，申报会计师执行了如下核查程序：

① 查阅澳大利亚报告期内的货币政策变动情况、澳大利亚同行业上市公司 Gale Pacific 的定期报告及权威媒体报道等资料，分析优莱澳洲 2022 年度采购金额上升和 2023 年度采购金额下降的原因；

② 实地走访优莱澳洲及其关联方，了解其与公司的业务合作模式，包括但不限于交付周期、备货策略等事项；

③ 获取并核查发行人订单序时簿、优莱澳洲客户销售明细表等资料，分析复核优莱澳洲订单周期变动、客户变动情况。

(2) 针对优莱澳洲是否存在配合发行人提前囤货调整收入的情况，申报会计师执行了如下核查程序：

① 获取并查阅优莱澳洲提供的 2022 年至 2024 年的进销存明细表，分析并复核 2022 年末产品在各期末的期后消耗情况；

② 获取并查阅发行人的出口结汇表，分析性复核优莱澳洲 2022 年末应收账款的期后回款情况；

③ 获取并查阅发行人的收入成本明细表，分析性对比优莱澳洲报告期各年度 1-6 月采购情况，核查是否存在异常增长。

(3) 针对优莱澳洲及其他非关联方的采购产品结构、采购 G 材料产品结构和模拟测算剔除折扣优惠的影响，申报会计师执行了如下核查程序：

① 获取并查阅发行人的收入成本明细表，统计并分析优莱澳洲、无关联外销客户及内销客户的采购产品结构情况；

② 询问发行人副总经理，了解 G 材料的开发背景、产品性能等事项，结合收入成本明细表，统计并分析优莱澳洲、无关联外销客户及内销客户的采购 G 材料产品的情况；

③ 询问发行人外销部门负责人，了解对优莱澳洲的主要折扣优惠情况，根据收入成本明细表模拟测算剔除折扣优惠后对发行人报告期内经营利润的影响。

(4) 针对优莱澳洲的首发推广产品及 14 个月账期的应收账款，申报会计师执行了如下核查程序：

① 获取并核查发行人报告期内与优莱澳洲签署的主要合同，询问发行人外销部门负责人，了解优莱澳洲的首发推广产品的协议约定和实际执行情况；

② 获取发行人的出口结汇表及收入成本明细表，统计并分析报告期内优莱澳洲 14 个月产品的期后回款情况；

③ 邮件询问优莱澳洲的主要负责人，获取并查阅优莱澳洲 14 个月账期产品的期后销售情况；

④ 获取并查阅发行人的审计报告和《企业会计准则》，询问财务负责人，了解 14 个月账期产品应收账款的坏账计提政策，并结合期后回款情况分析性复核坏账计提是否充分。

(5) 针对公司与分销商客户的合作情况，申报会计师执行了如下核查程序：

① 获取并核查发行人报告期内与优莱澳洲等分销商签署的主要合同，询问发行人外销部门负责人，了解公司与分销商客户的合作模式、回款方式及条件，确认公司与各分销商不存在签署特殊条款的情况；

② 获取并查阅发行人序时账、收入成本明细表、银行对账单等资料，核查发行人与主要分销商客户是否存在退换货的情况；

③ 获取并查阅发行人的审计报告和《企业会计准则》，对财务负责人、外销部门负责人进行询问，了解发行人与分销商客户主要业务流程节点、贸易形式、存货风险转移时点、收入确认时间点等事项，分析收入确认时点是否具备合理性。

（二）核查结论

1、向美国春天销售收入大幅增长的合理性

（1）发行人主要向美国春天销售聚酯阳光面料和 TPO 阳光面料，主要应用于住宅和商业领域；报告期内美国春天采购金额变动主要系自身原因和下游市场原因所致；2023 年以来发行人向美国春天销售金额增长具备商业合理性。

（2）美国春天采购公司产品期末库存比例较高具备合理性；不存在发行人销往美国春天产品滞销的情况；美国春天存在期后采购金额下滑的情况，但截至本回复出具日，在手订单情况已恢复正常。

（3）发行人为美国春天遮阳面料的第一大供应商，可替代性较低，期后与美国春天合作具备稳定性、可持续性。

2、与关联方优莱澳洲交易的真实合理性

（1）报告期内对优莱澳洲销售收入波动主要受优莱澳洲自身原因和澳洲下游市场原因所致；优莱澳洲 2022 年末库存消耗情况较好、应收账款回款情况良好；2022 年末优莱澳洲库存占比增加、应收账款增加具备合理性；2024 年上半年发行人对优莱澳洲销售金额不存在大幅异常增长。

（2）G 材料受限于其阻燃性能，其价格和毛利率低具备合理性；经模拟测算，排除产品差异因素以后，如扣除对优莱澳洲折扣优惠，发行人报告期各期营业利润将分别增加 98.63 万元、130.73 万元和 178.81 万元，对发行人经营业绩的影响较小。

（3）发行人对优莱澳洲的首发推广产品销售金额及占比均较小、期后回款良好、主要产品均已实现终端销售；发行人对 14 个月账期的应收账款坏账计提充分。

（4）报告期内，发行人不存在签订特殊条款的情况，除 2024 年向优莱澳洲销售的大肚纱提花面料存在期后退货的情况外，不存在首发推广产品退回的情况，不存在与分销商约定实现对外销售才回款的情况；发行人与分销商客户均采用卖断式销售和 FOB 及 CIF 的贸易形式，发行人将提单日期确认为存货风险转移时点和收入确认时点具备合理性。

二、列表说明对境外客户走访的具体情况，包括但不限于具体走访客户的名单、方式、对象、时间、获取的核查证据等，说明未对主要境外客户走访的原因、替代性核查程序及有效性

(一) 境外客户走访的具体情况

1、境外直接客户访谈

序号	访谈期间	客户名称	走访方式	走访对象	走访时间	获取的核查证据
1	首次申报核查期间	美国春天	现场走访	全球采购业务负责人/副总裁	2023-08-14	访谈纪要、访谈对象名片、订单序时簿、无关联关系承诺函、与访谈对象合影、子品牌宣传板照片
2		优莱澳洲	现场走访	总经理	2023-06-13	访谈纪要、访谈对象名片、仓库及工厂照片、与访谈对象合影、优莱澳洲主要仓库盘点表
3		BTG	现场走访	总经理助理	2023-11-01	访谈纪要、访谈对象名片、无关联关系承诺函、与访谈对象合影、门店照片
4		Inpro	现场走访	总经理	2023-08-17	访谈纪要、访谈对象名片、无关联关系承诺函、订单序时簿、与访谈对象合影、Inpro 工商档案、仓库中发行人产品照片
5		Louver	到访访谈	总经理	2024-01-22	访谈纪要、访谈对象名片、无关联关系承诺函、与访谈对象合影
1	补充2023年年报	美国春天	现场走访	全球采购业务负责人、副总裁住宅业务负责人、商业业务负责人、副总裁	2024-04-23	访谈纪要、访谈对象名片、无关联关系承诺函、与访谈对象合影、经营场所照片、工厂照片子品牌和工厂宣传板照片、遮阳成品照片
2		Inpro	现场走访	副总裁	2024-04-22	访谈纪要、访谈对象名片、无关联关系承诺函、与访谈对象合影、经营场所照片、工厂照片、仓库中发行人产品照片、订单序时簿、订单明细、付款序时簿发票序时簿
3		Zblinds (Winwear Industries)	现场走访	CEO	2024-04-25	访谈纪要、访谈对象名片、无关联关系承诺函、与访谈对象合影、经营场所照片、工厂照片、品牌宣传册

序号	访谈期间	客户名称	走访方式	走访对象	走访时间	获取的核查证据
4		DI Calabria (BAJA)	现场走访	企业所有者	2024-04-24	访谈纪要、访谈对象名片、无关联关系承诺函、与访谈对象合影
5		优莱澳洲	现场走访	总经理	2024-04-08	访谈纪要、访谈对象名片、与访谈对象合影、经营场所照片、工厂照片、仓库中发行人产品照片
6		Rainbow	现场走访	总经理	2024-05-17	访谈纪要、访谈对象名片、无关联关系承诺函、与访谈对象合影、仓库中发行人产品照片
1	补充 2024 年 年报	美国春天	现场走访	副总裁	2025-03-03	访谈纪要、访谈对象名片、与访谈对象合影、经营场所照片
2		优莱澳洲	现场走访	执行总经理	2025-02-17	访谈纪要、访谈对象名片、与访谈对象合影、经营场所照片、工厂照片、仓库中发行人产品照片
3		Interior	现场走访	采购员工	2025-01-15	访谈纪要、访谈对象名片、无关联关系承诺函、与访谈对象合影、经营场所照片、订单序时簿
4		Inpro	现场走访	总裁	2025-03-04	访谈纪要、访谈对象名片、无关联关系承诺函、与访谈对象合影、订单序时簿
5		Rainbow	现场走访	董事总经理	2025-02-25	访谈纪要、访谈对象名片、无关联关系承诺函、与访谈对象合影、订单序时簿
6		BTG	现场走访	助理秘书	2025-03-10	访谈纪要、访谈对象名片、无关联关系承诺函、与访谈对象合影、经营场所照片
7		ZMC	现场走访	副总裁	2025-02-28	访谈纪要、访谈对象名片、无关联关系承诺函、与访谈对象合影、工商登记文件、经营场所照片、仓库中发行人产品照片
8		Louver	现场走访	实验室经理	2025-02-19	访谈纪要、访谈对象名片、无关联关系承诺函、与访谈对象合影、订单序时簿
9		Lienesch	现场走访	采购经理	2025-02-14	访谈纪要、访谈对象名片、无关联关系承诺函、与访谈对象合影、经营场所照片、仓库中发行人产品照片
10		Mega Mar INC	现场走访	副总裁	2025-03-05	访谈纪要、访谈对象名片、无关联关系承诺函、与访谈对象合影、经营场所照片、仓库照片、仓库中发行人产品照片、订单发票、品牌宣传册

序号	访谈期间	客户名称	走访方式	走访对象	走访时间	获取的核查证据
11		Materialised Ltd	现场走访	董事	2025-02-19	访谈纪要、访谈对象名片、无关联关系承诺函、与访谈对象合影、经营场所照片、工厂照片、仓库中发行人产品照片、订单序时簿
12		Fraser Shading Systems INC	现场走访	总裁	2025-02-26	访谈纪要、访谈对象名片、无关联关系承诺函、与访谈对象合影

2、境外终端客户穿透访谈

(1) 优莱澳洲

序号	访谈期间	下游客户名称	走访方式	走访对象	走访时间	获取的核查证据
1	首次申报	Dollar Curtains and Blinds	现场走访	总经理	2023-06-16	访谈纪要、无关联关系承诺函、访谈对象名片、与访谈对象合影、定制门店照片
2		Accent Blinds	现场走访	总经理	2023-06-14	访谈纪要、无关联关系承诺函、访谈对象名片、与访谈对象合影、工厂与仓库照片
3		Franklyn's	现场走访	总经理	2023-06-14	访谈纪要、无关联关系承诺函、访谈对象名片、与访谈对象合影、工厂\仓库与门店照片
4		Suntex	现场走访	总经理	2023-06-14	访谈纪要、无关联关系承诺函、访谈对象名片、与访谈对象合影、工厂与仓库照片
5		All Window Fashions	现场走访	总经理	2023-06-16	访谈纪要、无关联关系承诺函、访谈对象名片、与访谈对象合影、仓库与门店照片
6		National Blind Suppliers	现场走访	总经理	2023-06-16	访谈纪要、无关联关系承诺函、访谈对象名片、与访谈对象合影、仓库照片
7		Viewscape	现场走访	总经理	2023-06-14	访谈纪要、无关联关系承诺函、经营场所照片
1	补充 2023 年年报	Dollar Curtains and Blinds	现场走访	市场营销经理	2024-04-11	访谈纪要、无关联关系承诺函、访谈对象名片、与访谈对象合影、定制门店照片、品牌宣传册

2		Accent Blinds	现场走访	总经理	2024-04-08	访谈纪要、无关联关系承诺函、访谈对象名片、与访谈对象合影、仓库中优莱澳洲产品照片、工厂照片
3		Franklyn's	现场走访	总经理	2024-04-08	访谈纪要、无关联关系承诺函、访谈对象名片、与访谈对象合影、定制门店照片、品牌宣传册
4		Suntex Blinds	现场走访	总经理	2024-04-08	访谈纪要、无关联关系承诺函、访谈对象名片、与访谈对象合影、仓库中优莱澳洲产品照片、仓库照片
6		National Blind Suppliers	现场走访	总经理	2024-04-11	访谈纪要、无关联关系承诺函、访谈对象名片、与访谈对象合影、仓库中优莱澳洲产品照片、品牌宣传册
7		Viewscape	现场走访	总经理	2024-04-11	访谈纪要、无关联关系承诺函、访谈对象名片、访谈人员合影
8		Shades of Elegance	现场走访	企业所有者	2024-04-11	访谈纪要、无关联关系承诺函、访谈对象名片、与访谈对象合影
9		Kash Blinds	现场走访	企业所有者	2024-04-11	访谈纪要、无关联关系承诺函、访谈对象名片、与访谈对象合影、工厂照片
10		Boronia Blinds	现场走访	总经理	2024-04-10	访谈纪要、无关联关系承诺函、访谈对象名片、与访谈对象合影、仓库中优莱澳洲产品照片、工厂照片
11		All Window Solutions	现场走访	总监	2024-04-10	访谈纪要、无关联关系承诺函、访谈对象名片、与访谈对象合影、仓库中优莱澳洲产品照片、工厂照片
1	补充 2024 年 年报	Accent Blinds	现场走访	监事	2025-02-17	访谈纪要、无关联关系承诺函、访谈对象名片、与访谈对象合影、仓库中优莱澳洲产品照片、工厂照片
2		Skins 2 Go	现场走访	总经理	2025-02-17	访谈纪要、无关联关系承诺函、访谈对象名片、与访谈对象合影、仓库中优莱澳洲产品照片、工厂照片
3		Viewscape	现场走访	总经理	2025-02-21	访谈纪要、无关联关系承诺函、访谈对象名片、与访谈对象合影、仓库中优莱澳洲产品照片、工厂照片
4		Dollar Curtains Blinds	现场走访	总经理	2025-02-21	访谈纪要、无关联关系承诺函、访谈对象名片、与访谈对象合影、仓库中优莱澳洲产品照片、工厂照片
5		National Blind Suppliers	现场走访	管理董事	2025-02-21	访谈纪要、无关联关系承诺函、访谈对象名片、与访谈对象合影、仓库中优莱澳洲产品照片、工厂照片
6		Boronia Blinds	现场走访	管理董事	2025-02-19	访谈纪要、无关联关系承诺函、访谈对象名片、与访谈对象合影、仓库中优莱澳洲产品照片、工厂照片

7		FA Blinds Australia	现场走访	管理董事	2025-02-19	访谈纪要、无关联关系承诺函、访谈对象名片、与访谈对象合影、仓库中优莱澳洲产品照片、工厂照片、与优莱澳洲的订单序时簿
8		Sunlight Products	现场走访	COO	2025-02-19	访谈纪要、无关联关系承诺函、访谈对象名片、与访谈对象合影、仓库中优莱澳洲产品照片、工厂照片
9		TBS Australia	现场走访	管理董事	2025-02-20	访谈纪要、无关联关系承诺函、访谈对象名片、与访谈对象合影、仓库中优莱澳洲产品照片、工厂照片
10		I-Seek Blinds	现场走访	管理董事	2025-02-20	访谈纪要、无关联关系承诺函、访谈对象名片、与访谈对象合影、仓库中优莱澳洲产品照片、工厂照片
11		Vertilux	现场走访	商业经理	2025-02-20	访谈纪要、无关联关系承诺函、访谈对象名片、与访谈对象合影、仓库中优莱澳洲产品照片、工厂照片
12		Suntex Blinds	现场走访	管理董事	2025-02-18	访谈纪要、无关联关系承诺函、访谈对象名片、与访谈对象合影、仓库中优莱澳洲产品照片、工厂照片
13		Bliss Commercial	现场走访	总经理	2025-02-18	访谈纪要、无关联关系承诺函、访谈对象名片、与访谈对象合影、仓库中优莱澳洲产品照片、工厂照片
14		Ireland Blinds	现场走访	经理	2025-02-18	访谈纪要、无关联关系承诺函、访谈对象名片、与访谈对象合影、仓库中优莱澳洲产品照片、工厂照片
15		Franklyn	现场走访	管理董事	2025-02-17	访谈纪要、无关联关系承诺函、访谈对象名片、与访谈对象合影、仓库中优莱澳洲产品照片、工厂照片

(2) 优莱新西兰

序号	访谈期间	下游客户名称	走访方式	走访对象	走访时间	获取的核查证据
1	补充 2023 年年报	Number One Blinds	现场走访	合伙人	2024-04-15	访谈纪要、访谈对象名片、与访谈对象合影
2		Global Window Coverings	现场走访	总经理	2024-04-16	访谈纪要、访谈对象名片、与访谈对象合影、仓库中优莱澳洲产品照片、仓库照片
3		NZ Blinds and Awnings	现场走访	合伙人	2024-04-15	访谈纪要、访谈对象名片、与访谈对象合影
4		Caleys Blinds	现场走访	合伙人	2024-04-16	访谈纪要、访谈对象名片、与访谈对象合影、仓库中优莱澳洲产品照片

5		A-1 Blinds	现场走访	合伙人	2024-04-16	访谈纪要、公司宣传册（含访谈对象照片）
6		Shade Elements	现场走访	区域经理	2024-04-15	访谈纪要、访谈对象名片、与访谈对象合影、仓库中优莱澳洲产品照片、仓库照片
1	补充 2024 年年报	Total Look Blinds	现场走访	总经理	2025/2/24	访谈纪要、访谈对象名片、与访谈对象合影、仓库中优莱澳洲产品照片、仓库照片
2		Caley's Blinds	现场走访	商业经理	2025/2/25	访谈纪要、访谈对象名片、与访谈对象合影、仓库中优莱澳洲产品照片、仓库照片
3		Number 1 Blinds	现场走访	董事	2025/2/24	访谈纪要、访谈对象名片、与访谈对象合影、仓库中优莱澳洲产品照片、仓库照片
4		Shade Elements	现场走访	部门经理	2025/2/24	访谈纪要、访谈对象名片、与访谈对象合影、仓库中优莱澳洲产品照片、仓库照片
5		Global Window Coverings	现场走访	董事	2025/2/24	访谈纪要、访谈对象名片、与访谈对象合影、仓库中优莱澳洲产品照片、仓库照片

