

目 录

一、关于业绩持续下滑风险.....	1—48 页
-------------------	--------

关于江西盛富莱光学科技股份有限公司 公开发行股票审核问询函中有关财务事项的说明

天健函〔2025〕737号

北京证券交易所：

由中天国富证券有限责任公司转来的《关于江西盛富莱光学科技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》（以下简称审核问询函）奉悉。我们已对审核问询函所提及的江西盛富莱光学科技股份有限公司（以下简称盛富莱股份公司或公司）财务事项进行了审慎核查，现汇报如下。

一、关于业绩持续下滑风险

根据申请文件及二轮问询回复，（1）报告期内，发行人境内销售收入分别为 23,529.08 万元、21,457.64 万元、19,154.91 万元和 8,985.10 万元，境内销售规模持续下降。发行人 2023 年境内收入较上年同期下降 10.73%，主要原因为 2023 年度国内反光材料市场景气程度回落。（2）2023 年度，发行人业绩增长主要来源为外销收入增长，对应的主要客户为高折射率玻璃微珠客户 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 和微棱镜型反光膜客户 giftec reflection ltd。发行人对前述主要客户合计销售金额占 2023 年境外销售金额的 76.36%；其中，发行人 2023 年对 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 的销售增长主要来自终端客户欧瑞飞的需求增加，对 giftec reflection ltd 的销售大幅增加主要是 2023 年度受国际局势的影响，其竞争对手退出俄罗斯市场，使其市场份额进一步提升，因此对发行人微棱镜型反光膜的采购需求进一步增加。（3）JAPAN TRADE SERVICE CENTER 的终端客户欧瑞飞因所在地经济发展原因相关产品销量下降，对发行产品需求下降，导致 2024 年 1-6 月发行人对该客户销售额同比下降 71.82%；2024 年由于国内微棱镜型反光膜市场需求变动导致发行人微棱镜产品

收入较去年同期下降 23.62%。(4) 发行人 2024 年 1-9 月经审阅的净利润较去年同期下滑 18.43%，净利润下降幅度扩大；发行人 2024 年 9 月 30 日在手订单金额为 1,622.64 万元；根据发行人 2024 年全年盈利预测报告，预计 2024 年营业收入 24,000.26 万元，同比下降 9.66%；扣非归母后净利润为 3,361.98 万元，同比下降 9.29%。请发行人：(1) 结合发行人 2023 年外销客户收入大幅增长的原因、背景说明外销主要客户的采购需求是否稳定，发行人 2023 年业绩增长是否具有偶发性。(2) 2024 年 1-6 月外销终端客户欧瑞飞需求大幅减少主要是受德国经济影响，说明该影响是否为长期影响，结合德国经济情况、基建投资情况、发行人目前与外销主要客户的手订单及期后发货、合同签订等情况说明该影响是否已明显改善或消除，发行人外销收入是否存在进一步下滑风险。(3) 说明发行人境内销售规模持续下滑的背景与合理性，发行人境内市场是否出现萎缩迹象，结合发行人主要产品国内外的市场竞争情况、发行人市场占有率情况等说明 2024 年发行人主要产品收入下滑的具体原因，进一步论证发行人在市场竞争加剧的情况下如何实现市场占有率的提升和收入的增长，说明发行人采取的具体措施及有效性。(4) 说明 2024 年全年盈利预测中关于第四季度收入、成本、毛利率、期间费用等的具体预测依据，说明 2024 年 1-9 月经审阅后净利润下滑幅度进一步扩大的具体原因，以及发行人 2024 年全年业绩下滑幅度收窄的合理性，发行人未来业绩是否具有持续性，是否存在业绩大幅波动或进一步下滑风险。请保荐机构和申报会计师核查上述事项并发表明确意见，进一步核查并说明对贸易商、经销商销售收入真实性的核查手段是否充分，并发表明确核查意见；说明发行人主要贸易商、主要经销商未接受其终端客户相关核查工作的情况下，保荐机构、申报会计师采取的核查程序能否支持前期的核查结论。(审核问询函问题 1)

(一) 结合公司 2023 年外销客户收入大幅增长的原因、背景说明外销主要客户的采购需求是否稳定，公司 2023 年业绩增长是否具有偶发性

公司 2023 年外销收入变动情况如下：

单位：万元

客户名称	2023 年度	2022 年度	变动额	变动率 (%)
境外销售收入	7,361.20	4,107.64	3,253.56	79.21

其中: giftec reflection ltd	2,281.32	598.07	1,683.25	281.45
JAPAN TRADE SERVICE CENTER	3,339.87	1,854.17	1,485.70	80.13
其他客户	1,740.01	1,655.40	84.61	5.11

由上表，公司 2023 年外销收入增长主要来自于公司对 giftec reflection ltd 和 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 两家外销客户的销售增长。上述两家客户销售变动的具体情况说明如下：

1. giftec reflection ltd 销售变动情况

(1) 交易变动的背景和原因

giftec reflection ltd 主要从事道路交通产品贸易(根据该客户说明，其下游客户主要为俄罗斯本土的交通标识商，以及少量的海关联盟成员国企业)，公司与 giftec reflection ltd 自 2020 年起开始正式合作，双方交易的产品为微棱镜型反光膜。经过前期合作，公司微棱镜型反光膜产品凭借较好的稳定性和价格优势，双方交易规模逐步扩大。

根据该客户的说明，2023 年度，受国际局势的影响，其竞争对手退出俄罗斯市场，使 giftec reflection ltd 的销售有显著增长，同时，公司占其相关产品份额也进一步有所提升(根据该客户说明，公司占其微棱镜型反光膜产品的份额由 2022 年的约 35%升至 2023 年的超过 90%)。

(2) 交易变动的印证说明

1) giftec reflection ltd 的主要财务数据变动情况

通过查询俄罗斯联邦税务局互联网官方网站(<https://bo.nalog.ru/>)的“会计(财务)报告国家信息资源”平台信息，公司客户 giftec reflection ltd 财务信息如下：

项 目	2023 年度		2022 年度	
	万卢布	人民币万元 [注 1]	万卢布	人民币万元 [注 2]
收入	101,950	8,183	57,174	5,384
其他收入	924	74	8,873	836
总收入	102,874	8,258	66,047	6,220
成本	68,686	5,513	38,192	3,596
净利润	18,980	1,523	8,579	808

注 1：根据 2023 年 12 月 29 日人民币兑卢布汇率(中间价：12.4582)计算

注 2：根据 2022 年 12 月 30 日人民币兑卢布汇率(中间价：10.6193)计算

由上表，2023 年 giftec reflection ltd 收入较 2022 年有显著增长，印证了当年该客户的业务增长背景；同时，2022 年及 2023 年公司对该客户的销售金额分别为 598.07 万元和 2,281.32 万元，占当年该客户自身的营业成本比例分别约为 17%和 41%，印证了公司占该客户相关产品份额的提升。

2) 其他资料的印证说明

经查询美国 3M 公司公开披露的信息(2023 年年报)：受俄乌冲突的影响，美国 3M 公司于 2022 年 3 月暂停其在俄罗斯子公司的运营，并在 2023 年出售了相关资产。

经查询美国艾利公开披露的信息(2023 年年报)：鉴于俄乌冲突在 2023 年的继续，其全年保持不向俄罗斯市场运送产品的立场。

美国 3M 公司、美国艾利作为知名的反光材料跨国企业，上述信息表明了其在俄罗斯市场的业务退出状况，印证了 2023 年 giftec reflection ltd 收入显著增长的背景。

(3) 关于交易的稳定性

公司与 giftec reflection ltd 自 2020 年起开始正式合作，近五年(2020 年-2024 年)公司对该客户的销售金额分别为 205.94 万元、542.10 万元、598.07 万元、2,281.32 万元和 2,216.22 万元，总体有所增长，且在 2023 年同比增长较大，2024 年相比 2023 年则保持相对稳定。

由前述公司与 giftec reflection ltd 的交易背景以及相关变动的说明可以看到，上述交易金额的变动源于双方合作逐步深入(公司在该客户的供应份额有所增加)、该客户基于当地市场环境变化下自身业务的增长所致，符合正常的商业逻辑。

从双方后续合作的稳定性角度来看：

一方面，2024 年下半年公司 V 类微棱镜型反光膜产品性能实现了提升，更好地满足了俄罗斯市场对产品性能的要求，公司对该客户的 V 类微棱镜型反光膜销售占比相应增长，由 2023 年的 29.50%增长至 2024 年的 32.34%。上述产品性能提升不仅增加公司产品的市场竞争力和盈利能力，而且通过为客户提供更全面的产品线，帮助客户提升其在当地市场的竞争力，从而进一步巩固和稳定了与客户的合作关系。

另一方面，即使俄乌冲突局面发生变化，随着公司产品性能的进一步提升，公司相关产品在性价比方面较国际品牌具备优势。

2025 年 1-5 月公司对 giftec reflection ltd 销售额为 750.19 万元，2024 年 1-5 月，销售额为 690.18 万元，销售情况保持了良好发展态势。根据 giftec reflection ltd 的邮件，初步预计 2025 年向公司的采购计划为 60.94 万平方米（2025 年 1-5 月已发货 15.74 万平方米），较 2024 年全年销量 44.57 万平方米有所提升。

综上，在公司与 giftec reflection ltd 的合作关系和俄罗斯市场后续未出现重大不利变化的情况下，公司与 giftec reflection ltd 后续交易具备一定稳定性。

2. JAPAN TRADE SERVICE CENTER

(1) 交易变动的背景和原因

JAPAN TRADE SERVICE CENTER 位于日本京都，主要从事精细化学品、科学仪器等进出口贸易，系公司高折射率玻璃微珠的境外主要客户，自 2012 年与公司开始合作，其终端客户主要为德国欧瑞飞。根据 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 的主要股东及董事长 MINORU FUJIMOTO 的说明，MINORU FUJIMOTO 为德国欧瑞飞微珠型反光材料产品开发的重要技术合作方。

德国欧瑞飞系知名跨国企业，业务和产品涵盖反光材料、广告喷绘材料、工业粘胶材料、商业图形等多个领域；公司直接发货至德国，由该终端客户直接提货。德国欧瑞飞采购公司产品用于微珠型反光材料的生产。

2022 年至 2024 年，公司对 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 的高折射率玻璃微珠销售收入及主要应用领域变化情况如下：

高折射率玻璃微珠应用领域	单位：万元					
	2024 年		2023 年		2022 年	
	收入	占比(%)	收入	占比(%)	收入	占比(%)
道路标识标牌用反光膜	903.86	50.74	2,372.72	71.04	1,094.61	59.03
车牌膜	852.00	47.83	916.08	27.43	712.65	38.44
其他	25.56	1.43	51.07	1.53	46.91	2.53
合计	1,781.42	100.00	3,339.87	100.00	1,854.17	100.00

由上表，公司向该客户销售的高折射率玻璃微珠产品主要应用于道路标识标牌、车牌领域，2023 年来自于客户 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 的收入较 2022 年增长

比例较高，两类主要的应用领域道路标识标牌、车牌均有所增长，其中道路标识标牌是其收入增长的主要领域。

根据 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 的说明，2023 年德国欧瑞飞通过其向公司采购高折射率玻璃微珠产品的金额显著增加，主要源于：

德国欧瑞飞采购的高折射率玻璃微珠主要用于生产道路标识标牌所使用的反光膜、车牌膜等产品，相关产品主要销售给欧洲地区，欧洲政府部门一直以来都非常强调交通安全。近年来欧洲的道路状况变得更加复杂，在一个交叉路口，四五条道路会交汇于一点，为了安全起见，司机必须留意公路的各个角度。在此情形下，反光膜必须能清晰地反射各个倾斜角度的光线。2023 年因为德国欧瑞飞生产反光膜产品的质量有所突破，生产出的反光膜从不同角度反射效果更好，达到了行业内的较高水平，这种产品质量的提高使得汽车在行驶时能够更清晰的看到道路标识标牌上的图案，能够更好地满足客户的需求，因此德国欧瑞飞收到的订单量也增加了很多。基于此，德国欧瑞飞提高了之后对产品需求的预期，在 2023 年采购了更多的高折射率玻璃微珠。与此同时，欧洲的道路标识标牌一般约每七年需更换一次，因此，存量市场也存在更换的需求。此外，目前欧洲市场推行油车改为电车，新增电车比较多，因此车牌膜的增量需求也是 2023 年德国欧瑞飞采购量增加的一大原因。

基于上述原因，2023 年德国欧瑞飞通过 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 向公司采购高折射率玻璃微珠产品的显著增加，源于德国欧瑞飞道路标识标牌用反光膜产品竞争力提升带来的实际需求增加和德国欧瑞飞相对乐观的需求预期所致；此外欧洲车牌膜市场的增长也是原因之一。

（2）交易变动的印证说明

1) 对于车牌这一终端应用领域，根据欧洲汽车工业协会的数据，2023 年，欧盟新车(包括乘用车、商用车)注册量同比增长 14.0%，呈现较高增长，相应推动了车牌膜的市场需求。

2) 尽管由于 2024 年上半年实际需求未能达到德国欧瑞飞的原有相对乐观预期导致当年双方交易同比下降较多，但是从 2023 年、2024 年交易的平均金额看，2023 年、2024 年公司向 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 的平均销售金额为 2,560.64 万元，较 2021 年的 1,858.57 万元和 2022 年的 1,854.17 万元，皆有所提升。

2025 年 1-5 月公司对 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 销售额为 909.66 万元，2024 年 1-5 月，销售额为 439.04 万元，销售情况保持了良好发展态势。根据与 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 的沟通，初步预计 2025 年其从德国欧瑞飞得到高折射率玻璃微珠订单会达到 680 吨（2025 年 1-5 月已发货 240 吨），较 2024 年全年销量 454 吨有所提升。以上印证了德国欧瑞飞产品竞争力提升带来的实际需求增加。

