

**关于山东农大肥业科技股份有限公司  
公开发行股票并在北交所上市申请文件的  
审核问询函的专项说明**



**中兴华会计师事务所(特殊普通合伙)**

ZHONGXINGHUA CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS LLP

地址：北京市丰台区丽泽路 20 号丽泽 SOHO B 座 20 层      邮编：100073

电话：(010) 51423818

传真：(010) 51423816



## 中兴华会计师事务所（特殊普通合伙）

ZHONGXINGHUA CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS LLP

地址（location）：北京市丰台区丽泽路 20 号丽泽 SOHO B 座 20 层

20/F, Tower B, Lize SOHO, 20 Lize Road, Fengtai District, Beijing PR China

电话（tel）：010-51423818 传真（fax）：010-51423816

### 关于山东农大肥业科技股份有限公司 公开发行股票并在北交所上市申请文件 的审核问询函的专项说明

#### 北京证券交易所：

根据贵所于 2025 年 4 月 14 日出具的《关于山东农大肥业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审核问询函》（以下简称“《问询函》”）的有关要求，中兴华会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）作为山东农大肥业科技股份有限公司（以下简称“农大科技”、“发行人”、“公司”）公开发行股票并在北交所上市的申报会计师，对审核问询函中涉及申报会计师的相关问题进行了逐项核查，现回复如下，请审核。

如无特别说明，本回复使用的简称与《山东农大肥业科技股份有限公司招股说明书（申报稿）》中的释义相同。

字体	释义
黑体加粗	《问询函》中的问题
宋体	对《问询函》的回复
楷体加粗	对本专项说明的修改、补充

在本回复中，若合计数与各分项数值相加之和在尾数上存在差异，均为四舍五入所致。



## 一、业务与技术

### 问题 3. 关于向合泰检测采购检测服务

根据申报文件，（1）合泰检测系公司实际控制人马学文实际控制的企业，主要从事土壤检验检测、农产品质量安全检测等技术服务业务。报告期内公司基于所生产肥料产品的送检需求及部分政府采购项目中的土壤检测环节需要，向合泰检测采购肥料检测服务和土壤检测服务，采购金额分别为 232.84 万元、218.90 万元、104.70 万元。（2）2022 年 9 月 13 日，公司与合泰检测签订《专利转让协议》，约定将双方共有专利中各自开展业务所需的专利分别无偿转让给对方。（3）关联方合泰检测存在为发行人代发工资、代垫社保公积金等费用的情形，2021 年度垫付金额为 8.43 万元。公司已于 2022 年 12 月 31 日前向关联方偿还了上述垫付费用并终止该关联交易。（4）发行人存在为关联方代收、代付费用的情形，具体情况如下：①因合泰检测租赁发行人厂区内办公楼，发行人根据《房屋租赁合同》为合泰检测代收代付水电费用。②发行人存在为共同实际控制人之一马学文的配偶李玉环之兄李玉栋代缴社会保险费用的情形，截至 2021 年 12 月 31 日，发行人与关联自然人李玉栋之间上述代收代付费用已经结清。

请发行人：（1）结合合泰检测的具体经营情况、主要客户及营收来源，说明合泰检测是否专门为发行人服务而设立，发行人向合泰检测采购肥料检测服务和土壤检测服务的商业背景及合理性，关联方提供的检测结果的证明效力，能否满足送检需求和土壤检测环节需要。（2）说明发行人的检测服务采购需求是否仅存在合泰检测一家供应商，发行人未来是否存在持续开展检测服务的需求及计划，说明 2024 年度检测服务采购金额大幅下滑的原因，相关采购定价是否必要、公允，是否存在为发行人代垫成本费用的情况或其他利益输送安排。（3）说明发行人与合泰检测合作研发的背景、研发产出情况、相关研发成果在主营业务的应用情况，结合发行人与合泰检测前期研发资金、研发设备、研发人员等投入情况及转让专利的评估价值，说明发行人无偿受让 10 项专利、合泰检测无偿受让 2 项专利的分配是否合理，发行人与关联方间是否存在利益输送或其他潜在利益安排，未来是否存在权属纠纷风险。（4）结合合泰检测为发行人代



发工资、代垫社保公积金等费用的背景、发行人向合泰检测采购检测服务的商业背景、发行人为实际控制人亲属代缴社会保险费用、合泰检测租用发行人办公楼及发行人代收代缴相关费用等情况，说明发行人与控股股东、实际控制人及其控制企业在资产、人员、业务、财务、机构等方面的独立情况，是否存在发行人与控股股东、实际控制人及其控制企业共用商标、专利、技术、办公场所的情形，是否存在潜在利益安排。（5）结合前述关联交易审批程序，说明发行人相关内控措施是否健全并有效执行。

请保荐机构、发行人律师、申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见，说明发行人关联方披露是否完整，是否存在关联方为发行人承担各类成本费用、对发行人进行利益输送或存在其他利益安排的情形。（2）说明对发行人及其关联方、核心员工等银行账户及资金流水的核查情况，详细列明核查范围、核查过程及获取资料的有效性和充分性，并发表明确意见。

### 【回复】

一、结合合泰检测的具体经营情况、主要客户及营收来源，说明合泰检测是否专门为发行人服务而设立，发行人向合泰检测采购肥料检测服务和土壤检测服务的商业背景及合理性，关联方提供的检测结果的证明效力，能否满足送检需求和土壤检测环节需要。

#### （一）合泰检测的成立背景及经营情况

山东合泰检测技术有限公司（以下简称“合泰检测”）成立于 2016 年 4 月，主营业务为土壤、肥料、农产品、水质等检测服务。合泰检测最初成立系了解到农业农村局的检测业务需求，收入主要来源于政府客户，近 3 年主要合作客户包括利津县农业农村局、肥城市农业农村局、任城区农业农村局等。合泰检测自 2016 年开始承接政府客户业务，2018 年首次与发行人开展合作。

报告期各期，合泰检测营业收入分别为 1,131.22 万元、1,729.30 万元、1,254.91 万元和 **910.84 万元**，净利润分别为 236.18 万元、229.93 万元、174.88 万元和 **113.05 万元**（以上数据均未经审计），向发行人提供检测服务产生的销售收入占比分别为 20.58%、12.66%、8.34%和 **5.11%**，交易占比逐年降低。



综上，合泰检测成立具有合理的商业背景，不存在专门为发行人服务而设立的情形，报告期内经营情况良好，收入主要来源于政府客户。

## （二）合泰检测与发行人合作的商业背景及合理性、相关资质情况

合泰检测主要从事土壤检验检测、农产品质量安全检测等技术服务业务。报告期内，发行人基于生产或销售的肥料产品送检需求及部分政府项目中的土壤检测环节需要，向其采购检测服务。其中，发行人承接的政府部门技术服务项目主要为提升受污染耕地安全利用水平，完成国家土壤防治目标，通过农产品协同监测、农艺调控及土壤改良类技术措施对受污染土地进行防治，过程涉及土壤采样检测服务。

合泰检测已取得山东省市场监督管理局颁发的《检验检测机构资质认定证书》及山东省农业农村厅颁发的《农产品质量安全检测机构考核合格证书》，具备检测服务资质，能够满足送检需求及土壤检测环节需要。

综上，发行人向合泰检测采购检测服务具有商业实质，该关联方具备满足发行人检测服务需求的相关资质。

**二、说明发行人的检测服务采购需求是否仅存在合泰检测一家供应商，发行人未来是否存在持续开展检测服务的需求及计划，说明 2024 年度检测服务采购金额大幅下滑的原因，相关采购定价是否必要、公允，是否存在为发行人代垫成本费用的情况或其他利益输送安排。**

### （一）发行人检测服务商选择情况及未来持续开展检测服务的需求及计划

基于良好的合作关系及就近原则，发行人通常选用合泰检测作为检测服务供应商，在检测需求不匹配、客户特殊指定或合泰业务旺季无法加单时会选择其他服务商。报告期内，发行人向合泰检测采购金额占检测服务总采购额的比例由 2022 年、2023 年 80% 左右下降至 2024 年 40% 左右。除合泰检测外，发行人的检测服务采购存在多家供应商。

报告期内，发行人为达到更好的市场应用效果，对产品肥料养分、填料含量等核心指标存在一定的检测需求，未来将持续向合泰检测采购检测服务，预计年发生额 100 万元左右。

**（二）2024 年度向合泰检测采购检测服务金额大幅下滑的原因**

2022 年至 2024 年，发行人向合泰检测采购额分别为 232.84 万元、218.90 万元和 104.70 万元，有所下降，具体原因如下：

一方面，政府技术服务项目履约及验收周期较长，同时近年回款逾期较多，发行人主动减少该类业务开展，专项检测服务金额减少；另一方面，公司为规范和减少关联交易，积极与外部检测机构合作，向合泰检测采购的检测服务规模减小。上述因素综合导致 2024 年度向合泰检测采购的检测服务大幅下降。

**（三）发行人向合泰检测采购定价公允性，是否存在为发行人代垫成本费用或其他利益输送安排****1、发行人向合泰检测采购均价与合泰检测可比业务均价差异的原因及合理性**

报告期内，发行人与合泰检测基于所签订的产品检测合作框架协议及土壤检测服务合同，根据当年送检样品数量、检测参数/土壤检测点位数量，据实结算检测费用。

发行人采购的检测品类包括土壤、肥料、农产品等，由于检测指标众多，早期与其他检测供应商合作业务量少，价格可比性低。发行人向合泰检测主要采购的可比检测服务（占各期向合泰采购总额的 40% 以上）交易均价与合泰检测对其他客户的平均交易价格对比如下：

单位：万元、元/个

主要检测内容	2025 年 1-6 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
	采购总额	采购均价	可比均价	采购总额	采购均价	可比均价	采购总额	采购均价	可比均价	采购总额	采购均价	可比均价
土壤（常规 4 项-常规 7 项）	27.38	335.10	307.58	20.57	310.67	303.60	30.26	220.22	215.87	17.65	204.78	189.29
农产品	1.32	287.12	-	8.25	330.19	-	26.43	387.03	471.70	67.15	420.19	471.70
肥料	11.64	548.88	545.37	22.14	553.28	547.00	31.52	505.97	377.65	50.44	557.32	480.68

**（1）土壤检测对比分析**

据上表，报告期内，发行人向合泰检测主要采购的土壤检测服务（常规 4 项-常规 7 项）与合泰检测对其他客户的平均交易价格差异率均在 ±10% 以内，



整体交易定价公允。

与此同时，因检测项数不同也会影响均价，受不同检测样本数量影响，公司向合泰检测采购土壤服务均价略高于其他客户存在合理性。2022 年合泰检测对其他客户检测仅包括常规 5 项、常规 6 项，而公司采购的检测服务存在一定比例的常规 7 项；2025 年 1-6 月，公司采购的检测服务常规 7 项服务占比相对较高。

### （2）农产品检测对比分析

2022 年及 2023 年，发行人向合泰检测采购农产品检测服务交易均价低于可比均价，系合泰其他外部订单农产品检测指标为单价较高的重金属 5 项，而为发行人提供的农产品检测指标套餐较为多样，部分因检测指标数量少单价较低，发行人农产品检测综合均价低于可比具有合理性。

### （3）肥料检测对比分析

2022 年及 2023 年，发行人向合泰检测采购肥料检测服务交易均价高于可比均价，系检测指标数目及提取难度差异所致，发行人加权平均检测项数各期均为 6 项，合泰检测其他客户各期分别为 5 项和 3 项，发行人肥料检测综合均价高于合泰向第三方销售均价具有合理性。2024 年和 2025 年 1-6 月，发行人肥料检测采购均价接近可比均价。

### （4）按综合可比均价测算

同时，经测算，公司向合泰检测采购的土壤（常规 4 项-7 项）、农产品和肥料检测服务如采用可比均价，对发行人利润影响额为 0.04 万元、2.81 万元和 0.72 万元和 2.32 万元，影响极小。

## 2、发行人向合泰检测采购均价与第三方报价测算均价对比情况

考虑到合泰检测向其他客户的订单相对单一，可比性较低且受具体检测内容及样本权数影响较大，公司对相应业务向第三方公司进行询价，并将询价结果进行比较，结果如下：

单位：万元、元/个

主要检测内容	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
--------	--------------	---------	---------	---------



	采购 均价	可比 均价	采购 均价	可比 均价	采购 均价	可比 均价	采购 均价	可比 均价
土壤（常规4项-常规7项）	335.10	340.32	310.67	298.84	220.22	218.26	204.78	217.98
农产品	287.12	286.51	330.19	339.62	387.03	394.36	420.19	427.69
肥料	548.88	543.97	553.28	532.89	505.97	518.52	557.32	538.79

注：询价对象包括聊城市产品质量监督检验所、山东宝研生物检测有限公司等。

据上表，公司向合泰检测采购检测服务的平均价格与向第三方检测机构询价结果整体差异率不超过±5%，公司向关联方合泰检测交易价格公允。

综上，报告期内，报告期内，发行人向合泰检测采购定价具有公允性，与其他客户平均交易价格、向第三方检测机构询价结果不存在较大差异，不存在为发行人代垫成本费用的情况或其他利益输送安排。

三、说明发行人与合泰检测合作研发的背景、研发产出情况、相关研发成果在主营业务的应用情况，结合发行人与合泰检测前期研发资金、研发设备、研发人员等投入情况及转让专利的评估价值，说明发行人无偿受让 10 项专利、合泰检测无偿受让 2 项专利的分配是否合理，发行人与关联方间是否存在利益输送或其他潜在利益安排，未来是否存在权属纠纷风险。

#### （一）说明发行人与合泰检测合作研发的背景、研发产出情况、相关研发成果在主营业务的应用情况

##### 1、发行人与合泰检测不存在合作研发的情形

合泰检测系发行人实际控制人之一马学文实际控制的企业，主要从事土壤检验检测、农产品质量安全检测等技术服务业务。报告期内，发行人基于所生产肥料产品的送检需求及部分政府采购项目中的土壤检测环节需要，向合泰检测采购肥料检测服务和土壤检测服务等，不存在实质上的合作研发情形。

基于各自业务开展过程中，双方均有增加授权专利数量的商业需求，因此在对方专利权申请过程中，作为共同申请人申请了相关专利，并成为专利共有人。相关共有专利权均系由发行人或合泰检测单独研发、使用，另一方未参与上述专利的研发工作，在业务开展中也未实际使用上述专利权及其对应技术。