(3) 美国客户的主要项目/定制化柜台

序号	访谈期间	所属直接客户	项目/定制化柜台名称	访谈地点	走访时间	获取的核查证据
1	补充 2023 年年报	DI Calabria Industries Inc.	AC Hotel	美国，圣地亚哥	2024-04-23	遮阳卷帘照片、建筑外观照片
2			Hotel Del Coronado	美国，圣地亚哥	2024-04-24	遮阳卷帘照片、建筑外观照片
3		美国春天	Winslow Apartment	美国，圣地亚哥	2024-04-24	遮阳卷帘照片、建筑外观照片
4			Astor Hotel	美国，圣地亚哥	2024-04-25	遮阳卷帘照片、建筑外观照片
5			Valley Children Hospital	美国，弗雷斯诺	2024-04-26	遮阳卷帘照片、建筑外观照片
6			Top Golf	美国，夏洛特	2024-04-22	遮阳卷帘照片、建筑外观照片
7			美国春天办公楼	美国，麦迪逊	2024-04-23	遮阳卷帘照片、建筑外观照片
8			Bali	美国，麦迪逊	2024-04-23	经营场所照片、产品宣传册

9			Graber	美国, 麦迪逊	2024-04-23	经营场所照片、产品宣传册
10			Homedepot 1 (家得宝)	美国, 夏洛特	2024-04-22	美国春天子品牌 Bali 定制展台照片、商场外观照片、谷歌地图定位
11			Homedepot 2 (家得宝)	美国, 夏洛特	2024-04-22	美国春天子品牌 Bali 定制展台照片、商场外观照片、商场内部照片
12			Lowe's (劳氏百货)	美国, 夏洛特	2024-04-22	商场宣传册、销售顾问名片、美国春天子品牌 Bali 和 Graber 的定制展台照片、样布册照片
13			Costco (开市客)	美国, 麦迪逊	2024-04-23	美国春天子品牌 Graber 定制展台照片、Graber 宣传册
14		Inpro	Buick GMC 4S	美国, 夏洛特	2024-04-22	遮阳卷帘照片、建筑外观照片

(4) Rainbow 下游客户

序号	访谈期间	下游客户名称	走访方式	走访对象	走访时间	获取的核查证据
1	补充 2023 年年报	B&B	视频走访	董事长	2024-05-16	访谈纪要、访谈对象名片、无关联关系承诺函、合影、工厂和仓库中发行人产品照片
2		CBM	视频走访	运营总监	2024-05-16	访谈纪要、访谈对象名片、无关联关系承诺函、合影、工厂和仓库照片
3		HT	视频走访	企业所有者	2024-05-17	访谈纪要、访谈对象名片、无关联关系承诺函、合影、工厂和仓库中发行人产品照片
1	补充 2024 年年报	B&B	现场走访	董事	2025-02-24	访谈纪要、访谈对象名片、无关联关系承诺函、合影
2		CBM	现场走访	总裁	2025-02-25	访谈纪要、访谈对象名片、无关联关系承诺函
3		HT	现场走访	运营经理	2025-02-25	访谈纪要、访谈对象名片、无关联关系承诺函、合影
4		WBF	现场走访	总裁	2025-02-24	访谈纪要、访谈对象名片、无关联关系承诺函、合影

(二) 未对主要境外客户走访的原因、替代性核查程序及有效性

未走访客户名称	原因	替代性核查程序
亨特建设	报告期内，3G Capital 收购了亨特股权，由于对方正处于收购整合期，经沟通，境外客户拒绝接收访谈。	1、选取其他相近采购规模境外客户进行走访，2022 年-2024 年核查境外走访覆盖比例分别为 86.26%、91.10%和 92.74%； 2、对未走访客户执行函证程序； 3、获取中信保出口信用报告，结合官网信息、公告信息（如有）及其他公开资料，核查客户的基本情况； 4、对未走访客户执行穿行测试，验证销售真实性。 综上，申报会计师对未走访境外客户执行了替代程序，替代程序有效。

三、针对工程商、分销商等境外非直接终端应用客户，说明对发行人产品在终端应用领域使用情况的核查程序、获取的证据、覆盖比例及核查结论，就主要境外客户相关产品是否已实现终端销售发表明确意见

（一）核查过程

1、工程商客户

报告期内，公司的工程商客户向本公司采购遮阳面料，加工为遮阳成品后用于工程或住宅的定制业务，定制客户为遮阳面料的终端应用客户。

针对工程商客户的核查，申报会计师执行了如下核查程序：

项目	具体情况		
核查程序	1、现场访谈美国春天采购、商业及住宅业务部门负责人人员，了解报告期内美国春天采购发行人遮阳面料主要应用领域、下游使用情况及应用的主要项目情况； 2、现场查看 Home Depot、Lowe's 等的运行情况，了解发行人遮阳面料定制情况； 3、现场查看美国春天装饰装修工程使用发行人遮阳面料的情况； 4、现场访谈 Inpro 总经理，了解其采购公司产品向下游销售情况及终端用户使用情况； 5、现场查看 Inpro 承做的工程项目，了解客户使用公司产品制作遮阳帘安装及使用情况。		
核查证据	1、对美国春天、Inpro、Winwear 和 DI 现场走访记录； 2、中国出口信用保险公司出具的美国春天、Inpro 资信报告； 3、美国春天、Inpro 官方网站查询记录； 4、2022 年-2024 年美国春天向发行人采购遮阳面料的序时明细账、各期末库存明细表，美国春天终端销售情况的访谈记录。		
覆盖比例	对于美国春天下游业务走访范围如下：		
	地点	业务领域	项目名称
	美国春天		
	夏洛特	工程	Top Golf（拓高乐），大型练习场和餐饮娱乐集合体
	夏洛特	住宅	Home depot（1220 N Wendover Rd）
	夏洛特	住宅	Home depot（4750 South Blvd）
	夏洛特	住宅	Lowe's
	麦迪逊	工程	美国春天办公场所
	麦迪逊	住宅	Costco

				国春天相应业务执行情况
	弗雷斯诺	工程	Valley Children Healthcare	大型儿童医院，美国春天分包给 Winwear Industries 的工程，查看发行人遮阳面料的使用情况
	圣迭亚哥	工程	Winslow Apartment	Multi-Family Building，美国春天分包给 DI Calabria Industries Inc.的工程，查看发行人遮阳面料的使用情况
	圣迭亚哥	工程	Astor Hotel	
	圣迭亚哥	工程	Hotel del Coronado	酒店式度假村，DI Calabria Industries Inc.执行的工程，现场查看发行人遮阳面料使用情况
	圣迭亚哥	工程	AC Hotel Marriott	万豪旗下酒店，DI Calabria Industries Inc.执行的工程，现场查看发行人遮阳面料使用情况
	Inpro			
	夏洛特	工程	Car Dealer Shop	4S 店，Inpro 执行的工程，查看发行人遮阳帘安装和使用情况
核查结论	1、美国春天自发行人采购的遮阳面料，在墨西哥工厂加工为成品后，主要使用在美国春天和 Mecho 的商业板块，并通过 Home Depot、Lowe's 等家居连锁或商超进行定制化服务。经穿透核查，发行人向美国春天的销售真实，美国春天的终端销售情况良好，不存在异常情形； 2、报告期内，Inpro 采购公司遮阳面料并进行后续加工后制成成品窗帘，除主要通过承接工程类项目使用外，还为客户提供定制化服务。经过现场对终端使用情况进行走访核查，Inpro 采购公司产品使用情况良好，不存在异常情况。 3、Winwear 和 DI 等客户主要从事工程业务，终端使用情况良好。			

2、分销商客户

报告期内，发行人分销商客户销售明细情况如下：

客户	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	核查占比	金额	核查占比	金额	核查占比
Uniline	3,526.33	72.19	2,563.95	75.90%	3,605.69	83.75%
Rainbow	787.44	16.12	411.57	12.18%	361.07	8.39%
核查小计	4,313.77	88.31%	2,975.52	88.09%	3,966.76	92.14%
分销商总计	4,884.90	-	3,377.84	-	4,305.33	-

报告期内，发行人主要分销商客户为优莱澳洲和 Rainbow，合计销售占比分别为 92.14%、88.09%和 88.31%，其他分销商客户销售规模较小。

针对分销商客户的核查，申报会计师执行了如下核查程序：

(1) 优莱澳洲

项目	具体情况				
核查程序	1、查阅优莱有限、优莱澳洲与发行人签订的《Elitex Supply Agreement》等协议，核实优莱澳洲与发行人的业务模式、信用政策和备货政策，核实优莱有限下属子公司的销售区域等基本情况； 2、2023 年、2024 年和 2025 年，分别对优莱澳洲的下游主要客户进行了现场走访，访谈其负责人员，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； 3、报告期内，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。				
核查证据	1、对优莱澳洲、优莱新西兰及其下游客户现场走访的记录； 2、澳大利亚 Mozaik 律师事务所出具的法律意见书； 3、优莱澳洲官方网站查询资料； 4、优莱澳洲报告期各期的进销存明细表。				
覆盖比例	优莱澳洲终端销售核查具体情况如下：				
	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
	合计		561.20	552.19	609.18
	优莱澳洲发行人遮阳面料销售额		975.68	957.15	1,042.04
	终端客户穿透核查比例		57.52%	57.69%	58.46%
核查结论	1、优莱澳洲和优莱新西兰的下游客户主要为生产商，通过家居超市、零售商店或大型商超等渠道进行定制化服务，或销售品牌成品帘，部分客户如 Dollar Curtains and Blinds 和 Franklyn 等拥有自己的自营连锁店，专业进行遮阳窗饰的定制化服务； 2、报告期内，优莱澳洲销售量与采购量相匹配，终端销售实现情况良好。				

(2) Rainbow

项目	具体情况				
核查程序	1、对 Rainbow 进行了视频及现场访谈，了解 Rainbow 的基本情况、业务流程、向发行人采购的情况以及销售实现情况等； 2、现场查看 Rainbow 的生产经营场所，查看自发行人采购的遮阳面料库存情况； 3、查阅 Rainbow 报告期各期的采购清单和期末库存清单，并与发行人的销售明细、销售订单进行比对，分析 Rainbow 采购变动情况和期末库存的合理性； 4、2024 年和 2025 年，申报会计师对 Rainbow 的下游主要客户进行了视频及现场走访，访谈其负责人员，沟通其遮阳面料采购、存放和生产情况。				
核查证据	1、对 Rainbow 进行现场走访的记录； 2、2022 年-2024 年 Rainbow 向发行人采购的明细及期末库存清单； 3、对 Rainbow 下游客户的现场走访记录。				
覆盖比例	对于 Rainbow 下游客户核查比例如下：				
	下游客户类型	走访数量	终端销售金额（万加元）		
			2024 年	2023 年	2022 年
	生产商	4 家	179.21	118.42	57.38
	Rainbow 销售发行人遮阳面料金额		231.86	125.32	98.12
客户穿透核查占比		77.29%	94.50%	58.48%	
核查结论	1、报告期内，Rainbow 向发行人的采购数量随着业务规模的扩大稳定增长，各年末库存数量保持小幅增长趋势，采购数量变动和期末库存的增长与业务规模的增长相匹配； 2、报告期内，Rainbow 采购的发行人产品销售情况较好，总体库存较小，不存在囤货或压货的情况； 3、Rainbow 的下游客户经营正常，产品库存不存在积压情况，终端销售实现情况良好。				

(二) 核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、报告期内，发行人下游客户主要分为生产商、工程商和分销商，根据遮阳产业分工及客户业务流程，其中生产商和工程商为终端客户，分销商为非终端客户；

2、报告期内，工程商客户采购公司遮阳面料主要通过承做窗饰工程或通过家居超市等提供定制化服务方式为客户提供遮阳窗帘产品，**2022年-2024年**与发行人合作关系稳定，各期末不存在积压情况，公司向工程商客户销售产品均已实现终端销售；

3、报告期内，分销商客户采购公司产品后主要销售给下游遮阳窗帘生产商或遮阳窗饰工程商，**2022年-2024年**采购公司遮阳面料各期末不存在积压情况，终端销售情况良好。

四、说明对发行人及关键主体资金流水的核查情况，核查范围、重要性水平、核查中发现的异常情况及进一步核查程序等；说明关于现金分红的具体流向，是否存在流向客户、供应商，形成体外资金循环等异常情况

（一）核查范围

根据发行人所处的经营环境、行业特征、规范运作水平及财务经营情况等因素，结合《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第2号》（以下简称“《2号指引》”）之“2-18 资金流水核查”的要求，中介机构对发行人、发行人控股股东、实际控制人、董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员、关键岗位人员、主要股东及其实际控制人开立或控制的银行账户资金流水进行了核查。具体核查范围如下：

1、发行人资金流水核查范围

对发行人资金流水的核查，覆盖了发行人**2022年至2024年**期间全部银行账户的资金流水，对于报告期内新开立的账户核查起始日期为账户开立日期，对于报告期内注销的账户核查截止日期为账户注销日期。具体如下：

序号	核查对象	与发行人关系	核查账户数量	核查期间
1	温多利遮阳材料（德州）股份有限公司	发行人	28	2022.01.01 至 2024.12.31
合计			28	-

2、关键主体资金流水核查范围

对发行人的控股股东、实际控制人、董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员、关键岗位人员（销售、采购、财务经理及出纳）、主要股东及其实际控制人的资金流水进行核查，覆盖了相关人员**2022年至2024年**期间的资金流水，对于报告期内新开立的账户核查起始日期为账户开立日期，对于报告期内注销的账户核查截止日期为账户注销日期。具体如下：

序号	核查对象	与发行人关系	核查账户数量 (个)	核查期间	核查交易重要性水平标准	
1	ZHAO GUO HUA	实际控制人、 董事长	13（3 个夫妻 共用账户）	2022. 01. 01 至 2024. 12. 31	单笔交易 1 万元及以上 （外币）； 单笔交易 3 万元及以上 （人民币）	
2	ZHU SHU WEN	实际控制人、 董事	1			
3	ZHAO CHEN YANG	实际控制人成 年子女	3			
4	Window Answers	控股股东	3			
6	Bluefin	实际控制人控 制的其他企业	2			
7	德州新澳	持股 5%以上的 主要股东、实 际控制人控制 的其他企业	2			
8	德州华明	实际控制人控 制的其他企业	2			
9	优莱有限	持股 5%以上的 主要股东	3	2022. 01. 01 至 2024. 12. 31	单笔交易 25,000 元及 以上（澳 元）	
10	优莱澳洲	主要关联方	1		—	
11	Da Silva Gilberto Alcidio Rodrigues	董事	5		2021.01.01 至 2023.12.31	单笔交易 10,000 元及 以上（澳 元）
12	Wilson Martin Paul	董事	3			
13	Pirkko	公司主要股东 优莱有限实际 控制人	2			
14	Eva		2			
15	Lea		2			
16	Tommy		2			
17	王朝明	董事、总经理	24	2022. 01. 01 至 2024. 12. 31	单笔交易 3 万元及以上 （人民币）	
18	杨成军	监事会主席	6			
19	张书秀	监事	19			
20	杨红梅	职工代表监事	14			
21	郭仁志	副总经理	11			

序号	核查对象	与发行人关系	核查账户数量 (个)	核查期间	核查交易重要性水平标准
22	宋学军	副总经理	25		
23	贺同华	财务总监	11		
24	赵国新	副总经理、董事会秘书	13		
25	董予华	财务部经理	12		
26	姜盈盈	出纳	9		
27	甄美霞	外销部经理	11		
28	刘俊凯	内销部经理	12		
29	于海真	采购部经理	11		
30	詹雪华	报告期内曾任职出纳	12	2022.01.01 至 2023.06.30	单笔交易 3 万元及以上 (人民币)

注：1、詹雪华报告期内分别曾任发行人出纳，其资金流水核查期间为其任职期间。
 2、澳大利亚股东及其实际控制人、董事等根据重要性提供银行流水。
 3、Pirkko、Eva、Lea 和 Tommy 出于个人隐私的原因，未提供 2024 年度度的个人银行流水，中介机构已执行替代措施。

（二）重要性水平

1、发行人

综合考虑发行人整体收入规模、业务特征等因素，对发行人单笔金额大于或等于 10 万人民币或等值外币的资金流水进行逐笔核对。

2、关键主体

主体类型	获取的证据
外籍自然人	人民币 3 万元及以上；外币 1 万元及以上
外籍法人	外币 2.5 万元及以上 (Window Answers、Bluefin) 澳元 2.5 万元及以上、美元 1.5 万元及以上 (优莱有限)
境内自然人	人民币 3 万元及以上
境内法人	人民币 10 万元及以上

对资金流水单笔发生额达到重要性水平的资金流水、发生额小于重要性水平但可能存在异常的资金往来（如短期内与其他关联自然人频繁往来、当日与同一对手方往来累计达到重要性水平的相关交易）进行逐笔核查。

（三）核查中发现的异常情况进一步核查程序

针对上述核查对象报告期内的大额资金往来情况，申报会计师按照《2号指引》之“2-18 资金流水核查”的要求对核查对象资金流水是否存在异常事项进行了逐项核查，具体核查情况如下：