（3）关于交易的稳定性

公司与 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 自 2012 年起开始正式合作，近五年（2020 年-2024 年）公司对该客户的销售金额分别为 2,314.81 万元、1,858.57 万元、1,854.17 万元、3,339.87 万元、1,781.42 万元，交易金额呈现一定波动，其中 2023 年和 2024 年波动相对较大（尽管 2024 年交易金额同比下降较大，但较 2021 和 2022 年下降幅度小于 5%）。

由前述公司与 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 的交易背景以及相关变动的说明可以看出，2023 年和 2024 年交易波动相对较大，与终端客户的需求增加及需求预期变动下，在 2023 年采购了更多的高折射率玻璃微珠相关。

根据前述，2025 年 1-5 月公司对 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 销售额保持良好态势，双方业务未出现显著不利变化，且根据 2025 年的初步计划订单数量预计双方 2025 年保持良好的业务合作。

综上，基于上述各方的合作关系、历史交易金额以及波动原因，结合德国欧瑞飞在反光材料领域以及公司在玻璃微珠领域的竞争力，在终端需求未出现重大不利变化情况下，公司向 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 的后续交易具备一定稳定性。

3. 关于 2023 年业绩增长是否具有偶发性

从前述可知，2023 年公司业绩增长主要涉及两家外销客户的销售增长，其中：

（1）公司对 giftec reflection ltd 的销售增长源于双方合作逐步深入（公司在该客户的供应份额有所增加）、该客户基于当地市场环境变化下自身业务的增长所致，2024 年公司对该客户的销售金额同比保持了稳定，并且预期后续将保持良好发展，因而公司对 giftec reflection ltd 2023 年增长不具有偶发性。

（2）公司对 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 的销售增长源于其终端客户德国欧瑞飞的需求增加及需求增加预期下的采购策略相关，其中：

1) 需求增加来自于德国欧瑞飞道路标识标牌用反光膜产品竞争力提升以及 2023 年欧洲车牌膜市场需求增长所致,这部分因素并非偶发性因素,从 2024 年下半年公司对 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 销售金额的恢复以及 2025 年公司对 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 预期的销售情况可以印证,该部分影响因素并非偶发性。

2) 2023 年终端客户德国欧瑞飞需求增加预期下的采购策略则是终端客户德国欧瑞飞基于当时市场判断的经营行为,具有一定的偶发性,在一定程度上导致了公司对 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 2023 年和 2024 年(尤其是 2024 年上半年)交易金额的波动。

(二) 2024 年 1-6 月外销终端客户欧瑞飞需求大幅减少主要是受德国经济影响,说明该影响是否为长期影响,结合德国经济情况、基建投资情况、公司目前与外销主要客户的在手订单及期后发货、合同签订等情况说明该影响是否已明显改善或消除,公司外销收入是否存在进一步下滑风险

1. 2024 年 1-6 月外销终端客户德国欧瑞飞需求大幅减少主要是受德国经济影响,说明该影响是否为长期影响

2024 年 1-6 月, JAPAN TRADE SERVICE CENTER 的销售额为 518.49 万元,同比下降 71.82%。根据与 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 的沟通,2024 年 1-6 月外销终端客户德国欧瑞飞需求同比有所减少,主要原因为:2023 年由于德国欧瑞飞的产品市场竞争力有所提高,市场预期相对乐观,当年采购了较多的高折射率玻璃微珠,而受 2024 年上半年德国经济等因素影响,其相关产品的销售不及预期。基于平衡库存的考虑,德国欧瑞飞于 2024 年上半年减少了对道路标识标牌应用领域高折射率玻璃微珠的采购。此外,根据欧洲汽车工业协会的数据,2024 年上半年欧盟新车注册量同比增长 5.7%,车牌应用领域收入同比仍有所增长,部分抵消了道路标识标牌应用领域收入下降的影响。

随着 2024 年上半年德国欧瑞飞已逐步消化了 2023 年库存的影响,2024 年下半年公司向 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 销售较 2024 年上半年已有所好转,2024 年下半年道路标识标牌应用领域实现收入为 744.77 万元,基本接近于 2023 年同期该应用领域的收入水平。2024 年下半年车牌应用领域实现收入同比有所降低,但较 2022 年同期仍有所增长。2024 年全年公司向 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 销售 1,781.42

万元（销售数量为 454 吨），与 2022 年全年的销售水平基本接近（销售数量为 520 吨）。JAPAN TRADE SERVICE CENTER 2025 年计划向公司采购 680 吨左右的高折射率玻璃微珠，较 2024 年的 454 吨采购量高出约 50%。

综上所述，2024 年上半年受终端客户德国欧瑞飞平衡库存的影响，公司向 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 的销售下降明显，2024 年下半年有所恢复，2024 年全年公司向 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 销售收入与 2022 年基本相当。同时，2025 年 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 向公司的计划采购量较 2024 年有较大幅度的增加。因此，导致 2024 年上半年外销终端客户德国欧瑞飞需求大幅减少的因素并非长期影响因素。

2. 结合德国经济情况、基建投资情况、发行人目前与外销主要客户的在手订单及期后发货、合同签订等情况说明该影响是否已明显改善或消除，发行人外销收入是否存在进一步下滑风险

(1) 主要外销客户相关地区的情况

公司主要外销客户 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 的主要终端客户为德国欧瑞飞，其业务开展主要相关地区为欧洲地区。根据欧盟统计局发布数据显示，2023 年欧盟和欧元区 GDP 均增长 0.4%；2024 年欧盟和欧元区经济分别增长 0.8%和 0.7%。据欧盟委员会发布的 2024 年秋季经济展望报告，2025 年欧盟和欧元区有望分别回升至 1.5%和 1.3%，2025 年欧盟地区的投资将继续扩大，欧盟计划继续增加基础设施领域投资。欧盟和欧元区未来经济的预期回升，预计会对终端客户德国欧瑞飞与公司相关业务产生积极正面的影响。

公司另一主要外销客户为 giftec reflection ltd，其业务开展主要相关地区为俄罗斯，该地区受俄乌冲突影响，美国 3M 公司、美国艾利等退出俄罗斯市场，导致 giftec reflection ltd 自身业务收入有所增长。同时，随着公司与 giftec reflection ltd 合作深入，公司在该客户的供应份额有所增加。

(2) 发行人目前与外销主要客户的在手订单及期后发货、合同签订等情况说明该影响是否已明显改善或消除，发行人外销收入是否存在进一步下滑风险

2024 年 7-12 月及 2025 年 1-5 月，公司主要外销客户 JAPAN TRADE SERVICE CENTER、giftec reflection ltd 在手订单、期后发货、合同签订等情况如下：

单位：万元

主要外销	2024 年 6 月末期	截至 2024	合同签订	2024 年末期后	截至 2025 年 5	合同签订
------	--------------	---------	------	-----------	-------------	------

客户	后发货（2024 年 7-12 月）	年末在手 订单		发货（2025 年 1-5 月）	月 31 日在手 订单	
JAPAN TRADE SERVICE CENTER	2024 年 7-12 月， 公司已发货并 确 认 收 入 1,262.93 万元	454.31	2024 年 7-12 月，公司 与 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 累计新 签订的高折射率玻璃微 珠合同或订单数量为 380 吨，金 额 为 1,477.78 万元。	2025 年 1-5 月 公司已发货并 确 认 收 入 909.66 万元	672.93	2025 年 1-5 月，公司与 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 累计新签订的 高折射率玻璃微珠合同 或订单数量为 320 吨， 金额为 1,128.28 万元。
giftec reflectio n ltd	2024 年 7-12 月， 公司已发货并 确 认 收 入 1,310.05 万元	223.56	2024 年 7-12 月，公司 与 giftec reflection ltd 累计新签订的微棱 镜型反光膜合同或订单 数量为 29.24 万平方 米，金额为 1,533.61 万元。	2025 年 1-5 月 公司已发货并 确 认 收 入 750.19 万元	[注]	2025 年 1-5 月，公司与 giftec reflection ltd 累计新签订的微棱镜型 反光膜合同或订单数量 为 12.92 万平方米，金 额为 526.63 万元。

[注]giftec reflection ltd 一般在公司完成前一个订单发货并取得提单时下达后一个订单，公司已于 2025 年 6 月初完成前一个订单发货并取得提单。截至本反馈意见回复出具之日，giftec reflection ltd 已向公司下达 2025 年 6 月订单金额为 470.48 万元

由上表，公司主要外销高折射率玻璃微珠客户 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 2024 年 7-12 月已发货实现收入 1,262.93 万元，较 2022 年 7-12 月的 1,102.21 万元有所增长，且 2024 年全年公司向 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 销售 1,781.42 万元，虽低于 2023 年全年的 3,339.87 万元，但与 2022 年全年的 1,854.17 万元接近。截至 2025 年 5 月 31 日，2025 年 1-5 月已发货并实现收入 909.66 万元，较 2024 年 1-5 月的销售额 439.04 万元大幅增长，双方业务合作未出现显著不利变化。

公司向 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 2024 年和 2025 年 1-5 月分月销售及月末在手订单情况如下：

单位：万元

年份	月份	销售收入	月末在手订单
2024 年	1	79.26	334.17
	2	334.21	25.57
	3	12.79	171.70
	4	12.77	159.18
	5		159.24

年份	月份	销售收入	月末在手订单
	6	79.46	239.46
	7	79.98	319.63
	8	159.76	398.29
	9	318.20	392.41
	10	158.39	239.40
	11	239.01	534.76
	12	307.58	454.31
	1-6 月平均值	86.42	181.55
	7-12 月平均值	210.49	389.80
2025 年	1	226.76	453.13
	2	226.55	588.75
	3	226.71	443.40
	4	81.37	822.76
	5	148.26	672.93
	平均值	181.93	596.19

由上表可见，2024 年 1-6 月，公司向 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 平均月销售额为 86.42 万元，月末平均在手订单为 181.55 万元；2024 年 7-12 月，公司向 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 平均月销售额为 210.49 万元，月末平均在手订单为 389.80 万元；2025 年 1-5 月，公司向 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 平均月销售额为 181.93 万元，月末平均在手订单为 596.19 万元。依据上述月销售额及月末在手订单的变化情况，公司向 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 的销售已逐步得到改善。

公司主要外销微棱镜型反光膜客户 giftec reflection ltd 2024 年 7-12 月已发货实现收入 1,310.05 万元。2024 年全年公司向 giftec reflection ltd 销售 2,216.22 万元，与 2023 年全年的 2,281.32 万元基本相当；截至 2025 年 5 月 31 日，2025 年 1-5 月已发货并实现收入 750.19 万元，较 2024 年 1-5 月销售额为 690.18 万元有所增长，双方业务合作未出现显著不利变化。此外，公司 V 类微棱镜型反光膜性能实现了提升，更好地满足了俄罗斯市场对产品性能的要求，而且通过为客户 giftec reflection ltd 提供更全面的产品线，帮助 giftec reflection ltd 提升其在地市场的竞争力，从而进一步巩固和稳定了公司与 giftec reflection ltd 的合作关系。

综上所述，欧盟和欧元区未来经济的预期回升、俄乌冲突影响及公司产品性能改善等因素对公司主要外销客户业务有正面影响，2024 年下半年以来，公司主要外销客户在手订单、期后发货、合同签订情况良好，公司外销收入进一步大幅下滑的风险较小。

（三）说明公司境内销售规模持续下滑的背景与合理性，公司境内市场是否出现萎缩迹象，结合公司主要产品国内外的市场竞争情况、公司市场占有率情况等说明 2024 年公司主要产品收入下滑的具体原因，进一步论证公司在市场竞争加剧的情况下如何实现市场占有率的提升和收入的增长，说明公司采取的具体措施及有效性

1. 公司境内销售规模持续下滑的背景与合理性

（1）公司主要产品境内销售规模变化情况

报告期内，公司主要产品境内销售收入情况如下：

单位：万元					
项目	2024 年度	变化率(%)	2023 年度	变化率(%)	2022 年度
高折射率玻璃微珠	10,462.55	10.46	9,471.38	-18.67	11,646.19
微棱镜型反光膜	3,294.05	-26.05	4,454.14	-15.24	5,255.21
PC 光扩散板(膜)	4,268.64	2.94	4,146.66	11.27	3,726.73
其他	642.20	-40.69	1,082.73	30.53	829.5
内销小计	18,667.44	-2.54	19,154.91	-10.73	21,457.64

由上表，高折射率玻璃微珠内销收入于 2023 年出现一定程度下降，2024 年有所改善；微棱镜型反光膜内销收入在报告期内连续下滑；PC 光扩散板(膜)内销收入在报告期内呈现持续增长的态势。

（2）境内销售规模下滑的背景与合理性

报告期内，高折射率玻璃微珠与微棱镜型反光膜均存在收入下滑情形。二者虽同属反光材料行业，但因下游应用场景差异，受需求端影响程度不同。高折射率玻璃微珠作为反光材料原材料，主要用于制作反光布、车牌膜、工程膜及广告膜等反光材料。其中，反光布主要应用于服饰、箱包等消费场景，与消费市场关联密切；车牌膜用于制作车牌，主要受汽车产业政策和经济水平影响；工程膜主要用于制作标识标牌（如指示牌、警示牌、普通道路标识标牌等，欧洲部分国家亦用于制作高等级道路标识标牌），受当地公路交通固定资产投资等影响。微棱镜型反光膜主要应用于道路交通标识标牌制造，其需求变动主要受公路交通固定资产投资等的影响。