基于发行人本次发行上市准备过程中对于资产独立性的规范要求，发行人及合泰检测将各方前期单独研发形成的专利权变更为各方单独所有（另一方将共有专利权份额无偿转至对方）。报告期内，双方不存在合作研发项目情形。

## 2、前期共有专利在发行人主营业务的应用情况

报告期内，发行人与合泰检测不存在合作研发项目，无合作研发成果产出情形，发行人与合泰检测前期共同作为权利人的专利权均系各自单独研发和使用。

发行人与合泰检测共同申请的专利权在发行人主营业务的应用情况具体如下：

序号	专利名称	专利申请号	专利类型	原权利人	现权利人	是否完成专利权变更	发行人主营业务应用情况
由双方共有变更为农大科技单独所有							
1	一种木醋液碳基土壤改良剂	ZL201811610187.1	发明专利	农大科技、合泰检测	农大科技	是	发行人产品中微量元素肥料相关专利，与发行人核心技术土壤调理技术相关
2	一种适于平原地区的甘薯全源高效缓释生态肥	ZL201910098695.4	发明专利	农大科技、合泰检测	农大科技	是	发行人产品控释肥料相关专利，与发行人核心技术包膜控释技术相关
3	一种便携式农业测产选点装置	ZL201922288373.4	实用新型	农大科技、合泰检测	农大科技	是	与发行人主要产品的联系程度低，不属于核心技术
4	一种氨基葡萄糖腐植酸的制备装置	ZL202122666174.X	实用新型	农大科技、合泰检测	农大科技	是	与发行人主要产品的联系程度低，不属于核心技术
5	一种循环节能型烘干装置	ZL202123315879.3	实用新型	农大科技、合泰检测	农大科技	是	与发行人主要产品的联系程度低，不属于核心技术
6	一种实验用密闭式作物培养装置	ZL202123350945.0	实用新型	农大科技、合泰检测	农大科技	是	与发行人主要产品的联系程度低，不属于核心技术
7	一种大蒜拌种装置	ZL202220649418.5	实用新型	农大科技、合泰检测	农大科技	是	与发行人主要产品的联系程度低，不属于核心技术
8	一种土壤修复用肥料筛选装置	ZL202220854900.2	实用新型	农大科技、合泰检测、山	农大科技	是	与发行人主要产品的联系程度低，不属于核心技术



序号	专利名称	专利申请号	专利类型	原权利人	现权利人	是否完成专利权变更	发行人主营业务应用情况
				东净土工程技术研究院有限公司 <sup>注</sup>			
9	一种土壤修复药剂混合装置	ZL202220856736.9	实用新型	农大科技、合泰检测	农大科技	是	与发行人主要产品的联系程度低，不属于核心技术
10	一种腐植酸纳米零价铁土壤 Cr 污染修复剂及制备方法	ZL201811644348.9	发明专利	农大科技、合泰检测	农大科技	是	发行人产品中微量元素肥料相关专利，与发行人核心技术土壤调理技术相关
由双方共有变更为合泰检测单独所有							
1	一种透气塞透气性能测试装置	ZL202022520652.1	实用新型	农大科技、合泰检测	合泰检测	是	用于合泰检测的土壤检测实验业务，不涉及发行人主营业务
2	一种用于室内土壤培养试验的温室气体排放通量采集装置	ZL202122156481.3	实用新型	农大科技、合泰检测	合泰检测	是	用于合泰检测的土壤检测实验业务，不涉及发行人主营业务

注：山东净土工程技术研究院有限公司系发行人研发人员陈士更 100%持股的企业，自设立至注销未实际开展业务活动，该企业设立于 2020 年 12 月 9 日，已于 2023 年 5 月 11 日注销。

（二）结合发行人与合泰检测前期研发资金、研发设备、研发人员等投入情况及转让专利的评估价值，说明发行人无偿受让 10 项专利、合泰检测无偿受让 2 项专利的分配是否合理，发行人与关联方是否存在利益输送或其他潜在利益安排，未来是否存在权属纠纷风险

1、结合发行人与合泰检测前期研发资金、研发设备、研发人员等投入情况及转让专利的评估价值，说明发行人无偿受让 10 项专利、合泰检测无偿受让 2 项专利的分配是否合理

（1）前期研发资金、研发设备、研发人员等投入情况及转让专利的评估价值



发行人及合泰检测共同申请的专利的研发资金、研发设备、研发人员等投入

情况具体如下：

序号	专利名称	专利申请号	专利类型	研发资金	研发设备	主要研发人员	研发人员任职单位	是否评估
<b>由双方共有变更为农大科技单独所有</b>								
1	一种木醋液碳基土壤改良剂	ZL201811610187.1	发明专利	发行人投入全部研发费用	使用发行人拥有的实验设备	范仲卿、郭新送	农大科技	未评估
2	一种适于平原地区的甘薯全源高效缓释生态肥	ZL201910098695.4	发明专利	发行人投入全部研发费用	使用发行人拥有的实验设备	吴钦泉、洪丕征	农大科技	未评估
3	一种便携式农业测产选点装置	ZL201922288373.4	实用新型	无实际投入	设计思路，未使用研发设备	丁方军、陈士更	农大科技	未评估
4	一种氨基葡萄糖腐植酸的制备装置	ZL202122666174.X	实用新型	无实际投入	设计思路，未使用研发设备	刘晓辰、郭新送	农大科技	未评估
5	一种循环节能型烘干装置	ZL202123315879.3	实用新型	无实际投入	设计思路，未使用研发设备	陈士更	农大科技	未评估
6	一种实验用密闭式作物培养装置	ZL202123350945.0	实用新型	无实际投入	设计思路，未使用研发设备	陈士更	农大科技	未评估
7	一种大蒜拌种装置	ZL202220649418.5	实用新型	无实际投入	设计思路，未使用研发设备	范仲卿、郭新送	农大科技	未评估
8	一种土壤修复用肥料筛选装置	ZL202220854900.2	实用新型	无实际投入	设计思路，未使用研发设备	陈士更、申洋	农大科技	未评估
9	一种土壤修复药剂混合装置	ZL202220856736.9	实用新型	无实际投入	设计思路，未使用研发设备	陈士更、宋挚	农大科技	未评估
10	一种腐植	ZL20181	发明	发行人投	使用发行	丁方军、	农大科技	未评



序号	专利名称	专利申请号	专利类型	研发资金	研发设备	主要研发人员	研发人员任职单位	是否评估
	酸纳米零价铁土壤Cr污染修复剂及制备方法	1644348.9	专利	入全部研发费用	人拥有的实验设备	郭新送		估
由双方共有变更为合泰检测单独所有								
11	一种透气塞透气性能测试装置	ZL202022520652.1	实用新型	无实际投入	设计思路，未使用研发设备	张晶	合泰检测	未评估
12	一种用于室内土壤培养试验的温室气体排放通量采集装置	ZL202122156481.3	实用新型	无实际投入	设计思路，未使用研发设备	张晶	合泰检测	未评估

上表部分转出至对方的专利曾由发行人或合泰检测承担专利申请费和共有期间专利年费，主要因发行人及合泰检测在宣传过程中曾使用该等专利。其后，因发行人及合泰检测主营业务实际与转出的专利无关，基于资产独立性的要求，双方将相关专利权由双方共有变更为一方单独所有。除前述的专利申请费和共有期间专利年费外，发行人或合泰检测就上表转出的专利不存在其他实际投入，双方基于各自就共有专利权的实际投入和业务需求，将共有专利权还原为各自所有，因此双方无需相互支付对价。

## （2）说明发行人无偿受让 10 项专利、合泰检测无偿受让 2 项专利的分配是否合理，发行人与关联方是否存在利益输送或其他潜在利益安排

发行人与合泰检测前期相关共有专利权不存在研发支出资本化确认为无形资产的情形，该等专利权均无账面价值。专利权转让系按照双方实际投入和业务需求实施的所有权还原，经双方充分协商一致，最终确认专利权的转让对价为零。合泰检测将前述 10 项专利权按照实际情况将其实际拥有的共有专利的专利权份额无偿转让给发行人、发行人将前述 2 项专利权按照实际情况将其实际拥有的共有专利的专利权份额无偿转让给合泰检测的原因、合理性如下：

①前述 12 项共有专利权均为发行人或合泰检测单独研发形成、使用，另一方均未参与相关专利权的研发工作；

②相关专利权申请时，将发行人或合泰检测列为共有权人的原因为双方在实际业务开展中通过增加拥有的专利权数量以满足各自的商业诉求，除共有期间发行人与合泰检测在宣传过程中曾使用转出的部分共有专利而承担专利申请费和共有期间专利年费外，双方各自并未在实际业务中使用转出的相关专利权且无意愿继续付费维持相关专利权；

③发行人因资产独立性要求，将相关专利权由共有状态，按实际情况还原为发行人或合泰检测单独所有。

此外，为满足上市资产独立性要求，发行人实际控制人及其控制的关联企业将相关经营性资产无偿转让发行人符合市场惯例，已上市类似案例如下：

公司名称	案例详情	案例描述
双达股份 (873805)	自关联方无偿受让商标和专利	根据公开披露信息显示，为满足双达股份上市融资的独立性要求，发行人实际控制人吴永贵及其控制的关联企业泵阀集团将 5 项商标和 16 项专利无偿注入发行人。
天威新材 (874018)	自关联方无偿受让商标	根据公开披露信息显示，显雅有限公司、珠海宝杰企业管理咨询服务均系珠海天威新材料股份有限公司（以下简称天威新材）实际控制人实际控制的企业，为规范、减少关联交易，同时促进天威新材业务发展，增强资产独立性，显雅有限和珠海宝杰分别将持有的 8 项和 3 项商标权无偿转让给天威新材使用。
丰茂股份 (301459)	自关联方无偿受让商标	根据公开披露信息显示，宁波欧迅传动系统有限公司（以下简称宁波欧迅）原系丰茂股份实际控制人控制的企业，宁波欧迅取得相关商标的成本较低且其已无相关产品的生产或实际经营业务，对该等商标无其他使用安排，因此其作为实际控制人控制的其他企业，为保证丰茂股份独立性和资产完整性，将相关商标无偿转让给丰茂股份。该无偿受让商标系丰茂股份单方受益事项，有利于丰茂股份资产的独立性、完整性，不存在损害丰茂股份及非关联方股东利益的情形。
金富科技 (003018)	自关联方无偿受让商标、专利	根据公开披露信息显示，2014 年-2015 年，东莞金富包装材料有限公司（以下简称金富包装）与东莞市金富实业有限公司（以下简称金富有限）先后签订《商标权转让合同》《专利权转让合同》，约定将金富包装持有的商标、专利无偿转让至金富有限，共计转让 3 个商标及 2 个专利。上述商标和专利权不存在账面价值，且金富有限与金富包装系同一实际控制人控制的企业，不存在损害股东和未来中小股东利益的情况。



公司名称	案例详情	案例描述
健麾信息 (605186)	自关联方无偿受让商标、软件著作权	根据公开披露信息显示，上海康麾投资管理有限公司（以下简称康麾投资）、上海荐趋投资管理有限公司（以下简称荐趋投资）为健麾信息实际控制人控制的企业，在报告期内分别将注册号为 6160248、6160247 的注册商标、软著登字第 3756556 号和软著登字第 3730413 号的计算机软件著作权转让给健麾信息及其子公司，康麾投资、荐趋投资未就上述交易收取对价，该等无偿转让不存在侵害健麾信息及其股东利益的情形。

综上，发行人无偿受让合泰检测、合泰检测无偿受让发行人的共有专利权份额具有合理性，不存在利益输送或其他潜在利益安排。

## 2、未来是否存在权属纠纷风险

发行人与合泰检测在《专利转让协议》中约定：

（1）在相关专利共有期间，双方未因共有专利产生任何纠纷，双方就共有专利权份额转让无异议；

（2）在转让协议生效后，双方在使用所受让的专利过程中，以该等专利为技术基础衍生的新专利申请，新申请专利的专利权均归属于受让方；

（3）合泰检测承诺之前未使用且转让协议签署后也不使用由发行人单独研发并投入资金形成、使用的专利权，亦不会对该等专利权设置任何质押、查封、冻结等权利限制，不会对该等专利权主张任何权益。

发行人控股股东及共同实际控制人已出具《承诺函》：“自本承诺函出具之日，若合泰检测因任何涉及共有专利权份额转让事宜而向发行人主张任何赔偿或要求发行人支付任何对价，则均由承诺人以自有资产或资金向合泰检测承担前述赔偿或对价，确保不因上述事宜给发行人造成任何直接或间接损失。”

截至本回复签署日，相关共有专利权份额转让已全部完成，且发行人与合泰检测之间不存在任何现时或潜在的争议或纠纷。

四、结合合泰检测为发行人代发工资、代垫社保公积金等费用的背景、发行人向合泰检测采购检测服务的商业背景、发行人为实际控制人亲属代缴社会保险费用、合泰检测租用发行人办公楼及发行人代收代缴相关费用等情况，说明发行人与控股股东、实际控制人及其控制企业在资产、人员、业务、财务、



机构等方面的独立情况，是否存在发行人与控股股东、实际控制人及其控制企业共用商标、专利、技术、办公场所的情形，是否存在潜在利益安排。

（一）合泰检测为发行人代发工资、代垫社保公积金等费用的背景、发行人向合泰检测采购检测服务的商业背景、发行人为实际控制人亲属代缴社会保险费用、合泰检测租用发行人办公楼及发行人代收代缴相关费用等情况

### 1、合泰检测为发行人代发工资、代垫社保公积金等费用的背景

2021年，合泰检测存在为发行人代发工资、代垫社保公积金等费用的情形，原因系合泰检测于2021年度及之前，因借用发行人员工协助进行田间采样，在协助工作期间，部分人员工资、社保公积金等费用由合泰检测承担，自2022年及以后不再存在员工借用情形。员工借用期间，合泰检测代发工资、代垫社会保险及公积金的金额合计为8.43万元，发行人已于2022年12月31日前向其偿还了前述垫付费用，未对发行人当期利润产生重大影响。