序号	核查事项	核查结果
1	发行人资金管理相关内部控制制度是否存在较大缺陷	经核查，发行人资金管理相关内部控制制度不存在较大缺陷
2	是否存在银行账户不受发行人控制或未在发行人财务核算中全面反映的情况，是否存在发行人银行开户数量等与业务需要不符的情况	经核查，不存在银行账户不受发行人控制或未在发行人财务核算中全面反映的情况，不存在发行人银行开户数量等与业务需要不符的情况
3	发行人大额资金往来是否存在重大异常，是否与公司经营活动、资产购置、对外投资等不相匹配	经核查，发行人大额资金往来不存在重大异常，不存在与公司经营活动、资产购置、对外投资等不相匹配的情况
4	发行人与控股股东、实际控制人、董事、监事（如有）、高级管理人员、关键岗位人员等是否存在异常大额资金往来	经核查，报告期内，发行人与控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员之间存在的大额资金往来主要系工资、奖金、备用金、报销款、投资款、分红款等。报告期内，不存在异常大额资金往来
5	发行人是否存在大额或频繁取现的情形，是否无合理解释；发行人同一账户或不同账户之间，是否存在金额、日期相近的异常大额资金进出的情形，是否无合理解释	经核查，发行人不存在大额或频繁取现的情形；发行人同一账户或不同账户之间，不存在金额、日期相近的异常大额资金进出的情形
6	发行人是否存在大额购买无实物形态资产或服务（如商标、专利技术、咨询服务等）的情形，如存在，相关交易的商业合理性是否存在疑问	经核查，发行人不存在大额购买无实物形态资产或服务（如商标、专利技术、咨询服务等）的情形
7	发行人实际控制人个人账户大额资金往来较多且无合理解释，或者频繁出现大额存现、取现情形	经核查，发行人实际控制人个人账户大额资金往来主要系与其控制的其他企业间（发行人控股股东）资金往来、投资理财、个人贷款及还款、购买房屋、房屋装修款项、自发行人处取得分红款、购汇及换汇用于家庭储蓄等，无异常往来；不存在大额存现、取现情形
8	控股股东、实际控制人、董事、监事（如有）、高级管理人员、关键岗位人员是否从发行人获得大额现金分红款、薪酬或资产转让款，转让发行人股权获得大额股权转让款，主要资金流向或用途存在重大异常	经核查，控股股东、实际控制人、董事（独立董事和外部董事除外）、监事、高级管理人员、关键岗位人员从发行人获得的大额现金分红款和薪酬主要用于理财、储蓄、个人往来及家庭消费等，主要资金流向或用途不存在重大异常； 经核查，报告期内控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员未从发行人获得资产转让款，也不存在转让发行人股权获得大额股权转让款的情况
9	控股股东、实际控制人、董事、监事（如有）、高级管理人员、关键岗位人员与发行人关联方、客户、供应商是否存在异常大额资金往来	经核查，发行人控股股东、实际控制人、董事、监事（如有）、高级管理人员、关键岗位人员与发行人关联方、客户、供应商不存在异常大额资金往来

10	是否存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形	经核查，不存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形
----	------------------------------	---------------------------------

(四) 关于现金分红的具体流向，是否存在流向客户、供应商，形成体外资金循环等异常情况

1、报告期内发行人现金分红情况

报告期内，发行人进行了 3 次现金股利分配，具体情况如下：

单位：万元

股东大会审议股利分配时间	股利所属期间	股利发放金额（含税）	是否发放
2022 年 4 月 20 日	2021 年度	1,200.00	是
2023 年 5 月 18 日	2022 年度	1,500.00	是
2023 年 9 月 8 日	2023 年 1-6 月	1,000.00	是
合计		3,700.00	

2、发行人各股东报告期内取得现金分红情况

序号	股东名称	股利发放金额（税后）		
		2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度
1	Window Answers	68.62 万美元	103.35 万美元	92.32 万美元
2	优莱有限	39.70 万美元	59.81 万美元	53.42 万美元
3	德州新澳	75.84 万元	113.76 万元	94.80 万元
4	德州华明	20.16 万元	30.24 万元	25.20 万元
5	王朝明	10.60 万元	15.90 万元	-
6	郭仁志	8.00 万元	12.00 万元	-
7	赵国新	8.00 万元	12.00 万元	-
8	贺同华	6.70 万元	10.05 万元	-
9	宋学军	6.70 万元	10.05 万元	-

3、发行人各股东报告期内现金分红的具体流向

(1) Window Answers 报告期内现金分红的具体流向

分红到账时间	到账金额	支出时间	支出金额	流向
2022-06-10	92.32 万美元	2022 年 6 月	118.42 万美元	转为定期存款
小计	92.32 万美元	—	118.42 万美元	—
2023-06-16	103.35 万美元（当时折合新西兰元约 170 万元）	2022 年 6 月	171.40 万新西兰元	换汇后转为定期存款
2023-09-18	68.62 万美元（当时折合新西兰元 115.42 万元）	2023 年 9 月	117 万新西兰元	换汇后转为定期存款

(2) 优莱有限报告期内现金分红的具体流向

分红到账时间	到账金额	支出时间	支出金额	流向
2022-06-14	53.42 万美元	2022 年 6 月	28.00 万美元	其子公司优莱澳洲以澳元购入换取美元外汇
		2022 年 7 月	25.42 万美元	
2023-06-16	59.81 万美元	2023 年 7 月至 10 月	37.02 万美元	其子公司优莱澳洲以澳元购入换取美元外汇
		2023 年 10 月	20.00 万美元	其子公司 Intex 以澳元购入换取美元外汇
2023-09-18	39.70 万美元	2023 年 11 月及 2024 年 6 月	21.50 万美元	其子公司 Intex 以澳元购入换取美元外汇
		2023 年 11 月及 2024 年 6 月	10.00 万美元	其子公司优莱澳洲以澳元购入换取美元外汇
		2024 年 8 月至 12 月	8.99 万美元	贷款给其子公司优莱澳洲用于购买滚型机使用

(3) 德州新澳报告期内现金分红的具体流向

分红到账时间	到账金额	支出时间	支出金额	流向
2022-06-10	94.80 万元	2022 年 6 月	94.80 万元	向合伙人分红
2023-06-16	113.76 万元	2023 年 6 月	113.76 万元	向合伙人分红
2023-09-26	75.84 万元	2023 年 9 月	75.84 万元	向合伙人分红

(4) 德州华明报告期内现金分红的具体流向

分红到账时间	到账金额	支出时间	支出金额	流向
2022-06-10	25.20 万元	2022 年 6 月	25.20 万元	向合伙人分红
2023-06-16	30.24 万元	2023 年 6 月	30.24 万元	向合伙人分红
2023-09-26	20.16 万元	2023 年 9 月	20.16 万元	向合伙人分红

(5) 报告期内单次分红超过重要性水平的自然人现金分红的具体流向

1) 董事长 ZHAO GUOHUA

分红到账时间	分红资金来源	到账金额	支出时间	支出金额	流向
2022-6-27	德州新澳	5.63 万美元	2022 年 6 月	11.52 万美元	家庭储蓄
	德州华明	1.48 万美元			
2023-10-31 ^注	德州新澳	10.31 万美元	2023 年 11 月	15.21 万美元	与薪资收入一并换汇后用于储蓄和日常支出
	德州华明	2.72 万美元			

注：2023-度到账分红款系该-度两次分红汇总到账

2) 总经理王朝明

分红到账时间	分红资金来源	到账金额	支出时间	支出金额	用途
2022-06-14	德州新澳	6.72 万元	2022 年 8 月	10.00 万元	汇总后认购发行人股份

分红到账时间	分红资金来源	到账金额	支出时间	支出金额	用途
2023-06-16	德州新澳	8.06 万元	2023 年 7 月	5.00 万元	借支给员工用于员工子女购房使用，其余款项用于家庭储蓄和日常开支
	发行人	15.90 万元	—	—	长期存放于证券账户的资金账户，2023 年 12 月银证转账后转账给子女换汇、补贴家用
2023-09-26	德州新澳	5.38 万元	2023 年 11 月	10.00 万元	转账给子女补贴家用
	发行人	10.69 万元	—	—	长期存放于证券账户的资金账户，2023 年 12 月银证转账后转账给子女换汇、补贴家用

3) 副总经理郭仁志

分红到账时间	分红资金来源	到账金额	支出时间	支出金额	用途
2022-06-14	德州新澳	4.80 万元	2022 年 8 月	4.80 万元	汇总后认购发行人股份
2023-06-16	德州新澳	5.76 万元	2023 年 6 月	18.00 万元	转账给配偶用于家庭储蓄及日常开支
	发行人	12.00 万元			
2023-09-26	德州新澳	3.84 万元	2023 年 9 月	9.00 万元	转账给配偶用于家庭储蓄、用于日常开支
	发行人	8.00 万元			

4) 董事会秘书赵国新

分红到账时间	分红资金来源	到账金额	支出时间	支出金额	用途
2022-06-14	德州新澳	4.80 万元	2022 年 6 月	4.80 万元	银行理财
2023-06-16	德州新澳	5.76 万元	2023 年 6 月	8.87 万元	偿还购房贷款
	发行人	12.00 万元			
2023-09-26	德州新澳	3.84 万元	2024 年 5 月	50.00 万元	与奖金、薪酬收入一并购入理财基金
	发行人	8.00 万元	—	—	长期存放于证券账户的资金账户，2023 年 12 月银证转账后存放于活期账户，未流出

5) 财务总监贺同华

分红到账时间	分红资金来源	到账金额	支出时间	支出金额	用途
2022-06-14	德州新澳	3.84 万元	2022 年 6 月	3.84 万元	转账给配偶用于家庭储蓄及日常开支
2023-06-16	德州新澳	4.61 万元	2023 年 6 月	4.00 万元	借款给弟弟使用
	发行人	10.05 万元	2023 年 6 月	10 万元	转账给配偶用于家庭储蓄及日常开支
2023-09-26	德州新澳	3.07 万元	—	—	日常开支

分红到账时间	分红资金来源	到账金额	支出时间	支出金额	用途
	发行人	6.70 万元	2023 年 9 月	6.70 万元	转账给配偶用于家庭储蓄及日常开支

6) 副总经理宋学军

分红到账时间	分红资金来源	到账金额	支出时间	支出金额	用途
2022-06-14	德州新澳	3.84 万元	--	--	日常开支
2023-06-19	德州新澳	4.61 万元	2023 年 6 月	5.00 万元	偿还向亲属过往借款
	发行人	10.05 万元	2023 年 6 月	35.00 万元	用于子女教育支出
2023-09-26	德州新澳	3.07 万元	2023 年 6 月	3.00 万元	偿还向亲属过往借款及个人贷款
2023-09-25	发行人	6.70 万元	2023 年 9 月	6.00 万元	偿还个人贷款

4、是否存在流向客户、供应商，形成体外资金循环等异常情况

经核查，报告期内发行人现金分红款中，除第二大股东优莱有限外，其他直接股东与间接股东获得的现金分红款不存在流向客户、供应商的情况。

优莱有限除持有其下属公司股权外并不实际从事具体业务，因此其自发行人处取得现金分红后均通过换汇或贷款方式转至其下属子公司用于其各自的生产经营，不存在异常情况。

经核查，发行人不存在现金分红形成体外循环的异常情况。

(五) 核查意见

综上所述，申报会计师已对发行人、控股股东及实际控制人、主要股东及实际控制人、发行人董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员、关键岗位人员资金流水进行了审慎核查，针对受限情形采取了替代核查措施。经核查，申报会计师认为，报告期内，发行人及相关主体不存在资金流水异常的情形，也不存在通过现金分红形成体外循环的情况。

问题 3. 库存商品减值准备计提充分性

根据问询回复，各期末发行人库存商品余额分别为 2,855.37 万元、2,647.56 万元、2,143.77 万元及 2,130.80 元，其中库龄超过 1 年的长库龄库存商品占比分别为 16.98%、30.91%、36.77%和 34.39%，长库龄库存商品占比呈增长趋势。发行人功能性遮阳产品具有定制化程度较高的特点，针对 4 年期以上的库存商品全额计提跌价准备，4 年以内的按照减值测试进行计提，跌价计提政策与行业可比公司存在一定差异。发行人库存商品中订单支持率较低，

如 2024 年上半年末订单支持率仅为 18.79%。发行人库存商品除存放于自身仓库外，存在租用供应商宜兴晟阳厂库、租用海外厂库的情况。

请发行人：（1）说明各类库存商品的库龄结构及期后销售情况、一年库龄以上的库存商品销售渠道、模式、折扣及返点、实际销售情况等，报告期内 1 年以上长库龄库存商品余额持续增加的背景，相关库存商品是否存在滞销的情形。（2）结合同行业可比公司的存货跌价准备的计提政策及实际计提情况，说明发行人目前对库存商品的跌价计提政策是否符合行业惯例，有无订单支持存货跌价计提的考量因素，相关跌价计提是否充分。（3）说明发行人存货各期末在不同仓库的实际存放情况，相关存货存放于供应商仓库、境外仓库的具体背景、管理模式等，各期末对境外等仓库存货的盘点核查情况等。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见，说明对各期末存货真实性的核查情况，对长库龄库存商品跌价准备计提充分性的核查情况，并提供关于供应商采购真实性、存货真实性相关的核查工作底稿。

【发行人说明】

一、说明各类库存商品的库龄结构及期后销售情况、一年库龄以上的库存商品销售渠道、模式、折扣及返点、实际销售情况等，报告期内 1 年以上长库龄库存商品余额持续增加的背景，相关库存商品是否存在滞销的情形

（一）各类库存商品的库龄结构及期后销售情况

1、阳光面料

报告期各期末，公司的阳光面料库龄结构及期后销售情况如下：

单位：万元、%

项目	2024.12.31		2023.12.31		2022.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	821.50	65.96	824.08	56.77	1,129.43	62.25
1-2 年	120.75	9.70	177.34	12.22	387.52	21.36
2-3 年	98.62	7.92	186.62	12.85	93.85	5.17
3 年以上	204.50	16.42	263.71	18.16	203.52	11.22
合计	1,245.36	100.00	1,451.75	100.00	1,814.31	100.00
截至 2025 年 2 月 28 日期后结转成本金额	409.20	-	886.38	-	1,417.54	-

截至 2025 年 2 月 28 日期后结转成本比例	32.86	-	61.06	-	78.13	-
----------------------------	-------	---	-------	---	-------	---

由上表可以看出，报告期各期末，公司阳光面料截至 2025 年 2 月 28 日期后结转比例分别为 78.13%、61.06%和 32.86%。其中，2022 年末的阳光面料已结转 78.13%，总体销售情况较好，公司已按照一贯的存货跌价计提政策计提存货跌价准备。

2、涂层面料

报告期各期末，公司的涂层面料库龄结构及期后销售情况如下：

单位：万元、%

项目	2024.12.31		2023.12.31		2022.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	402.51	75.89	524.32	76.57	679.88	83.59
1-2 年	16.50	3.11	85.28	12.45	95.12	11.69
2-3 年	51.85	9.78	47.65	6.96	11.12	1.37
3 年以上	59.53	11.22	27.55	4.02	27.28	3.35
合计	530.39	100.00	684.80	100.00	813.40	100.00
截至 2025 年 2 月 28 日期后结转成本金额	205.10	-	543.00	-	721.25	-
截至 2025 年 2 月 28 日期后结转成本比例	38.67	-	79.29	-	88.67	-

由上表可以看出，报告期各期末，公司涂层面料截至 2025 年 2 月 28 日期后结转成本比例分别为 88.67%、79.29%和 38.67%。其中，2022 年末的涂层面料已结转 88.67%，公司已按照一贯的存货跌价计提政策计提存货跌价准备。

（二）一年库龄以上的库存商品销售渠道、模式、折扣及返点、实际销售情况

1、销售渠道、模式、折扣及返点

（1）报告期内公司一年库龄以上库存商品产生的主要原因

A、结余产品

结余产品系为执行客户订单而多生产的产品，公司主要客户的产品需求较为稳定，客户再次下单时，公司会将以前结余的产品优先交付。

B、协议备货

协议备货系公司与优莱澳洲、WT（Inpro）、美国春天和 ZMC 签订备货协议，公司按照备货清单备货至协议要求的最大最小值，备货产品超过 6 个月的，客户需按协议购买全部备货产品。

报告期内，公司存在协议备货期满 6 个月客户请求暂不发货的情况，从而导致库龄超过 1 年。

C、自主备货

自主备货系公司根据市场需求，对热销型号产品进行提前备货生产。

（2）公司长库龄库存商品的销售渠道、模式、折扣及返点情况

对于一年库龄以上的库存商品，公司均按照客户订单、备货协议进行后续销售，销售渠道和销售模式无差异，一般不存在折扣销售，无返点销售情况。对于库龄特别长的库存商品，公司会采取一定的降价措施促进销售，降价幅度根据剩余库存商品的销售情况和库存情况确定。

2、实际销售情况

报告期各期末，公司一年库龄以上的库存商品账面余额及期后销售结转情况如下：

单位：万平方米、万元

项 目	2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
库龄 1 年以上的库存商品期末余额	551.75	788.15	818.41
截至 2025 年 2 月 28 日期后结转成本金额	41.54	274.17	449.56
截至 2025 年 2 月 28 日期后结转比例	7.54%	34.79%	54.93%

由上表可以看出，公司长库龄库存商品截至 2025 年 2 月 28 日期后结转比例分别为 54.93%、34.79%和 7.54%。其中，2022 年末的长库龄库存商品已结转 54.93%。

（三）报告期内 1 年以上长库龄库存商品余额持续增加的背景，相关库存商品是否存在滞销的情形

报告期各期末，公司 1 年以上长库龄库存商品金额分别为 818.41 万元、788.15 万元和 551.75 万元，长库龄库存商品余额在 2022 年末较大。主要原因系 2021 年公司生产规模扩大，为提高生产效率和交货效率，开始实施备货政策，即合理预测大客户热销产品和市场热销产品，拟定备货清单并提前备货。

公司在执行备货政策的过程中，存在一定的预测偏差，同时在销售出库过程中，未有效执行长库龄产品优先出库的政策，从而导致长库龄产品一定的积压。

2023 年下半年开始，公司已发现长库龄库存商品过快增长的问题，并采取积极措施消化，截至 **2024 年 12 月 31 日**，公司长库龄库存商品已明显下降。同时，公司取消了大客户热销产品备货清单，只保留了市场热销产品备货清单，能够进一步控制长库龄库存商品的产生。

结余产品后续客户不再下单订购，或市场热销产品备货出现偏差，可能导致部分存货出现滞销情形，报告期内，公司因上述原因而滞销的存货总体较少，不会对公司正常生产经营造成重大不利影响。

二、结合同行业可比公司的存货跌价准备的计提政策及实际计提情况，说明发行人目前对库存商品的跌价计提政策是否符合行业惯例，有无订单支持存货跌价计提的考量因素，相关跌价计提是否充分