由于两类产品的需求驱动因素不同，形成收入变动差异：2023 年，受国内反光材料市场整体景气程度回落影响，高折射率玻璃微珠内销收入出现下滑。2024 年，随着境内客户在反光布、反光服饰、车牌膜等市场销售增长，公司高折射率玻璃微珠内销收入有所增长；因 2023-2024 年国内公路交通固定资产投资等持续收缩，公司微棱镜型反光膜内销收入有所减少。具体分析如下：

1) 高折射率玻璃微珠

2023 年度，公司高折射率玻璃微珠产品内销收入为 9,471.38 万元，相较于 2022 年度下降 18.67%。2024 年度，上述产品内销收入为 10,462.55 万元，相较于 2023 年度上升 10.46%。报告期内各细分规格产品内销收入变化情况如下：

单位：万元、吨

规格	2024 年度			2023 年度			2022 年度
	销售收入	变化额	变化率 (%)	销售收入	变化额	变化率 (%)	销售收入
2.2 折射率	6,135.65	703.19	12.94	5,432.46	-454.11	-7.71	5,886.57
1.93 折射率	4,326.90	383.55	9.73	3,943.35	-1,612.97	-29.03	5,556.32
1.90 折射率		-95.58	-100.00	95.58	-107.72	-52.99	203.30
合计	10,462.55	991.16	10.46	9,471.38	-2,174.81	-18.67	11,646.19

2023 年度，受国内反光材料行业景气度下滑影响，市场终端客户需求减弱，同行业可比公司的反光材料业务收入普遍有所下降(其中道明光学、常州华日升、星华新材和夜光明的反光材料业务收入分别同比下降 2.44%、20.13%、5.85%、14.20%)。公司高折射率玻璃微珠产品作为微珠型反光材料的上游产品，受此影响出现了一定程度的下滑。公司 2.2、1.93、1.90 折射率玻璃微珠的销售收入分别减少 454.11 万元、1,612.97 万元、107.72 万元，降幅分别为 7.71%、29.03%、52.99%，其中 2.2 折射率玻璃微珠的收入降幅相对较小；1.90 折射率玻璃微珠用于满足个别客户的定制需求，因相关客户需求变动导致收入显著下降，该规格产品的销售收入及整体占比均较低，也不是内销收入下滑的主要产品；1.93 折射率玻璃微珠是导致 2023 年高折射率玻璃微珠收入减少的主要产品。

2023 年度，公司天然气能源采购价格上涨(平均单价同比上涨 13.83%)，对 1.93 折射率玻璃微珠成本影响较大，公司考虑产品保持一定盈利水平而减少了对部分客户的销售，导致了公司 1.93 折射率玻璃微珠的内销收入下降幅度相对较大。

综上，受微珠型反光材料需求的影响，以及公司为保持盈利水平主动减少对部分客户的销售，公司 2023 年度 1.93 折射率玻璃微珠内销收入出现一定程度下滑，进而导致整体高折射率玻璃微珠内销收入下降。

2024 年度，反光布、反光服饰、车牌膜等玻璃微珠型反光材料下游市场需求有所好转(2024 年度，道明光学、星华新材、夜光明和夜视丽的营业收入分别同比上涨 8.96%、13.59%、20.74%和 36.43%)，公司高折射率玻璃微珠内销收入实现一定增长。

2) 微棱镜型反光膜

2023 年度，公司微棱镜型反光膜产品内销收入为 4,454.14 万元，相较于 2022 年度下降 15.24%。2024 年度，上述产品内销收入为 3,294.05 万元，相较于 2023 年度下降 26.05%。报告期内微棱镜型反光膜内销收入和毛利率变化情况如下：

单位：万元、万平方米

年度	销售收入			毛利率	
	金额	变化额	变化率(%)	数额	变化率(%)
2024 年度	3,294.05	-1,160.09	-26.05	31.78	-8.58
2023 年度	4,454.14	-801.07	-15.24	40.36	1.44
2022 年度	5,255.21			38.92	

2023 年及 2024 年，公司微棱镜型反光膜内销收入分别较上一年减少 15.24%、26.05%，主要原因为：一方面，据中国交通运输部数据，2022 年度公路交通固定资产投资同比增长 9.7%，而 2023 年度及 2024 年度分别同比降低 1.0%、8.7%，受公路相关基础设施投资规模收缩影响，主要应用于道路交通标识牌的微棱镜型反光膜市场需求有所下滑，引起市场竞争程度的提高，导致公司国内微棱镜型反光膜的销售数量同比有所下降(2024 年 7-12 月，公司微棱镜型反光膜内销收入同比下降 14.80%，相较于 2024 年 1-6 月同比下降 36.91%，下降幅度有所收窄)；另一方面，基于市场拓展的需要，尤其是在国内品牌产品推动国产替代的市场竞争环境下，公司对微棱镜型反光膜各类规格产品价格有所下调，同时也影响了产品内销收入规模和毛利率。

综上，公司微棱镜型反光膜内销收入在 2023 年度和 2024 年度出现下滑，主要受公路交通相关基础设施投资等行业景气变化以及行业竞争导致产品价格下调等因素影响所致。

2. 公司境内市场未出现萎缩迹象

(1) 高折射率玻璃微珠境内市场情况

2024 年度，公司高折射率玻璃微珠内销收入相较于 2023 年度增长 10.46%。同行业可比公司中，道明光学、夜视丽、星华新材、夜光明在 2024 年度均实现了收入增长，增幅分别为 8.96%、36.43%、13.59%、20.74%，其中夜视丽、星华新材、夜光明以生产销售微珠型反光材料为主（其中夜视丽的主要产品为反光布、反光膜、车牌膜等，星华新材、夜光明的主要产品为反光布、反光服饰等），其收入增长表明境内高折射率玻璃微珠下游市场需求有所好转。从同行业可比公司净利润的变化来看，道明光学、夜视丽、星华新材、夜光明在 2024 年度均实现了利润增长。

综上所述，高折射率玻璃微珠境内市场未出现萎缩迹象。

(2) 微棱镜型反光膜境内市场情况

微棱镜型反光膜作为道路交通标志牌的关键材料，其使用寿命通常在 3-7 年之间，因此在道路交通安全领域（微棱镜型反光膜主要应用领域）中，因设施更新所带来的市场存量需求整体保持相对稳定。尽管客观上，该市场需求会受到道路相关基础设施投资力度的影响，但当前的投资放缓主要是阶段性情况。从长远来看，随着国内公路建设、城镇化建设等基础设施的持续发展，市场空间较大，为公司的产品提供了充足的存量及增量空间，确保了其市场需求的稳定性。

此外，对于国内微棱镜型反光膜品牌而言，实现国产替代也是拓展市场份额的重要方式。据前瞻产业研究院统计，2022 年国内反光材料市场集中度仍较低，前六大国内企业的市场份额总和仅占 24.1%(包括微珠型及微棱镜型反光材料)，行业内小规模企业较多。对于微棱镜型反光膜产品，国内知名品牌市场占有份额较小，美国 3M 公司、美国艾利等国际品牌仍主导市场(在国内主要销售微棱镜型反光膜产品)。这表明，国内微棱镜型反光膜生产企业仍面临广阔的市场替代空间。

综上所述，尽管境内微棱镜型反光膜市场需求受公路相关基础设施投资规模收缩影响出现暂时性下滑，但国内微棱镜型反光膜品牌拥有较大的存量市场和国产替代空间，市场整体并未出现萎缩。

3. 2024 年公司主要产品收入下滑的具体原因

2023 年度及 2024 年度公司主要产品不同销售区域的销售收入如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	变化额	变化率
高折射率玻璃微珠	13,197.79	13,989.00	-791.21	-5.66%

项目	2024 年度	2023 年度	变化额	变化率
其中：内销收入	10,462.55	9,471.38	991.17	10.46%
外销收入	2,735.24	4,517.61	-1,782.37	-39.45%
微棱镜型反光膜	5,513.14	6,736.07	-1,222.93	-18.15%
其中：内销收入	3,294.05	4,454.14	-1,160.09	-26.05%
外销收入	2,219.09	2,281.92	-62.84	-2.75%
PC 光扩散板(膜)	4,603.56	4,352.75	250.81	5.76%
其中：内销收入	4,268.64	4,146.66	121.98	2.94%
外销收入	334.92	206.09	128.83	62.51%

由上表，2024 年度，公司高折射率玻璃微珠和微棱镜型反光膜产品的销售收入相较于 2023 年度有所减少，分别下降了 5.66%和 18.15%，PC 光扩散板(膜)销售收入有一定增长。具体来看，高折射率玻璃微珠销售收入下降由外销收入减少所致，微棱镜型反光膜销售收入下降则主要是由内销收入减少所致，PC 光扩散板(膜)销售收入增长受内外销收入增长共同影响。基于上述情况，以下对高折射率玻璃微珠和微棱镜型反光膜产品收入下滑的具体原因进行分析：

(1) 高折射率玻璃微珠

公司高折射率玻璃微珠的外销收入下降，主要是由于境外客户 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 因其终端客户德国欧瑞飞的采购需求减少，进而减少了对公司的采购量，具体原因详见本题 “二、2024 年 1-6 月外销终端客户德国欧瑞飞需求大幅减少主要是受德国经济影响……” 的相关回复。

在境外市场中，知名反光材料生产企业如美国 3M 公司、美国艾利、日本恩希爱、德国欧瑞飞均生产微珠型反光材料，其中日本恩希爱、德国欧瑞飞为公司直接或间接客户。由于缺乏国际市场微珠型反光材料的市场规模数据，且部分客户通过自产高折射率玻璃微珠供应原材料，因此无法准确计算公司高折射率玻璃微珠的国际市场占有率。境外客户对公司高折射率玻璃微珠的产品品质较为认可，出于保证产品质量稳定的考虑，多数与公司建立了较为稳定的业务合作关系，公司产品的境外竞争压力相对较小。

2024 年下半年，公司高折射率玻璃微珠的境外销售有所回升，德国欧瑞飞的采购需求逐步恢复，公司向 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 的销量有所增长，从 2024 年上半年的 134 吨增至 2024 年下半年的 320 吨，增幅为 138.81%。

(2) 微棱镜型反光膜

公司微棱镜型反光膜的内销收入下降，主要原因是受公路相关基础设施投资规模收缩造成内需减少以及价格竞争共同影响。根据首轮问询回复的测算，2023 年公司微棱镜型反光膜在国内的市场占有率约为 1.5%，近几年国内微棱镜型反光膜市场总体需求环境未出现重大变化，公司微棱镜型反光膜市场占有率随着内销收入下降有所降低。境内市场中，主要竞争者为美国 3M 公司、美国艾利等国际知名品牌产品，以及道明光学、夜视丽、常州华日升、公司等国内知名品牌。此外，福建等地部分微棱镜型反光膜生产企业在国内市场也具备一定竞争力。随着国内微棱镜型反光膜制造技术的不断改进，国产微棱镜型反光膜在技术水平上与国外品牌的差距不断缩小，从而推动了国产替代进程的加速。然而，在国产替代的过程中，部分技术实力相对较弱的厂商为争夺市场份额，采取了价格竞争策略，这在一定程度上导致了市场价格竞争的现象。

4. 提升市场占有率和收入的措施

以下分别就公司三个主要产品高折射率玻璃微珠、微棱镜型反光膜、PC 光扩散板(膜)说明提升产品市场占有率和收入的措施：

(1) 高折射率玻璃微珠

1) 产品创新措施：布局微珠型反光膜市场

鉴于反光膜产品的应用领域不断拓展，具有较好的市场前景，同时公司凭借在高折射率玻璃微珠生产方面的技术积累，一定程度上具有微珠型反光膜生产的技术条件和市场拓展基础，可以较快地实现产品投产和销售，公司计划开展微珠型反光膜的生产与销售业务。依据相关可行性研究，公司正在或拟投资生产广告级、车牌级等反光膜产品，合计年产 800 万平方米。上述项目达产后，预计每年将增加消耗 1,200 吨自产高折射率玻璃微珠。首批微珠型反光膜生产线已开工建设，计划建设期为 6 个月，建成后将持续产生经济效益。

公司初期以生产广告级反光膜为切入点，可实现双重效益。首先，广告级反光膜所使用的 1.93 折射率玻璃微珠粒径分布范围较广，有助于优化库存结构。其次，通过生产销售活动，公司可以积累宝贵的生产和运营经验，为未来开发更多高附加值产品，如不同类型的反光膜、车牌膜和反光布等，奠定了基础。此外，公司通过

深入了解下游市场，能够有效利用在高折射率玻璃微珠领域积累的技术和生产经验，进一步优化产品特性，增强微珠型反光膜的市场竞争力。

2) 市场拓展措施

公司已建有一支专业从事高折射率玻璃微珠产品销售的队伍，与一批优质的下游客户建立了较稳定的业务关系，销售团队熟悉下游客户的分布和需求，对反光材料行业具有较深的理解。为更好地拓展高折射率玻璃微珠业务，公司考虑主要从两方面充实销售团队：一是懂技术的销售人员，便于更好地解决下游客户在玻璃微珠产品应用过程中的技术难点，满足其个性化的需求，提高反光布、微珠型反光膜等下游产品的质量；二是能熟练使用外语的外贸人员，开发海外市场。

国内市场方面，公司的高折射率玻璃微珠客户分布较为集中，主要分布在江苏省、浙江省、安徽省等地区。公司在巩固现有优势区域市场的基础上，充分发挥公司研发、生产制造和产品优势，通过完善专业化销售团队、更广泛地联系客户等方式积极开拓国内其他地区的新客户。