### 2、发行人向合泰检测采购检测服务的商业背景

详见本题回复之“一、（二）合泰检测与发行人合作的商业背景及合理性、相关资质情况”相关内容。

### 3、发行人为实际控制人亲属代缴社会保险费用

2021年度及之前，发行人存在为共同实际控制人之一马学文的配偶李玉环之兄李玉栋代缴社会保险费用的情形，共计金额1.71万元。截至2021年12月31日，发行人与关联自然人李玉栋之间上述代收代付费用已经结清。

### 4、合泰检测租用发行人办公楼及发行人代收代缴相关费用

报告期内，发行人向合泰检测出租房屋建筑物及设备金额分别为71.96万元、35.78万元、35.78万元和**17.89万元**（自2023年起不存在设备租赁），该等房产和设备的租赁价格系参考周边同类厂房、同类型设备的市场租赁价格，由双方协商确定，交易价格公允，对发行人财务状况及经营成果不构成重大影响。



报告期内，发行人依据双方签订的《房屋租赁合同》为合泰检测代收代付水电费用，金额分别为 11.61 万元、16.46 万元、18.34 万元和 9.67 万元。因合泰检测租赁发行人房屋建筑物用以办公、检测，受限于水电费统一缴纳的客观情形，相关水电费由发行人根据租赁合同为合泰检测代收代付。

**（二）说明发行人与控股股东、实际控制人及其控制企业在资产、人员、业务、财务、机构等方面的独立情况，是否存在发行人与控股股东、实际控制人及其控制企业共用商标、专利、技术、办公场所的情形，是否存在潜在利益安排**

报告期内，发行人经营独立性及其关联交易的影响情况如下：

事项	独立情况	关联交易的影响
资产独立	发行人合法拥有与其业务经营有关的土地、房产的所有权或者使用权，拥有商标、专利及主要经营设备的所有权，相关资产均由发行人独立运营。发行人属于生产型企业，拥有与生产经营有关的机器设备和配套设施，合法拥有与生产经营有关的商标、专利、域名和软件著作权等的所有权和使用权，拥有独立于控股股东、共同实际控制人及其控制的其他企业的完整的技术研发、原料采购、产品生产和销售系统。发行人不存在资金被控股股东、共同实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用的情形。	①发行人向合泰检测出租房屋建筑物及设备的情形系参考周边同类厂房、同类型设备的市场租赁价格，由双方协商确定，交易价格公允，不存在影响发行人资产独立完整的情形。 ②发行人与合泰检测之间无偿转让专利具有合理依据，系按照双方实际投入和业务情况进行按份共有权的转移，鉴于转让方实际均无实际投入，经双方一致同意，目标专利的转让对价为 0，不存在影响发行人资产独立完整的情形。
人员独立	发行人建立了独立的劳动、人事、工资等管理制度，发行人拥有独立于控股股东、共同实际控制人及其控制的其他企业的员工，并与员工签署了劳动合同，在劳动人事、工资薪酬及相应社会保障等方面独立管理，独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业。	合泰检测向发行人代发工资、代垫社保公积金等费用系合泰检测于 2021 年度及之前存在借用发行人员工协助进行田间试验的情形，2022 年度及以后无员工借用情形，不存在影响发行人人员独立的情形。
业务独立	报告期内，发行人的营业收入主要来源于主营业务，业务经营管理独立实施，独立承担责任与风险，独立于控股股东、共同实际控制人及其控制的其他企业，发行人与控股股东、共同实际控制人及其控制的其他企业之间不存在同业竞争或者显失公平的重大关联交易。	①发行人向合泰检测采购检测服务系基于签订的产品检测合作框架协议及土壤检测服务合同，根据发行人当年送检样品数量、检测参数/土壤检测点位数量，据实结算检测费用。报告期内，发行人向合泰检测采购检测服务的单价较可比均价不存在较大差异，定价整体



事项	独立情况	关联交易的影响
		公允，交易具备合理性，不存在影响发行人业务独立的情形。 ②报告期内，合泰检测因承接政府项目等业务需求向发行人采购少量肥料产品及部分劳务服务（相关劳务费用已于2022年12月31日结算完毕，且后续不存在发行人员工为该关联方提供临时性支持工作的情况），不存在影响发行人业务独立的情形。
财务独立	发行人设立了独立的财务会计部门并聘用了专职财务人员，截至本回复签署日，与控股股东、共同实际控制人及其控制的其他企业的财务部门不存在交叉设置和交叉任职情形；发行人建立了独立的财务部门和财务核算体系、财务管理制度，能够独立进行核算，具有规范的财务会计制度；发行人董事会设立了审计委员会负责监督及评估公司内部审计工作；发行人在银行开立了独立账户，不存在与控股股东、共同实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情形；发行人能够独立作出财务决策，根据自身的经营需要决定资金使用事宜；发行人已在国家税务总局肥城市税务局进行了税务登记，依法独立申报纳税并缴纳税款，不存在与控股股东、共同实际控制人及其控制的其他企业混合纳税的情形。	①发行人为实际控制人亲属李玉栋代缴社会保险费用仅发生于2021年度及之前，截至2021年12月31日，发行人与关联自然人李玉栋之间上述代收代付费用已经结清，不存在影响发行人财务独立的情形。 ②因合泰检测租赁发行人厂区内办公楼，发行人根据《房屋租赁合同》为合泰检测代收代付水电费用，不存在影响发行人财务独立的情形。
机构独立	发行人已根据《公司章程》设立了股东会、董事会、监事会等机构，聘请了总经理、副总经理、董事会秘书、财务总监等公司高级管理人员，并按照自身业务经营的需要设置了多个职能部门，发行人已建立独立、完整的组织机构，各部门分工明确、独立行使经营管理职权；发行人经营管理机构设置与运行均独立于控股股东、共同实际控制人及其控制的其他企业，不存在与控股股东、共同实际控制人及其控制的其他企业混合经营、机构混同的情形。	无

综上，截至本回复签署日，发行人在资产、人员、业务、财务、机构等方面独立于控股股东、实际控制人及其控制的企业，发行人具有完整的业务体系和直接面向市场自主经营的能力，不存在发行人与控股股东、实际控制人及其控制企业共用商标、专利、技术、办公场所的情形，不存在潜在利益安排。



**五、结合前述关联交易审批程序，说明发行人相关内控措施是否健全并有效执行。**

发行人已就报告期内的关联交易事宜依规履行必要的审议和回避程序，且由独立董事召开独立董事专门会议进行审议或发表相应独立意见，报告期内发行人就关联交易的审议情况如下：

1、2022年8月9日，发行人召开第一届董事会第二次会议、第一届监事会第二次会议，审议通过《关于向银行申请流动资金贷款并接受关联方担保的议案》，关联董事已回避表决；独立董事徐国亮、张树明、何萍出具《山东农大肥业科技股份有限公司独立董事关于第一届董事会第二次会议相关事项的事前认可意见》《山东农大肥业科技股份有限公司独立董事关于第一届董事会第二次会议相关事项的独立意见》。

2、2022年8月19日，发行人召开2022年第二次临时股东大会，审议通过了《关于向银行申请流动资金贷款并接受关联方担保的议案》，关联股东已回避表决。

3、2022年8月20日，发行人召开第一届董事会第三次会议、第一届监事会第三次会议，审议通过《关于向银行申请综合授信额度并对外提供担保及接受关联方担保的议案》，关联董事已回避表决；独立董事徐国亮、张树明、何萍出具《山东农大肥业科技股份有限公司独立董事关于第一届董事会第三次会议相关事项的事前认可意见》《山东农大肥业科技股份有限公司独立董事关于第一届董事会第三次会议相关事项的独立意见》。

4、2022年9月1日，发行人召开2022年第三次临时股东大会，审议通过《关于向银行申请综合授信额度并对外提供担保及接受关联方担保的议案》，关联股东已回避表决。

5、2022年9月16日，发行人召开第一届董事会第四次会议、第一届监事会第四次会议，审议通过《关于向银行申请综合授信额度并接受关联方担保的议案》，关联董事已回避表决；独立董事徐国亮、张树明、何萍出具《山东农大肥业科技股份有限公司独立董事关于第一届董事会第四次会议相关事项的事前认



可意见》《山东农大肥业科技股份有限公司独立董事关于第一届董事会第四次会  
议相关事项的独立意见》。

6、2022 年 9 月 27 日，发行人召开 2022 年第四次临时股东大会，审议通过  
《关于向银行申请综合授信额度并接受关联方担保的议案》，关联股东已回避表  
决。

7、2022 年 12 月 2 日，发行人召开第一届董事会第五次会议、第一届监事  
会第五次会议，审议通过《关于向银行申请综合授信额度并接受关联方担保的议  
案》，关联董事已回避表决；独立董事徐国亮、张树明、何萍出具《山东农大肥  
业科技股份有限公司独立董事关于第一届董事会第五次会议相关事项的事前认  
可意见》《山东农大肥业科技股份有限公司独立董事关于第一届董事会第五次会  
议相关事项的独立意见》。

8、2022 年 12 月 12 日，发行人召开 2022 年第五次临时股东大会，审议通  
过《关于向银行申请综合授信额度并接受关联方担保的议案》，关联股东已回避  
表决。

9、2023 年 1 月 6 日，发行人召开第一届董事会第六次会议、第一届监事会  
第六次会议，审议通过《关于向金融机构申请综合授信额度担保事项的议案》，  
关联董事已回避表决；独立董事徐国亮、张树明、何萍出具《山东农大肥业科技  
股份有限公司独立董事关于第一届董事会第六次会议相关事项的事前认可意见》  
《山东农大肥业科技股份有限公司独立董事关于第一届董事会第六次会议相关  
事项的独立意见》。

10、2023 年 1 月 17 日，发行人召开 2023 年第一次临时股东大会，审议通  
过《关于向金融机构申请综合授信额度担保事项的议案》，关联股东已回避表决。

11、2023 年 5 月 18 日，发行人召开第一届董事会第七次会议、第一届监事  
会第七次会议，审议通过《关于审议并确认公司 2020 年度、2021 年度、2022  
年度关联交易事项的议案》《关于预计公司 2023 年度日常关联交易的议案》，关  
联董事已回避表决；独立董事徐国亮、张树明、何萍出具《山东农大肥业科技股  
份有限公司独立董事关于第一届董事会第七次会议相关事项的事前认可意见》



《山东农大肥业科技股份有限公司独立董事关于第一届董事会第七次会议相关事项的独立意见》。

12、2023年6月7日，发行人召开2022年度股东大会，审议通过《关于审议并确认公司2020年度、2021年度、2022年度关联交易事项的议案》《关于预计公司2023年度日常关联交易的议案》，关联股东已回避表决。

13、2024年4月18日，发行人召开独立董事专门会议，审议通过《关于确认公司2022年度及2023年度关联交易的议案》《关于预计公司2024年度日常关联交易的议案》《关于向金融机构申请综合授信额度担保事项的议案》。

14、2024年4月19日，发行人召开第一届董事会第十一次会议、第一届监事会第十一次会议，审议通过《关于确认公司2022年度及2023年度关联交易的议案》《关于预计公司2024年度日常关联交易的议案》《关于向金融机构申请综合授信额度担保事项的议案》，关联董事已回避表决。

15、2024年4月22日，发行人召开2023年度股东大会，审议通过《关于确认公司2022年度及2023年度关联交易的议案》《关于预计公司2024年度日常关联交易的议案》《关于向金融机构申请综合授信额度担保事项的议案》，关联股东已回避表决。

16、2024年11月7日，发行人召开独立董事专门会议，审议通过《关于审议并确认公司2021年度、2022年度、2023年度及2024年1-6月关联交易事项的议案》，关联独立董事已回避表决。

17、2024年11月13日，发行人召开第一届董事会第十三次会议、第一届监事会第十三次会议，审议通过《关于审议并确认公司2021年度、2022年度、2023年度及2024年1-6月关联交易事项的议案》，关联董事已回避表决；独立董事徐国亮、张树明、何萍出具《山东农大肥业科技股份有限公司独立董事关于第一届董事会第十三次会议相关事项的独立意见》。

18、2024年11月29日，发行人召开2024年第二次临时股东会，审议通过《关于审议并确认公司2021年度、2022年度、2023年度及2024年1-6月关联交易事项的》，关联股东已回避表决。



19、2025年1月10日，发行人召开独立董事专门会议，审议通过《关于预计公司2025年度日常关联交易的议案》，关联独立董事已回避表决。

20、2025年1月20日，发行人召开第一届董事会第十七次会议、第一届监事会第十七次会议，审议通过《关于预计公司2025年度日常关联交易的议案》，关联董事在表决时回避表决；独立董事徐国亮、张树明、何萍出具《山东农大肥业科技股份有限公司独立董事关于第一届董事会第十七次会议相关事项的独立意见》。

21、2025年2月10日，发行人召开2025年第一次临时股东会，审议通过《关于预计公司2025年度日常关联交易的议案》，关联股东已回避表决。

22、2025年3月7日，发行人召开独立董事专门会议，审议通过《关于确认公司2024年度关联交易的议案》《关于公司向金融机构申请综合授信额度担保事项的议案》，关联独立董事已回避表决。

23、2025年3月17日，发行人召开第一届董事会第十八次会议、第一届监事会第十八次会议，审议通过《关于确认公司2024年度关联交易的议案》《关于公司向金融机构申请综合授信额度担保事项的议案》，关联董事在表决时回避表决；独立董事徐国亮、张树明、何萍出具《山东农大肥业科技股份有限公司独立董事关于第一届董事会第十八次会议相关事项的独立意见》。

24、2025年4月7日，发行人召开2024年度股东会，审议通过《关于确认公司2024年度关联交易的议案》《关于公司向金融机构申请综合授信额度担保事项的议案》，关联股东已回避表决。

25、2025年8月21日，发行人召开独立董事专门会议，审议通过了《关于第二届董事会非独立董事薪酬方案的议案》《关于第二届董事会独立董事津贴的议案》，关联独立董事在表决时回避表决。

26、2025年8月27日，发行人召开第一届董事会第二十次会议、第一届监事会第二十一次会议，审议通过了《关于第二届董事会非独立董事薪酬方案的议案》《关于第二届董事会独立董事津贴的议案》《关于第二届高级管理人员薪酬方案的议案》，关联董事在表决时回避表决；时任独立董事徐国亮、张树明、