（一）同行业可比公司的存货跌价准备的计提政策及实际计提情况

1、公司与同行业可比公司存货跌价准备计提政策对比情况

同行业可比公司	存货跌价准备计提政策
ST 先锋	在资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量。当其可变现净值低于成本时，提取存货跌价准备。存货跌价准备通常按单个存货项目的成本高于其可变现净值的差额提取。对于数量繁多、单价较低的存货，按存货类别计提存货跌价准备；对在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，可合并计提存货跌价准备。
西大门	资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。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；需要经过加工的存货，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；资产负债表日，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。
玉马科技	于资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量，存货成本高于其可变现净值的，应当计提存货跌价准备，计入当期损益。可变现净值，是指在日常活动中，存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。 各类存货可变现净值的确定依据如下：

同行业可比公司	存货跌价准备计提政策
	①产成品、商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，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。 ②需要经过加工的材料存货，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。 ③资产负债表日，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，应当分别确定其可变现净值，并与其相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。 存货跌价准备按单个存货项目(或存货类别)计提，与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，合并计提存货跌价准备。
公司	存货跌价准备计提核算方法及可变现净值的确定依据：在资产负债表日，存货按成本与可变现净值孰低计价。如果有证据表明某项存货实质上已经发生减值，则按单个存货可变现净值低于成本的差额计提存货跌价准备；如果有证据足以证明某项存货已无使用价值和转让价值，则对该项存货全额计提跌价准备。可变现净值按正常经营过程中，估计售价减去估计至完工成本及销售所必需的估计费用后的价值确定。为执行销售合同或劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算。持有的多于销售合同订购数量的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。以前减计存货价值的影响因素已经消失的，在原已计提的存货跌价准备金额内转回，转回的金额计入当期损益。 公司根据库龄、保管状态、历史销售折扣情况及预计未来销售情况等因素计提存货跌价准备。公司对原材料、产成品等部分存货基于库龄确认存货可变现净值，可变现净值的计算方法和确定依据如下： 1) 原材料、半成品：对于库龄 4 年以上的原材料、半成品，存在销路不佳或性能下降的可能性，全额计提存货跌价准备，对于库龄 4 年及以下的原材料、半成品，经仓库、质检、生产等相关人员分析后确认相关原材料、半成品是否存在减值迹象，并经财务复核后确认相关原材料、半成品的可变现净值； 2) 产成品：对于库龄 4 年以上的产成品，说明产品存在销路不佳的情况，认定为不存在相应价值，全额计提存货跌价准备；2-3 年和 3-4 年的库存商品，有订单的，按照订单价格进行测试，无订单的，按照二等品价格、合格品价格和同类产品订单价格三者中最低的价格进行测试并计提跌价准备；对于 1 年以内的和 1-2 年的库存商品，有订单的，按照订单价格进行测试，无订单的，按照合格品价格进行测试并计提跌价准备。

由上表可以看出，公司与同行业可比公司存货跌价准备计提政策均为成本与可变现净值孰低法，不存在差异。

2、公司与同行业可比公司存货跌价准备对比情况

项目	2024. 12. 31	2023.12.31	2022.12.31
ST 先锋	未公布	20.38%	20.18%
西大门	未公布	5.69%	5.17%
玉马科技	未公布	2.15%	1.77%

项目	2024. 12. 31	2023.12.31	2022.12.31
同行业公司平均值	-	9.41%	9.04%
剔除 ST 先锋影响后平均值	-	3.92%	3.47%
公司	9.80%	8.61%	5.70%

ST 先锋于 2011 年 1 月上市，时间较早，其发展过程中因自身业务需要，涉及多领域发展，同时其遮阳成品占比逐年增高，所以综合导致其存货跌价准备计提比例较高。西大门和玉马科技分别于 2020 年 12 月和 2021 年 5 月上市，主要从事遮阳面料的生产和销售，与公司的产品和业务具有高度一致性，剔除 ST 先锋影响因素后，同行业可比公司存货跌价准备计提比例平均值分别为 3.47%、3.92%和 4.29%，公司存货跌价准备计提比例高于该比例。

（二）说明发行人目前对库存商品的跌价计提政策是否符合行业惯例，有无订单支持存货跌价计提的考量因素，相关跌价计提是否充分

1、公司与同行业可比公司的存货跌价准备计提政策

公司与同行业可比公司的存货跌价准备计提政策均为成本与可变现净值孰低法，计提政策一致，符合行业惯例。

西大门对库存商品的可变现净值规定为“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。”

玉马科技对库存商品的可变现净值规定为“产成品、商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，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。”

公司对库存商品的可变现净值规定为“可变现净值按正常经营过程中，估计售价减去估计至完工成本及销售所必需的估计费用后的价值确定。为执行销售合同或劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算。”

公司与同行业可比公司的可变现净值计算方法保持一致。

2、有无订单支持存货跌价计提的考量因素

公司结合自身情况，将库龄、保管状态、历史销售折扣情况及预计未来销售情况等因素加入存货跌价准备计提政策中。

对于 1 年以内和 1-2 年的库存商品，有订单的，按照订单价格进行测试，无订单的，按照合格品价格进行测试并计提跌价准备；2-3 年和 3-4 年的库存商品，有订单的，按照订单价格进行测试，无订单的，按照二等品价格、合格品价格和同类产品订单价格三者中最低的价格进行测试并计提跌价准备。

公司在计提存货跌价准备时已充分考虑有无订单支持的因素。

3、相关跌价计提是否充分

综上所述，公司存货跌价准备计提政策符合行业惯例，并将有无订单支持作为存货跌价计提的考量因素，且存货跌价计提比例高于剔除 ST 先锋影响后行业平均值，公司存货跌价准备计提充分。

三、说明发行人存货各期末在不同仓库的实际存放情况，相关存货存放于供应商仓库、境外仓库的具体背景、管理模式等，各期末对境外等仓库存货的盘点核查情况等

（一）发行人存货各期末在不同仓库的实际存放情况

1、2024 年 12 月 31 日

单位：万元

存货项目	账面余额	厂区仓库金额	DSV 仓库金额	供应商仓库金额
原材料	1,297.59	1,297.59	-	-
在产品	337.51	337.51	-	-
库存商品	1,806.71	1,655.01	151.70	-
发出商品	271.96	-	-	-
半成品	261.84	261.84	-	-
合计	3,975.61	3,551.95	151.70	-

2、2023 年 12 月 31 日

单位：万元

存货项目	账面余额	厂区仓库金额	DI 仓库金额	供应商仓库金额
原材料	1,396.41	1,396.41	-	-
在产品	388.92	388.92	-	-
库存商品	2,143.77	2,142.52	1.25	-
发出商品	370.21	-	-	-
半成品	351.08	351.08	-	-
合计	4,650.40	4,278.93	1.25	-

3、2022 年 12 月 31 日

单位：万元

存货项目	账面余额	厂区仓库金额	DI 仓库金额	供应商仓库金额
原材料	1,662.46	1,662.46	-	-
在产品	297.11	297.11	-	-
库存商品	2,647.55	2,613.36	5.03	29.16
发出商品	282.25	-	-	-
半成品	379.17	379.17	-	-
合计	5,268.55	4,952.10	5.03	29.16

报告期各期末，公司存货主要存放于厂区内，金额占比分别为 93.99%、92.01%和 **89.34%**，境外仓库和供应商仓库存放库存商品较少。

（二）相关存货存放于供应商仓库、境外仓库的具体背景、管理模式

1、供应商仓库

2022 年，为促进华东地区市场开拓，经公司华东地区销售业务人员申请，公司与宜兴晟阳签订协议，将少量热销产品运至宜兴晟阳仓库，以备及时出货。2023 年，因华东地区市场开拓不及预期，考虑到成本效益原则，公司决定取消该仓库，截至 2023 年末，供应商仓库余额已清零。

2、境外仓库

（1）DI 仓库

为方便及时为客户供货，应亨特建设要求，2018 年 6 月，公司与 DI Calabria Industries（以下简称“DI”）签订协议，租赁 DI 位于墨西哥的仓库，公司按照亨特建设的要求将其预订的遮阳面料存放在 DI 仓库，亨特建设下达订单后直接自 DI 仓库取货，公司根据订单和货物交付情况进行账务处理。

（2）DSV 仓库

为方便及时为客户供货，应美国春天要求，2024 年 9 月，公司与 DSV Solutions, S.A. de C.V.（以下简称“DSV”）签订协议，租赁 DSV 位于墨西哥的仓库，公司按照美国春天的要求将其预订的遮阳面料存放在 DSV 仓库，作为库存商品管理，美国春天下达订单后直接自 DSV 仓库取货，公司根据订单和货物交付情况进行账务处理。

（三）各期末对境外等仓库存货的盘点核查情况

1、供应商仓库

2023 年 6 月 13 日，宜兴晟阳仓库的存货余额为 25.64 万元，基于公司拟准备北交所 IPO 事宜，公司对存放在宜兴晟阳仓库的存货进行了盘点，申报会计师参与监盘。截至 2023 年末，供应商仓库余额已清零。

2、境外仓库

(1) DI 仓库

报告期内，申报会计师获取发行人与 DI 邮件沟通记录及第三方仓库库存数据信息，并与公司账面记录进行核对，作为境外仓库存货盘点的替代程序。核查的具体情况如下：

单位：卷、万元

截止日	境外库存		账面库存		核查比例
	数量	金额	数量	金额	
2024.6.30	-	-	-	-	-
2023.12.31	11	1.25	11	1.25	100%
2022.12.31	36	5.03	36	5.03	100%

由于亨特建设越来越多地自公司直接进口遮阳面料，境外仓库存货数量逐步减少，截至 2024 年 6 月 30 日，DI 境外仓库已无公司存货。

(2) DSV 仓库

2025 年 1 月 21 日，公司和申报会计师通过与 DSV 沟通，获取了第三方仓库库存数据信息，并于账面记录进行核对，核对无误后根据库存数据对 DSV 仓库进行了视频盘点，逐卷核对，具体核查情况如下：

单位：万码、万元

盘点日	DSV 仓库库存		账面库存		视频盘点金额		核查比例
	数量	金额	数量	金额	数量	金额	
2025.1.21	2.90	106.52	2.90	106.52	2.90	106.52	100%

(续表)

盘点日账面库存		2025.1.1-2025.1.20				2024.12.31 账面库存	
数量	金额	入库数量	金额	出库数量	金额	数量	金额
2.90	106.52	-	-	1.26	45.18	4.16	151.70

申报会计师通过对 DSV 仓库的核查，合理判断公司境外仓库存货的真实性及准确性。

【中介机构核查意见】

一、中介机构核查程序和核查结论

（一）核查程序

就上述事项，申报会计师履行了以下核查程序：

- 1、获取发行人各类存货库龄明细，复核库龄计算是否正确，结合发行人生产情况，对库龄较长的存货进行分析性复核。
- 2、获取发行人销售订单明细、销售出库明细，计算分析期后结转营业成本数量、金额等指标。
- 3、获取发行人存货跌价准备计提明细表，评估存货减值测试的合理性，并对存货跌价准备的金额进行重新计算，确认存货跌价准备是否充分、合理。
- 4、检查发行人存货跌价准备的计提政策是否符合《企业会计准则》的规定，查询同行业可比公司公开披露文件，分析发行人存货跌价准备计提的充分性。
- 5、获取发行人的存货盘点制度、盘点计划，参与盘点或执行替代程序。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

- 1、报告期内，发行人 1 年以上长库龄库存商品余额持续增加的背景系生产结余、暂缓发货和产品备货等多因素导致，发行人相关库存商品存在少量滞销的情形，不会对生产经营造成重大不利影响。
- 2、发行人对库存商品的跌价计提政策符合行业惯例，存货跌价计提的考量因素包含有无订单支持的因素，存货跌价准备计提充分。
- 3、发行人已说明存货各期末在不同仓库的实际存放情况，申报会计师已对存放于供应商仓库的库存商品执行了盘点程序，对 **DI** 仓库的存货执行了替代核查程序，对 **DSV** 仓库的存货执行了视频盘点程序，核对 **DSV** 仓库库存数据和发行人账目记录一致。

二、对各期末存货真实性的核查情况

（一）核查程序

- 1、查阅发行人存货内部控制制度，评价内部控制的完整性，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制运行的有效性。

2、分析发行人存货构成情况、库龄变动情况、产销量与存货数量匹配关系等是否存在异常变化。

3、获取发行人的存货盘点制度、盘点计划，检查发行人的盘点表、盘点报告以及盘点差异的会计处理。

4、对发行人存货执行监盘或抽盘程序，将盘点结果与账面记录核对，核查存货是否账实相符，同时盘点过程中注意观察存货状态，核查是否存在过时的、毁损和陈旧的存货。

5、分析发行人存货周转率是否存在异常波动，是否异于同行业水平。

（二）核查结论

经核查，报告期各期末，发行人存货具有真实性。

三、对长库龄库存商品跌价准备计提充分性的核查情况

（一）核查程序

1、获取发行人各类存货库龄明细，复核库龄计算是否正确；

2、结合发行人生产情况，对长库龄的存货进行分析性复核；

3、结合发行人期后销售情况，分析长库龄的存货是否存在滞销风险，核实发行人长库龄库存商品跌价准备计提是否充分。

（二）核查结论

经核查，发行人长库龄库存商品跌价准备计提充分。

问题 4. 研发费用核算准确性

根据申请文件及问询回复，（1）报告期各期发行人研发费用分别为 954.07 万元、785.61 万元、871.34 万元及 423.14 万元，研发费用率分别为 5.59%、4.53%、4.70%和 3.89%，高于可比公司。（2）发行人研发费用主要为职工薪酬，各期占比接近 70%，显著高于玉马遮阳、西大门等直接可比公司。发行人目前研发人员 71 人，占比 24.15%，报告期内存在兼职研发人员的情况，研发人员平均薪酬显著低于公司平均薪酬水平。（3）发行人报告期内存在研发成品直接对外销售的情况，各期形成收入 342.13 万元、150.16 万元、104.08 万元及 22.33 万元，经对比发行人研发试制形成的产品毛利率高于正常产品毛利率，发行人未归集研发试制所耗用的制造费用。

请发行人：（1）说明各期研发人员的核算范围、工作内容、人员数量及变动情况，研发人员的学历分布情况，相关学历是否能胜任对应的研发工作，主要研发人员的从业履历、报告期内主要从事的研发活动及相关成果；说明报告期内关于研发工时的内控制度及实际执行情况，研发人员是否兼职从事其他非研发工作，是否存在其他非研发人员从事研发活动的情况，相关人员的工时、薪酬如何核算。（2）说明报告期内研发人员薪酬低于公司平均水平的商业合理性，是否符合行业惯例；进一步对比说明研发人员薪酬占比显著高于行业可比公司的商业合理性，研发人员及薪酬核算是否真实准确。（3）说明研发领用材料的最终去处及相关会计处理，是否符合会计准则的规定；说明研发试制形成产品具体类型、金额及占比，相关产品成本入账价值的核算方式，未归集制造费用等相关成本是否符合企业会计准则的相关规定；进一步说明研发试制形成产品的销售定价方式，对比与同类正常产品销售价格、成本及毛利率情况，说明研发试制形成产品销售毛利率较高的合理性，相关成本归集及研发费用的核算是否准确。（4）列表说明报告期内的主要研发项目及费用构成情况，费用及构成是否与相关项目的研发活动相符。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见，说明对发行人研发活动相关内控有效性、研发人员认定准确性、各类从事研发活动人员薪酬核算准确性、研发试制形成产品成本核算准确性等的具体核查程序、覆盖比例，就报告期内研发费用真实完整性发表明确意见，并提供关于研发费用核算相关的工作底稿。

【发行人说明】

一、说明各期研发人员的核算范围、工作内容、人员数量及变动情况，研发人员的学历分布情况，相关学历是否能胜任对应的研发工作，主要研发人员的从业履历、报告期内主要从事的研发活动及相关成果；说明报告期内关于研发工时的内控制度及实际执行情况，研发人员是否兼职从事其他非研发工作，是否存在其他非研发人员从事研发活动的情况，相关人员的工时、薪酬如何核算

（一）各期研发人员的核算范围、工作内容、人员数量及变动情况

1、研发人员核算范围

报告期内，公司研发人员的核算范围按照岗位和从事的研发活动的性质进行划分。公司的研发机构为研发部，研发部任职人员为专职研发人员；公司研发项目主要为客户定制新产品研发，研发过程中需要公司主要生产线的骨干人员参与研发活动，该类人员为兼职研发人员。

报告期内，公司高级管理人员王朝明、郭仁志和宋学军兼顾一部分研发职能，相关人员费用按照工时在管理费用和研发费用间进行分摊。

2、研发人员工作内容

报告期内研发人员参与研发项目的具体工作内容如下：

序号	岗位	工作内容
1	专职研发人员	主要负责公司新产品研发和生产线改造的分析、论证、立项、组织、协调和反馈，负责原材料的筛选和生产工艺的选择，以及制定研发产品质量控制目标和检测等。
2	兼职研发人员	负责公司研发活动各工序的运行、监督和控制，就试验结果与研发部门保持及时沟通，负责组织或参与临时性的技术攻关会议，参与阶段性研发成果分析等。

3、研发人员数量及变动情况

报告期内，公司研发人员数量及变动情况如下：

研发人员	2024-12-31		2023-12-31		2022-12-31
	人数	变动	人数	变动	人数
专职研发人员	37	-2.63%	38	5.56%	36
兼职研发人员	35	2.94%	34	-8.11%	37
合计	72	-	72	-1.37%	73

报告期内，公司研发人员数量较为稳定。

（二）研发人员的学历分布情况，相关学历是否能胜任对应的研发工作

1、研发人员的学历分布情况

报告期内，公司研发人员的学历分布情况如下：

单位：人、%

学历分布	2024-12-31		2023-12-31		2022-12-31	
	人数	占比	人数	占比	人数	占比
本科及以上学历	7	9.72	8	11.11	8	10.96
专科及以下	65	90.28	64	88.89	65	89.04
合计	72	100.00	72	100.00	73	100.00

截至 2024 年 12 月 31 日，公司本科及以上学历研发人员数量为 7 人，占研发人员总数的比例为 9.72%，大专及以下学历研发人员数量为 65 人，占研发人员总数的比例为 90.28%。