国际市场方面，基于公司玻璃微珠产品的品质，以及相比于国外公司同类产品的性价比优势，反光材料海外市场的拓展空间较大。一方面，随着我国国产反光布、微珠型反光膜等反光材料的技术与品质提高，与国外品牌相比具有更高的性价比，国产的微珠型反光材料逐步替代国外品牌的市场份额，对高品质玻璃微珠有增量需求；另一方面，除车牌膜外，国外部分国家和地区，高折射率玻璃微珠也较广泛地应用于高速公路用道路标识标牌；其三，部分海外生产厂商基于自身业务规划及成本考虑，减少玻璃微珠生产而对外采购，同样也会给公司玻璃微珠的市场拓展带来新的空间。

此外，为了推动新产品微珠型反光膜的销售，公司计划组建一支专业的反光膜销售团队。该团队将负责持续跟踪微珠型反光膜、反光布等产品的市场动态，包括但不限于行业发展趋势、竞争对手分析、客户需求变化等方面。通过市场观察，公司能够更好地适应市场需求，不断改进产品性能，开发新的产品类型，并积极开拓下游市场。

(2) 微棱镜型反光膜

1) 产品创新措施：提升V类微棱镜型反光膜性能

微棱镜型反光膜的等级越高，对生产工艺要求也越高，相应的，市场定价一般也越高。2024 年下半年，公司采购了先进的高精度慢走丝切割机及机器人激光焊接机，优化生产模具，同时用精密定位热压复合技术代替超声波技术，减少亮度衰减，明显提高微棱镜型反光膜的逆反射系数，生产出逆反射亮度更高的 V 类微棱镜型反光膜。这一技术进步提升了产品性能，较好地满足了俄罗斯市场对产品性能的要求，公司与俄罗斯客户 giftec reflection ltd 的合作进一步加深。随着微棱镜型反光膜国产替代进程加速，部分技术实力不足的厂商采取价格竞争策略争夺市场份额，不利于企业长期发展。目前，国内微棱镜型反光膜市场仍主要被国外品牌占据，国产化替代市场潜力广阔。公司持续致力于提升微棱镜型反光膜的生产技术，改善产品逆反射性能与耐候性等指标，不断提升新老客户对公司微棱镜型反光膜的采购需求。

2) 市场拓展措施

借微棱镜型反光膜性能提升的契机，公司销售团队进一步加大对新老客户的推广力度。市场反馈显示，自 2024 年下半年起，giftec reflection ltd 已增加对公司 V 类微棱镜型反光膜的采购订单。在国内市场，公司改进后的产品也赢得了新老客户的认可，有利于扩大公司 V 类微棱镜型反光膜的销售。

此外，通过积极参加国际展会、拜访潜在客户等多元化市场推广活动，公司已与部分客户达成初步合作意向。未来，公司将继续加强产品宣传，以产品质量为核心竞争力，在国际市场上树立品牌形象，实现收入持续增长。

(3) PC 光扩散板(膜)

1) 产品创新措施：拓展车载 Mini LED 等新产品市场

公司专注于 PC 光扩散板(膜)市场的开发，产品主要用于 LED 照明领域。近年来，PC 光扩散板(膜)在 LED 显示领域的需求呈现了快速增长的态势，公司积极抓住这一机遇，开发出应用于触控显示铭板的彩膜(印刷图案的 PC 光扩散膜)、应用于商业显示的 PC 光扩散板(膜)、应用于车载 Mini LED 显示的车载膜(属于 PC 光扩散板(膜)的一种)等。

2023 年，公司生产的 PC 光扩散板（膜）通过 IATF 16949 管理体系认证。2024 年，公司的车载膜产品成功通过了部分汽车供应链厂商的质量认证，正式进入车载

Mini LED 市场。随着公司产品认证通过，潜在的订单需求正逐步转化为实际业绩。具体而言，2024 年度公司车载膜产品的销售收入为 227.83 万元，截至 2025 年 5 月 31 日，2025 年 1-5 月公司车载膜销售收入为 168.28 万元，在手订单为 64.56 万元（不含税），且根据下游客户提供的生产排程计划推算，预计 2025 年全年可实现收入 600 万元。随着新能源汽车智能座舱需求持续增长，车载 Mini LED 渗透率将进一步提高。

2) 市场拓展措施

2023 年，江西盛汇为深化 PC 光扩散板(膜)市场布局，将该产品市场开发从原销售部中独立，致力于开拓 LED 照明以外的多元化应用领域，以更专业化的团队负责新市场拓展。另外同步改进销售激励措施，从个人“绩效+提成”模式转变为项目团队的“新客户奖励+绩效+提成”模式，有效提升团队协作与市场开拓动力。

2024 年度，公司应用于触控显示铭板的彩膜、应用于商业显示和车载 Mini LED 显示的 PC 光扩散板(膜)等产品销售均实现稳步增长，其中车载膜产品表现较突出。目前国内车载膜供应主要被海外企业占据，国内仅少数企业具备生产能力，产品附加值和技术门槛较高，市场前景较好。公司计划抓住这一机遇，加强与国内车载显示模组厂商的合作，共同开拓市场。

公司下一步计划开拓家电 Mini LED 显示领域市场，随着 Mini LED 光源技术在显示器市场的逐步使用，Mini LED 电视将进一步普及，PC 光扩散板(膜)光学性能优异、尺寸稳定、耐温耐候性等综合性能与之相匹配，未来有着较大的市场空间。

上述措施均是围绕公司主要产品进行的产品创新及市场拓展，是公司战略发展的重要组成部分，旨在帮助公司在市场竞争加剧的环境下，实现市场份额的提升和收入的增长。在对市场进行深入的研究与分析后，公司已经充分论证了这些措施的可行性和实际效果。目前，公司已经开始实施这些措施，预期可为公司带来积极的业务成果。

(四) 说明 2024 年全年盈利预测中关于第四季度收入、成本、毛利率、期间费用等的具体预测依据，说明 2024 年 1-9 月经审阅后净利润下滑幅度进一步扩大的具体原因，以及公司 2024 年全年业绩下滑幅度收窄的合理性，公司未来业绩是否具有持续性，是否存在业绩大幅波动或进一步下滑风险

1. 2024 年全年盈利预测中关于第四季度收入、成本、毛利率、期间费用等的具体预测依据

2024 年全年盈利预测中关于第四季度收入、成本、毛利率、期间费用等的具体预测依据如下：

(1) 收入

将 2024 年 1-9 月产品销售收入超过 30 万元的客户作为主要客户，合计占公司 2024 年 1-9 月主营业务收入的 83.10%。公司通过向主要客户获取预测期间的采购计划，并结合第四季度已有的销售订单情况进行预测；其他零星客户收入占比较小，以 2024 年 1-9 月的月平均收入作为预测依据。

(2) 毛利率

2024 年 1-9 月，公司主要产品的毛利率相对稳定，预期第四季度不会发生重大变化，各产品的主要客户按照其 2024 年 1-9 月的加权平均毛利率作为预测依据；各产品的其他客户按照各产品其他客户毛利率作为预测依据。

(3) 成本

主要客户的营业成本按照各自预测的收入和毛利率分别进行测算；其他零星客户的营业成本按照预测的收入和其他零星客户加权平均毛利率进行测算。

(4) 税金及附加

城市维护建设税、教育费附加以及地方教育附加系根据公司预测的 2024 年度收入及测算的应交增值税税负率，按照相应的税收政策进行预测；土地使用税、房产税、印花税、环境保护税系以 2024 年 1-9 月实际发生数为基础，结合预测期间的变动趋势进行预测。

(5) 销售费用、管理费用、研发费用

期间费用分明细项目分别进行预测。职工薪酬系根据人员编制情况、薪酬增长计划等进行预测，销售人员薪酬结合预测销售业绩实现情况等预测，高级管理人员薪酬结合预计经营业绩实现情况考核等进行预测；折旧和摊销系根据公司固定资产及无形资产的账面原值、预测期间增减变动以及采用的折旧摊销政策等进行预测；咨询费等偶发性费用根据预测期间实际需求情况进行预测；其他期间费用以 2024 年 1-9 月实际发生数为基础，结合预测期间的变动趋势进行预测。

(6) 财务费用

利息支出系根据公司目前贷款规模和利率，结合公司未来规划融资规模相关情况进行预测；利息收入系根据预计持有的货币资金量，按照资金使用情况预测；手续费和汇兑损益系以历史期间的手续费和汇兑损益支出为基础，结合以前年度费用水平及预测期间的变动趋势进行预测。

(7) 其他收益

增值税加计抵减以历史期间的增值税进项税额为基础，结合以前年度增值税进项税额水平及预测期间的变动趋势进行预测。除上述费用外的其他项目属于非经常性损益，存在较大的不确定性，未对尚未发生的收益进行预测。

(8) 信用减值损失

信用减值损失系以结合应收款项预计回笼情况和历史期间经审计的坏账损失为基础，结合以前年度情况及预测期间的变动趋势进行预测。公司的信用减值损失主要来自于客户的应收账款，对于 1 年以内的应收账款，公司根据预测的全年收入和上一年度的应收账款未收回率进行测算，对于 1 年以上的应收账款根据 2024 年 9 月 30 日的情况进行预测，从而计算相应的信用减值损失。

(9) 资产减值损失

存货跌价损失系以历史期间经审计的存货跌价损失为基础，结合 2024 年 9 月 30 日的存货余额情况及预测期间的变动趋势进行预测；合同资产减值损失系结合合同资产预计回笼情况为基础，结合 2024 年 9 月 30 日的合同资产余额情况及预测期间的变动趋势进行预测。

(10) 资产处置收益、营业外收入、营业外支出

本项目属于非经常性损益，存在较大的不确定性，以全年已实现的收入、支出情况为依据，未对尚未发生的收入、支出进行预测。

(11) 所得税费用

所得税费用系根据公司预测的利润总额、法定税率及历史期间的所得税费用率进行预测。

2. 2024 年 1-9 月经审阅后净利润下滑幅度进一步扩大的具体原因

2024 年 1-9 月及 2024 年 1-6 月，公司主要业绩财务指标与上年同期对比如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-9 月同期对比			2024 年 1-6 月同期对比		
	2024 年 1-9 月	2023 年 1-9 月	变动率 (%)	2024 年 1-6 月	2023 年 1-6 月	变动率 (%)
营业收入	17,556.85	19,090.42	-8.03	11,229.83	12,552.71	-10.54
营业成本	11,877.09	13,001.22	-8.65	7,612.70	8,656.13	-12.05
毛利	5,679.76	6,089.20	-6.72	3,617.13	3,896.58	-7.17
毛利率	32.35%	31.90%	——	32.21%	31.04%	——
税金、期间费用等其他成本费用支出	2,836.15	2,547.22	11.34	1,806.66	1,724.50	4.76
利润总额	2,843.62	3,541.97	-19.72	1,810.47	2,172.08	-16.65
所得税	268.83	260.95	3.02	172.57	163.34	5.65
净利润	2,574.79	3,281.02	-21.52	1,637.90	2,008.73	-18.46
扣除非经常性损益归属于母公司股东的净利润	2,318.87	2,750.13	-15.68	1,466.15	1,701.37	-13.83

2024 年 1-6 月，公司净利润较上年同期下降 18.46%；2024 年 1-9 月，公司净利润较上年同期下降 21.52%，2024 年 1-9 月经审阅后净利润下滑幅度进一步扩大。相较于 2024 年 1-6 月，2024 年 1-9 月公司销售收入有所恢复，营业收入和毛利下降幅度收窄，税金、期间费用等其他成本费用支出较上年同期增加。

2024 年 1-9 月及 2024 年 1-6 月，税金、期间费用等其他成本费用支出对利润总额的影响如下：

单位：万元

项 目	2024 年 1-9 月同期对比			2024 年 1-6 月同期对比		
	2024 年 1-9 月	2023 年 1-9 月	变动率 (%)	2024 年 1-6 月	2023 年 1-6 月	变动率 (%)
税金及附加	242.44	284.22	-14.70	168.09	185.73	-9.50
销售费用	513.77	518.87	-0.98	371.67	338.86	9.68
管理费用	1,236.71	1,092.53	13.20	791.51	747.98	5.82
研发费用	803.79	850.82	-5.53	563.21	554.82	1.51
财务费用	-72.00	-48.63	-48.06	-60.16	-32.42	-85.56
其他收益	203.11	305.49	-33.51	156.83	200.81	-21.90
公允价值变动收益(损失以“-”号填列)				0.36		
信用减值损失(损失以“-”号填列)	-203.46	-78.27	159.95	-56.99	-90.80	-37.24
资产减值损失(损失以“-”号填列)	-118.37	-73.32	61.44	-72.42	-37.31	94.10
资产处置收益(损失以“-”号填列)	-0.15	0.14	-207.14		0.14	-100.00
营业外收入	7.59	0.78	873.08	0.06	0.26	-76.92

营业外支出	0.16	4.24	-96.23	0.16	2.62	-93.89
-------	------	------	--------	------	------	--------

由上表可知，导致 2024 年 1-9 月经审阅后净利润下滑幅度进一步扩大主要系管理费用、其他收益和信用减值损失的影响：

(1) 管理费用

2024 年 1-6 月和 2024 年 1-9 月，公司管理费用较上年同期分别增长为 5.82%和 13.20%，管理费用进一步增长，主要系咨询服务费发生的时间分布差异所致。2023 年第三季度发生的咨询服务费较少，主要集中在第四季度，而 2024 年咨询服务费主要发生在第三季度。因此 2024 年 1-9 月的管理费用较上年同期增长，导致净利润进一步下降。

(2) 其他收益

2024 年 1-6 月和 2024 年 1-9 月，公司其他收益较上年同期分别下降 21.90%和 33.51%，其他收益进一步减少，主要系取得的政府补助较上年同期减少。政府补助属于非经常性收益，不具有持续性，2024 年 1-9 月公司取得的政府补助较上年同期下降较大，对净利润的影响较大。