何萍出具了《山东农大肥业科技股份有限公司独立董事关于第一届董事会第二十次会议相关事项的独立意见》。

27、 2025年9月12日，发行人召开2025年第二次临时股东大会，审议通过了《关于第二届董事会非独立董事薪酬方案的议案》《关于第二届董事会独立董事津贴的议案》，关联股东在表决时回避表决。

同时，根据已审议通过的涉及关联交易的治理制度，发行人已于现行有效的《公司章程》《股东会议事规则》《董事会议事规则》《独立董事工作制度》《关联交易管理制度》就关联方和关联交易的认定、关联交易的决策程序、审议权限、定价原则等进行规定，前述制度文件已经公司股东会或董事会审议通过，发行人已形成较为完善的内部治理制度。报告期内发行人实施的关联交易履行的审议程序和决策程序符合其现行有效的内部治理制度中就关联交易的审议程序、审议权限、独立董事专门会议、关联董事和/或关联股东回避表决等的规定，发行人已形成较为完善的关联交易决策程序且有效执行。发行人内部治理制度就关联交易的规定，对关联交易的实施提供了程序和制度保障，充分保证了公司和中小股东的利益。

综上，发行人已制定较为完备的内部治理制度，形成了完善的关联交易决策程序，报告期内发行人已就关联交易依规履行必要的审议和回避程序，发行人的内部措施健全并有效执行。

**六、核查上述事项并发表明确意见，说明发行人关联方披露是否完整，是否存在关联方为发行人承担各类成本费用、对发行人进行利益输送或存在其他利益安排的情形**

发行人已按照《公司法》《股票上市规则》及相关业务规则中的有关规定，进行关联方核查，完整准确地披露关联方、关联关系及相关交易。

此外，对于发行人共同实际控制人及其配偶的部分亲属及其实际控制的企业，按照《股票上市规则》及相关业务规则规定不属于关联法人或关联自然人，但为保证本次发行上市关联方披露的完整性，公司本着实质重于形式的原则，已将该



等主体及其实际控制的企业认定为“关联方”且将该等主体与发行人之间的交易认定为关联交易，相关主体及交易内容详情如下：

关联方姓名或名称	主要关联关系	是否存在关联交易	关联交易内容
马学成	共同实际控制人之一马学文的堂兄弟	是	马学成作为发行人经销商通过前述关联方主体向发行人采购化肥产品并对外销售，主要负责江苏省徐州市贾汪区及周边区域的产品销售
王秀芝	共同实际控制人之一马学文的堂兄弟马学成之配偶	是	
徐州市贾汪区农大丰农资有限公司	报告期内共同实际控制人之一马学文堂兄弟马学成实际控制的企业	是	
徐州鑫万田家庭农场	报告期内共同实际控制人之一马学文堂兄弟马学成实际控制的企业	是	
李玉栋	共同实际控制人之一马学文配偶李玉环的兄弟	是	发行人报告期内存在为李玉栋代缴社会保险费用的情形，截至2021年12月31日，发行人与李玉栋之间的代收代付费用已经结清
泰安生力源物流运输有限责任公司	报告期内共同实际控制人之一马学文侄子马大勇的配偶左志琼担任执行董事兼总经理的企业	是	前述关联方主要从事普通道路货物运输、物流配送服务业务。报告期内，发行人根据产品物流运输需求，向前述关联方采购道路运输服务，系满足发行人日常经营中的产品运输需求
泰安吉速佳物流运输有限公司	报告期内共同实际控制人之一马学文侄子马大勇的配偶左志琼曾持股90%并担任执行董事兼总经理的企业，左志琼已于2024年6月6日起不在该企业持股或担任职务	是	
泰安路通达物流运输有限公司	报告期内共同实际控制人之一马学文侄子马大勇的配偶左志琼曾持股90%并担任执行董事兼总经理的企业，左志琼已于2024年6月7日起不在该企业持股或担任职务	是	
裕丰肥业	报告期内共同实际控制人之一马学文配偶李玉环侄子李锡明实际控制的企业（由李锡明配偶马炳霞持股90%），已于2022年6月2日注销	是	前述关联方主要从事化肥、腐植酸、化工原料及辅料、化工产品的销售业务。报告期内发行人主要向前述关联方采购腐植酸、凹凸棒粉、封口线等原材料用于肥料产品的生产和包装，系满足发行人产品生产过程中的原
裕泰丰农业	报告期内共同实际控制人之一马学文配偶李玉环侄子李锡明曾实际控制的企业（由李锡明配偶马炳霞持股100%并担任执行董事兼	是	



关联方姓名或名称	主要关联关系	是否存在关联交易	关联交易内容
	经理），已于 2023 年 8 月 16 日注销		材料需求或发行人相关产品的配套产品
富农肥料	报告期内共同实际控制人之一马学文配偶李玉环侄子李锡明曾实际控制并担任执行董事兼经理的企业，已于 2023 年 8 月 16 日注销	是	
裕硕有机肥	报告期内共同实际控制人之一马学文配偶李玉环侄子李锡明曾实际经营的个体工商户，已于 2024 年 4 月 17 日注销	是	
诸城市瑞益思农有机肥销售中心	报告期内共同实际控制人之一马学文配偶李玉环侄子李锡明经营的个体工商户	是	
肥城市江涛商贸有限公司	报告期内共同实际控制人之一马学文配偶李玉环侄子李锡明实际控制并担任执行董事兼总经理的企业	是	
日照一顺展农资有限公司	报告期内共同实际控制人之一马学文侄子马小勇担任执行董事兼总经理的企业	是	该关联方主要从事肥料、农副产品等销售业务。2021 年发行人与该关联方存在少量肥料销售业务
山东家和智能家居有限公司	报告期内共同实际控制人之一马学文侄子马大勇的配偶左志琼持股 100% 并担任执行董事兼总经理的企业，已于 2024 年 5 月 10 日注销	否	无

截至本回复签署日，发行人关联方披露完整，不存在关联方为其承担各类成本费用、对其进行利益输送或存在其他利益安排的情形。

七、说明对发行人及其关联方、核心员工等银行账户及资金流水的核查情况，详细列明核查范围、核查过程及获取资料的有效性和充分性，并发表明确意见。

（一）发行人及其实际控制人及其一致行动人、董事（不含独立董事）、监事、高管、财务及出纳人员、重要关联方等银行账户及资金流水核查范围和核查过程



## 1、发行人银行流水的核查

### （1）核查范围

对发行人及其子公司资金流水的核查，覆盖了发行人 2022 年至 2025 年 1-6 月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。

报告期内，申报会计师随发行人财务人员前往基本户开户行打印了《已开立账户结算账户清单》，对发行人及其（分）子公司核查账户数量情况如下表所示：

序号	核查对象	类型	核查账户数量
1	山东农大肥业科技股份有限公司	发行人	33
2	山东农大肥业科技股份有限公司漯河分公司	发行人分公司	1
3	山东黑松土农业高新技术有限公司	发行人子公司	14
4	山东农大肥业销售有限公司	发行人子公司	10
5	山东农邮肥业有限公司	发行人子公司	6
6	吉林黑松土科技有限公司	发行人子公司	2
7	农大肥业科技（新疆）有限公司	发行人子公司	1
8	山东农大腐植酸高效利用工程技术研发有限公司	发行人报告期内子公司（已于 2023 年 7 月 21 日注销）	2
合计			<b>69</b>

### （2）核查比例

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，综合考虑财务报表重要性水平，对于发行人及其（分）子公司的银行账户，申报会计师核查了报告期内全部账户单笔 50 万元以上流水的交易。报告期内公司各账户资金流水核查比例如下：

单位：亿元

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	借方	贷方	借方	贷方	借方	贷方	借方	贷方
总发生额	<b>67.36</b>	<b>67.10</b>	73.01	73.26	97.58	97.43	57.89	57.11
核查覆盖金额	<b>64.23</b>	<b>62.47</b>	63.42	65.62	84.17	92.28	45.79	52.38
核查比例	<b>95.34%</b>	<b>93.11%</b>	<b>86.87%</b>	<b>89.57%</b>	<b>86.25%</b>	<b>94.72%</b>	<b>79.10%</b>	<b>91.71%</b>

注：此表已剔除公司内部账户互转或合并范围内公司账户间转账。

### （3）核查过程

1) 查阅发行人货币资金管理内部控制制度，了解发行人不同业务类型的收付款流程，评价相关内控制度是否完善并得到执行；

2) 申报会计师亲自前往发行人基本户打印《已开立银行结算账户清单》，与账面记录核对；在银行流水核查过程中交叉比对发行人账户互转情况，以确保账户完整性；

3) 申报会计师项目组成员亲自陪同发行人工作人员前往银行打印 2022 年 1 月 1 日至 2025 年 6 月 30 日的全部银行对账单，确认银行流水的获取途径可信赖；

4) 按照重要性标准针对银行流水和发行人及其子公司财务的银行日记账逐笔进行双向核对，核对内容包括资金流水发生日期、资金流水金额、交易对手方、交易内容备注、其他信息等；核查入账的完整性、印证银行流水的真实性；并抽取重点流水的相关会计凭证；

5) 比对银行流水各期末余额与发行人账面余额是否一致，是否存在异常情形；

6) 申报会计师对发行人报告期内使用的所有银行账户进行了函证，函证内容包括银行存款余额、借款情况、担保情况等，与银行回函核对发行人及其（分）子公司银行对账单，检查是否有遗漏情况。

经核查，申报会计师获取的资料有效，发行人银行账户及资金流水核查范围完整。

## 2、对发行人实际控制人及其一致行动人、董事（不含独立董事）、监事、高管、财务及出纳人员、重要关联方银行流水的资金流水核查

### （1）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，申报会计师对发行人、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，核查期间为 2022 年 1 月 1 日至 2025 年 6 月 30 日，对 53 名对象，546 个银行账户进行核查，具体核查数量及标准如下：

序号	姓名	身份	核查账户数量	核查标准
1	铭泉投资	控股股东	2	单笔金额超过 50 万元
2	农君投资	发行人实际控制人之一马学文担任农君投资执行事务合伙人，实际控制该企业	2	单笔金额超过 50 万元
3	垄脉工程	发行人实际控制人之一马学文配偶李玉环实际控制的企业	2	单笔金额超过 50 万元
4	合泰检测	实际控制人之一马学文实际控制的企业	4	单笔金额超过 50 万元
5	马学文	实际控制人、董事长、总经理	41	单笔金额超过 3 万元
6	李玉环	实际控制人马学文的配偶	12	单笔金额超过 3 万元
7	马克	实际控制人、董事、董事会秘书	7	单笔金额超过 3 万元
8	张亦兰	实际控制人马克的配偶	6	单笔金额超过 3 万元
9	丁方军	董事、副总经理	11	单笔金额超过 3 万元
10	王浩	董事	19	单笔金额超过 3 万元
11	李洪强	监事会主席	12	单笔金额超过 3 万元
12	张明	监事	9	单笔金额超过 3 万元
13	杨永成	职工代表监事	8	单笔金额超过 3 万元
14	朱军	副总经理	13	单笔金额超过 3 万元
15	仲维果	财务总监	17	单笔金额超过 3 万元
16	徐银妹	财务中心经营管理部副总监	10	单笔金额超过 3 万元
17	于晓华	财务中心副总监	12	单笔金额超过 3 万元
18	王珍芝	资金管理部经理	22	单笔金额超过 3 万元
19	张月光	财务中心共享核算部会计	9	单笔金额超过 3 万元
20	裘文君	财务中心资金管理部出纳	7	单笔金额超过 3 万元
21	张娅欣	财务中心，资金管理部出纳	3	单笔金额超过 3 万元
22	聂敏	财务中心资金管理部出纳	5	单笔金额超过 3 万元
23	马园园	内审经理	8	单笔金额超过 3 万元
24	陈士更	研发中心总监	10	单笔金额超过 3 万元
25	郭新送	研发中心总监	10	单笔金额超过 3 万元
26	王杉杉	研发中心总监	11	单笔金额超过 3 万元



序号	姓名	身份	核查账户数量	核查标准
27	毕静	品管部中心总监	8	单笔金额超过 3 万元
28	宿焕	物资管理中心总监	10	单笔金额超过 3 万元
29	李金洞	辅料部部门经理	8	单笔金额超过 3 万元
30	崔相勇	市场部部门经理	6	单笔金额超过 3 万元
31	马大勇	供贸中心总监	12	单笔金额超过 3 万元
32	夏海盟	销售区域总监	7	单笔金额超过 3 万元
33	李红振	销售区域总监	9	单笔金额超过 3 万元
34	邢保增	销售区域总监	18	单笔金额超过 3 万元
35	张成印	销售区域总监	10	单笔金额超过 3 万元
36	林胜勇	销售区域总监	9	单笔金额超过 3 万元
37	刘永强	销售区域总监	16	单笔金额超过 3 万元
38	孟祥玉	销售区域总监	17	单笔金额超过 3 万元
39	汤克旺	销售区域总监	6	单笔金额超过 3 万元
40	王长城	销售区域总监	7	单笔金额超过 3 万元
41	常光乾	销售经理	3	单笔金额超过 3 万元
42	刁兆博	销售经理	11	单笔金额超过 3 万元
43	高凯	销售经理	14	单笔金额超过 3 万元
44	何闽飞	销售经理	12	单笔金额超过 3 万元
45	姜剑	销售经理	7	单笔金额超过 3 万元
46	焦亮亮	销售经理	17	单笔金额超过 3 万元
47	刘长义	销售经理	9	单笔金额超过 3 万元
48	苗攀	销售经理	2	单笔金额超过 3 万元
49	戚元宋	销售经理	12	单笔金额超过 3 万元
50	王斌	销售经理	10	单笔金额超过 3 万元
51	肖仲坤	销售经理	11	单笔金额超过 3 万元
52	杨昌浩	销售经理	9	单笔金额超过 3 万元
53	张阳	销售经理	14	单笔金额超过 3 万元
合计			546	

## （2）核查过程

1) 申报会计师陪同发行人实际控制人及一致行动人、董事（除独立董事）、监事、高级管理人员、财务及出纳人员、重要关联方（以下简称“核查对象”）



前往中国工商银行、中国农业银行、中国银行、中国建设银行、交通银行、中国邮政储蓄银行、泰安银行、兴业银行、岱岳农商行等主要银行，查询和打印核查对象在上述银行的开户和报告期内销户情况；