2、研发人员从业年限及占比情况

截至 2024 年 12 月 31 日，公司研发人员从业年限及占比情况如下：

从业年限	人数	比例
1-5 年	10	13.88%
5-10 年	31	43.06%
10 年以上	31	43.06%
合计	72	100.00%

公司研发人员从业年限 5-10 年 31 人，占比 43.06%；从业 10 年以上人员 31 人，占比 43.06%。

公司研发人员学历较低，主要是地域条件和经济条件限制的结果。公司研发人员长期从事遮阳面料的研发、生产，具备丰富的各类别工艺技术积累，能够更好地从工艺角度解决研发中碰到的技术难题；公司研发主要为新产品研发，研发周期较长，涉及到造粒、拉丝、包覆、织造和热定型等多个环节，需要集合多人的力量，反复尝试不同的产品方案和工艺路线，研发人员丰富的实践经验能够保证公司新产品研发的顺利推进。

综上所述，公司研发人员学历较低，但普遍拥有丰富的研发实践经验，可以胜任对应的研发工作。

（三）主要研发人员的从业履历、报告期内主要从事的研发活动及相关成果

报告期内，公司主要研发人员包括王朝明、郭仁志、宋学军和杨成军，主要人员的从业履历、主要从事的研发活动和相关成果情况如下：

序号	主要人员	从业履历	主要研发活动	研发成果
1	王朝明	男，中国国籍，无境外长期或永久居留权，1967年4月出生，大专学历。1990年3月至2000年3月，任德棉股份有限公司科员；2000年3月至2003年10月，任德棉集团进出口公司业务经理；2003年10月至2017年11月，任温多利有限总经理。2017年11月至今，任温多利遮阳材料（德州）股份有限公司董事、总经理。	研发项目论证和调研；工艺路线分析和选择；研发项目立项和结项；原材料如纤维、造粒、助剂等的市场调研和选择；阶段研发试验结果分析和改进建议；参与具体研发项目；研发结果论证等。	报告期内取得 6 项发明专利和 7 项外观设计专利。
2	宋学军	男，中国国籍，无境外长期或永久居留权，1970年2月出生，研究生学历。1992年7月至2007年7月，任德棉股份有限公司车间主任；2007年7月至2017年11月，任温多利有限副总经理。2017年11月至今，任温多利遮阳材料（德州）股份有限公司副总经理。		
3	郭仁志	男，中国国籍，无境外长期或永久居留权，1971年4月出生，中专学历。1991年9月至1999年5月，任德州恒丰纺织有限公司织布车间技术员；1999年5月至2004年5月，任德棉集团有限公司企业发展部科长；2004年5月至2017年11月，任温多利有限副总经理。2017年11月至今，任温多利遮阳材料（德州）股份有限公司副总经理。		报告期内取得 5 项发明专利和 7 项外观设计专利。
4	杨成军	男，中国国籍，无境外长期或永久居留权，1973年3月出生，初中学历。1988年12月至2004年5月，任德棉集团有限公司职工；2004年5月至2017年11月，任温多利有限车间主任。2017年11月至2021年7月，任温多利遮阳材料（德州）股份有限公司监事；2017年11月至2022年3月，任温多利遮阳材料（德州）股份有限公司车间主任；2021年7月至今，任温多利遮阳材料（德州）股份有限公司监事会主席；2022年3月至今，任温多利遮阳材料（德州）股份有限公司研发部长。	报告期内，参与无梯遮阳面料以及无卤新型高清透景阳光面料及浸胶型低缩遮阳面料等多个研发项目的立项和研发工作。	报告期内取得 3 项实用新型专利。

（四）说明报告期内关于研发工时的内控制度及实际执行情况，研发人员是否兼职从事其他非研发工作，是否存在其他非研发人员从事研发活动的情况，相关人员的工时、薪酬如何核算

1、报告期内关于研发工时的内控制度及实际执行情况

公司制定了《研究与开发内部控制制度》《研发项目管理制度》《研发费用管理制度》等内部控制制度，明确了研发工时的内部控制，具体如下：

公司记录研发人员参与研发活动的工时，并将相应的研发人员薪酬确认为研发费用。专职研发人员的薪酬全额计入研发费用，在其参与的不同研发项目中按工时进行分配，专职研发人员参与其他非研发活动的，按照其参与研发活动的工时和参与其他非研发活动的工时将薪酬在各费用项目之间分配。兼职研发人员薪酬按研发工时计入研发费用，参与多个研发项目的，根据工时记录分配至不同项目。

公司研发部综合管理岗负责统计研发人员参与研发活动的工时，经公司研发部主任审查后，交公司人力资源部复核研发人员的考勤记录，并根据公司薪酬、绩效政策编制研发人员工资明细后提交财务部审核。公司财务部将研发人员的薪酬按照工时分配至具体研发项目，并审核研发工时、研发费用核算的真实性、完整性、准确性，相应进行账务处理。

报告期内，公司研发工时内部控制执行情况良好。

2、研发人员是否兼职从事其他非研发工作，是否存在其他非研发人员从事研发活动的情况，相关人员的工时、薪酬如何核算

（1）研发人员兼职从事其他非研发工作的工时、薪酬的核算情况

报告期内，公司研发人员中，有少量人员被公司委派从事其他工作，按照其参与研发活动的工时和参与其他非研发活动的工时将薪酬在各费用项目之间分配。

（2）管理人员从事研发活动的工时、薪酬的核算情况

报告期内，公司高级管理人员王朝明、郭仁志和宋学军兼顾一部分研发职能，相关费用按照工时在管理费用和研发费用间进行分摊。

（3）兼职研发人员从事研发活动的工时、薪酬的核算情况

公司的兼职研发人员，参与涉及工序的研发活动，如造粒、拉丝、织布、定型等，就试验结果向研发部门反馈。公司准确记录兼职研发人员参与研发的时间，并根据研发工时进行研发费用的分配，参与多个研发项目的，根据工时记录分配至不同项目。

二、说明报告期内研发人员薪酬低于公司平均水平的商业合理性，是否符合行业惯例；进一步对比说明研发人员薪酬占比显著高于行业可比公司的商业合理性，研发人员及薪酬核算是否真实准确

（一）报告期内研发人员薪酬低于公司平均水平，是否符合行业惯例

1、研发人员薪酬情况

公司员工平均薪酬包含了董事、监事和高级管理人员的薪酬，上述人员薪酬较高，剔除上述人员后，平均薪酬对比情况如下：

单位：万元、人

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
研发人员平均薪酬	8.02	8.42	8.10
剔除董事、监事、高级管理人员后的平均薪酬	10.34	9.58	9.09
专职研发人员薪酬	377.22	367.64	319.65
专职研发人员平均薪酬	10.20	9.67	8.88

报告期内，研发人员平均薪酬较为稳定，研发人员平均薪酬低于公司平均薪酬，主要系公司研发人员包括专职研发人员和兼职研发人员，由于兼职研发人员非全时参与研发活动，据此计算的研发人员平均薪酬偏低。另外，公司 2022 年对研发部进行了改革和调整，年中增加了 5 名专职研发人员，导致该年度平均薪酬低于公司平均薪酬较多。

2、同行业可比公司研发人员薪酬情况

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	研发薪酬	公司平均工资	研发薪酬	公司平均工资	研发薪酬	公司平均工资
ST 先锋	未公布	未公布	15.62	10.63	7.23	10.44
玉马科技	未公布	未公布	5.48	8.53	3.99	7.94
西大门	未公布	未公布	12.82	10.98	12.42	10.00
可比公司平均值	-	-	11.31	10.05	7.88	9.46
温多利	8.02	11.35	8.42	10.69	8.10	10.16

注：2022 年度-2023 年度，ST 先锋的研发人员数量分别为 45 人和 24 人，玉马科技的研发人员数量分别为 166 人和 110 人，研发人员数量变动较大，导致其研发人员薪酬较大幅度波动。

根据上表可知，同行业可比公司因人员结构、地域经济和公司规模等因素的影响，研发人员平均薪酬有所差异。

综上所述，报告期内公司研发人员薪酬低于公司平均水平具有商业合理性，符合行业惯例。

（二）研发人员薪酬占比显著高于行业可比公司的说明

公司以新产品研发为导向，需要研发人员更多的参与，反复地研究、论证，寻找最佳的材料解决方案，同时，公司需要维持较大的新产品开发团队以及时响应大客户产品定制需求，从而导致公司研发人员薪酬占比较高，具体分析如下：

1、公司研发主要为新产品研发，无遮阳成品等的研发

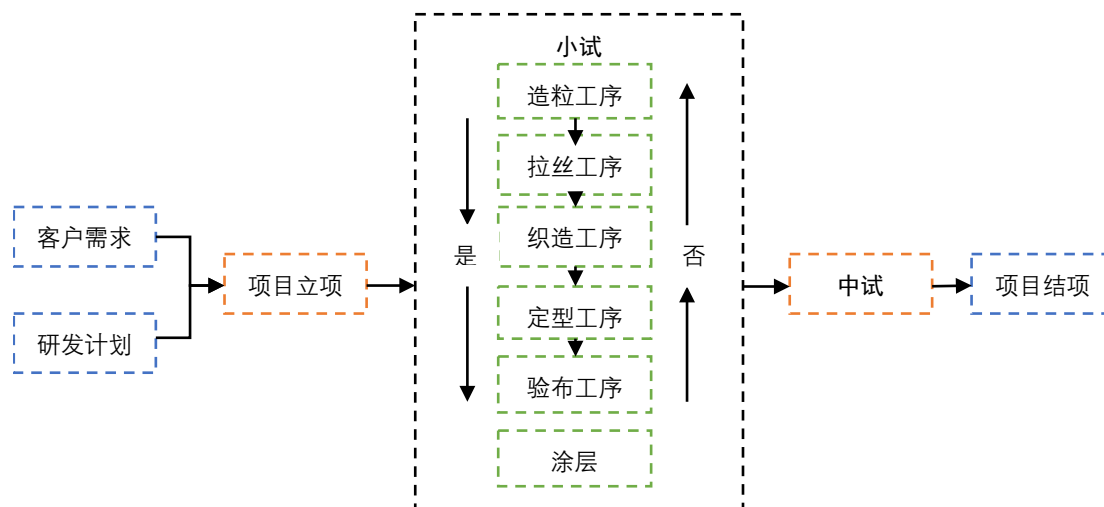
（1）公司的研发主要为新产品研发

公司研发主要为新产品研发，研发项目来源包括以下三个方面：（1）公司客户提出产品升级要求；（2）公司客户提出新产品采购需求；（3）公司根据市场预测提出新产品开发计划。

公司研发项目主要来源于客户，特别是大客户的新产品定制需求。不同于一般产品的研发，公司的研发活动涵盖造粒、拉丝、织造、涂层、定型等多个工序，研发周期相对较长，因此人工薪酬占比较高，材料用量则因项目不同、阶段不同而有所变化。

以无锑遮阳面料的研发为例，首先，研发人员需要在市场上找到不含锑的阻燃剂，同时，美国市场共有 11 种阻燃剂是受到地方法规限制的，研发人员需要在所有可能的阻燃剂中进行选择；其次，修改公司原有造粒配方，造粒车间造粒，检测是否合格，不合格的返回重新造粒或重新寻找合格阻燃剂；再次，根据新阻燃工艺依次修改拉丝、织造、定型等的工艺，不断进行试验、反馈，生产小样；第四，小样公司测试合格后，交客户进行确认，客户确认后进入中试阶段；第五，依次制作样布、样卷交客户测试，特定产品，客户还需制作成品进行较长时间的试验。在完成一种无锑产品的研发后，依次进行第二、第三等后续系列产品的研发，形成公司无锑遮阳面料的产品体系。

公司研发流程如下：



（2）公司不生产遮阳成品，较少涉及到遮阳面料产成品的大量研发领用，因此，公司研发活动的材料占比相对较少。

2、大客户定制业务需求活跃，公司相应增加研发人员保障产品研发

报告期内，公司大客户产品开发需求旺盛，美国春天、优莱澳洲、Mermet、Inpro 和 Louver 等将更多产品交公司研发，为保证客户供应稳定，避免因研发不力导致客户丢失，自 2022 年起，公司持续加大了研发投入的力度，专职研发人员数量逐步增长并趋于稳定。

3、公司研发设备规模较小，折旧、摊销占比较低

与同行业可比公司相比，公司总体资产规模较小，研发专用的仪器、设备比重较小，相关的折旧、摊销金额占比较低。

综合上述因素，在公司研发费用构成中，职工薪酬比例相对较高，材料、折旧、摊销比例相对较低具备商业合理性。

（三）研发人员及薪酬核算是否真实准确

公司已制定了与工时统计、成本核算相关的内部控制制度，并得到了有效执行，研发人员及薪酬核算真实准确。

三、说明研发领用材料的最终去处及相关会计处理，是否符合会计准则的规定；说明研发试制形成产品具体类型、金额及占比，相关产品成本入账价值的核算方式，未归集制造费用等相关成本是否符合企业会计准则的相关规定；进一步说明研发试制形成产品的销售定价方式，对比与同类正常产品

销售价格、成本及毛利率情况，说明研发试制形成产品销售毛利率较高的合理性，相关成本归集及研发费用的核算是否准确

（一）说明研发领用材料的最终去处及相关会计处理，是否符合会计准则的规定

报告期内，公司研发费用中材料金额相对较少，公司研发材料根据研发项目实际需求领用，最终去向主要包括研发试制形成产品销售、形成送检样品或留存测试样品、形成研发废料及合理损耗等，具体情况及相关会计处理如下：

序号	研发领料去向	去向说明	相关会计处理
1	研发领料	根据研发项目需求，领用材料，体现为当期研发费用	计入研发费用
2	研发试制形成产品销售	部分研发形成的产品具有使用价值，该部分产品对外销售，实现销售收入	该项收入对应的材料、人工等成本冲减研发费用，并作为营业成本进行结转
3	形成送检样品或留存测试样品	研发出一部分未知性能的送检样品，公司进行外观以及性能的相关试验；部分样品无销售价值，留存研发部门用于后续测试	后续不做会计处理
4	形成研发废料及合理损耗	研发废料公司报废处理，不产生废品销售收入	后续不做会计处理

领用材料的最终去处明细如下：

单位：万元

期间	研发领料金额	形成产品结转成本		形成留存测试样品及研发废料等	
		金额	占比	金额	占比
2024 年度	257.82	26.35	10.22%	231.47	89.78%
2023 年度	212.51	32.47	15.28%	180.04	84.72%
2022 年度	147.85	51.25	34.66%	96.60	65.34%

1、研发试制形成产品，用于对外销售

公司对研发试制形成的产品检测后，根据产品技术指标和用途判断能否销售，经过小试、中试，试制成功的遮阳面料产品，研发部门将相应遮阳面料交至研发品库，根据相关数量入库备查登记。应客户要求进行试验的，相关面料在后续订单下达后销售给对应的客户；公司自主启动研发的，相关产品由销售部门组织销售。实现销售时确认收入，该项收入对应的材料、人工等成本冲减研发费用，并作为营业成本进行结转。

2、形成送检样品或留存测试样品

公司研发出一部分未知性能的送检样品，公司进行外观以及性能的相关试验；部分样品无销售价值，留存研发部门用于后续测试或研发人员学习参考，该部分样品，后续不进行会计处理。

3、形成研发废料及合理损耗

因研发结果本身具有一定的不确定性，在配方反复调整、优化工艺参数等过程中产生的部分试制品不符合预期性能标准，无法对外送样或销售，测试过程中会产生无法回收的废料，形成研发材料的合理损耗。公司研发试制品一旦生产加工后如果形成不合格品回收利用价值较低，报告期内研发相关废料未产生废料销售收入，后续未进行相关会计处理。合理损耗的材料在研发材料领用时直接归集至研发费用，后续不进行相关会计处理。

综上，公司研发领料的最终去向清晰，相关会计处理符合《企业会计准则》的相关规定。

（二）说明研发试制形成产品具体类型、金额及占比，相关产品成本入账价值的核算方式，未归集制造费用等相关成本是否符合企业会计准则的相关规定

1、研发试制形成产品具体类型、金额及占比

报告期内，公司研发试制形成的产品具体类型、金额及占比情况如下：

单位：万元、%

类别	类别	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
阳光面料	聚酯阳光面料	32.06	58.45	30.16	28.97	43.44	28.93
	TPO 阳光面料	5.88	10.72	36.41	34.98	73.55	48.98
	玻纤阳光面料	3.80	6.93	7.17	6.89	5.15	3.43
	合计	41.75	76.10	73.74	70.84	122.14	81.33
涂层面料	清漆涂层面料	2.98	5.43	1.53	1.47	0.12	0.08
	直涂涂层面料	4.34	7.91	6.95	6.68	1.93	1.29
	发泡涂层面料	5.79	10.56	21.86	21.00	25.98	17.30
	合计	13.11	23.90	30.35	29.16	28.03	18.67

2、相关产品成本入账价值的核算方式

研发试制品作为企业研发过程中的产物，能否研制成功及研制成功后能否实现销售以及售价均存在高度不确定性，只有预计后续能够实现销售带来经济利益，且实际投入成本能够可靠计量的情况下，可确认为存货并在各期末进行存货跌价测试。

公司的研发试制品经过小试、中试，试制成功的遮阳面料产品，期后能否实现销售以及售价多少均存在高度不确定性，预计后续能够实现销售带来经济利益存在不确定性，如期末将研发试制品全部确认为存货，存在虚增公司资产的嫌疑。公司综合考虑研发试制产品的生产及销售特点、历史研发产品销售转化率情况，基于行业的研发特征，在遵循会计信息可靠性和谨慎性的基础上综合判断，无法满足将公司研发试制品期末直接确认存货的上述条件。基于谨慎性原则，公司研发试制品期末不确认为存货，会计处理采用研发产品入库备查登记，实现销售时确认收入、冲减研发并结转成本的方式。

3、未归集制造费用等相关成本是否符合企业会计准则的相关规定

根据国家税务总局发布研发费用加计扣除政策执行指引(2.0 版)之“四、研发费用加计扣除政策的主要内容/（三）冲减研发费用的特殊情况/2. 研发活动直接形成产品或作为组成部分形成的产品对外销售的特殊处理”的规定：生产单机、单品的企业，研发活动直接形成产品或作为组成部分形成的产品对外销售，产品所耗用的料、工、费全部计入研发费用加计扣除不符合政策鼓励本意。考虑到材料费用占比较大且易于计量，企业研发活动直接形成产品或作为组成部分形成的产品对外销售的，研发费用中对应的材料费用不得加计扣除。产品销售与对应的材料费用发生在不同纳税年度且材料费用已计入研发费用的，可在销售当年以对应的材料费用发生额直接冲减当年的研发费用，不足冲减的，结转以后年度继续冲减。