(3) 信用减值损失

2024 年 1-6 月和 2024 年 1-9 月，公司信用减值损失较上年同期分别下降 37.24%和增长 159.95%。2024 年 9 月 30 日，公司应收账款余额及账龄增长，信用减值损失增加，导致净利润进一步下降。

综上所述，2024 年 1-9 月相比上年同期净利润下滑幅度进一步扩大，主要系管理费用、其他收益和信用减值损失等综合影响所致。

3. 2024 年全年业绩下滑幅度收窄的合理性

(1) 全年营业毛利下滑幅度预计收窄

公司对营业收入的预测依据主要为向主要客户获取的采购计划以及目前在手订单情况，故公司对营业收入预测依据相对准确。

2023 年和 2024 年各季度的营业收入及毛利情况如下：

单位：万元

项目	一季度			二季度		
	2024 年 1-3 月	2023 年 1-3 月	变动率 (%)	2024 年 4-6 月	2023 年 4-6 月	变动率 (%)
营业收入	5,924.82	5,366.93	10.39	5,305.00	7,185.78	-26.17

营业成本	3,963.07	3,844.22	3.09	3,649.63	4,811.91	-24.15
毛利	1,961.76	1,522.71	28.83	1,655.37	2,373.86	-30.27
毛利率	33.11%	28.37%	-	31.20%	33.04%	-

（续上表）

项目	三季度			四季度		
	2024年7-9月	2023年7-9月	变动率(%)	2024年10-12月（预测）	2023年10-12月	变动率(%)
营业收入	6,327.02	6,537.72	-3.22	6,443.41	7,475.15	-13.80
营业成本	4,264.39	4,345.09	-1.86	4,350.75	5,074.51	-14.26
毛利	2,062.63	2,192.62	-5.93	2,092.66	2,400.65	-12.83
毛利率	32.60%	33.54%	-	32.48%	32.12%	-

公司 2024 年各季度毛利较上年同期变动分别为 28.83%、-30.27%、-5.93%和 -12.83%，其中 2024 年第二季度收入下降幅度较大。2024 年第三季度影响收入下降的因素逐渐减弱，2024 年第四季度收入较第三季度有所增长。但由于 2023 年第四季度收入水平较高，2024 年第四季度预测的营业收入较上年同期仍下降 13.80%（2024 年第四季度，公司实际实现营业收入 6,784.42 万元，相较于预测的第四季度收入增长 5.29%，已实现预测收入水平）。

2024 年度，公司各产品的营业收入预测情况与实际变动情况比较如下：

单位：万元

项目	实际收入情况对比			预测收入情况对比		
	2024 年（实际）	2023 年	变动率(%)	2024 年（盈利预测）	2023 年	变动率(%)
高折射率玻璃微珠	13,197.79	13,989.00	-5.66	12,673.53	13,989.00	-9.40
微棱镜型反光膜	5,513.14	6,736.06	-18.15	5,643.56	6,736.06	-16.22
PC 光扩散板（膜）	4,603.56	4,352.75	5.76	4,310.53	4,352.75	-0.97
其他	1,026.78	1,487.77	-30.99	1,372.64	1,487.77	-7.74
合 计	24,341.27	26,565.58	-8.37	24,000.26	26,565.58	-9.66

分具体产品分析：（1）高折射率玻璃微珠收入占公司营业收入的比重较高，受外销客户收入下降影响，2024 年 1-6 月公司收入下降幅度较大。根据期后收入实现情况，高折射率玻璃微珠外销客户收入已逐步恢复。2024 年度，已实现收入 13,197.79 万元，营业收入下降 5.66%，盈利预测中营业收入预计下降 9.40%，相较于盈利预测，高折射率玻璃微珠收入下降幅度已有所收窄。（2）微棱镜型反光膜部分外销订单在 2024 年底尚未完成出口报关手续，期后收入实现情况略低于预期水平，但相较于 2024

年 1-6 月同比下降 23.62%，期后收入下降幅度亦已有所收窄。(3)PC 光扩散板(膜)客户数量较多，订单量较小，零星客户居多，收入预测以 2024 年 1-9 月的月平均收入作为预测依据，故收入预测存在一定偏差，公司 2024 年度 PC 光扩散板(膜)收入相较于 2023 年度增长 5.76%，期后收入实现情况好于预期收入。根据公司期后收入实现情况，公司整体收入略高于预期，业绩下滑的幅度进一步收窄。

从客户角度来看，2024 年 1-6 月，公司业绩下滑的主要客户系 JAPAN TRADE SERVICE CENTER。JAPAN TRADE SERVICE CENTER 在报告期内的销售收入及数量情况如下：

年份	月份	销售数量(吨)	销售收入(万元)
2024 年度	1-6 月	134.00	518.49
	7-9 月	140.00	557.95
	10-12 月	180.00	704.98
	2024 年小计	454.00	1,781.42
2023 年度		900.00	3,339.87
2022 年度		520.00	1,854.17

公司在盈利预测中对 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 第四季度预测收入为 477.12 万元，全年的销售收入预测为 1,553.55 万元，实际第四季度实现收入 704.98 万元，全年实现收入 1,781.42 万元，相较于盈利预测增长 14.67%。2023 年度至 2024 年 1-6 月，外销客户 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 的销售收入变动较大，根据期后收入变动情况，相关影响因素已经减弱，订单需求逐渐恢复。结合报告期内 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 的销售收入整体变动情况，虽然 2024 年收入出现下降，但是公司 2023 年和 2024 年对 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 的平均销售收入相较于 2022 年实现增长，未来对其收入仍具有持续性

综上所述，公司全年营业毛利下滑幅度预计收窄具有合理性。

(2) 大额管理费用咨询服务费时间分布存在差异

盈利预测中管理费用的变动对净利润的影响较大，2023 年和 2024 年各季度管理费用变动情况如下：

单位：万元

项 目	2024 年度 (盈利预测)	2023 年度	变动额	变动率(%)
一季度	373.82	352.89	20.93	5.93

二季度	417.69	395.09	22.60	5.72
三季度	445.19	344.54	100.65	29.21
四季度	355.95	591.65	-235.70	-39.84
合 计	1,592.66	1,684.17	-91.52	-5.43

经预测，2024 年度管理费用合计 1,592.66 万元，相较于上期下降 5.43%，第三季度和第四季度管理费用变动幅度较大，分别为 29.21%和-39.84%，主要系受到两期大额咨询服务费时间分布差异影响。2023 年及 2024 年第三、第四季度预测的管理费用明细如下：

单位：万元

项 目	三季度			四季度		
	2024 年三 季度	2023 年三季 度	变动率(%)	2024 年四季 度(预测)	2023 年四季 度	变动率 (%)
职工薪酬	165.67	191.51	-13.49	190.60	243.64	-21.77
咨询服务费	108.99	8.73	1,147.97	11.49	204.50	-94.38
折旧与摊销	58.09	44.79	29.69	53.18	29.96	77.48
业务招待费	40.04	37.68	6.26	40.32	50.97	-20.90
办公及通讯费	24.15	29.01	-16.77	25.05	22.78	9.98
交通差旅费	21.08	15.04	40.14	18.59	23.57	-21.14
安保费	9.50	6.31	50.67	9.60	12.50	-23.20
保险及修理费	0.89	9.45	-90.58	2.88	2.51	14.74
其他	16.79	2.02	731.19	4.24	1.21	250.41
合 计	445.19	344.54	29.21	355.95	591.65	-39.84

根据上表，预测的第四季度管理费用下降主要系职工薪酬和咨询服务费变动所致。公司根据管理人员变动情况、薪酬计划及对高级管理人员预计经营业绩实现情况考核等对职工薪酬进行预测，2024 年度经营业绩预计较上期下降，故预测的职工薪酬有所下降。2024 年第四季度实际管理费用中职工薪酬为 213.21 万元，较上年同期下降 12.49%，但由于第四季度经营业绩实现情况好于预期，全年业绩下降幅度进一步收窄，第四季度管理人员职工薪酬略高于预测数。

大额咨询服务费根据公司实际需求进行预测，小额咨询服务费根据历史数据平均进行预测，由于 2023 年度中介机构咨询服务费主要集中在第四季度，而 2024 年相对集中于第三季度，时间性分布差异导致 2024 年第四季度预测的咨询服务费下降较多。管理费用其他项目的变动金额较小，对整体业绩影响不大。因此，预测期间管理费用下降具有合理性。2024 年第四季度实际咨询服务费 27.31 万元，相较于 2024

年第三季度 108.99 万元，下降较为明显。

2024 年度，公司管理费用实际情况与预测情况比较如下：

单位：万元

项目	2024 年度（预测）	2024 年度（实际）	差异金额	差异率(%)
职工薪酬	796.46	819.07	-22.61	-2.84
咨询服务费	181.45	197.26	-15.82	-8.72
折旧与摊销	199.92	203.34	-3.42	-1.71
业务招待费	154.78	172.25	-17.47	-11.29
办公及通讯费	99.73	100.95	-1.22	-1.22
交通差旅费	69.07	71.74	-2.67	-3.87
安保费	36.46	39.57	-3.11	-8.53
保险及修理费	13.71	12.59	1.12	8.18
其他	41.08	37.09	3.99	9.71
合 计	1,592.66	1,653.87	-61.21	-3.84

管理费用全年预测数相较于实际发生数差异金额为-61.21 万元，差异率为-3.84%，整体差异较小。

(3) 期后业绩实现情况

2024 年公司实际业绩同比变动情况及 2024 年审定数与预测数的对比情况如下：

单位：万元

项目	2024 年同期对比（实际）				2024 年审定与预测对比			
	2024 年	2023 年	变动	变动率(%)	2024 年审定数	2024 年预测数	变动	变动率(%)
营业收入	24,341.27	26,565.58	-2,224.31	-8.37	24,341.27	24,000.26	341.01	1.42
毛利	7,914.35	8,489.85	-575.49	-6.78	7,914.35	7,772.42	141.93	1.83
毛利率	32.51%	31.96%	0.56%	——	32.51%	32.38%	0.13%	——
利润总额	4,219.45	5,056.55	-837.10	-16.55	4,219.45	4,104.71	114.74	2.80
净利润	3,813.66	4,646.99	-833.33	-17.93	3,813.66	3,694.95	118.71	3.21
归母净利润	3,560.83	4,232.23	-671.40	-15.86	3,560.83	3,481.94	78.89	2.27
扣除非经常性损益归属于母公司股东的净利润	3,422.80	3,706.12	-283.32	-7.64	3,422.80	3,361.98	60.82	1.81

根据公司 2024 年度审定的财务报表数据，公司营业收入和扣除非经常性损益归属于母公司股东的净利润较上年同期分别下降 8.37%和 7.64%，较 2024 年 1-6 月的下降幅度均已有所收窄。2024 年度实现的营业收入和扣除非经常性损益归属于母公

司股东的净利润均略高于盈利预测数，期后业绩情况进一步好转。

综上所述，公司 2024 年全年业绩下滑幅度较 2024 年上半年度收窄具有合理性。

4. 公司未来业绩是否具有持续性，是否存在业绩大幅波动或进一步下滑风险

公司主要从事反光材料相关业务，从行业发展角度来看，反光材料的下游市场需求主要有道路交通安全、职业防护与个人防护、公共安全、广告喷绘、消费类产品等各个领域，上述应用领域对反光材料具有需求刚性、重复消费的特点，从存量和增量上来看都会对反光材料产生大量的需求。在目前国民经济稳中有进的背景下，考虑到下游应用领域不断拓展以及技术进步和产品升级，下游市场对反光材料的需求将进一步增加。

2023 年至 2024 年 1-6 月，公司业绩出现大幅波动的情况，主要受到外销客户收入变动的影响。其中，在公司与 giftec reflection ltd 的合作关系和俄罗斯市场后续未出现重大不利变化的情况下，公司与 giftec reflection ltd 后续交易具备一定稳定性；此外，基于各方的合作关系、历史交易金额以及波动原因，结合德国欧瑞飞在反光材料领域以及公司在玻璃微珠领域的竞争力，在终端需求未出现重大不利变化情况下，公司向 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 的后续交易具备一定稳定性。

欧盟和欧元区未来经济的预期回升、俄乌冲突影响及公司产品性能改善等因素对公司主要外销客户业务有正面影响，2024 年下半年以来，公司主要外销客户在手订单、期后发货、合同签订情况良好，公司外销收入进一步大幅下滑的风险较小。2024 年度，玻璃微珠型反光材料下游市场需求有所好转，公司高折射率玻璃微珠内销收入与内销数量出现一定增长，高折射率玻璃微珠境内市场未出现萎缩迹象；尽管境内微棱镜型反光膜市场需求受景气度波动影响，国内微棱镜型反光膜品牌拥有较大的国产替代空间，市场整体并未出现萎缩。

公司围绕主要产品进行产品创新及市场拓展，是公司战略发展的重要组成部分，旨在帮助公司在市场竞争加剧的环境下，实现市场份额的提升和收入的增长。在对市场进行深入的研究与分析后，公司已经充分论证了这些措施的可行性和实际效果。目前，公司已经开始实施这些措施，预期可为公司带来积极的业务成果。

综上所述，公司未来业绩具有持续性，公司业绩大幅波动或进一步大幅下滑风险较小。

(五) 公司 2025 年盈利预测情况

1. 盈利预测的基本假设、具体依据、测算过程

(1) 盈利预测编制基础

公司在经审计的 2024 年度及经审阅的 2025 年 1—3 月财务报表的基础上，结合公司 2024 年度及 2025 年 1—5 月的实际经营业绩，并以对预测期间经营环境及经营计划等的最佳估计假设为前提，编制了公司 2025 年度盈利预测表。