2) 获取核查对象的“云闪付”APP 账户查询截图，与银行查询的开户情况交叉核对，核查银行账户是否提供完整；

3) 申报会计师采取如下方式获取核查人员银行流水：①申报会计师项目组人员陪同核查对象前往前述银行现场打印个人银行对账单，项目组人员现场见证对账单打印过程；②核查对象登录银行网银系统，申请银行将电子对账单直发至申报会计师指定邮箱。申报会计师通过分析交易明细、交叉核验账户信息等方式，确认所提供账户的完整性；

4) 核查上述账户流水是否存在异常的资金往来，是否与发行人客户、供应商及其关联方存在资金往来，为发行人代垫成本、费用的情形；

5) 关注交易对手方信息，向实际控制人及其一致行动人、董事、监事、高级管理人员、财务人员及出纳、重要关联方了解交易对手方身份及交易原因，将交易对手方名称与公司员工名册、公司董事、监事、高级管理人员调查表、主要客户供应商及其关联方进行了比对检查；核实相关人员是否存在资金流向客户供应商及其关联方的情形；

6) 检查上述人员流水在报告期内是否存在大额或频繁取现的情形，并追查取现后的用途分析其合理性；

7) 对于金额重大的资金往来，向账户所有人确认具体情形，要求相关人员提供资料确认背景原因及合理性。

经核查，申报会计师获取的核查对象开户情况及银行对账单有效，核查对象的银行账户及资金流水核查范围完整。

## （二）核查结论

1、发行人资金管理相关内控制度健全，并得到有效执行；



2、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不存在重大异常，与公司经营活动、资产购置、对外投资等相匹配；

4、发行人与实际控制人、董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员、财务及出纳、重要关联方中，不存在其他代收款项、代垫成本费用等体外资金循环等情形；

5、发行人报告期内不存在大额或频繁取现的情形，亦不存在同一账户或不同账户之间金额、日期相近的异常大额资金收支的情形；

6、发行人实际控制人及其一致行动人、董事（不含独立董事）、监事、高管、财务及出纳人员个人账户大额资金往来均可合理解释，不存在主要资金流向或用途存在重大异常的情形；

7、发行人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。

## 八、核查程序及核查意见

### （一）核查程序

1、访谈合泰检测相关人员，了解其成立背景及与发行人合作背景；获取合泰检测财务报表、收入明细表，核查其主要客户及营收来源；获取合泰检测主要资质情况，核查其是否满足公司检测服务需求；

2、获取发行人检测费明细，核查服务商集中度；访谈发行人相关部门负责人，了解 2024 年发行人与合泰检测交易金额下降的原因及未来持续开展检测服务的需求及计划；获取合泰检测向发行人及其他单位提供检测服务的订单明细、**发行人向第三方检测机构询价结果**，核查交易定价公允性；

3、查阅合泰检测的工商登记资料、发行人与合泰检测签署的《专利转让协议》、发行人的专利权证书及查档文件、发行人合作研发和委托研发项目文件，登录国家知识产权局中国及多国专利审查信息查询系统查询相关专利情况，访谈发行人共同实际控制人之一马学文及研发部门负责人，确认报告期内发行人与合



泰检测是否存在合作研发和委托研发项目、合作研发成果产出情形、发行人与合泰检测前期共同作为权利人的研发和使用情况，了解发行人与合泰检测前期共同申请的专利权于转让前在发行人主营业务的应用情况；

4、查阅发行人研发投入明细表及主要研发人员的劳动合同和社会保险缴纳记录，登录中国裁判文书网、中国执行信息公开网、中国审判流程信息公开网、信用中国等网站查询，了解发行人及合泰检测前期共同申请的专利的研发资金、研发设备、研发人员等投入情况，了解发行人及合泰检测就该等专利的分配的合理性，确认发行人与关联方之间是否存在利益输送或其他潜在利益安排，未来是否存在权属纠纷风险；

5、查阅《审计报告》、发行人审议与关联方之间的关联交易的会议文件、关联交易合同及款项支付凭证，了解报告期内合泰检测为发行人代发工资、代垫社保公积金等费用的背景、发行人向合泰检测采购检测服务的商业背景、发行人为实际控制人亲属代缴社会保险费用、合泰检测租用发行人办公楼及发行人代收代缴相关费用等情况，并逐项核查发行人与控股股东、实际控制人及其控制企业在资产、人员、业务、财务、机构等方面的独立情况，确认是否存在发行人与控股股东、实际控制人及其控制企业共用商标、专利、技术、办公场所的情形，是否存在潜在利益安排；

6、查阅发行人报告期内三会材料、内部控制制度，了解发行人关联交易审批程序，确认发行人相关内控措施是否健全并有效执行；

7、获取发行人、重要关联方及关键人员银行流水，核查上述账户流水是否存在异常的资金往来，是否与发行人客户、供应商及其关联方存在资金往来，为发行人代垫成本、费用的情形；核查报告期内是否存在大额或频繁取现的情形，并追查取现后的用途分析其合理性。

## （二）核查意见

经核查，申报会计师认为：



1、合泰检测成立具有合理的商业背景，不存在专门为发行人服务而设立的情形，报告期内经营情况良好，收入主要来源于政府客户；发行人向合泰检测采购检测服务具有商业实质，该关联方具备满足发行人检测服务需求的相关资质；

2、发行人检测服务采购存在多家供应商，报告期内随着业务结构调整及关联交易规范，向合泰检测采购比例有所下降，未来存在持续开展检测服务的需求及计划；合泰检测向发行人提供检测服务定价与其他客户均价、**发行人向第三方检测机构询价结果**不存在较大差异，具有公允性，报告期内不存在新增为发行人代垫成本费用或其他利益输送安排；

3、报告期内，发行人与合泰检测不存在合作研发和委托研发项目，无合作研发和委托研发成果产出情形，发行人与合泰检测前期共同作为权利人的专利权均系各自单独研发（或无实际投入）和使用，另一方均未参与相关专利权的研发工作，未就相关专利权形成前期投入，发行人无偿受让合泰检测、合泰检测无偿受让发行人的共有专利权份额具有合理性，不存在利益输送或其他潜在利益安排，发行人与合泰检测之间不存在任何现时或潜在的争议或纠纷；

4、发行人在业务、资产、人员、机构、财务、业务等方面独立于控股股东、实际控制人及其控制的企业，发行人具有完整的业务体系和直接面向市场自主经营的能力，截至本回复签署日不存在发行人与控股股东、实际控制人及其控制企业共用商标、专利、技术、办公场所的情形，不存在潜在利益安排；

5、发行人已依据《公司法》《公司章程》等相关法律法规和规范性文件及公司内部制度的规定，对报告期内所发生的关联交易履行了必要的内部决策程序，关联董事和关联股东在审议相关关联交易中均回避表决，且独立董事或者监事会成员未发表不同意见。发行人已建立了健全的关联交易内部决策程序等内控措施，并得到有效执行；

6、发行人已按照《公司法》《北京证券交易所股票上市规则》等相关法律法规及规范性文件，比照关联方认定的相关规定进行了关联方核查和信息披露，发行人的关联方披露真实、准确、完整。截至本回复签署日，发行人不存在关联方为其承担各类成本费用、对其进行利益输送或存在其他利益安排的情形；



7、发行人与实际控制人、董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员、财务及出纳、重要关联方中，不存在代收款项、代垫成本费用等体外资金循环等情形；发行人报告期内不存在大额或频繁取现的情形，亦不存在同一账户或不同账户之间金额、日期相近的异常大额资金收支的情形；发行人实际控制人及其一致行动人、董事（不含独立董事）、监事、高管、财务及出纳人员个人账户大额资金往来均可合理解释，不存在主要资金流向或用途存在重大异常的情形。

## 二、财务会计信息与管理层分析

### 问题 4. 业绩变动合理性及收入确认准确性

(1) 业绩变动合理性及可持续性。根据申请文件，①报告期内，公司营业收入分别为 267,560.38 万元、263,742.14 万元和 236,319.15 万元，扣非后归母净利润分别为 9,168.41 万元、9,645.33 万元和 14,181.85 万元。②报告期内，新型肥料和新型肥料中间体收入逐年下降，新型肥料中间体和普通肥料 2024 年度收入同比下降 29.93%和 49.28%。③报告期各期，发行人前五大客户销售占比分别为 21.07%、22.03%和 20.39%，其中第一大客户中国邮政集团有限公司销售占比分别为 16.38%、15.03%和 15.08%。请发行人：①结合行业景气度、细分产品所处市场的供求变化、细分产品销量及售价变动、主要客户采购需求、季节性因素等，说明公司利润增速远高于收入增速的原因及合理性，新型肥料和新型肥料中间体收入逐年下降、新型肥料中间体和普通肥料收入最近一期快速下降的具体原因，业绩变动与行业或可比公司情况是否相符。②结合主要客户的经营情况、双方合作模式及历史、发行人产品竞争优势、在手订单情况、期后订单签订情况等，分析说明公司与主要客户合作的稳定性及可持续性，是否存在对中国邮政集团有限公司的重大依赖及应对措施，并进行充分风险揭示。③结合行业竞争格局、市场空间、细分产品所处市场的供求关系、期后经营业绩、新老客户收入占比等，说明发行人主营业务是否具有持续性及成长性，是否存在业绩下滑风险。

(2) 收入确认准确性。根据申请文件及公开信息，①公司采取以经销为主，直销、邮政及贸易商渠道为辅的销售模式，经销及邮政模式均为买断式销售。②针对境内销售产品，以商品发出并经客户或其指定的受托方签收确认作为收入确认时点。③部分政府采购合同约定一定比例的质保金，验收合格后 12 个月无质量问题付清，2023 年以来新增合作项目中未有上述约定。④技术服务按照时段法确认收入，合同履约进度无法合理确定的，按照已经发生的成本金额确认收入，取得验收单时将剩余合同金额确认收入。请发行人：①结合不同销售模式下主要合同的相关条款，说明经销、直销、邮政及贸易商等模式下的销售流程，交货及结算条款，实物流及资金流匹配情况，收入确认政策、具体依据

及控制权转移的时点，不同模式下权利、义务的异同，说明收入确认获取的外部证据情况、相应单据的出具方及其签字盖章是否齐备。②对于经销模式，结合经销商的人员、资金、区域分布及层级情况，分析与发行人合作采用买断式销售的合理性，结合合同约定和实际执行情况，分析经销商是否全部为买断销售，是否附有退换货条款，收入确认是否符合《企业会计准则》的规定。③对于邮政模式，结合与中国邮政集团有限公司及其下属的省市级企业合作模式、销售过程、合同违约条款、产品退换货情况、代储情况、发货情况、签收至终端客户最终使用产品的时间间隔、回款情况等，分析说明发行人判断产品控制权发生转移时点的具体依据，是否存在代销情况，是否存在邮政贴牌产品。④对于政府类直销客户，说明销售合同中关于质量保证条款、售后条款的具体约定，2023年起不再约定质保金的商业合理性，是否符合行业惯例，说明主要订单获取是否符合招投标等相关规定，是否存在应当履行招投标程序而未履行的情形。⑤对于技术服务，说明收入确认时间与合同签订时间、服务开始时间、完成时间的具体关系，验收时点、实施周期与合同约定时点的差异情况，收入确认依据是否充分合理，说明发行人对直销客户的产品定价与技术服务的关系。⑥说明发行人与收入确认截止性相关的内部控制制度设计情况及执行的有效性。

请保荐机构、申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见。（2）说明对收入确认真实性、合规性、准确性的核查过程、方法和结论，包括但不限于客户核查的方式及范围、比例，走访客户、发函和回函情况，函证样本的选择方法，穿行测试、细节测试、收入的截止性测试等情况。

## 【回复】

### 一、业绩变动合理性及可持续性

（一）结合行业景气度、细分产品所处市场的供求变化、细分产品销量及售价变动、主要客户采购需求、季节性因素等，说明公司利润增速远高于收入增速的原因及合理性，新型肥料和新型肥料中间体收入逐年下降、新型肥料中间体和普通肥料收入最近一期快速下降的具体原因，业绩变动与行业或可比公司情况是否相符

#### 1、结合行业景气度、细分产品所处市场的供求变化、细分产品销量及售价

变动、主要客户采购需求、季节性因素等，新型肥料和新型肥料中间体收入逐年下降、新型肥料中间体和普通肥料收入最近一期快速下降的具体原因

（1）行业景气度、细分产品所处市场的供求变化、细分产品销量及售价变动、主要客户采购需求、季节性因素等

### 1) 行业景气度、细分产品所处市场的供求变化

因传统化肥大量使用引发的耕地板结、土壤酸化、环境污染、肥料利用率低等问题日渐显著，随着农业生产“转方式、调结构”需求紧迫，提升单位面积产量成为保障粮食安全、建设农业强国的关键，研发环保、高效新型肥料成为行业主要方向。新型肥料能补充土壤有机质、储碳控碳，助力“土壤碳中和”，契合绿色农业发展趋势，市场需求随之增长。

为推动农业可持续发展，我国出台一系列利好政策，《到 2025 年化肥减量化行动方案》《产业结构调整指导目录（2024 年本）》等相关文件，鼓励开发高效、环保新型肥料，将“新型肥料生产”列入“鼓励类”产业目录，支持为新型肥料行业发展营造良好环境，吸引企业加大投入，推动市场规模扩大。

伴随政策持续推动、环保与农业发展需求增加、技术创新不断突破，新型肥料市场规模将继续扩大。尤其在发展中国家，农产品品质提升与环境保护压力下，市场潜力巨大。

### 2) 分产品销量及售价变动、主要客户采购需求、季节性因素等

公司主营业务为新型肥料及新型肥料中间体的研发、生产、销售和技术服务，主要产品包括腐植酸增效肥料、控释肥料、水溶肥料等新型肥料、包膜尿素等新型肥料中间体以及普通肥料。

公司产品新型肥料和普通肥料主要客户渠道为经销商、邮政渠道以及直销中的种植大户、政府客户等，客户较为多元分散，新型肥料中间体主要客户为其他同业化肥企业。因下游终端客户均为种植户，受到作物季节性影响，其产品销售呈现较强的季节性。