公司研发投入按照研发项目归集，研发仅少部分试制品形成可供销售的产品，研发形成的对外销售的产品难以准确分配制造费用，公司根据企业自身情况并依据上述规定，在归集研发过程中产出产品对应的成本时，未归集销售产品相匹配的制造费用。

（三）进一步说明研发试制形成产品的销售定价方式，对比与同类正常产品销售价格、成本及毛利率情况，说明研发试制形成产品销售毛利率较高的合理性，相关成本归集及研发费用的核算是否准确

1、进一步说明研发试制形成产品的销售定价方式，对比与同类正常产品销售价格、成本及毛利率情况，说明研发试制形成产品销售毛利率较高的合理性

（1）研发试制产品销售定价方式

研发试制产品，公司根据研发客户的情况，以及研发过程中的支出情况与客户协商确定销售价格。没有研发客户或研发客户未下达订单的，公司向其他客户推销。

（2）研发试制品与同类正常产品销售价格、成本及毛利率对比情况

报告期内，公司研发试制产品与公司同类正常（主营业务）产品销售情况对比如下：

1）阳光面料

单位：元/平方米，%

类别	项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
		主营业务	研发产品	主营业务	研发产品	主营业务	研发产品
聚酯阳光面料	单位价格	19.25	14.51	20.41	18.93	19.92	18.27
	单位成本	12.60	9.31	13.11	10.14	13.89	9.48
	毛利率	34.55	35.84	35.77	46.45	30.26	48.11
TPO 阳光面料	单位价格	50.46	10.39	55.10	69.12	48.32	40.94
	单位成本	14.49	6.38	15.71	13.66	16.39	10.99
	毛利率	71.28	38.57	71.48	80.23	66.08	73.16
玻纤阳光面料	单位价格	26.84	17.32	27.60	23.32	27.90	24.22
	单位成本	17.77	11.54	16.04	13.49	19.21	14.42
	毛利率	33.79	33.39	41.88	42.14	31.17	40.47

2）涂层面料

单位：元/平方米，%

类别	项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
		主营业务	研发产品	主营业务	研发产品	主营业务	研发产品
清漆涂层面料	单位价格	11.81	13.49	10.50	19.33	5.20	5.24
	单位成本	8.19	10.68	6.32	12.25	2.83	5.89
	毛利率	30.62	20.84	39.86	36.62	45.70	-12.41
直涂涂层面料	单位价格	17.76	17.85	18.64	17.84	17.24	12.09
	单位成本	10.91	12.23	12.08	8.72	10.99	7.43
	毛利率	38.57	31.47	35.23	51.12	36.49	38.56
发泡涂层面料	单位价格	24.33	15.60	25.60	30.77	23.41	22.86
	单位成本	15.79	8.54	16.95	16.32	18.45	16.01
	毛利率	35.10	45.21	33.79	46.95	21.15	29.97

(3) 研发试制形成产品销售毛利率较高的合理性

总体来看，因销售定价方式相似，一般情况下，公司研发试制产品价格与同类正常（主营业务）产品价格较为接近，而研发试制产品成本则因不含制造费用，因此通常其单位成本要低于同类主营产品（报告期内主营产品制造费用在成本中占比在 25%左右），从而导致研发试制形成产品销售毛利率较高，具体情况如下：

1) 阳光面料

① 聚酯阳光面料

聚酯阳光面料是公司的主要产品，来源于客户的新产品研发和功能性升级研发较多，包括为 Inpro 研发的 EB6648，为 Rainbow 研发的 EB4850、为美国春天研发的 EB4848S 等等。报告期内，公司研发试制产品中聚酯阳光面料的销售占比分别为 28.93%、28.97%和 **58.45%**，对研发试制品毛利率影响较大。

2022 年度至 2023 年度，研发试制品销售价格稍低于主营产品单位价格，不存在太大差异，而单位成本则因不含制造费用均低于主营产品，从而导致毛利率较高。2024 年度，研发试制品国内销售较多，内销聚酯阳光产品单位价格普遍较低，导致本期研发试制品单位价格大幅低于主营产品。

② TPO 阳光面料

报告期内，公司研发试制产品中 TPO 阳光面料销售占比分别为 48.98%、34.98%和 **10.72%**，对研发试制品毛利率影响较大。

TPO 是为美国春天研发的产品，公司在研发成功后，2019 年 9 月-2020 年 8 月对 TPO 的工艺和配方进行了持续地优化，优化过程中产生的符合美国春天质量要求的面料，公司陆续出售给美国春天。同时，公司也在国内市场销售了部分未达到 NFPA701 阻燃标准的 TPO 产品，受这部分产品影响，导致单位价格波动较大。

选取同期公司销售给美国春天的主营产品比较如下：

单位：元/平方米

类别	项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
单位价格	主营产品	51.64	51.41	48.99
	研发试制品	50.12	50.56	49.32
单位成本	主营产品	14.51	15.74	16.54
	研发试制品	10.59	10.97	12.14
毛利率	主营产品	71.89%	69.37%	66.24%
	研发试制品	78.87%	78.30%	75.39%

报告期内，公司销售给美国春天的研发试制 TPO 阳光面料与主营产品单位价格差异不大，因单位成本较低，导致毛利率高于主营产品。

2024 年度，TPO 阳光面料销往广东优耐等境内客户比例较高，销售单价较低，故毛利率低于主营产品较多。

③玻纤阳光面料

报告期内，公司研发试制品中玻纤阳光面料的销售占比分别为 3.43%、6.89%和 6.93%，对研发试制品总体毛利率影响较小。玻纤阳光面料主要是为佛山汉锐、广东优耐、丽丝迪等研发的玻纤防风卷帘。

2022 年度至 2023 年度研发试制品单位价格与主营产品差别不大，因单位成本较低，导致销售毛利率较高。2024 年度，公司主要研发试制品国内销售较多，销售价格较低，导致本期研发试制产品毛利率较低。

2) 涂层面料

①清漆涂层面料

报告期内，公司研发试制品中清漆涂层销售占比分别为 0.08%、1.47%和 5.43%，对研发试制品总体毛利率影响较小。

2023 年，公司为 MATERIALISED LTD 研发了 Cadenza LF non FR，因成本较高，故试制产品定价较高。

2024 年度，公司为美国春天研发了半遮光防火涂层面料 Cadenza Plus FR，研发成本较高，但产品价格较低，导致毛利率偏低。

②直涂涂层面料

报告期内，公司研发试制品中直涂涂层面料销售占比分别为 1.29%、6.68% 和 7.91%，对 2024 年度研发试制品整体销售毛利率影响较大。

2022 年度，研发试制品单位价格低于主营产品，主要为境内销售，定价较低。

2023 年度，研发试制品单位价格与主营产品差异不大，主要是为优莱澳洲研发的大提花底布发泡系列产品等。

2024 年度，销往北京亚美特窗饰技术有限公司 Beachview 产品和销往广东创明的 Dusk Premium 系列产品研发成本较高，导致整体单位成本较高，故研发试制产品毛利率较低。

③发泡涂层面料

报告期内，公司研发试制品中发泡涂层面料的销售占比分别为 17.30%、21.00%和 10.56%，对研发试制品销售毛利率影响较大。

2022 年，研发试制品单位价格与主营产品相差不大。

2023 年，研发试制品单价较高，主要是为迪文窗饰研发的 EB392608286CA FR Black Grey 价格较高所致。

2024 年度，研发试制品单位价格低于主营产品，主要系向国内客户的销售价格较低所致。

综上所述，报告期内，公司研发试制品形成的产品销售占比不高，公司根据研发客户的情况，以及研发过程中的支出情况与客户协商确定销售价格，在成本归集方面，公司已根据企业会计准则合理归集了研发试制品的成本，研发试制品销售毛利率较高具有合理性。

2、相关成本归集及研发费用的核算是否准确

公司已按照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 2 号》相关研发活动的内控规范要求，制定并严格执行研

发相关内控制度，明确了公司研究开发支出的列支范围、标准、审批程序等内部控制流程。

报告期内，公司严格按照《企业会计准则》的规定进行账务处理，已制定相应的研发活动内部控制制度并有效执行，公司参与研发活动的人员的薪酬根据其研发工时记录在研发项目间进行分配，研发领料、试制工序严格按照公司内部控制制度执行，折旧费用分摊合理，相关会计处理符合《企业会计准则》的规定，相关内控措施可以合理保证公司研发费用核算的准确性、完整性。

四、列表说明报告期内的主要研发项目及费用构成情况，费用及构成是否与相关项目的研发活动相符

（一）报告期内的主要研发项目及费用构成情况

报告期内，公司主要研发项目费用构成情况如下：

单位：万元、%

序号	项目名称	类别	2024 年度			2023 年度			2022 年度		
			职工薪酬	材料、燃料与动力	折旧摊销与其他	职工薪酬	材料、燃料与动力	折旧摊销与其他	职工薪酬	材料、燃料与动力	折旧摊销与其他
1	可降解遮阳面料的研发	金额	-	-	-	-	-	-	60.38	20.16	4.71
		占比	-	-	-	-	-	-	70.83	23.65	5.52
2	一种应用于提花面料的透明涂层浆料的研发	金额	-	-	-	7.06	3.53	0.53	43.97	8.58	3.46
		占比	-	-	-	63.54	31.72	4.74	78.49	15.32	6.18
3	聚酯遮阳面料的研发	金额	-	-	-	6.98	1.51	0.22	53.90	9.98	3.54
		占比	-	-	-	80.17	17.33	2.50	79.94	14.80	5.26
4	防蚊虫面料及其生产工艺的研发	金额	-	-	-	12.20	1.09	0.68	47.05	8.19	3.28
		占比	-	-	-	87.33	7.81	4.86	80.41	13.99	5.60
5	生物型增塑遮阳面料的研发	金额	48.38	14.70	2.12	110.72	34.37	5.63	81.22	21.70	5.18
		占比	74.20	22.55	3.25	73.46	22.80	3.74	75.13	20.07	4.79
6	不含重金属的环保型复合遮阳面料的研发	金额	-	-	-	53.89	14.81	2.56	88.05	40.92	11.17
		占比	-	-	-	75.62	20.78	3.60	62.83	29.20	7.97
7	玻璃纤维浸胶工艺制备遮阳面料的研发	金额	-	-	-	-	-	-	52.68	13.36	2.12
		占比	-	-	-	-	-	-	77.29	19.60	3.11
8	多尼尔织机挡纱钩改进技术的研发	金额	-	-	-	-	-	-	58.38	7.45	0.71
		占比	-	-	-	-	-	-	87.73	11.20	1.07

序号	项目名称	类别	2024 年度			2023 年度			2022 年度		
			职工薪酬	材料、燃料与动力	折旧摊销与其他	职工薪酬	材料、燃料与动力	折旧摊销与其他	职工薪酬	材料、燃料与动力	折旧摊销与其他
9	经纱绞线分绞器装置的研发	金额	-	-	-	-	-	-	56.30	4.23	0.86
		占比	-	-	-	-	-	-	91.71	6.88	1.41
10	可焊接全遮光防风卷帘面料的研发	金额	-	-	-	35.40	27.52	3.47	12.14	2.79	0.73
		占比	-	-	-	53.32	41.45	5.23	77.56	17.81	4.64
11	立体提花遮阳面料的研发	金额	35.96	12.41	2.50	50.21	22.83	11.02	8.97	1.06	0.66
		占比	70.69	24.39	4.92	59.73	27.16	13.11	83.89	9.90	6.21
12	小提花半遮光面料的研发	金额	-	-	-	78.84	35.45	4.53	19.12	10.87	0.82
		占比	-	-	-	66.36	29.83	3.81	62.06	35.29	2.65
13	无绗遮阳面料的研发	金额	54.98	34.29	7.21	98.26	45.08	6.98	8.98	7.55	0.41
		占比	56.98	35.54	7.47	65.37	29.99	4.64	53.01	44.55	2.44
14	无卤新型高清透景阳光面料的研发	金额	69.80	12.57	1.19	10.91	1.98	0.72	-	-	-
		占比	83.53	15.04	1.43	80.20	14.53	5.27	-	-	-
15	非涂层全遮光面料的研发	金额	69.45	35.19	1.80	10.89	4.38	1.03	-	-	-
		占比	65.25	33.06	1.69	66.80	26.86	6.34	-	-	-
16	不含重金属的阻燃遮阳面料的研发	金额	28.69	29.43	6.62	53.89	14.81	2.56	-	-	-
		占比	44.32	45.46	10.22	75.62	20.78	3.60	-	-	-
17		金额	68.88	2.21	0.82	10.85	3.29	0.70	-	-	-

序号	项目名称	类别	2024 年度			2023 年度			2022 年度		
			职工薪酬	材料、燃料与动力	折旧摊销与其他	职工薪酬	材料、燃料与动力	折旧摊销与其他	职工薪酬	材料、燃料与动力	折旧摊销与其他
	聚酯纤维与低熔点丝复合的高阻燃遮阳面料的研发	占比	95.78	3.07	1.14	73.11	22.15	4.75	-	-	-
18	新型大提花遮阳面料的研发	金额	26.85	14.91	5.20	7.11	2.02	0.87	-	-	-
		占比	57.16	31.76	11.08	71.10	20.17	8.73	-	-	-
19	浸胶型低缩遮阳面料的研发	金额	65.80	9.85	3.50	7.60	0.97	0.09	-	-	-
		占比	83.14	12.44	4.42	87.73	11.23	1.05	-	-	-
20	低收缩防风遮阳面料的研发	金额	29.26	86.01	9.42	-	-	-	-	-	-
		占比	23.46	68.98	7.56	-	-	-	-	-	-
合计		金额	498.03	251.57	40.39	554.83	213.64	41.60	591.31	156.84	37.46

注：主要研发项目选取报告期累计投入超过 50 万的研发项目。

公司根据客户需求及市场变化确立研发项目，组织研发立项等。报告期内研发项目因研发阶段不同，投入研发人员、研发材料有所差异，故研发项目费用构成有所不同。

（二）主要研发项目费用及构成与相关项目的研发活动匹配情况

报告期内，公司主要研发项目的存续、项目进展及研发成果转化等情况具体如下：

序号	项目名称	项目时间	项目进展	成果转化情况	备注
1	可降解遮阳面料的研发	2020 年 9 月至 2022 年 12 月	已结项	1 项发明专利	该项目为北京化工大学联合研发项目，初期材料投入较多，后期人工投入较多。

序号	项目名称	项目时间	项目进展	成果转化情况	备注
2	一种应用于提花面料的透明涂层浆料的研发	2020 年 11 月至 2023 年 4 月	已结项	-	为客户定制研发，项目重要程度较高。2022 年项目关键技术难以解决，材料用量减少；2023 年项目取得突破，材料占比上升，已大规模应用。
3	聚酯遮阳面料的研发	2020 年 12 月至 2023 年 4 月	已结项	-	为客户定制研发，使用低熔点丝织造纯聚酯阳光面料。2022 年项目进入攻坚阶段，关键技术难以解决，人工薪酬占比较高；2023 年，项目进入结项阶段，研发项目基本完成，材料用量减少。
4	防蚊虫面料及其生产工艺的研发	2021 年 4 月至 2023 年 5 月	已结项	-	为公司自研项目 ，2022 年和 2023 年涉及关键工艺的改进，人工占比较高。
5	生物型增塑遮阳面料的研发	2021 年 7 月至 2024 年 7 月	已结项	1 项发明专利	为客户定制研发，前期投入材料较多，2022 年 至 2024 年 ，项目关键技术未得到解决，无法通过材料堆积取得进展，故材料占比下降。
6	不含重金属的环保型复合遮阳面料的研发	2021 年 7 月至 2023 年 5 月	已结项	1 项发明专利	为客户定制研发，2022 年和 2023 年涉及对关键技术的论证分析，人工占比上升，已大批量生产。
7	玻璃纤维浸胶工艺制备遮阳面料的研发	2021 年 7 月至 2022 年 9 月	已结项	-	为公司自研项目 ，2022 年项目关键技术得以解决，投入材料减少， 已取得发明专利 。
8	多尼尔织机挡纱钩改进技术的研发	2022 年 3 月至 2022 年 12 月	已结项	1 项实用新型专利	为公司自研项目 ，该研发项目更多需要研发人员在生产设备进行测试，所需材料较少。
9	经纱绞线分绞器装置的研发	2022 年 3 月至 2022 年 12 月	已结项	1 项实用新型专利	为公司自研项目 ，该研发项目更多需要研发人员在生产设备进行测试，所需材料较少。
10	可焊接全遮光防风卷帘面料的研发	2022 年 9 月至 2023 年 10 月	已结项	-	为客户定制研发，2022 年对项目进行初期市场调研、分析论证，材料占比较低；2023 年国内防风卷帘市场需求旺盛，加大了材料投入进行试验，导致材料占比上升，已大批量生产。
11	立体提花遮阳面料的研发	2022 年 10 月立项	中试阶段	-	为客户定制研发，大肚纱提花遮阳面料，主要涉及研发人员对立体花型等设计，人工薪酬占比较高。
12	小提花半遮光面料的研发	2022 年 10 月至 2023 年 10 月	已结项	-	为客户定制研发，已大批量生产。