(2) 盈利预测假设

- 1) 国家及地方现行的法律法规、监管、财政、经济状况或国家宏观调控政策无重大变化；
- 2) 国家现行的利率、汇率及通货膨胀水平等无重大变化；
- 3) 对公司生产经营有影响的法律法规、行业规定和行业质量标准等无重大变化；
- 4) 公司组织结构、股权结构及治理结构无重大变化；
- 5) 公司经营所遵循的税收政策和有关税收优惠政策无重大变化；
- 6) 公司制定的各项经营计划、资金计划及投资计划等能够顺利执行；
- 7) 公司经营所需的能源和主要原材料供应及价格不会发生重大波动；
- 8) 公司经营活动、预计产品结构及产品市场需求状况、价格在正常范围内变动；
- 9) 无其他人力不可抗拒及不可预见因素对本公司造成的重大不利影响；
- 10) 其他具体假设详见盈利预测《审核报告》之盈利预测表项目说明所述。

(3) 盈利预测具体依据、测算过程

1) 营业收入及营业成本

① 预测依据

营业收入系以主要客户的预计订单情况以及以 2025 年 1-5 月实际发生数为基础，结合预测期间的变动趋势进行预测；营业成本系以主要客户收入预测情况以及 2025 年 1-5 月成本变动为基础进行预测。营业收入和营业成本的总体预测情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度 已审实际数	2025 年度			
		1-3 月 已审实际数	4-5 月 未审实际数	6-12 月 预测数	合计
主营业务收入	24,253.36	6,387.83	3,333.82	17,081.76	26,803.41

其他业务收入	87.91	18.26	6.81	35.10	60.16
营业收入	24,341.27	6,406.09	3,340.63	17,116.86	26,863.58
主营业务成本	16,340.78	4,347.62	2,297.76	11,660.62	18,305.99
其他业务成本	86.13	18.26	6.81	35.10	60.16
营业成本	16,426.91	4,365.87	2,304.57	11,695.72	18,366.15

公司客户根据实际需求下达订单，订单具有少量多批次的特点，在手订单的金额相对较少，但客户通过对自身生产情况和市场预计情况仍可以对未来采购计划作出相对可靠的判断。

公司结合 2024 年度和 2025 年 1-3 月的销售情况，选取销售收入占比至少 80% 以上的客户作为主要预测对象，销售部门通过邮件、微信等方式与各产品的主要客户进行沟通，询问其 2025 年 6-12 月对公司相关产品的预计采购计划。其中：对于重要的外销客户，公司主要通过邮件方式取得了其全年采购明细，获取预期采购产品的具体型号及数量，结合相关产品当前的售价，预测 2025 年 6-12 月的营业收入；对于重要的内销客户，公司主要通过微信等方式进行沟通，客户结合自身生产经营情况对 2025 年 6-12 月的采购计划进行预计，公司进一步取得经客户盖章的确认书。销售部门根据沟通记录中客户回复的产品类型和数量，结合各客户相关产品当前的售价，预测各客户 2025 年 6-12 月各主要产品的营业收入；对于公司 2025 年 6-12 月有确定订单或明确无订单的客户，公司按照在手订单或者 2025 年已发生的实际收入确定该等客户全年的营业收入。

公司收入预测中所采用的各类预测方式统计如下：

预测方式	客户数量	对应收入(万元)	占预测主营业务收入比例(%)
微信沟通并书面确认	26.00	11,587.58	43.23
邮件沟通	2.00	4,858.69	18.13
微信沟通	48.00	4,510.81	16.83
书面确认	2.00	330.00	1.23
在手订单及实际已确认收入	12.00	396.94	1.48
其他[注 1]	3.00	709.61	2.65
小计	93.00	22,393.64	83.55

[注 1]部分重要客户由公司管理层考虑其以前年度较稳定的采购记录，并结合 2025 年 1-5 月销售情况进行合理预测

[注 2]公司预测新产品微珠型反光膜的收入为 775.22 万元，上述客户的预测收入占原有业务（不含微珠型反光膜）预测主营业务收入的 86.04%

对于剩余收入占比较小的非重要客户，则根据 2025 年 1-5 月已实现的收入按月均收入水平进行预测。

② 重要客户的预测情况

2025 年预测收入 1,000 万元以上的重要客户的收入预测情况如下：

主要客户	销售区域	主要产品	2024 年度 收入(万元)	2025 年度预测 收入(万元)	占预测主营业务 收入的比例(%)	预测依据
JAPAN TRADE SERVICE CENTER	境外销售	高折射率玻 璃微珠	1,781.42	*	*	邮件沟通
giftec reflection ltd	境外销售	微棱镜型反 光膜	2,216.22	*	*	邮件沟通
宜兴市德田进 出口有限公司	境内销售	高折射率玻 璃微珠	1,139.27	*	*	微信沟通并书 面确认
夜视丽	境内销售	高折射率玻 璃微珠	2,483.73	*	*	微信沟通并书 面确认
常州华日升	境内销售	高折射率玻 璃微珠	1,635.66	*	*	微信沟通并书 面确认
黄山兴伟反光材 料有限公司	境内销售	高折射率玻 璃微珠	1,420.27	*	*	微信沟通并书 面确认
小计			10,676.57	12,236.72	45.65	

如前所述，报告期内，主要外销客户 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 和 giftec reflection ltd 的销售收入波动较大，公司通过邮件与 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 和 giftec reflection ltd 进行沟通，取得其 2025 年度全年的采购计划，并根据采购计划预测 2025 年收入的具体情况如下：

单位：万元

客户	1-5 月未审已实现 收入	6-12 月预测 收入	2025 年度预测 收入	2024 年度已审 收入
JAPAN TRADE SERVICE CENTER	909.66	*	*	1,781.42
giftec reflection ltd	750.19	*	*	2,216.22

由上表，上述两家外销客户 2025 年 6-12 月的营业收入预测的月均收入高于 2025 年 1-5 月的月均收入，结合历史数据和实际情况，上述外销客户会综合考虑自身采购需求和公司春节假期的影响，相关客户下半年度的营业收入相较于上半年会有一定

的增长。上述外销客户 2025 年预测的月均收入与 2024 年比较如下：

单位：万元

客户	2024 年实际		2025 年预测	
	2024 年 1-6 月均收入	2024 年 7-12 月均收入	2025 年 1-5 月未审月均收入	2025 年 6-12 月预测月均收入
JAPAN TRADE SERVICE CENTER	86.41	210.49	*	*
giftec reflection ltd	151.03	218.34	*	*

2024 年 1-6 月，公司对 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 的收入下降具有特殊性，月均收入有所下降，2024 年下半年相关影响因素逐渐减弱，月均收入恢复到正常水平，2025 年 6-12 月预测的月均收入略高于 2024 年下半年的月均水平：2022-2024 年，JAPAN TRADE SERVICE CENTER 向公司采购的高折射率玻璃微珠的数量分别为 520 吨、900 吨和 454 吨。JAPAN TRADE SERVICE CENTER 提供给公司 2025 年采购计划为 680 吨，2025 年 1-5 月，公司已发货并确认收入 260 吨，已完成采购计划的 38.24%。截至 2025 年 5 月 31 日，公司已有该客户在手订单 180 吨，预计 2025 年 8 月底前可以完成发货。因此，综合考虑公司 2025 年 1-5 月已实现收入和公司目前在手订单情况，公司实现对 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 全年预测收入的可能性较大。

2025 年，公司与 giftec reflection ltd 保持了稳定的合作关系，该客户一般在公司完成前一个订单发货并取得提单时下达后一个订单，与 2024 年度实现的收入相比，公司预测的总收入和上下半年的月均收入均无明显差异，符合公司实际经营情况，公司针对 giftec reflection ltd 预测收入相对合理。

内销客户中，宜兴市德田进出口有限公司 2025 年预测收入较 2024 年度增长较大，主要系宜兴市德田进出口有限公司与宜兴市禾田进出口有限公司为关联公司，2025 年起，公司对宜兴市禾田进出口有限公司的订单已全部由宜兴市德田进出口有限公司承接，2024 年，上述两家客户实现营业收入合计为 2,003.21 万元，2025 年收入预测数据略有增长。公司依据夜视丽 2025 年 1-5 月已实现的收入情况，预测的 2025 年收入较 2024 年度有所下降，常州华日升和黄山兴伟两家内销客户 2025 年 1-5 月的已实现的收入有所增长，2025 年度预测收入较 2024 年略有增长。

③ 分产品的预测情况

公司主营业务收入分产品的预测情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度 已审实际数	2025 年度			
		1-3 月 已审实际数	4-5 月 未审实际数	6-12 月 预测数	合计
高折射率玻璃微珠	13,197.79	3,713.66	1,686.99	8,811.23	14,211.87
微棱镜型反光膜	5,513.14	1,400.48	611.86	4,083.19	6,095.53
PC 光扩散板(膜)	4,603.56	1,058.34	899.07	2,778.51	4,735.91
其他	938.88	215.36	135.90	1,408.84	1,760.10
小 计	24,253.36	6,387.83	3,333.82	17,081.76	26,803.41

公司主营业务收入按照销售区域预测情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度 已审实际数	2025 年度			
		1-3 月 已审实际数	4-5 月 未审实际数	6-12 月 预测数	合计
外销收入	5,585.92	1,667.01	669.12	3,970.93	6,307.06
其中：高折射率玻璃微珠	2,735.24	1,044.09	389.61	2,159.16	3,592.85
微棱镜型反光膜	2,219.09	586.33	153.10	1,504.05	2,243.47
PC 光扩散板(膜)	334.92	36.60	70.85	102.73	210.17
其他	296.68		55.56	205.00	260.56
内销收入	18,667.44	4,720.82	2,664.70	13,110.83	20,496.35
其中：高折射率玻璃微珠	10,462.55	2,669.57	1,297.38	6,652.07	10,619.02
微棱镜型反光膜	3,294.05	814.15	458.76	2,579.14	3,852.06
PC 光扩散板(膜)	4,268.64	1,021.74	828.22	2,675.78	4,525.74
其他	642.20	215.36	80.34	1,203.84	1,499.54

④ 主营业务成本及毛利率的预测

公司主营业务成本的预测系基于 2025 年 1-3 月经审阅的客户的毛利率和各客户预测的收入进行测算,2025 年 4-5 月新增客户按照同类产品的平均毛利率进行测算。报告期内，各主要产品的毛利率变动情况如下：

项目	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年 1-3 月	2025 年度 (预测)
主营业务毛利率	30.18%	31.97%	32.62%	31.94%	31.70%
高折射率玻璃微珠	28.09%	30.22%	34.31%	34.90%	35.67%

微棱镜型反光膜	37.09%	37.87%	31.45%	25.82%	27.16%
PC 光扩散板（膜）	24.81%	28.92%	28.42%	29.02%	27.53%

整体来看，2025 预测的主营业务毛利率相较于 2024 年度和 2025 年 1-3 月略有下降，整体变动差异较小，由于各客户的预测的毛利率系 2025 年 1-3 月经审阅的毛利率，故各产品的毛利率的变动系不同客户销售结构变动差异导致。2025 年各主要材料的采购单价变动情况如下：

单位：元/吨

主要原材料	2024 年度	2025 年 1-3 月	2025 年 1-5 月	2025 年 1-5 月较 2025 年 1-3 月变 动率
钛白粉	12,999.96	12,200.13	11,965.07	-1.93%
碳酸钡	3,024.89	3,058.00	3,035.92	-0.72%
氧化锌	18,453.42	19,662.54	19,043.07	-3.15%
PC 粒子	13,525.69	13,213.07	13,375.81	1.23%

公司产品的原材料自 2021 年出现较大幅度的上涨后，逐步回落，未出现较大幅度的材料价格波动。2025 年 1-5 月，高折射率玻璃微珠主要原材料的价格均相对于 2025 年 1-3 月有所下降，且人工成本和制造费用未出现较大变动，在此基础上，预计未来材料成本不会出现较大幅度增长，毛利率大幅下降的可能性较低。微棱镜型反光膜和 PC 光扩散板（膜）主要原材料 PC 粒子 2025 年 1-5 月有所增长，主要系 PC 粒子内部不同种类存在价格差异，但整体价格波动幅度较小，对主营业务成本的预测影响较小。因此以 2025 年 1-3 月的各客户毛利率作为预测基础具有一定的合理性。

2) 税金及附加

城市维护建设税、教育费附加以及地方教育附加系根据公司预测的 2025 年度收入及测算的 2025 年 1-3 月经审阅的应交增值税税负率，按照相应的税收政策进行预测；土地使用税、房产税、印花税、环境保护税系以 2025 年 1-5 月实际发生数为基础，结合预测期间的变动趋势进行预测。

税金及附加的预测情况具体如下：

单位：万元

项 目	2024 年度 已审实际数	2025 年度			
		1-3 月 已审实际数	4-5 月 未审实际数	6-12 月 预测数	合计
土地使用税	154.76	38.69	25.79	90.28	154.76

城市维护建设税	79.80	7.12	9.53	16.32	32.97
房产税	54.14	13.49	8.99	31.47	53.94
教育费附加	34.20	3.05	4.09	6.99	14.13
地方教育附加	22.80	2.03	2.72	4.66	9.42
印花税	6.03	1.72	1.70	4.78	8.20
环境保护税	1.00	0.25	0.25	0.50	1.00
合 计	352.74	66.35	53.08	155.00	274.42