报告期内，公司主营产品的收入、销量、平均售价变动情况如下：

单位：万元、万吨、元/吨



产品类别	项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度
		金额/数量	变动	金额/数量	变动	金额/数量	变动	金额/数量
新型肥料	收入	<b>124,791.30</b>	-	192,404.05	-0.75%	193,865.41	-1.49%	196,804.90
	数量	<b>46.84</b>	-	74.11	2.00%	72.66	4.90%	69.26
	均价	<b>2,663.98</b>	<b>2.61%</b>	2,596.12	-2.70%	2,668.26	-6.10%	2,841.56
新型肥料中间体	收入	<b>16,489.77</b>	-	30,226.86	-29.93%	43,140.36	-0.89%	43,527.55
	数量	<b>7.29</b>	-	11.28	-16.32%	13.47	6.54%	12.65
	均价	<b>2,263.02</b>	<b>-15.58%</b>	2,680.60	-16.27%	3,201.54	-6.97%	3,441.50
普通肥料	收入	<b>6,051.60</b>	-	12,361.34	-49.28%	24,372.85	6.14%	22,963.81
	数量	<b>2.22</b>	-	4.38	-45.29%	8.01	5.90%	7.57
	均价	<b>2,720.30</b>	<b>-3.54%</b>	2,820.18	-7.29%	3,042.04	0.22%	3,035.23

报告期内，新型肥料作为公司品牌推广的核心产品，占各期收入规模的70%以上，虽然平均售价受原料波动影响有所下降，但是随着产品结构不断优化及核心产品竞争力日益增强，新型肥料收入规模随销量提升整体稳定。

公司新型肥料中间体以包膜尿素为主，受原料价格波动及短期市场竞争加剧影响，2024年产品售价和销量均有所下降，收入规模下降较快。普通肥料系公司为满足下游客户多元化肥料购买需求而生产，公司对其投入的销售和推广资源相对有限，2024年产品售价和销量下降幅度较大，收入下降相对较快。

## （2）新型肥料和新型肥料中间体收入逐年下降、新型肥料中间体和普通肥料收入最近一期快速下降的具体原因

公司主要产品新型肥料、新型肥料中间体及普通肥料收入波动，具体原因如下：

### 1) 新型肥料收入变动分析

公司新型肥料包括腐植酸增效肥料、控释肥料、水溶肥等其他功能性肥料，以经销渠道销售为主。报告期内，公司新型肥料收入金额分别为196,804.90万元、193,865.41万元、192,404.05万元和**124,791.30万元**，占当期主营业务收入的比



例分别为 74.26%、74.06%、81.70% 和 **84.59%**，是公司主营业务收入的最主要构成部分，销售收入占比相对稳定且呈上升态势。

报告期内，随着产业结构不断优化及核心产品竞争力日益增强，公司新型肥料销量分别为 69.26 万吨、72.66 万吨、74.11 万吨和 **46.84 万吨**，在肥料市场弱势行情下仍呈现稳步增长趋势。**2023 年及 2024 年**，因主要原材料价格下降，使得新型肥料在销量增长的趋势下，销售收入有所下滑；**2025 年 1-6 月**，受用肥季节性对产品结构性影响，公司新型肥料平均销售价格较上年度小幅增长。

### 2) 新型肥料中间体收入变动分析

公司新型肥料中间体包括包膜尿素及腐植酸增效剂，以直销渠道销售为主。报告期内，公司新型肥料中间体收入金额分别为 43,527.55 万元、43,140.36 万元、30,226.86 万元和 **16,489.77 万元**，占当期主营业务收入的比例分别为 16.42%、16.48%、12.83% 和 **11.18%**，为公司主营业务收入的主要构成部分。

报告期内，包膜尿素占新型肥料中间体销售比例超过 90%。公司属于行业内较早掌握腐植酸活化、包膜控释等核心技术的肥料生产厂家，随着肥料产业结构调整推进，近年来品牌农资企业积极推进新型肥料及其中间体产品的开发与销售。

2023 年，新型肥料中间体产品销量有所增长，叠加氮肥价格下跌影响，收入规模较上年度基本持平。2024 年以来，受尿素原料市场下行、市场竞争加剧等因素持续影响，公司新型肥料中间体产品销量及销售均价较上年有所下降，收入规模下滑，使得销售收入占主营业务收入比例有所下滑。

### 3) 普通肥料收入变动分析

与新型肥料相比，公司普通肥料以大量元素简单掺混或复合形成，主要系公司为满足下游客户多元化肥料购买需求而生产。报告期内，公司普通肥料收入金额分别为 22,963.81 万元、24,372.85 万元、12,361.34 万元和 **6,051.60 万元**，占当期主营业务收入的比例分别为 8.66%、9.31%、5.25% 和 **4.10%**，销售收入占主营业务收入比例有所下滑。

2023 年度较 2022 年度，公司普通肥料销量增长比例为 5.90%，销售收入规



模增长比例为 6.14%，与产品销量增幅基本持平。不同于其他产品，普通肥料 2023 年度销售均价整体较上年度持平，系该产品销售集中于北方地区春季肥市场，第一季度价格处于年内相对高位所致。2024 年以来，公司普通肥料产品销量及销售均价较上年同期均有所下降，收入规模下降较多，使得销售收入占主营业务收入比例有所下滑。

综上所述，报告期内，新型肥料收入有所下滑主要系原料价格下降，售价相应降低，使得收入略微下滑。新型肥料中间体和普通肥料最近一期大幅下滑，主要系原料价格整体下降及短期市场竞争加剧，使得 2024 年售价和销量大幅下降，收入下降相对较快。

## 2、说明公司利润增速远高于收入增速的原因及合理性

报告期内，公司主要财务指标如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额	金额	增长率	金额	增长率	金额
营业收入	<b>149,454.60</b>	236,319.15	-10.40%	263,742.14	-1.43%	267,560.38
营业成本	<b>123,320.07</b>	191,817.87	-14.40%	224,085.38	-3.44%	232,056.72
营业毛利额	<b>26,134.53</b>	44,501.28	12.22%	39,656.76	11.70%	35,503.67
期间费用	<b>11,493.37</b>	24,126.37	-7.12%	25,976.94	13.32%	22,923.71
营业利润	<b>14,780.94</b>	17,377.77	48.18%	11,727.12	3.30%	11,352.36
利润总额	<b>14,788.91</b>	17,001.06	48.33%	11,461.85	0.88%	11,361.60
净利润	<b>12,564.94</b>	14,528.27	43.53%	10,122.45	0.06%	10,116.35

2023 年和 2024 年，发行人营业收入较同期分别下降 1.43% 和 10.40%，净利润增长率分别为 0.06% 和 43.53%。2024 年度，因原料价格年度间整体呈现下降趋势，使得公司收入下滑较多，但因品牌溢价、库存管理、费用管控等方面原因，使得净利润增速较高，2025 年上半年，因公司经营业绩具有一定季节性特征，公司营业收入和净利润维持在较高水平，与去年同期基本持平。具体原因如下：

### （1）营业毛利额和毛利率上升

报告期内，公司营业毛利额分别为 35,503.67 万元、39,656.76 万元、44,501.28 万元和 **26,134.53 万元**，2023 年度和 2024 年度增长率为 11.70% 和 12.22%，主



营业务毛利率分别为 13.04%、14.75%、18.69% 和 **17.38%**。公司产品毛利率主要受到大宗原材料市场价格波动等因素的影响。公司营业成本中直接材料占比 90% 以上，主要原材料包括氮肥、磷肥、钾肥等，上述原材料价格波动直接影响到公司的生产成本，进一步影响公司销售价格。

2022 年，公司主要原材料尿素、磷酸一铵、氯化钾等价格于年中涨到阶段性高点，后续随着原材料价格开始整体下行，公司依据市场情况调整售价，受前期采购的高价原料库存影响，该年度公司毛利率较低。2023 年以来，公司不断优化经营管理，及时调整采购战略，在整体行情下行的背景下减少备货，缩短承担材料价格波动风险的时间，保证了一定的利润空间，使得毛利率有所提升。

## （2）期间费用相对稳定

报告期内，公司期间费用总额分别为 22,923.71 万元、25,976.94 万元、24,126.37 万元和 **11,493.37 万元**，2023 年度和 2024 年度增长率为 13.32% 和 -7.12%，总体呈先升后降趋势，主要由销售、管理及研发费用构成。

2023 年较 2022 年，期间费用总额上升，系公司业务规模扩大，同时不可抗力因素影响消除，公司商业活动增加，销售费用及管理费用上升所致；2024 年较 2023 年期间费用总额下降，系公司加强预算及资金成本管理，销售费用及财务费用规模降低所致。

综上所述，2023 年度较 2022 年度毛利额增加 4,153.10 万元，因 2023 年度不可抗力因素影响消除，公司商业活动大幅增加，销售费用及管理费用上升，期间费用大幅增加 3,053.23 万元，使得公司净利润相对平稳。2024 年度较 2023 年度，毛利额增加 4,844.52 万元，但期间费用有所管控，稳中有降，使得净利润增速高于营业收入增速具有一定的合理性。

## 3、报告期内及期后发行人业绩变动与同行业上市公司情况相符

报告期发行人与可比公司对比：

单位：万元



公司名称	项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度
		金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率	金额
史丹利 (002588.SZ)	营业收入	639,079.87	12.66%	1,026,252.86	2.71%	999,134.95	10.54%	903,834.93
	归母净利润	60,677.84	18.90%	82,607.97	17.89%	70,074.20	58.94%	44,089.61
芭田股份 (002170.SZ)	营业收入	254,314.79	63.93%	331,311.41	2.15%	324,352.72	13.60%	285,534.30
	归母净利润	45,616.90	203.71%	40,913.81	57.67%	25,948.33	114.06%	12,122.08
新洋丰 (000902.SZ)	营业收入	939,791.69	11.63%	1,556,341.47	3.07%	1,509,986.90	-5.38%	1,595,773.29
	归母净利润	95,136.71	28.98%	131,498.57	8.99%	120,656.36	-7.85%	130,935.33
红四方 (603395.SH)	营业收入	181,386.54	-8.18%	348,546.84	-10.62%	389,943.81	-6.49%	417,008.72
	归母净利润	4,396.65	-47.10%	9,316.68	-41.16%	15,835.00	32.77%	11,926.20
汉和生物 (873757.NQ)	营业收入	52,704.09	10.54%	81,344.89	19.96%	67,811.12	10.72%	61,243.57
	归母净利润	4,534.54	44.64%	4,307.59	3.26%	4,171.74	31.96%	3,161.26
均值	营业收入	413,455.40	14.25%	668,759.49	1.60%	658,245.90	0.85%	652,678.96
	归母净利润	42,072.53	39.07%	53,728.92	13.50%	47,337.13	17.04%	40,446.90
发行人	营业收入	149,454.60	-3.95%	236,319.15	-10.40%	263,742.14	-1.43%	267,560.38
	归母净利润	12,564.94	0.32%	14,528.27	43.53%	10,122.45	0.06%	10,116.35

报告期内，公司主要产品为新型肥料及其中间体，而可比公司史丹利、芭田股份、新洋丰、红四方均有原料化肥的生产和销售，对经营业绩存在较大影响。2023年度较2022年度，发行人与新洋丰业绩保持基本一致，营业收入和净利润基本维持稳定；2024年度较2023年度，发行人与史丹利、芭田股份保持基本一致，均为营业收入波动不大的情况下，净利润大幅增长。2025年1-6月公司经营业绩增速低于行业水平，主要受产品类别等方面影响，可比公司业务中有磷酸一铵、尿素等产品生产和销售，而发行人因原材料尿素价格持续走低，包膜



尿素产品销售业绩有所下滑，进而对公司整体经营业绩产生一定影响。因原材料价格波动影响，公司营业收入和净利润与可比公司存在一定的差异，但总体位于上述可比公司业绩波动范围之内。

综上所述，报告期内发行人业绩变动与同行业可比公司情况不存在重大差异。

（二）结合主要客户的经营情况、双方合作模式及历史、发行人产品竞争优势、在手订单情况、期后订单签订情况等，分析说明公司与主要客户合作的稳定性及可持续性，是否存在对中国邮政集团有限公司的重大依赖及应对措施，并进行充分风险揭示

1、主要客户的经营情况、双方合作模式及历史、发行人产品竞争优势、在手订单情况、期后订单签订情况等，分析说明公司与主要客户合作的稳定性及可持续性

（1）主要客户经营情况、合作模式及历史、期后销售及在手订单情况

报告期内，公司主要大客户的经营情况、双方合作模式及历史、在手订单等情况如下所示：

序号	客户	经营情况	双方合作模式	合作历史	2025年1-8月完成销售情况(万元)	截至2025年8月末在手订单签订情况(万元)
1	中国邮政集团有限公司	中国邮政是大型中央直属企业，财政部代表国务院履行出资人职责，为公司控股股东和实际控制人。2024年，邮政集团营业收入7,025.84亿元，利润865.23亿元。	邮政渠道	超过二十年	24,534.06	6,305.80
2	中和农服（北京）农业科技有限公司	中和农服成立于2017年，是中和农信（H1903.HK）全资子公司，是中国领先的综合助农服务商。中和农信2023年度营业收入为31.81亿元，净利润为2.05亿元。	直销	自2022年开始合作	4,414.94	202.51



序号	客户	经营情况	双方合作模式	合作历史	2025年1-8月完成销售情况(万元)	截至2025年8月末在手订单签订情况(万元)
3	中化化肥控股有限公司	中化化肥（0297.HK）是一家主要从事销售化肥的投资控股公司，其实际控制人为中国中化，属于国务院控股下企业。2024年度营业收入为212.65亿元，净利润为10.61亿元。	直销	超过十年	1,227.66	-
4	展鵬國際集團有限公司	成立于2007年，在香港注册公司，其主要下游客户位于韩国，向公司采购控释尿素等产品，使用信用证支付款项。	贸易商	自2021年开始合作	309.89	595.00
5	喀喇沁旗赛通农资门市	成立于2020年，位于内蒙古的农资个体工商户，是公司最大的经销商之一。（正式注册成立前，公司与其进行合作）	经销	自2017年开始合作	2,231.91	0.38
6	泰安罗森化工有限公司	成立于2022年，注册资本为500万元，位于泰安市，下游为境外客户。	贸易商	自2023年开始合作	56.90	-
7	云天化集团有限责任公司	主营业务是化肥、磷矿采选、磷化工及新材料、商贸物流。云南省国资委为公司控股股东和实际控制人。2023年度营业收入918.61亿元，净利润为46.36亿元。	直销	超过十年	157.65	271.00
8	黑龙江倍丰农业生产资料集团有限公司	倍丰农业隶属于黑龙江省供销社，是2004年底由黑龙江省农业生产资料公司改制组建的大型农资企业，是黑龙江省农资供应主渠道企业与行业龙头。总注册资本10.9亿元。	直销	超过十年	223.93	-