序号	项目名称	项目时间	项目进展	成果转化情况	备注
13	无铈遮阳面料的研发	2022 年 12 月至 2024 年 8 月	已结项	1 项发明专利	为客户定制研发，项目重要程度较高，需要不断进行材料投入，调整工艺，导致材料占比较高。
14	无卤新型高清透景阳光面料的研发	2023 年 11 月至 2024 年 12 月	已结项	-	为客户定制研发，项目前期对客户样布分析论证、测试投入较多，人工占比较高。
15	非涂层全遮光面料的研发	2023 年 11 月立项	中试阶段	-	为客户定制研发，国内客户提出产品开发需求，基于公司已有产品进行研发，材料试验占比稍高。
16	不含重金属的阻燃遮阳面料的研发	2023 年 11 月立项	中试阶段	-	为客户定制研发，前期研发人员根据境外市场发展情况，寻找、测试和分析可行的阻燃剂产品，人工投入较多；进入中试阶段后，材料用量大幅提高。
17	聚酯纤维与低熔点丝复合的高阻燃遮阳面料的研发	2023 年 11 月立项	中试阶段	-	为客户定制研发，公司已具备相关织造工艺，项目难点在于寻找一种聚酯纤维纺制纱线，保证纱线具有一定的强度且收缩率较低，故人工成本较高。
18	新型大提花遮阳面料的研发	2023 年 11 月立项	中试阶段	-	为客户定制研发，根据客户要求研发特定花型和颜色的大提花产品。该项目前期需不断完善大提花的花型设计，人工占比较高，后期进行产品试制，材料用量提高。
19	浸胶型低缩遮阳面料的研发	2023 年 12 月立项	中试阶段	-	为公司自研项目，项目难点在于对浸胶配方和工艺的反复改进，因此人工占比较高。
20	低收缩防风遮阳面料的研发	2024 年 8 月立项	中试阶段	-	为客户定制化研发，主要解决防风卷帘易收缩问题，已经过市场反馈，故前期材料投入较多。

报告期内，公司的研发项目主要为客户定制化研发，其次为公司自主的项目研发，研发项目性质不同，以及研发项目所处阶段不同，研发项目各项费用也会相应变化，公司主要研发项目费用及构成与相关项目的研发活动相匹配。

【中介机构核查意见】

一、中介机构核查程序和核查结论

（一）核查程序

就上述事项，申报会计师履行了以下核查程序：

- 1、查阅公司研发相关制度文件、人员花名册，了解研发人员核算范围、工作内容，了解研发人员的学历构成和履历背景；
- 2、检查研发项目的立项申请报告、结项报告等资料，了解主要研发人员的研发活动和研发成果；
- 3、查阅研发工时内部控制制度，检查内控制度执行情况；
- 4、了解公司研发部门组织结构、各部门相应职能分工、研发与生产划分的标准、是否存在兼职研发人员、研发人员的工作内容和从事的工作情况；
- 5、获取公司人员薪酬明细，查询同行业可比公司人员薪酬，比较研发人员薪酬情况；
- 6、核查研发领料、研发试制形成产品销售、形成送检样品或留存测试样品、研发废料及合理损耗的具体情况；查阅相关企业会计准则，复核与研发领料最终去向相关的会计处理的合规性；
- 7、检查研发试制形成产品具体类型、金额及占比，相关产品成本入账价值的核算方式，复核相关成本归集是否符合企业会计准则的相关规定；
- 8、了解研发试制形成产品的销售定价方式，对比与同类正常产品销售价格、成本及毛利率情况；
- 9、获取主要研发项目台账，查阅相关专利证书，分析费用构成与研发活动的匹配性。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

- 1、发行人研发人员范围核算准确，研发人员数量变动合理，研发人员能胜任对应的研发工作；
- 2、发行人报告期研发工时内控制度执行良好；
- 3、发行人报告期研发人员薪酬低于公司平均水平具有商业合理性，符合商业惯例；

4、研发领料的最终去向及相关会计处理符合会计准则的规定，研发试制形成相关产品入账核算准确，未归集制造费用等成本符合会计准则的相关规定；

5、研发试制产品的定价方式合理，相关成本归集及研发费用的核算准确；

6、报告期主要研发项目的费用构成与相关研发活动相符。

二、对发行人研发活动相关内控有效性的核查情况

（一）核查程序

1、查阅发行人《研究与开发内部控制制度》《研发项目管理制度》《研发费用管理制度》《研发人员管理制度》等内部控制制度，了解研究开发支出的列支范围、标准、审批程序等内部控制流程，评价其设计是否有效，测试相关内部控制的运行有效性；

2、查阅发行人报告期内各研发项目的立项审批、项目验收等控制节点文件，了解研发项目预算、参与人员等，核实研发项目的真实性；

3、获取研发工时记录表、工资分摊表，复核研发工时内控有效性；

4、抽取研发费用大额凭证，确认研发费用的真实性。

（二）核查比例

1、获取了发行人全部研发项目立项、验收文件；

2、研发费用科目主要包含职工薪酬、材料、燃料及动力费用、折旧费用与摊销和其他费用，其中“职工薪酬”、“折旧费用与摊销”为固定支出，主要抽取“材料、燃料及动力费用”明细科目下原始凭证，抽凭比例如下：

抽凭比例	2024 年度	2023 年度	2022 年度
研发费用—材料、燃料及动力费用（万元）	257.82	222.32	156.84
抽凭金额（万元）	124.63	130.68	72.52
抽凭比例（%）	48.34	58.78	46.24

（三）核查结论

经核查，申报会计师认为：发行人研发活动内控有效。

三、研发人员认定准确性

（一）核查程序

1、了解研发部门岗位设置及人数情况，研发人员的认定标准及核算范围、报告期内研发人员的具体情况；

2、查阅研发人员花名册，了解研发人员部门归属情况以及研发人员的专业背景。

（二）核查比例

获取了报告期内所有月份的研发人员名单，检查研发人员认定准确性，检查比例为 100.00%。

（三）核查结论

经核查，申报会计师认为：发行人研发人员认定准确。

四、各类从事研发活动人员薪酬核算准确性

（一）核查程序

1、获取各类研发人员工时记录表、研发工资明细表，复核专职研发人员、兼职研发人员工资是否按照工时分配；

2、获取公司研发项目费用分摊表，复核各类研发人员研发薪酬是否按研发项目分摊，确认各类人员工资薪酬恰当分摊计入当月研发项目。

（二）核查比例

获取了报告期内所有月份的专职研发人员、兼职研发人员费用分摊表，与每月各类研发人员工时统计表及各期末各类研发人员名单进行交叉比对，检查比例为 100.00%。

（三）核查结论

经核查，申报会计师认为：发行人各类从事研发活动人员薪酬核算准确。

五、研发试制形成产品成本核算准确性

（一）核查程序

1、了解发行人研发试制品的成本核算方法，检查材料、人员工资的分配是否合理，结转方法是否符合《企业会计准则》的规定；

2、获取发行人研发试制产品成本计算表，复核研发试制产品成本归集情况，确认研发试制品成本核算的准确性。

（二）核查比例

获取研发试制品全部成本计算表，核查比例 100%。

（三）核查结论

经核查，申报会计师认为：发行人研发试制形成产品成本核算准确。

问题 5. 其他问题

（1）境内收入增长的合理性。

报告期内，公司境内销售收入金额分别为 2,693.26 万元、3,130.07 万元、3,583.69 万元和 1,963.39 万元，营业收入占比分别为 15.78%、18.05%、19.33%和 18.05%，境内销售收入持续增加。发行人认为主要系防风卷帘等产品受下游客户认可，销售规模增加，同期国内可比公司如 ST 先锋等业绩呈持续下滑趋势。请发行人：①说明国内销售的产品结构、客户结构（如新增及存量客户数量及收入占比，工程商及生产商等客户的数量及收入占比等），主要客户的销售情况及变动的原因及合理性。②说明国内遮阳材料产品的主要终端应用领域，相关领域的市场需求变动情况及驱动因素，主要竞争对手的业绩变动情况及原因，发行人报告期内境内收入变动趋势与可比公司差异较大的原因及合理性，是否符合建筑装饰等终端领域的市场需求变动趋势。

（2）进一步揭示关于汇率波动风险。

根据问询回复，公司主营业务收入中以美元结算的境外销售收入占比分别为 96.08%、96.87%、97.48%和 98.19%，美元汇率波动对公司主营业务毛利率具有重大影响。经测算，美元兑人民币汇率每上浮或下浮 5%，公司主营业务毛利率存在上下 2-3 个百分点的波动。请发行人：说明对汇率波动风险的应对措施及效果，期后是否仍存在因汇率波动导致的毛利率、净利润大幅波动风险，进一步揭示相应风险。

（3）境内外同类产品毛利率差异较大的合理性。

根据申请文件，各期发行人境外销售毛利率远高于境内销售毛利率，其中境内销售毛利率分别为 28.74%、24.93%、29.48%及 29.43%，发行人认为主要系消费认知、客户偏好、产品需求差异。请发行人：进一步拆分境内外聚酯阳光面料产品结构及占比，对比境内外的室内遮阳聚酯面料和防风窗帘产品性能差异（生产工艺、用料差异、开孔率等不同）、客户情况，同类细分产品市场价格及毛利率水平，说明境外聚酯面料毛利率高的合理性。

请保荐机构、申报会计师核查上述问题，说明核查程序、核查范围、证据以及核查结论，发表明确意见。

【发行人说明】

一、境内收入增长的合理性

（一）说明国内销售的产品结构、客户结构（如新增及存量客户数量及收入占比，工程商及生产商等客户的数量及收入占比等），主要客户的销售情况及变动的原因及合理性

1、境内销售的产品结构及客户结构

（1）境内销售产品结构

报告期内，公司境内销售的产品结构如下：

单位：万元

产品类别	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
阳光面料	3,402.91	86.93%	3,122.16	87.12%	2,578.65	82.38%
其中：防风卷帘面料	2,170.02	55.44%	1,644.57	45.89%	1,106.53	35.35%
其他阳光面料	1,232.88	31.50%	1,477.59	41.23%	1,472.12	47.03%
涂层面料	471.17	12.04%	402.75	11.24%	430.01	13.74%
其中：防风卷帘面料	82.42	2.11%	-	-	-	-
其他涂层面料	388.75	9.93%	402.75	11.24%	430.01	13.74%
其他	40.33	1.03%	58.78	1.64%	121.41	3.88%
防风卷帘面料合计	2,252.44	57.54%	1,644.57	45.89%	1,106.53	35.35%
总计	3,914.41	100.00%	3,583.69	100.00%	3,130.07	100.00%

由上表所示，报告期内，公司境内销售以阳光面料为主，其中防风卷帘面料销售收入及占比持续快速增长，成为公司境内销售收入大幅增长的主要原因。

（2）境内销售客户结构

报告期内，公司境内销售的客户结构如下：

单位：个、万元、%

项目	2024 年度			2023 年度			2022 年度		
	数量	销售金额	销售占比	数量	销售金额	销售占比	数量	销售金额	销售占比

客户开拓	新增客户	100	487.39	12.45	121	437.11	12.20	87	433.35	13.84
	存量客户	227	3,427.02	87.55	186	3,146.58	87.80	160	2,696.72	86.16
	合计	327	3,914.41	100.00	307	3,583.69	100.00	247	3,130.07	100.00
客户类别	工程商	237	3,579.17	91.44	252	3,448.56	96.23	220	2,993.54	95.64
	生产商	72	295.31	7.54	39	117.13	3.27	17	128.43	4.10
	分销商	18	39.93	1.02	16	18.00	0.50	10	8.10	0.26
	合计	327	3,914.41	100.00	307	3,583.69	100.00	247	3,130.07	100.00

报告期内，公司境内销售中存量客户销售金额及占比稳步增长，主要原因系公司不断加大境内市场开拓力度，提高品牌影响力，同时持续进行研发投入，提升产品品质，获得了良好的客户口碑及市场认可度，建立了较为稳定且持续的客户关系，客户粘性增加。另外，报告期内，公司境内销售中客户以工程商为主，销售占比较为稳定。

2、主要客户的销售情况及变动的原因及合理性

报告期内，公司境内主要客户销售情况如下：

单位：万元、%

客户名称	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	销售金额	变动	销售金额	变动	销售金额
佛山汉锐	350.58	6.77	328.34	20.10	273.40
广东优耐	290.86	10.23	263.87	37.16	192.37
广东创明	146.43	-18.08	178.74	-20.10	223.72
诚宝帘盟	139.07	10.37	126.00	-14.66	147.65
广东卓越智博	100.83	-41.67	172.86	-3.73	179.57
晾百年	245.09	132.33	105.49	193.51	35.94
亿斯特	150.16	99.92	75.11	-33.86	113.56

注：上表销售金额中，佛山汉锐包含佛山市雅丽帐篷有限公司、广东创明包含广东创明遮阳科技有限公司、诚宝联盟包含佛山诚宝汇盟国际贸易有限公司、晾百年包含广州市珏饰窗饰科技有限公司、亿斯特包含天津市赛尚遮阳科技有限公司和天津市赛尚智能遮阳技术有限公司。

报告期内，公司向佛山汉锐、广东优耐及晾百年的销售金额持续增长，主要原因为随着居民对户外生活品质的追求不断提升，防风卷帘市场持续升温，2022 年迎来爆发期。佛山汉锐、广东优耐作为较早进入防风卷帘市场的企业，随着市场需求的旺盛，业务量增多导致采购量快速增长。晾百年开展窗帘制造业务较晚，以高端产品定位在防风卷帘市场快速打开局面，2022 年

以来伴随着业务增长，其与公司的合作不断加深，采购量也出现快速增长的趋势。

2022 年以来，公司与诚宝帘盟的交易规模略有变动但总体交易规模稳定，主要原因系客户经营团队变动所致。**2023** 年，公司与亿斯特交易金额有所下降，主要系其生产经营布局调整，由天津转向山东所致。

公司向广东创明、广东卓越智博的销售规模 **2023** 年以来有所减少，主要原因系市场增长趋向平缓，**工程项目落地较少所致。**

综上，公司主要境内客户报告期内的采购规模变动主要受市场需求变动、客户市场布局、经营战略调整等多方面因素影响，公司与主要客户的业务合作稳定且持续，交易规模变动具有商业合理性。

（二）说明国内遮阳材料产品的主要终端应用领域，相关领域的市场需求变动情况及驱动因素，主要竞争对手的业绩变动情况及原因，发行人报告期内境内收入变动趋势与可比公司差异较大的原因及合理性，是否符合建筑装饰等终端领域的市场需求变动趋势

1、境内遮阳材料产品的主要终端应用领域，相关领域的市场需求变动情况及驱动因素

境内遮阳材料产品主要应用于商业建筑、家庭住宅等终端应用领域，以商业建筑应用领域为主。

报告期内，境内商业建筑领域及家居住宅领域的市场需求持续增长，以应用场景为例，遮阳材料产品主要用于商务办公、高档酒店、海滩、公园等商业领域以及家庭庭院、露台等家居领域。伴随着商务办公环境升级、大户型住房占比上升、改善型装修增加等因素驱动，高品质遮阳材料产品的需求有较大的提升潜力。

根据建筑遮阳材料协会官方统计，2021 年全国建筑遮阳行业总销售额约为 6,564.40 亿元，预计 2030 年可达到 11,730.00 亿元，2021 年至 2030 年年复合增长率约为 6.66%，保持稳定增长趋势。

国内功能性遮阳材料产品市场需求的主要驱动因素如下：

（1）国内功能性遮阳产品渗透率提升

伴随居民生活水平的提高和高品质居住需求的增强，功能性遮阳产品因具备光线控制、节能防晒、防霉阻燃、抗菌防污等出色性能，消费者将倾向于选择这种更具优势的遮阳产品，对传统布艺窗帘有加速替代的趋势，国内功能性遮阳产品渗透率有望快速提升。

（2）绿色环保意识增强

欧洲遮阳组织指出，采用建筑遮阳设施后，能够有效降低建筑能耗，综合节约能耗约 14%。良好的遮阳设计与产品不仅影响建筑的美观，同时也是节能的关键措施。政策层面，我国现已大力推广绿色建材，对于新建建筑和存量建筑改造均按照节能低碳标准进行。随着居民环保意识的增强，功能性遮阳产品将会迎来新一轮的发展。

（3）互联网加持，催生行业新业态

随着“互联网+”概念的提出，物联网、智能家居等正在与实体经济进行深度融合，新技术的应用使得功能性遮阳产品更加智能化和便捷化，功能性遮阳产品在“互联网思维”的加持下，将迎来更加广阔的发展空间。

2、主要竞争对手的业绩变动情况及原因，发行人报告期内境内收入变动趋势与可比公司差异较大的原因及合理性，是否符合建筑装饰等终端领域的市场需求变动趋势

报告期内，公司与同行业主要竞争对手的境内业绩变动情况如下：

单位：万元

主要竞争对手	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	销售金额	变动	销售金额	变动	销售金额
玉马科技	未公布	-	22,062.97	48.74%	14,832.76
西大门	未公布	-	20,812.16	13.40%	18,352.77
ST 先锋	未公布	-	7,497.81	-13.86%	8,704.58
平均值	未公布	-	16,790.98	20.25%	13,963.37
温多利	3,914.41	9.23%	3,583.69	14.49%	3,130.07

注：上表主要竞争对手数据来源于其各自公开披露的定期报告，其中西大门境内销售数据为主营业务收入数据。

（1）主要竞争对手的业绩变动情况及原因

报告期内，玉马科技 2023 年境内销售增长较大，主要原因为：一方面，国内市场需求保持旺盛态势，推出梦幻帘、折叠天幕等市场热销新产品；另

一方面，玉马**科技**内销渠道逐步向地级市拓展，并在长三角等地区设立了销售办事处及物流仓库，提升了供货速度。

西大门 **2022 年-2023 年保持稳定**增长，主要原因系其不断加大国内遮阳面料销售力度、推出梦幻帘等市场热销产品及遮阳成品业务增长较大所致。其中，遮阳成品业务，西大门扩大了线下直营办事处的服务范围，并有专业的销售团队和安装服务技术团队驻点。

先锋新材 **2022 年-2023 年**境内销售规模减少，主要原因系其主要客户订单量有所下降，同时扩大内销市场未取得预期进展，导致境内收入下滑。

(2) 发行人报告期内境内收入变动趋势与可比公司差异较大的原因及合理性，是否符合建筑装饰等终端领域的市场需求变动趋势

报告期内，公司境内销售收入持续增长，除 ST 先锋外，西大门及玉马**科技**境内销售收入总体均实现增长。剔除 ST 先锋影响后，公司境内收入变动趋势与其他主要竞争对手差异较小，主要原因系公司持续加大境内销售力度，积极把握市场发展方向，推出深受市场欢迎的防风卷帘等产品，从而实现了境内销售规模不断扩大。

根据建筑遮阳材料协会官方数据测算，2021 年至 2030 年全国功能性内遮阳产品销售额年复合增长率为 13.00%，外遮阳产品销售额年复合增长率为 11.04%。公司 **2022 年至 2024 年**境内销售收入的年复合增长率为 **11.83%**，与建筑遮阳行业的市场需求变动趋势基本一致。