2025 年总体预测的附加税金偏低，预测的税金及附加相较于上年下降 78.32 万元，下降 22.20%，主要系城市维护建设税等附加税的预测金额减少。由于 2024 年底公司规划投资生产广告级、车牌级等反光膜产品和车载膜产品，2025 年，公司厂房建造和设备投入增加，截至 2025 年 5 月，新建厂房尚未竣工，产线设备仍在调试未投入使用，工程款和设备款所产生的增值税进项税额较大，对应的附加税较上年同期下降。根据公司工程和设备款的结算情况，后续仍将产生较大金额的增值税进项税额，2025 年 1-3 月，已有部分工程和设备发票入账，降低了税金及附加金额，2025 年 1-5 月，母公司账面的增值税进项税额已大于增值税销项税额，税金及附加金额将进一步减少，故以 2025 年 1-3 月的增值税税负率进行测算，具有合理性。

3) 销售费用

销售费用主要包括职工薪酬、业务招待费、广告及宣传费、交通差旅费等，公司按照 2025 年 1-5 月实际发生情况结合经营计划和收入增长情况进行预测。其中，职工薪酬系根据销售人员变动情况、薪酬计划及预测的收入增长情况等进行预测，对于销售人员的提成，结合报告期内的平均提成比例和预测的收入进行测算。其他费用系公司针对所有最底层的明细科目按照 2025 年 1-5 月实际发生数的月均水平为基础进行预测。

4) 管理费用

管理费用主要包括职工薪酬、折旧与摊销、咨询服务费、业务招待费等，公司按照 2025 年 1-5 月实际发生情况结合经营计划和收入增长情况进行预测。其中，职工薪酬系根据管理人员变动情况、薪酬计划及对高级管理人员预计经营业绩实现情况考核等进行预测，对管理人员的奖金系在上年薪酬水平的基础上结合预测的收入

增长情况进行预测。折旧和摊销系根据公司管理用固定资产及无形资产的账面原值、预测期间增减变动以及采用的折旧摊销政策等进行预测。咨询服务费预测系在目前可预期的费用基础上，结合上年度其他咨询费用发生情况进行暂估。因 2024 年下半年实际发生的业务招待费高于上半年，出于谨慎性考虑，2025 年下半年预测数按 2025 年 1-5 月实际发生数的平均水平的两倍进行预测。除上述费用外的其他管理费用系以 2025 年 1-5 月的实际发生数的月平均水平为基础进行预测。

5) 研发费用

研发费用主要包括职工薪酬、能源费、咨询检验费、材料费用等，公司按照 2025 年 1-5 月实际发生情况结合经营计划和收入增长情况进行预测。其中，职工薪酬系根据研发人员编制情况、薪酬增长计划等进行预测。折旧和摊销系根据公司研发用固定资产及无形资产的账面原值、预测期间增减变动以及采用的折旧摊销政策等进行预测。咨询服务费预测系在目前可预期的费用基础上，结合上年度其他咨询费用发生情况进行暂估。除上述费用外的其他研发费用系以 2025 年 1-5 月的实际发生数的月平均水平为基础进行预测。

6) 财务费用

利息支出系根据公司目前贷款规模和利率，结合公司未来规划融资规模相关情况进行预测。利息收入主要分为活期存款和定期大额存单的利息收入，活期存款利息收入系根据 2025 年 5 月底的货币资金量，结合活期存款利率情况进行预测，大额存单利息收入根据本金及约定的利率进行预测。手续费系以 2025 年 1-5 月的月均水平进行预测，汇兑损益以 2025 年 1-5 月实际发生数为准，未进行预测。

7) 其他收益

与资产相关的政府补助根据公司账面的递延收益的摊销进行预测。增值税加计抵减以 2025 年 1-5 月的增值税进项税额加计抵减数为基础进行预测。除上述费用外的其他项目属于非经常性损益，存在较大的不确定性，未对尚未发生的收益进行预测。

8) 信用减值损失

公司的信用减值损失主要来自于应收账款的坏账准备，分为 1 年以内的应收账款和 1 年以上的应收账款的预测。1 年以内的应收账款的预测基于预测的营业收入和

1 年以内的应收账款的未回收率（即 1 年以内账龄的应收账款余额除以最近 1 年的营业收入）。根据预测的营业收入及 1 年以内的应收账款的未回收率计算 1 年以内的应收账款金额，并计提相应的信用减值损失。公司各单体 2024 年-2025 年各季度末的应收账款未回收率情况如下：

公司	2024/3/31	2024/6/30	2024/9/30	2024/12/31	2025/3/31	2025/12/31 (预测)
盛富莱	37.40%	29.59%	23.75%	39.54%	38.61%	39.54%
江西盛汇	23.84%	18.24%	14.17%	15.09%	19.25%	19.25%

相对而言，母公司盛富莱的应收账款的余额及坏账准备金额占比较大，2025 年一季度的 1 年以内应收账款的未回收率有所下降，子公司江西盛汇的 1 年以内应收账款的未回收率有所上升。出于谨慎考虑，公司预测时选择 2024 年度和 2025 年 1 季度孰高者。

对于 1 年以上长账龄的坏账准备预测，系基于历史长账龄的坏账准备的计提比例，长账龄余额的预测参考 2024 年底和 2025 年 1 季度的长账龄余额，若 2025 年 1 季度长账龄减少，则以相对较高的 2024 年度的长账龄金额与长账龄计提比例预测信用减值损失；若 2025 年 1 季度长账龄余额增长，则在此基础上结合收入增长比例和与长账龄计提比例预测信用减值损失。公司各单体 2024 年-2025 年各季度末的应收账款长账龄坏账计提情况如下：

公司	2024/3/31	2024/6/30	2024/9/30	2024/12/31	2025/3/31	2025/12/31 (预测)
盛富莱	40.87%	33.39%	31.42%	30.68%	30.48%	30.68%
江西盛汇	23.81%	26.18%	26.02%	46.38%	39.91%	46.38%

公司自 2024 年下半年起积极催收应收账款，应收账款的回款率有所好转，2025 年 1-3 月，长账龄的坏账计提比例较 2024 年底有所下降，截至 2025 年 5 月 31 日，公司 2024 年底应收账款期后回款率为 49.07%，回款情况相对乐观，出于谨慎考虑，公司预测时选择的应收账款长账龄的计提比例系 2024 年度和 2025 年 1 季度孰高者。

9) 资产减值损失

存货跌价损失系参考公司各单体 2024 年-2025 年各季度末存货减值准备计提比例，结合 2025 年 5 月 31 日的存货余额和 2025 年 1-3 月已转销的存货，预测 2025 年度的存货跌价准备。合同资产减值损失系结合 2025 年 1-3 月的减值计提情况及年底预期账龄情况进行预测。

10) 资产处置收益

结合历史经营数据已实现收入、支出情况进行预测，本项目属非经常性损益，存在较大的不确定性，未对尚未发生的收入、支出进行预测。

11) 营业外收入、营业外支出

结合历史经营数据已实现收入、支出情况进行预测，本项目属非经常性损益，存在较大的不确定性，未对尚未发生的收入、支出进行预测。

12) 所得税费用

所得税费用系根据公司预测的利润总额、法定税率及历史期间的所得税费用率进行预测。

2. 盈利预测结果

单位：万元

项目	2024 年度 已审实际数	2025 年度			
		1-3 月 已审实际数	4-5 月 未审实际数	6-12 月 预测数	合计
一、营业总收入	24,341.27	6,406.09	3,340.63	17,116.86	26,863.58
二、营业总成本	20,119.79	5,209.60	2,866.98	13,977.75	22,054.34
其中：营业成本	16,426.91	4,365.87	2,304.57	11,695.72	18,366.15
税金及附加	352.74	66.35	53.08	155.00	274.42
销售费用	712.38	195.46	117.10	482.71	795.27
管理费用	1,653.87	350.53	239.34	1,059.11	1,648.97
研发费用	1,076.70	263.48	177.82	641.95	1,083.26
财务费用	-102.81	-32.09	-24.93	-56.73	-113.74
加：其他收益	243.15	221.05	104.63	100.05	425.73
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-140.82	-1.54		-63.66	-65.20
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-110.40	-58.26		-43.73	-101.99
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-0.15				
三、营业利润（亏损以“-”号填列）	4,213.26	1,357.74	578.28	3,131.76	5,067.79
加：营业外收入	7.63	0.01	0.01		0.02

项目	2024 年度 已审实际数	2025 年度			
		1-3 月 已审实际数	4-5 月 未审实际数	6-12 月 预测数	合计
减：营业外支出	1.43	0.10	0.01		0.11
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	4,219.46	1,357.65	578.28	3,131.76	5,067.69
减：所得税费用	405.79	204.89	62.87	347.00	614.76
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	3,813.67	1,152.76	515.41	2,784.76	4,452.93
减：少数股东损益（净亏损以“-”号填列）	252.84	26.87	26.79	107.08	160.75
归属于母公司所有者的净利润（净亏损以“-”号填列）	3,560.83	1,125.89	488.62	2,677.68	4,292.19
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	3,422.80	944.95	483.77	2,593.00	4,021.72

3. 盈利预测结果符合发行条件和上市条件

根据经审计的公司 2024 年度归属于母公司所有者的净利润（扣除非经常性损益前后孰低）为 3,422.80 万元，根据经审核的 2025 年度盈利预测，公司 2025 年经预测归属于母公司所有者的净利润（扣除非经常性损益前后孰低）为 4,021.72 万元，最近两年净利润均不低于 1,500 万元；公司 2024 年度加权平均净资产收益率（扣除非经常性损益前后孰低）、2025 年度经预测的加权平均净资产收益率（扣除非经常性损益前后孰低）分别为 9.32%和 10.85%，最近两年加权平均净资产收益率平均不低于 8%。根据公司最近一次融资情况及同行业可比公司境内估值情况，预计本次发行时公司的市值不低于 2 亿元人民币，公司 2024 年盈利预测涉及的上述财务指标的变化，符合《北交所上市规则》第 2.1.3 条第一款第（一）项的标准。同时，公司也持续符合其他发行条件和上市条件。

（六）核查程序及结论

1. 核查程序

（1）了解 2023 年度外销客户 giftec reflection ltd、JAPAN TRADE SERVICE CENTER 收入增长的原因、背景；

（2）查询俄罗斯联邦税务局官方网站信息，了解 giftec reflection ltd 的财

务信息；

(3) 访谈 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 的主要股东及董事长 MINORU FUJIMOTO，以及德国欧瑞飞相关人员，了解 2023 年度德国欧瑞飞通过其向公司采购金额增加的原因；

(4) 通过上述访谈，了解 2024 年 1-6 月 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 的外销终端客户德国欧瑞飞需求大幅减少具体原因及影响，分析是否为长期影响；

(5) 获取报告期公司对 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 的高折射率玻璃微珠销售收入及主要应用领域变化情况，分析波动原因；

(6) 获取公司目前主要外销客户的库存穿透核查情况和在手订单及期后发货、合同签订等情况，分析公司外销收入是否存在进一步下滑风险；

(7) 取得公司报告期内销售明细表，分析各产品不同规格和不同销售区域的销售变化情况，了解不同客户的采购内容变化情况；

(8) 访谈公司管理层、销售部门负责人等，了解下游市场需求变化情况、公司与主要客户的业务开展情况、同行业竞争对手情况。结合国内基础设施投资情况、对客户的访谈资料、往来邮件等信息分析公司产品销售收入下降的原因及合理性；

(9) 查询同行业可比公司定期报告，分析 2024 年度公司产品市场需求变动情况，查阅行业研究报告，了解国内反光材料市场的竞争情况；

(10) 访谈公司管理层和相关技术人员，了解公司主要产品目前实际情况和未来的发展规划，分析相关措施的可行性及有效性；

(11) 了解并检查公司盈利预测各科目的具体依据，分析盈利预测的假设条件、具体依据和计算过程，判断盈利预测是否谨慎客观；

(12) 取得公司 2024 年上半年财务报表及经审阅的第三季度财务报表，比较公司主要业绩财务指标与上年同期变动，分析 2024 年 1-9 月经审阅后净利润下滑幅度进一步扩大的具体原因；

(13) 结合 2024 年 1-9 月经审阅后净利润下滑幅度进一步扩大的具体原因，分析相关事项对 2024 年第四季度的影响；

(14) 取得公司 2023 年度及 2024 年度的财务报表，比较 2024 年公司主要业绩指标变动与 2024 年盈利预测主要业绩变动情况，分析与评价 2024 年全年业绩下滑

幅度收窄的合理性；

(15) 关于公司 2025 年的盈利预测，履行如下核查程序：1) 获取公司分项目的收入成本明细，统计细分业务毛利率数据，判断不同业务毛利率变动情况，了解变动的原因，分析公司的成本及毛利率预测是否合理；2) 获取公司各项期间费用的预测数据，对比分析各类期间费用率变动情况，分析各期间费用率变动是否合理；3) 结合公司历史回款情况，计算分析公司减值损失相关预测是否合理；4) 分析盈利预测的假设条件、具体依据和计算过程，判断盈利预测是否谨慎客观。

2. 核查结论

经核查，我们认为：

(1) 公司与外销主要客户 giftec reflection ltd、JAPAN TRADE SERVICE CENTER 的后续交易具备一定稳定性。2023 年度，公司对 giftec reflection ltd 的销售增长不具有偶发性；公司对 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 的销售增长源于其终端客户德国欧瑞飞的需求增加及需求增加预期下的采购策略，其中需求增加因素不具有偶发性，采购策略因素具有一定的偶发性；

(2) 导致 2024 年上半年外销终端客户德国欧瑞飞需求大幅减少的因素并非长期影响因素。2024 年下半年以来，公司主要外销客户在手订单累计数、期后发货、合同签订情况良好，公司外销收入进一步大幅下滑的风险较小；