序号	客户	经营情况	双方合作模式	合作历史	2025年1-8月完成销售情况(万元)	截至2025年8月末在手订单签订情况(万元)
9	广东天禾农资股份有限公司	天禾农资（002999.SZ）主营业务是化肥、农药等农资产品的销售，在农资流通行业综合竞争力位列第五位，隶属于广东省供销合作联社。2024年实现营业收入144.55亿元。	直销	自2022年开始合作	168.56	-
10	江苏中赞贸易有限公司	成立于2015年，注册资本为2,000万元，位于无锡市，下游主要是出口境外非洲等地。	贸易商	自2022年开始合作	-	-
合计					33,325.48	7,374.68

截至2025年8月末，公司与报告期主要客户已完成订单金额**33,325.48**万元，在手订单金额为**7,374.68**万元，公司产品得到了主要客户的认可，合作稳定。

## （2）公司与主要客户合作的稳定性及可持续性

公司主营业务为新型肥料及新型肥料中间体的研发、生产、销售和技术服务。公司以自有知识产权的腐植酸活化技术、包膜控释技术等核心技术为基础，主要产品包括腐植酸增效肥料、控释肥料、水溶肥料等新型肥料及包膜尿素等新型肥料中间体。公司核心产品腐植酸增效肥料市场地位突出，控释肥料创新采用可降解物质作为包膜材料，养分利用率高。除部分贸易客户存在偶发性业务外，中国邮政、中化化肥等主要客户综合实力强，市场地位较高，业务规模稳定，基于公司主要产品及核心技术的竞争优势，与主要客户合作的稳定性及可持续性较强。

截至2025年8月末，公司与报告期前五大客户已完成订单金额**33,325.48**万元，在手订单金额为**7,374.68**万元，合作持续性较强。

综上所述，公司主要客户综合实力强，市场地位较高，业务规模稳定，公司与主要客户合作时间久，稳定性及可持续性较强。



## 2、是否存在对中国邮政集团有限公司的重大依赖及应对措施，并进行充分风险揭示

报告期内，公司向中国邮政销售金额分别为 43,832.69 万元、39,642.61 万元、35,648.68 万元和 **21,885.57 万元**，占营业收入比例分别为 16.38%、15.03%、15.08% 和 **14.64%**，销售金额整体呈现下降趋势，收入占比有所下降。报告期内，除中国邮政集团有限公司（以下简称“中国邮政”）外，公司单一客户销售金额占当年比例不超过 4%，对公司经营业绩影响较小。

针对客户集中度较高的风险，公司在招股说明书“第三节风险因素”之“四、经营风险”之“（三）客户集中度较高的风险”进行充分风险揭示。

### “（三）客户集中度较高的风险

报告期内，公司第一大客户中国邮政集团有限公司销售金额分别为 43,832.69 万元、39,642.61 万元、35,648.68 万元和 21,885.57 万元，占营业收入比例分别为 16.38%、15.03%、15.08% 和 14.64%。公司已与邮政集团下属省市分公司客户建立了长期稳定的合作关系，但若未来市场竞争格局发生重大变化，如未来竞争对手推出了更具有竞争力的产品导致公司市场竞争能力下降，将可能导致重要客户与公司的合作出现不利变动，从而对公司的经营业绩产生不利影响。”

一方面，公司与中国邮政签订长期合作框架协议，与省市级分公司签订具体运营协议并开展业务，已持续合作超过 20 年且覆盖区域较广，目前覆盖全国超过 350 个县区邮政分局，建立了持续稳定的合作关系。

另一方面，由于我国幅员辽阔，化肥产品的使用场景遍布全国，终端用户主要为广大农业种植户。公司积极发展经销渠道，利用自身的品牌优势和扁平化销售网络，不断提高公司产品在各地市场的渗透能力。报告期内，公司经销收入分别为 133,663.35 万元、131,881.19 万元、129,754.98 万元和 **91,428.17 万元**，销售收入占比分别为 50.44%、50.38%、55.10% 和 **61.97%**，经销销售收入占比有所提高，形成了多元化销售渠道共同驱动公司发展的模式。

综上所述，公司在与中国邮政持续稳定合作的基础上，形成了经销、直销等多元化销售渠道共同驱动发展的模式，不存在对中国邮政集团有限公司的重大依

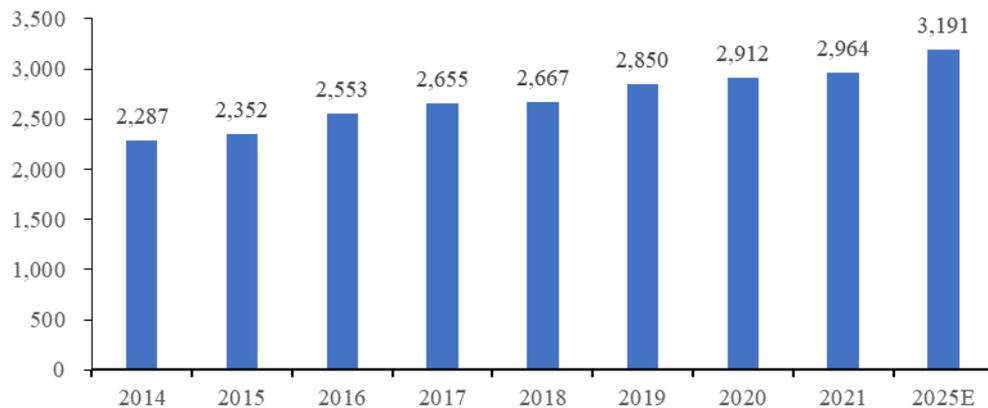
赖。

（三）结合行业竞争格局、市场空间、细分产品所处市场的供求关系、期后经营业绩、新老客户收入占比等，说明发行人主营业务是否具有持续性及成长性，是否存在业绩下滑风险

### 1、行业竞争格局、市场空间、细分产品所处市场的供求关系

根据 Modor Intelligence 数据统计，2015 年中国化肥市场规模为 2,352 亿元，2021 年市场规模已扩张到 2,964 亿元。预计至 2025 年市场规模达到 3,191 亿元，2021 年至 2025 年的年均复合增长率为 1.8%。2014-2025 年，我国化肥行业市场规模情况如下：

2014-2025 年中国化肥市场规模（亿元）



数据来源：Modor Intelligence

中国是全球最大的化肥生产国和消费国，根据国家统计局数据，2022 年我国农用氮、磷、钾化肥产量达 5,573.38 万吨（折纯），2023 年上升至 5,713.60 万吨。根据磷复肥行业 2023 年统计范围内全国复合肥料全年产量 3,876.90 万吨（折纯），行业市场空间较大。整体而言，近年来国内化肥市场供需保持基本稳定。

公司主营业务为新型肥料及新型肥料中间体的研发、生产、销售和技术服务，新型肥料属于肥料行业中的细分领域，目前处于快速发展阶段，国内参与者较多，市场竞争充分，行业集中度较低。虽然近年来我国新型肥料企业数量增长迅速，但多数企业生产规模偏小，产品品种单一，大型企业数量较少。

根据国家统计局数据，2023 年全国农用复合肥料施用折纯量为 2,400.97 万吨，



按照 45% 总养分含量折算全国复合肥施用量实物量约为 5,335 万吨。根据中国磷复肥工业协会统计数据, 2023 年新型肥料在复合肥中的平均销量占比超过 40%, 测算对应市场规模约 2,134 万吨, 公司 2023 年新型肥料销量 72.66 万吨, 对应市场占有率 3.40%, 未来发展潜力巨大。

## 2、期后经营业绩、新老客户收入占比等

### (1) 期后业绩情况

公司报告期后的主要经营成果如下:

单位: 万元

项目	2025 年 1-9 月	2024 年 1-9 月	变动比例
营业收入	189,703.16	199,606.51	-4.96%
营业利润	16,979.29	17,980.70	-5.57%
利润总额	16,933.26	17,799.28	-4.87%
净利润	14,479.42	15,383.68	-5.88%
归属于母公司股东的净利润	14,479.42	15,383.68	-5.88%

注: 上表数据为未经审计

2025 年 1-9 月, 公司预计营业收入为 189,703.16 万元, 较上年同期略有下滑, 主要一方面由于尿素整体持续走低, 公司包膜尿素产品销售收入有所下滑; 另一方面, 销售季节较去年同期有所推迟, 部分三季度销售推迟至四季度, 销量有所下滑, 从而对经营业绩产生一定的影响。

### (2) 新老客户收入占比

报告期内, 公司新老客户收入占比如下:

单位: 万元

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	主营业务收入	占比	主营业务收入	占比	主营业务收入	占比	主营业务收入	占比
老客户	129,191.60	87.57%	205,397.08	87.21%	220,112.40	84.09%	218,345.93	82.39%
新客户	18,334.76	12.43%	30,111.31	12.79%	41,643.15	15.91%	46,672.87	17.61%
合计	147,526.37	100.00%	235,508.39	100.00%	261,755.55	100.00%	265,018.80	100.00%

报告期内, 公司主营业务收入贡献主要来自老客户, 各期占比分别为 82.39%、



84.09%、87.21%和 **87.57%**，发行人与主要客户的合作较为稳定。

综上，公司期后经营状况稳健，与主要客户合作稳定，持续性较强。

### 3、说明发行人主营业务是否具有持续性及成长性，是否存在业绩下滑风险

#### （1）在行业竞争环境方面

化肥属于大宗农资生产资料，根据国家统计局显示，2023 年全国化肥产量 5,713.60 万吨。根据中国磷复肥工业协会统计数据，全国复合肥料全年产量 3,876.90 万吨，行业市场空间较大。公司主营业务为新型肥料及新型肥料中间体的研发、生产、销售和技术服务，新型肥料属于肥料行业中的细分领域，目前处于快速发展阶段，国内参与者较多，市场竞争充分，行业集中度较低。相比传统复合肥行业，虽然近年来我国新型肥料企业数量增长迅速，但多数企业创新能力不足、生产规模偏小，产品品种单一，深耕新型肥料领域的大型企业数量较少。

公司在新型肥料行业的市场地位已得到相关部门和行业协会的充分认可，成立以来组建了多个国家级及省级科研机构，被工信部评为“制造业单项冠军示范企业”，并获得国家技术发明奖二等奖等多项国家、省部级科研奖项，近几年累计承担 40 余项国家、省级研发计划项目，并主持或参与起草了多项国家/行业标准，在行业内具有较强的技术领先优势和影响力，有利于维系经营业绩稳定。

#### （2）在市场占有率方面

根据国家统计局数据，2023 年全国农用复合肥施用折纯量为 2,400.97 万吨，按照 45%总养分含量折算全国复合肥施用量实物量约为 5,335 万吨。根据中国磷复肥工业协会统计数据，2023 年新型肥料在复合肥中的平均销量占比超过 40%，测算对应市场规模约 2,134 万吨，公司 2023 年新型肥料销量 72.66 万吨，对应市场占有率 3.40%，未来发展潜力巨大。

公司在新型肥料领域已初具品牌影响力，随着绿色农业发展的不断推广，公司产品具有广阔的市场空间，为经营业绩稳定奠定了销量基础。

#### （3）在毛利率方面



报告期各期，公司主营业务毛利率分别为 13.04%、14.75%、18.69% 和 17.38%，呈上升趋势，公司毛利率水平持续提升，除原料价格下降影响外，还得益于公司合理的原料储备规划、积极的价格调整机制以及不断增强的品牌影响力和客户黏性。随着盈利能力增强，公司经营业绩具有可持续性。

#### （4）在新客户开发方面

公司销售模式较为丰富，客户群体广泛。针对经销商渠道，为了应对我国农资行业存在客户分散、单位用户需求量较小的特点，公司已形成以县乡级经销商为主，营销工作下沉至广大乡镇乃至种植户的扁平化销售网络，提升公司品牌的推广效力。

针对政府部门和邮政客户的合作，公司依托国家产业政策支持及邮政销售渠道，实现经营规模提升的同时扩大知名度。

针对同业客户的发展，公司为农资品牌提供贴牌业务，并向部分肥料生产企业供应肥料中间体产品等，在同业中提高了品牌影响力，不断开发优质客户，包括天禾农资、中和农服等知名企业。报告期内公司收入同时来源于现有客户的存量规模的增加及新增客户需求，未来增长空间较大。

#### （5）针对经销商客户稳定性方面

由于我国幅员辽阔，化肥产品的使用区域遍布全国，终端用户主要为广大农业种植户，较为分散，同行业上市公司均普遍采用经销为主的销售模式。报告期内，公司经销销量分别为 45.57 万吨、48.78 万吨、48.94 万吨和 34.22 万吨，整体呈上升趋势，收入占比稳定在 50% 左右，且有所提升；公司各期新增经销商收入占比约 10%，退出经销商收入占比不超过 5%，公司与主要经销客户合作稳定。随着公司不断扩大经营规模及营销布局，经销收入具有可持续性 & 增长潜力。

综上，随着公司品牌影响力的增强及绿色农业的政策推进，公司产品具有广阔的市场空间及增长潜力，近年来公司供销统筹运营能力的增强有利于维系未来毛利率稳健；公司在行业内具有较强的技术领先优势和影响力，与主要客户中国邮政、经销客户等合作稳定，销售规模扩大同时来源于现有客户的存量规模的增



加及新增客户需求，期后业绩稳定，在手订单充足，未来业绩具有持续性及成长性。

由于行业竞争加剧、主要原材料价格大幅波动，公司业绩可能存在波动的风险，已在招股说明书“第三节 风险因素”之“四、经营风险”之“（二）业绩波动风险”中进行充分披露如下：

#### “（二）业绩波动风险

报告期内，公司归属于母公司股东的净利润分别为 10,116.35 万元、10,122.45 万元、14,528.27 万元和 **12,564.94 万元**，2024 年增幅较大，主要原因系在国内经济结构调整、不可抗力因素影响、国际地缘政治因素爆发等背景下，公司积极主动开拓市场，同时整体毛利率有所改善。公司未来发展仍将受宏观经济环境、产业政策、下游市场需求波动、市场竞争加剧等外部因素影响，同时也与公司的新产品开发、市场开拓、产能布局等内部因素密切相关，存在一定不确定性。若上述因素发生重大不利变化，将不可避免地影响到公司的盈利能力。”