二、进一步揭示关于汇率波动风险

(一) 说明对汇率波动风险的应对措施及效果

1、报告期内采取的应对措施及效果

报告期内，公司主要通过开展远期结售汇业务应对汇率波动的风险，采取的措施具体如下：

(1) 公司与中国银行股份有限公司签署关于中国银行间市场金融衍生产品交易的相关协议，通过其电子交易平台进行远期结售汇交易。

(2) 公司建立了外汇套期保值业务管理相关制度，加强内控管理，就结售汇操作原则、审批权限、业务管理及内部操作流程、内部风险管理等做出了明确规定，保证各项措施切实有效且能满足实际操作的需要。

(3) 重视应收账款的管理，积极催收应收账款，防止远期结售汇业务延期交割风险。

报告期内，公司开展远期结售汇业务对公司损益的影响如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
远期结售汇投资收益 (A)	-49.84	-326.29	-151.06
远期结售汇公允价值变动收益(B)	-	-8.37	166.76
影响损益金额(C=A+B)	-49.84	-334.66	15.70
利润总额(D)	4,977.28	4,324.52	3,595.68
对利润总额的影响 (E=C/D)	-1.00%	-7.74%	0.44%

报告期内，公司远期结售汇业务影响损益的金额分别为 15.70 万元、-334.66 万元和**-49.84** 万元，2023 年度以来，受人民币兑美元持续贬值影响，导致出现公允价值变动损失。

2、期后采取的应对措施

目前，公司采取及拟采取如下措施应对汇率波动风险：

首先，实时关注国际贸易局势，及时分析外汇市场波动及走势进行相关结汇策略选择。当人民币处贬值通道时，适度减少或延迟外币结汇，尽量多持有外汇头寸；当人民币处升值通道时，适度增加或加快外币结汇，尽量降低持有外汇头寸，从而合理规避汇率波动的风险。

其次，继续加强境外销售应收款项内控管理，及时催促客户按期支付，控制外销客户的回款周期，减少期末外币应收款项的余额。

最后，建立外销业务汇率波动与价格调整联动机制。公司已与美国春天签订新的《Supply Agreement》，新协议确定每年的 1 月、7 月根据美元兑人民币汇率波动情况相应调整产品价格。

(二) 期后是否仍存在因汇率波动导致的毛利率、净利润大幅波动风险，进一步揭示相应风险

公司作为出口型企业，随着境外销售规模的不断扩大，期后仍存在因汇率波动导致的毛利率及净利润波动的风险，公司在招股说明书“重大事项提示”之“四、特别风险提示”之“（五）汇率波动的风险”和“第三节 风险因素”之“一、经营风险”之“（五）汇率波动的风险”补充披露如下：

“公司生产的遮阳面料主要在境外销售，且主要以美元结算。最近几年，受世界政治、经济、气候等多种因素的影响，人民币兑美元汇率波动剧烈。公司在综合判断国际经济、贸易变动的基础上，通过购买远期结售汇合约的方式，进行必要的汇率锁定，以降低汇率波动对公司业绩的影响，但如公司对汇率波动判断错误，或特定情形下人民币兑美元持续升值，均存在导致公司当期经营业绩大幅下滑的风险。报告期内，公司经营业绩受汇率影响情况具体如下：

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
因汇率波动而产生的汇兑损益（万元）	-157.45	-208.66	-408.12
衍生金融资产在持有期间的投资收益（万元）	-49.84	-326.29	-151.06
远期结售汇协议公允价值变动收益（万元）	-	-8.37	166.76
远期结售汇合约期末金额（万美元）	-	300.00	900.00

注：汇兑损益收益以负值列示。

此外，人民币兑美元升值也会对报告期内公司产品的毛利率产生不利影响，导致公司毛利率的下降，参考报告期内汇率波动对公司的业绩影响测算，若未来美元兑人民币汇率下降 5%，公司主营业务净利润及毛利率将分别下降约 16.43%和 2.58%，对公司的经营业绩产生不利影响。

若未来因政治、经济等因素影响，美元兑人民币持续大幅度贬值或公司汇率锁定方向错误，则将会对公司的经营业绩造成不利影响。”

三、境内外同类产品毛利率差异较大的合理性

（一）进一步拆分境内外聚酯阳光面料产品结构及占比

报告期内，公司境内外聚酯阳光面料的产品结构情况如下：

单位：万元、%

区域/产品结构		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
境内	防风卷帘面料	1,878.07	65.03	1,329.29	50.98	866.09	42.10
	其他聚酯面料	1,009.88	34.97	1,278.43	49.02	1,191.11	57.90
	合计	2,887.94	100.00	2,607.72	100.00	2,057.20	100.00
境外	防风卷帘面料	-	-	-	-	-	-

	其他聚酯面料	7,631.65	100.00	8,758.55	100.00	7,523.12	100.00
	合计	7,631.65	100.00	8,758.55	100.00	7,523.12	100.00
	总计	10,519.59	100.00	11,366.26	100.00	9,580.32	100.00

报告期内，公司聚酯阳光面料包括两大类产品，一类为用于户外遮阳的防风卷帘面料，一类为用于室内遮阳的其他聚酯面料，两类产品在境内均有销售，而境外未销售防风卷帘面料，仅销售用于室内遮阳的其他聚酯面料。

防风卷帘作为境内最新流行的一种户外防风遮阳挡雨的产品，广泛应用于酒店、阳台、凉亭、阳光房等多种办公和家居领域。报告期内，公司境内防风卷帘的销售规模和销售占比总体呈现快速增长的态势，取得了良好的市场口碑。

公司境外销售的聚酯遮阳面料主要用于商业及家居的内遮阳领域，与境内客户相比，境外客户对面料的阻燃、抗菌等指标要求较高。

（二）对比境内外的室内遮阳聚酯面料和防风窗帘产品性能差异（生产工艺、用料差异、开孔率等不同）、客户情况，同类细分产品市场价格及毛利率水平，说明境外聚酯面料毛利率高的合理性

公司境内外聚酯阳光面料的对比如下：

项目		境内销售聚酯面料		境外销售聚酯面料
		防风卷帘	室内遮阳面料	室内遮阳面料
产品性能	生产工艺	基础生产工艺流程基本一致		
		色牢度要求高，拉丝包覆生产环节工艺流程控制较为复杂，品控难度更大	-	阻燃要求高，拉丝包覆生产环节塑化难度大，生产工艺要求更高
	生产用料	色牢度要求较高，G料（公司专门开发的稍低档次PVC改性颗粒）占比40%左右	G料占比40-60%之间	较少使用G料，生产用料需符合高阻燃性、高抗菌要求，成本高于境内产品
	开孔率	开孔率多为5%、10%或以上，用料相对较少，价格低	以1%、3%、5%为主，占比约80%	以1%、3%、5%为主，占比超过90%，价格高
客户要求		境内市场竞争激烈，下游客户对于价格较为敏感	境内市场竞争激烈，下游客户对于价格较为敏感	对于标准卷长度产品疵点要求更为严格，产品损耗率较高，价格高
2024年度		15.45	16.68	20.95

产品单价（元/m ² ）	2023 年度	15.72	17.01	22.05
	2022 年度	15.97	16.86	21.12
毛利率	2024 年度	21.87%	27.69%	38.59%
	2023 年度	22.69%	28.76%	38.78%
	2022 年度	18.71%	24.18%	32.56%

由上表所示，受生产工艺、生产用料、开孔率以及客户需求等方面影响，境外销售的聚酯阳光面料价格与毛利率均高于境内销售的聚酯阳光面料，而境内聚酯阳光面料中，用于户外的防风卷帘面料价格与毛利率又低于室内遮阳聚酯面料。报告期内，伴随公司境内防风卷帘面料销售比重不断提升，境内聚酯阳光面料毛利率远低于境外同类产品。

综上所述，公司境外聚酯面料在产品性能和品质要求等方面均高于境内聚酯面料，境外销售产品的附加值更高。因此，境外聚酯面料毛利率较高具有合理性。

【中介机构核查意见】

一、境内收入增长的合理性

（一）核查过程

针对上述事项，申报会计师核查过程如下：

项目	具体情况
核查范围	2022 年-2024 年 ：境内销售情况、境内主要客户销售金额变动情况、主要竞争对手境内销售情况、功能性遮阳产品终端应用市场需求变动情况
核查程序	1、查阅发行人 2022 年-2024 年 销售明细表，分析公司境内销售业务的产品结构、客户结构，了解公司境内客户的类型、数量及占比情况； 2、与发行人境内销售负责人员进行沟通，了解公司境内业务开展情况，国内销售遮阳产品终端应用情况，报告期内主要客户情况、交易规模及其变动情况； 3、查阅发行人主要境内竞争对手的定期报告及其他公开资料，了解其业绩变动情况及原因； 4、分析发行人境内销售规模变动与可比公司的差异情况，查阅发行人产品终端应用领域的市场需求情况，分析发行人境内销售规模变动与终端领域市场需求变动趋势的匹配性。
核查证据	1、 2022 年-2024 年 销售成本明细表； 2、境内主要客户访谈问卷、国家企业信用信息公示系统查询档案、官方网站查询文件； 3、主要竞争对手的定期报告及其他公开披露文件； 4、建筑遮阳材料协会发布的《建筑遮阳行业发展报告（2022）》； 5、遮阳材料行业研究报告。
核查结论	1、报告期内，境内销售在产品结构上以阳光面料为主，其中防风卷帘面料占比逐年增长，在客户结构上以存量客户及工程客户为主；

	2、报告期内，公司境内主要客户结合市场需求及自身经营状况等因素进行采购，每年向公司采购规模变动不存在异常情况； 3、公司境内销售遮阳材料产品主要应用于商务办公、高端酒店、银行等商业建筑领域。受绿色环保意识增长、消费理念升级等因素驱动，公司生产的功能性遮阳材料产品市场空间广阔； 4、公司与主要竞争对手在产品结构、经营规模、销售策略、产品定位等方面均有不同，因此境内销售规模变动幅度存在一定差异，排除 ST 先锋影响因素外，公司与主要竞争对手收入变动趋势不存在重大差异。
--	--

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

- 1、报告期内，发行人境内销售收入持续增加，主要系境内销售中防风卷帘销售金额及占比稳步增长所致；
- 2、受市场需求、市场竞争及自身经营因素影响，发行人境内主要客户采购金额的波动具有商业合理性，不存在异常情况；
- 3、除 ST 先锋外，发行人境内收入变动趋势与玉马科技、西大门的变动趋势基本一致，差异较小；
- 4、发行人境内收入变动趋势与建筑遮阳行业的市场需求变动趋势基本一致。

二、进一步揭示关于汇率波动风险

（一）核查过程

针对上述事项，申报会计师核查过程如下：

项目	具体情况
核查范围	2022 年-2024 年：美元兑人民币汇率变动情况、发行人毛利率变动情况、应对汇率变动的措施。
核查程序	1、查阅发行人金融衍生品交易的主协议、补充协议和交易平台服务协议等文件，查阅《外汇套期保值业务管理制度》等内控制度，查阅发行人与金融衍生品交易有关的三会文件； 2、取得发行人报告期内的远期结售汇合约购买及交割明细，检查相关会计处理是否符合《企业会计准则》的要求，复核发行人远期结售汇合约公允价值变动损益和投资收益； 3、查阅发行人报告期内的外币销售明细表、销售成本明细表及美元兑人民币汇率变动数据，分析美元兑人民币汇率变动情况、公司毛利率变动情况及受汇率波动影响的情况。
核查证据	1、中国人民银行发布的美元兑人民币汇率中间价数据； 2、发行人签订的《中国银行间市场金融衍生产品交易主协议》及其补充协议、《中国银行电子交易平台服务协议》； 3、发行人《外汇套期保值业务管理制度》、相关三会文件； 4、发行人远期结售汇合约购买及交割明细表、相关会计凭证； 5、发行人外币销售明细表。

核查结论	1、报告期内，发行人主要通过开展远期结售汇方式应对汇率波动的风险，远期结售汇业务影响损益的金额分别为 15.70 万元、-334.66 万元和-49.84 万元； 2、发行人期后销售区域仍以境外为主，因此仍存在因汇率波动导致的净利润及毛利率波动的风险。
------	---

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、报告期内，发行人主要通过远期结售汇、加大应收账款催收力度等措施应对汇率大幅波动带来的经营风险。发行人亦通过加强外汇市场波动及走势的研究与分析、强化境外应收账款管理、与主要境外客户建立汇率波动与产品价格调整联动机制等措施应对汇率大幅变动风险，进一步降低外汇波动对经营业绩的影响；

2、作为出口导向型企业，发行人期后仍存在因汇率波动导致的净利润及毛利率波动风险，并已在招股说明书等申报文件中进一步揭示了相应风险。

三、境内外同类产品毛利率差异较大的合理性

（一）核查过程

针对上述事项，申报会计师核查过程如下：

项目	具体情况
核查范围	2022 年-2024 年：发行人境内外销售情况、境内外聚酯面料性能情况、境内外主要客户情况。
核查程序	1、查阅发行人 2022 年-2024 年销售成本明细表，了解公司境内外聚酯阳光面料的产品结构及占比情况； 2、与发行人产品技术负责人员沟通，了解公司境内外聚酯阳光面料细分产品的产品性能差异情况； 3、与发行人境内外销售负责人员沟通，了解公司境内外主要客户情况，包括主要采购产品类别、定价方式、品控要求等； 4、分析境内外同类细分产品的毛利率影响因素及境外聚酯面料毛利率较高的合理性。
核查证据	1、 2022 年-2024 年销售成本明细表； 2、境外主要客户的中信保资信报告、访谈问卷、官方网站查询文件； 3、境内主要客户访谈问卷、国家企业信用信息公示系统查询档案、官方网站查询文件； 4、境内外主要客户销售合同。
核查结论	1、报告期内，境内外聚酯面料产品结构存在差异，境内聚酯面料包含防风卷帘面料，境外销售只有室内用聚酯面料； 2、境内外聚酯面料基础生产工艺基本一致，因不同规格产品功能性需求不同导致生产用料及开孔率存在差异； 3、境内外同类细分产品的定价原则一致，毛利率不存在异常情况。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

报告期内，发行人境内外聚酯阳光面料产品结构不同，境外聚酯面料在产品性能和品质要求等方面均高于境内聚酯面料，境外销售产品的附加值更高。因此，境外聚酯面料毛利率较高具有合理性。

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二轮审核问询函》回复的签字页。



中国注册会计师
(项目合伙人)

徐建来



中国注册会计师

胥传超



中国·北京

2025年3月28日



营业执照

统一社会信用代码

91110108089662085K

扫描市场主体身份码了解更多信息、登记、备案、许可、监管信息、体验更多应用服务。



(副本) (3-1)

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

出资人 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，出具验资报告；办理企业合并、分立、清算事宜中的审计业务，出具有关报告；税务咨询、管理咨询、会计培训；法律、法规规定的其他业务。（市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；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

主要经营场所 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



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）

首席合伙人：张先云

主任会计师：

经营场所：北京市海淀区西直门北大街甲43号1号楼13层1316-1326

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



说明

- 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》。

证书序号：0011978

发证机关：



二〇一三年十一月七日

中华人民共和国财政部制

THE CHINESE INSTITUTE OF CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS
中国注册会计师协会

年度检验登记
Annual Renewal Registration

This certificate is valid for another year after this renewal.

姓名 徐建来
Full name

性别 男
Sex

出生日期 1974-12-14
Date of birth

工作单位 中天运会计师事务所（特殊普通合伙）山东分所
Working unit

身份证号码 372801741214691
Identity card No.

1101020363411

年度检验登记
Annual Renewal Registration

This certificate is valid for another year after this renewal.

证书编号: 370800010068
No. of Certificate

批准注册协会: 山东省注册会计师协会
Authorized Institute of CPAs

发证日期: 2004 年 10 月 14 日
Date of Issuance

11

年度检验登记
Annual Renewal Registration

This certificate is valid for another year after this renewal.

2016年注册会计师年检合格专用章

2017年注册会计师年检合格专用章

2017年03月03日

1101020363411

年度检验登记
Annual Renewal Registration

This certificate is valid for another year after this renewal.

2016年注册会计师年检合格专用章

2017年注册会计师年检合格专用章

2017年03月03日

1101020363411


 THE CHINESE INSTITUTE OF CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS
 中国注册会计师协会



姓名 肾传超
Full name

性别 男
Sex

出生日期 1977-11-02
Date of birth

工作单位 中天运会计师事务所(特殊普通合
Working unit 通合伙) 山东分所

身份证号码 370303197711021252
Identity card No.

中天运会计师事务所(特殊普通合伙) 1101020365411


 年度检验合格专用章
 Annual Renewal of Registration


 2015年注册会计师年度检验合格专用章


 2014年注册会计师年度检验合格专用章

证书编号: 370900010085
 No. of Certificate

批准注册协会: 山东省注册会计师协会
 Authorized Institute of CPAs

发证日期: 2007 年 12 月 24 日
 Date of Issuance

本证书经检验合格, 继续有效一年。
 This certificate is valid for another year after this renewal.


 年度检验合格专用章
 Annual Renewal of Registration


 2017年注册会计师年度检验合格专用章

本证书经检验合格, 继续有效一年。
 This certificate is valid for another year after this renewal.


 2021年注册会计师年度检验合格专用章


 2016年注册会计师年度检验合格专用章


 年度检验合格专用章
 Annual Renewal of Registration


 2017年注册会计师年度检验合格专用章

本证书经检验合格, 继续有效一年。
 This certificate is valid for another year after this renewal.


 2021年注册会计师年度检验合格专用章


 2016年注册会计师年度检验合格专用章

注册会计师工作单位变更事项登记
 Registration of the Change of Working Unit by a CPA

同意调出
 Agree the holder to be transferred from

同意调入
 Agree the holder to be transferred to

转出协会盖章
 Stamp of the transfer-out Institute of CPAs

转入协会盖章
 Stamp of the transfer-in Institute of CPAs

转出日期: 2019 年 7 月 19 日
 Transfer-out date: 2019 年 7 月 19 日

转入日期: 2019 年 7 月 19 日
 Transfer-in date: 2019 年 7 月 19 日