(3) 公司主要产品高折射率玻璃微珠、微棱镜型反光膜的境内市场未出现萎缩迹象；公司针对主要产品进行了产品创新和市场拓展，相关措施预期可为公司带来积极的业务成果；

(4) 公司 2024 年全年业绩下滑幅度较 2024 年上半年度收窄具有合理性，公司未来业绩具有持续性，目前公司业绩大幅波动或进一步大幅下滑风险较小；

(5) 公司编制的 2025 年盈利预测报告的假设条件、具体依据和计算过程及结果谨慎、合理；公司 2025 年的盈利预测不会改变公司的上市标准，公司持续符合发行条件和上市条件。

(七) 进一步核查并说明对贸易商、经销商销售收入真实性的核查手段是否充分，并发表明确核查意见；说明公司主要贸易商、主要经销商未接受其终端客户相关核查工作的情况下，申报会计师采取的核查程序能否支持前期的核查结论

1. 对贸易商、经销商销售收入真实性的核查手段

针对贸易商和经销商收入的真实性核查，我们主要实施了以下核查程序：

(1) 获取公司制定的与经销商管理相关的内控制度，查看其中关于经销商的准入管理、合作管理、变更管理及终止合作管理程序，了解贸易商和经销商的定价机制、物流管理、退换货机制、销售存货信息管理等关键控制点的设计情况，并访谈公司业务及财务人员；

(2) 访谈公司实际控制人和相关销售人员，了解主要贸易商和经销商客户的基本情况、合作历史、交易背景、销售流程、采购品类、下游客户等内容；

(3) 与公司、贸易商和经销商相关销售人员进行沟通，查看报告期内公司的贸易商和经销商销售清单、会计记录、订单记录，抽查贸易商和经销商的销售合同，核实贸易商和经销商各分层的平均销售规模、销售单价、结算政策、信用期限以及报告期内贸易商和经销商的变化情况；

(4) 比对主要贸易商、经销商与直接客户的结算政策和信用期、报告期新增贸易商或经销商与原有贸易商或经销商的结算政策和信用期，主要贸易商、经销商与直接客户之间，以及报告期新增贸易商或经销商与原有贸易商或经销商在结算政策和信用期方面是否存在差异，核实公司是否通过放宽信用期以扩大对贸易商和经销商的销售；

(5) 对贸易商、经销商开展实地走访、视频访谈或函证程序

报告期内，通过实地走访、视频访谈或函证的方式核查贸易商的销售额占贸易商销售额的比例分别为 97.32%、96.43%和 98.42%；通过实地走访、视频访谈或函证的方式核查经销商销售额占经销商销售额的比例分别为 97.23%、100.00%和 100.00%。

(1) 对贸易商的实地走访、视频访谈和函证情况如下：

单位：万元			
项 目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
对贸易商销售金额(A)	5,078.56	6,179.15	4,243.41
实地走访或视频访谈的覆盖销售金额(B)	4,998.47	5,958.75	4,070.97
实地走访或视频访谈确认的比例(C=B/A)	98.42%	96.43%	95.94%
函证发函金额(D)	4,992.06	5,958.75	4,129.73
发函占对贸易商销售额的比例	98.30%	96.43%	97.32%

(E=D/A)			
回函可确认金额 (F)	4,992.06	5,958.75	4,129.73
回函对贸易商销售额的比例 (G=F/A)	98.30%	96.43%	97.32%
通过实地走访、视频访谈或函证核查的比例 (H)	98.42%	96.43%	97.32%

(2) 对经销商的实地走访、视频访谈和函证情况如下：

单位：万元

项 目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
对经销商销售金额 (A)	3,013.05	3,573.54	2,620.96
实地走访或视频访谈的覆盖销售金额 (B)	2,937.81	3,573.54	2,470.96
实地走访或视频访谈确认的比例 (C=B/A)	97.50%	100.00%	94.28%
函证发函金额 (D)	2,952.39	3,478.98	2,461.41
发函占对经销商销售额的比例 (E=D/A)	97.99%	97.35%	93.91%
回函可确认金额 (F)	2,952.39	3,478.98	2,461.41
未回函通过替代测试确认金额 (G)			
函证确认的比例 (H=(F+G)/A)	97.99%	97.35%	93.91%
通过实地走访、视频访谈或函证核查的比例 (I)	100.00%	100.00%	97.23%

(6) 对主要贸易商和经销商的期末结存情况进行核查，进一步获取报告期内的主要贸易商和经销商出具的期末结存情况调查表，并对存在期末结存的主要经销商的库存进行抽查监盘。结合对贸易商和经销商的访谈，核查贸易商和经销商期末结存金额及报告期的对外销售情况。通过库存调查表的方式核查贸易商的销售额占贸易商销售额的比例分别为 95.94%、96.43%和 98.30%；贸易商期末结存金额占销售金额的比例分别为 0.00%、0.00%和 0.00%。通过库存调查表或抽查监盘方式核查经销商销售额占经销商销售额的比例分别为 99.69%、100.00%和 100.00%；经销商期末结存金额占销售金额的比例分别为 12.63%、23.96%和 35.11%，期末结存比例较小。

1) 对贸易商库存的穿透核查情况如下：

单位：万元

项 目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
对贸易商销售金额 (A)	5,078.56	6,179.15	4,243.41
通过库存调查表已确认库存的贸易商销售额 (B)	4,992.06	5,958.75	4,070.97

项 目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
通过库存调查表已确认库存的贸易商销售额核查占比 (C=B/A)	98.30%	96.43%	95.94%
收回库存调查表的贸易商期末库存金额 (D)			
期末结存金额占销售金额的比例 (E=D/A)	0.00%	0.00%	0.00%

2) 对经销商库存的穿透核查情况如下:

单位: 万元

项 目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
对经销商销售金额 (A)	3,013.05	3,573.54	2,620.96
通过库存调查表或抽查监盘已确认库存的经销商销售额 (B)	3,013.05	3,573.54	2,612.81
通过库存调查表或抽查监盘已确认库存的经销商销售额核查占比 (C=B/A)	100.00%	100.00%	99.69%
收回库存调查表或抽查监盘的经销商期末库存金额 (D)	1,057.76	856.38	331.01
期末结存金额占销售金额的比例 (E=D/A)	35.11%	23.96%	12.63%

(7) 对贸易商和经销商终端客户穿透核查

针对公司贸易商及经销商的特点, 兼顾重要性与随机性原则, 选择各期贸易商和经销商收入占比超过 5% 的客户以及随机选取的部分经销商和贸易商组成穿透核查范围, 该范围所选取的贸易商 5 家和经销商 11 家, 共 16 家, 各期销售金额占当期贸易商和经销商主营业务收入比例分别为 90.53%、97.05% 和 92.40%。

根据提供销售公司产品确认函的贸易商及经销商, 选取各家贸易商及经销商下游销售数量超过 50% 的终端客户作为穿透访谈对象 (公司俄罗斯客户 giftec reflection ltd 基于信息保密的要求, 经反复沟通, 该公司同意相关中介机构对其两家终端客户进行访谈。2025 年 5 月 21 日, 中介机构相关人员赴俄罗斯圣彼得堡, 对 giftec reflection ltd 的终端客户 Petroznak ltd 和 Sistema city ltd 分别进行现场访谈、视频访谈, 报告期内上述两家终端客户采购数量分别占 giftec reflection ltd 向盛富莱采购总量的 20.00%、20.00% 和 20.11%)。根据上述方式选取访谈终端客户对象, 并完成对所有选定终端客户的访谈。报告期内, 接受穿透访谈的贸易商和经销商销售金额占总体贸易商及经销商销售金额的比例分别为 81.82%、73.66% 和 65.01%。穿透访谈终端客户的情况具体如下:

单位: 万元

项 目	具体情况	2024 年度	2023 年度	2022 年度
-----	------	---------	---------	---------

穿透访谈涉及贸易商及经销商的销售金额	接受访谈	5,260.01	7,184.30	5,616.52
	拒绝访谈			
	其他[注]	2,216.22	2,281.32	598.07
	小 计	7,476.24	9,465.62	6,214.59
穿透访谈涉及的贸易商及经销商销售金额占总体贸易商及经销商销售金额的比例(%)	接受访谈	65.01	73.66	81.82
	拒绝访谈			
	其他	27.39	23.39	8.71
	小 计	92.40	97.05	90.53

[注]因接受访谈的 giftec reflection ltd 终端客户对应的采购量，未达到 giftec reflection ltd 向公司采购总量的 50%，故将该情形记为其他

(8) 贸易商和经销商退换货情况核查

对报告期各期公司经销商客户退换货情况进行核查，公司存在少量货物因质量问题、运输过程中包装破损等问题产生的退换货。报告期内，公司贸易商和经销商退货金额分别为 0 万元、78.25 万元和 0.69 万元，占主营业务收入比例分别为 0.00%、0.29%和 0.00%；换货金额分别为 22.60 万元、13.18 万元和 0 万元，占主营业务收入比例分别为 0.09%、0.05%和 0.00%。对比报告期内经销商和贸易商退换货金额及占主营业务收入比例情况如下：

单位：万元

项 目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	退货金额	换货金额	退货金额	换货金额	退货金额	换货金额
经销商	0.69		78.25	13.18		21.65
贸易商						0.95
合 计	0.69		78.25	13.18		22.60
占主营业务收入比例(%)	0.00		0.29	0.05		0.09

(9) 贸易商和经销商期后回款测试执行的具体情况

报告期各期存在应收账款余额的前十大贸易商和经销商执行了期后回款测试，前十大贸易商期后回款比例为 100.00%、100.00%和 100.00%，前十大经销商期后回款比例为 100.00%、73.67%和 28.57%，具体情况如下：

单位：万元

项 目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
前十大贸易商应收账款余额(A)	438.90	230.55	231.07
前十大贸易商客户期后回款金额(B)	438.90	230.55	231.07
期后回款比例(C=B/A)	100.00%	100.00%	100.00%

前十大经销商应收账款余额(D)	1,988.16	1,506.82	1,304.18
前十大经销商客户期后回款金额(E)	568.06	1,110.10	1,304.18
期后回款比例(F=E/D)	28.57%	73.67%	100.00%

注 1：上述回款为截至 2025 年 5 月 31 日情况

注 2：各期统计的前十大应收账款余额及期后回款金额包括所有在各期出现的前十大经销商/贸易商客户相关数据的合计数

(10) 资金流水检查

通过核查公司及其实际控制人、董事(独立董事除外)、监事、高级管理人员及其他关键岗位人员的银行账户资金流水，经销商、贸易商客户及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员等关联方与公司及其实际控制人、董事(独立董事除外)、监事、高级管理人员、其他关键岗位人员不存在除正常购销业务交易外的其他资金往来。

综上所述，对贸易商、经销商销售收入真实性的核查手段充分，公司经销商和贸易商收入具有真实性。

2. 说明公司主要贸易商、主要经销商未接受其终端客户相关核查工作的情况下，采取的核查程序能否支持前期的核查结论

执行穿透访谈贸易商和经销商过程中，公司主要贸易商 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 和主要经销商 giftec reflection ltd 起初基于对自身客户信息保密等的考虑，未接受访谈其终端客户。此后经反复沟通，上述两家客户接受了相关核查工作。具体说明如下：

(1) 对 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 终端客户的访谈

应 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 的董事长 MINORU FUJIMOTO 和德国欧瑞飞方面的访谈要求，2025 年 5 月 28 日，相关中介机构人员会同 MINORU FUJIMOTO 在盛富莱公司所在地，通过视频会议形式对德国欧瑞飞 Daniel Berger 博士进行了访谈，并取得了 Daniel Berger 博士签字确认的访谈记录。

针对 JAPAN TRADE SERVICE CENTER，同时执行了以下程序：1) 通过访谈及销售情况确认函了解到其主要终端客户、销售产品直接发往终端客户的情况；2) 检查全部收入确认相关单据，包括销售收入的记账凭证、销售合同、销售发票、出库单、报关单、提单等支持性文件；3) 通过检查报关单和提单了解具体去向（报告期内

对 JAPAN TRADE SERVICE CENTER 销售产品的大部分发往终端客户并由终端客户提货)；4) 网上查询终端客户的基本情况等；5) 结合行业发展和公司实际情况，执行分析程序，分析销售收入、毛利及毛利率变动的合理性；6) 对报告期各期销售额及余额实施函证程序进行确认。

(2) 对 giftec reflection ltd 终端客户的访谈

公司俄罗斯客户 giftec reflection ltd 基于信息保密的要求，经反复沟通，该公司同意相关中介机构对其两家终端客户进行访谈。2025 年 5 月 21 日，中介机构相关人员赴俄罗斯圣彼得堡，对 giftec reflection ltd 的终端客户 Petroznak ltd 和 Sistema city ltd 分别进行现场访谈、视频访谈，报告期内上述两家终端客户采购数量分别占 giftec reflection ltd 向盛富莱采购总量的 20.00%、20.00%和 20.11%。

针对 giftec reflection ltd，鉴于终端客户访谈比例不高，同时执行了以下程序：1) 通过访谈及销售情况确认函了解到其主要终端客户区域；2) 检查收入确认相关单据，包括销售收入的记账凭证、销售合同、销售发票、出库单、报关单、提单等支持性文件；3) 通过结合行业发展和公司实际情况，执行分析程序，分析销售收入、毛利及毛利率变动的合理性；4) 对报告期各期销售额及余额实施函证程序进行确认；5) 通过俄罗斯联邦税务局互联网官方网站查询 giftec reflection ltd 各期的财务报表，执行分析程序，分析其收入变动与公司销售收入变动是否匹配；6) 委托境外事务所 FBK 对 giftec reflection ltd 期末库存情况进行监盘。

综上，公司主要贸易商、主要经销商已接受其终端客户相关核查工作，同时对其执行了其他相关核查程序，能够支持前期的核查结论。

专此说明，请予察核。

天健会计师事务所（特殊普通合伙）



中国注册会计师：

尉建清



中国注册会计师：

叶尚昆



二〇二五年六月二十五日