## 二、收入确认准确性

（一）结合不同销售模式下主要合同的相关条款，说明经销、直销、邮政及贸易商等模式下的销售流程，交货及结算条款，实物流及资金流匹配情况，收入确认政策、具体依据及控制权转移的时点，不同模式下权利、义务的异同，说明收入确认获取的外部证据情况、相应单据的出具方及其签字盖章是否齐备

### 1、公司各销售模式交货及结算条款、实物流及资金流匹配情况

报告期内，公司与不同销售模式下客户签订的主要合同约定及执行情况如下：

项目	主要合同条款		实物流与资金流的匹配情况
	交货条款	结算条款	
经销	自提：由客户或客户指定的承运人自行上门提货，在公司厂区完成交付，运输费用由客户承担，公司将货物交付给第一承运人即视为货物交付，公司不承担货物交付后发生损毁灭失的风险；	先款后货、款到发货	通常为先款后货，根据客户实力及合作情况，酌情给予部分经销商一定的



项目	主要合同条款		实物流与资金流的匹配情况	
	交货条款	结算条款		
		承运：如客户选择由公司送货至指定地点，在公司将产品交付至客户指定的收货人且收货人签署确认单后视为货物交付，货物损毁、灭失的风险由客户承担。	信用期	
直销	终端使用客户	运费客户承担，双方同意标的物所有权及毁损灭失风险自产品交付时转移	先款后货，可分批次提货，双方交易结算以实际订单为准	通常为先款后货，部分给予较短的账期
	政府客户或其他行政事业单位	公司按期将产品运输到客户指定地点，客户对产品的质量规格进行检验	①公司按实际供货量向购肥农户收取自筹资金，项目结束后，客户报请财政部门审批后付清全款； ②合同签订后，支付合同货款的30%，供货完成验收合格后，支付合同货款的100% ③到货验收合格后一次性付清	通常为先货后款，部分存在一定比例预付
	生产商或品牌农资（贴牌）	①需方自行上门提货，交货地点为供方所在地； ②由供方送货至需方指定地点，运输方式为汽车运输，运费供方承担	①先款后货、款到发货； ②货到付款，购货方在收到供货方的全部货物且收到相应合格发票后付清全部款项	通常为先款后货，部分货到付款
贸易商		①先款后货、款到发货； ②即期信用证结算		
邮政渠道		公司应根据邮政客户及其所属企业及商品特性需求，确定合理的运输方式和运输路线。邮政客户及其所属企业收到商品后，应当当场进行数量和外观验收	①由公司根据当月到货、退货情况向邮政所属企业开具发票，邮政所属企业在收到发票并确认合法有效后，邮政所属企业在30/60/90/180个工作日内（或在X月X日前）将相应货款支付给公司； ②邮政货款以转账的支付方式付款至公司指定账户，公司收到邮政货款后，按照订单要求组织发运	通常为先货后款，部分存在预付款

据上表，公司与客户签订的主要合同条款符合该销售模式业务特征，实物流与资金流整体与结算条款相匹配。

## 2、销售流程、收入确认政策、具体依据及控制权转移的时点

### （1）销售流程

公司与客户签订销售合同后，由业务人员在 ERP 系统根据客户订单需求录入客户名称、货物名称、单价及数量、卸货地址等信息并经内勤审核；销售订单下推至发货单后，仓管人员对发货单进行审核后产品出库过磅，业务人员跟进公司承运产品到货及交付情况并反馈签收时间。

### （2）收入确认政策、具体依据及控制权转移的时点

1) 公司境内销售的产品，以商品发出并经客户或其指定的受托方签收确认作为控制权转移时点，从而作为销售收入确认时点。具体而言，针对客户自提的产品，于产品出厂并交付客户委托的承运方时确认收入，确认依据为经签字/盖章的发货单（出门联）；针对需运抵至客户指定地点的产品，于产品交付至客户指定的收货人时确认收入，确认依据为经签字/盖章的发货单（签收联）或收货确认函。

公司同行业可比公司内销产品收入确认原则如下：

公司简称	收入确认原则
史丹利	将货物交付给提货人，提货人在销售出库单上签字时确认销售收入
芭田股份	预收货款的情况下，产品交付客户委托的承运方时确认收入；赊销的情况下，经履行审批程序后，产品交付客户委托的承运方时确认收入
新洋丰	在产品发出并将产品出库证交付给购货方或取得购货方收货验收单时确认收入
红四方	针对客户自提的产品，于产品出厂时确认收入；针对需运抵至客户指定地点的产品，于客户签收时确认收入
汉和生物	已根据合同约定将产品交付给客户且客户已出具签收手续，取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，商品所有权上的主要风险和报酬已转移，商品的法定所有权已转移

据上表，可比公司史丹利、芭田股份、新洋丰、红四方均存在产品出库/出厂/交付客户委托的承运方时确认收入的情形，且公司实际收入确认方式与红四方无异，符合行业惯例。



2) 公司境外销售的产品，对以 FOB、CIF、C&F 方式进行交易的客户，公司以货物在装运港越过船舷作为控制权转移时点，依据出口报关单或提单确认收入。

3) 技术服务：属于在某一时段内履行的履约义务，企业在该段时间内按照履约进度确认收入，但是当履约进度不能合理确定时，企业已经发生的成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。实际操作中，公司按照已经发生的、预计能够得到补偿的成本金额确认收入，待完成全部履约义务并取得客户盖章的采购履约验收书后，按合同确认剩余部分收入。

### 3、发行人针对各类业务收入确认获取的具体外部证据签字盖章情况

报告期内，公司针对各类业务收入确认获取的具体外部证据签字盖章情况如下：

单位：万元

期间	项目	收入金额	签收单签字/盖章 确认金额	合计确认比例 (%)
2025年1-6月	经销	91,428.17	91,426.11	99.99
	直销	30,819.21	30,669.98	99.52
	邮政渠道	21,885.45	21,877.03	99.96
	贸易商	3,393.54	3,386.74	99.80
	合计	147,526.37	147,359.86	99.89
2024年度	经销	129,754.98	129,627.81	99.90
	直销	62,167.02	61,199.89	98.44
	邮政渠道	35,604.06	35,107.27	98.60
	贸易商	7,982.33	7,925.46	99.29
	合计	235,508.39	233,860.43	99.30
2023年度	经销	131,881.19	130,280.80	98.79
	直销	68,934.10	64,920.93	94.18
	邮政渠道	39,642.52	38,926.58	98.19
	贸易商	21,297.74	21,113.89	99.14
	合计	261,755.55	255,242.19	97.51
2022年度	经销	133,663.35	121,042.88	90.56
	直销	72,068.20	68,214.23	94.65



	邮政渠道	43,828.63	42,741.43	97.52
	贸易商	15,458.62	14,835.67	95.97
	<b>合计</b>	<b>265,018.80</b>	<b>246,834.22</b>	<b>93.14</b>

据上表，报告期各期，公司上述各类业务收入确认获取的具体外部证据签字/盖章的比例分别为 93.14%、97.51%、99.30% 和 **99.89%**，均高于 90%，且随着公司销售内控的加强呈逐年上升趋势。

综上，不同销售模式及业务类型的收入确认均符合规定，相关控制权转移的时点可明确区分并得到准确地记录，收入确认准确、完整。

（二）对于经销模式，结合经销商的人员、资金、区域分布及层级情况，分析与发行人合作采用买断式销售的合理性，结合合同约定和实际执行情况，分析经销商是否全部为买断销售，是否附有退换货条款，收入确认是否符合《企业会计准则》的规定

1、结合经销商的人员、资金、区域分布及层级情况，分析与发行人合作采用买断式销售的合理性

（1）经销商人员、资金情况

肥料行业经销商主要为分布于乡镇农资超市、经营部、服务部等形式的个体工商户、个人独资企业、农民专业合作社等。公司主要经销商自有销售渠道，负责向下游农户或流通商推广化肥产品，发行人未参与经销商的人员管理或薪资发放，经销商自行承担终端销售责任。

公司与经销商合作主要采用先款后货的结算模式。买断式销售下，经销商自主选择进货节奏和库存规模，可提前向公司支付货款预定旺季产能，在不同季节决定促销政策和终端售价，赚取更高利润。与此同时，化肥原料为大宗产品，价格波动较大，具有很强的季节性且体积重量均较大，在买断式销售下，公司可通过货物所有权的及时转移降低存货风险，并通过预收政策实现现金流的改善。

因此，根据经销商个体工商户的特点和先款后货的结算方式，双方合作采用买断式销售具有一定的合理性。

（2）经销商的区域分布及层级情况



报告期内，公司经销商数量众多且地域分布广泛，具体如下：

单位：万元

年度	区域	经销商数量(家)	经销商数量占比	经销收入	经销收入占比	单家客户平均销售收入
2025年1-6月	华东	521	31.44%	24,531.77	26.83%	47.09
	华北	363	21.91%	21,255.13	23.25%	58.55
	华中	214	12.91%	10,774.99	11.79%	50.35
	东北	202	12.19%	15,884.53	17.37%	78.64
	西北	197	11.89%	13,653.32	14.93%	69.31
	华南	79	4.77%	4,027.59	4.41%	50.98
	西南	81	4.89%	1,300.85	1.42%	16.06
合计		1,657	100.00%	91,428.17	100.00%	55.18
2024年度	华东	584	31.84%	48,461.81	37.35%	82.98
	华北	380	20.72%	24,824.65	19.13%	65.33
	华中	239	13.03%	18,945.44	14.60%	79.27
	东北	212	11.56%	14,449.90	11.14%	68.16
	西北	228	12.43%	15,850.34	12.22%	69.52
	华南	104	5.67%	4,594.43	3.54%	44.18
	西南	87	4.75%	2,628.41	2.03%	30.21
合计		1,834	100.00%	129,754.98	100.00%	70.75
2023年度	华东	560	34.96%	54,614.25	41.41%	97.53
	华北	335	20.91%	25,078.86	19.02%	74.86
	华中	191	11.92%	18,270.74	13.85%	95.66
	东北	176	10.99%	14,420.02	10.93%	81.93
	西北	185	11.55%	12,199.32	9.25%	65.94
	华南	100	6.24%	4,713.41	3.57%	47.13
	西南	55	3.43%	2,584.59	1.96%	46.99
合计		1,602	100.00%	131,881.19	100.00%	82.32
2022年度	华东	507	35.51%	59,232.23	44.31%	116.83
	华北	296	20.73%	23,809.31	17.81%	80.44
	华中	176	12.32%	17,191.61	12.86%	97.68
	东北	156	10.92%	14,780.75	11.06%	94.75
	西北	171	11.98%	11,966.54	8.95%	69.98
	华南	70	4.90%	4,504.02	3.37%	64.34



年度	区域	经销商数量 量(家)	经销商数量 占比	经销收入	经销收入占 比	单家客户平均 销售收入
	西南	52	3.64%	2,178.88	1.63%	41.90
合计		<b>1,428</b>	<b>100.00%</b>	<b>133,663.35</b>	<b>100.00%</b>	<b>93.60</b>

据上表，报告期内，公司经销收入以华东地区为主，其次为华北、华中，近年来东北、西北区域销售拓展较快，覆盖我国主要粮产区及经济作物种植区。各区域经销商家数占比与经销收入占比整体匹配，因经销商多且分散，单家客户年度平均销售收入不超过 100 万元。

报告期各期，公司经销商按层级分布如下：

单位：万元

期间	经销商规模	数量(家)	经销商数量 占比	经销收入	经销收入 占比	单家客户平 均销售收入
2025 年 1-6 月	300 万元以上	52	3.14%	25,338.10	27.71%	487.27
	60 万元至 300 万元	352	21.24%	45,108.56	49.34%	128.15
	60 万元以下	1,253	75.62%	20,981.50	22.95%	16.75
	合计	<b>1,657</b>	<b>100.00%</b>	<b>91,428.17</b>	<b>100.00%</b>	<b>55.18</b>
2024 年度	500 万元以上	44	2.40%	31,844.13	24.54%	723.73
	100 万元至 500 万元	315	17.18%	65,083.42	50.16%	206.61
	100 万元以下	1,475	80.43%	32,827.42	25.30%	22.26
	合计	<b>1,834</b>	<b>100.00%</b>	<b>129,754.98</b>	<b>100.00%</b>	<b>70.75</b>
2023 年度	500 万元以上	48	3.00%	35,200.98	26.69%	733.35
	100 万元至 500 万元	328	20.47%	67,794.36	51.41%	206.69
	100 万元以下	1,226	76.53%	28,885.85	21.90%	23.56
	合计	<b>1,602</b>	<b>100.00%</b>	<b>131,881.19</b>	<b>100.00%</b>	<b>82.32</b>
2022 年度	500 万元以上	41	2.87%	34,384.89	25.72%	838.66
	100 万元至 500 万元	302	21.15%	69,489.53	51.99%	230.10
	100 万元以下	1,085	75.98%	29,788.93	22.29%	27.46
	合计	<b>1,428</b>	<b>100.00%</b>	<b>133,663.35</b>	<b>100.00%</b>	<b>93.60</b>

据上表，报告期内，公司经销商数量以年度收入 100 万元以下居多，占各期总数量的 80% 左右，此规模下单家客户平均销售收入不超过 30 万元；公司向公司经销商年度销售收入规模主要集中在 100 万元至 500 万元区间，占各期收入规模的 50% 左右，单家客户平均销售收入 200 万元左右；公司年度收入 500 万元以

上规模经销商各期数量均不超过 50 家，单家客户平均销售收入 700 万元左右。

由于我国幅员辽阔，肥料产品的使用区域遍布全国，较为分散，发行人通过经销商模式销售可以有效地覆盖目标市场。公司经销客户遍布全国，报告期内经销商数量逐年增加，经销商分布广、数量多、单家客户平均销售收入金额小，占比低，买断式销售能够简化运营管理并降低运营风险。

综上，化肥经销商通过买断式销售可以自主决定库存情况并掌握向下游客户销售定价权，使其能更灵活地应对市场变化，提升盈利能力和竞争力；同时有助于公司提升财务稳健性并优化市场管理，降低运营成本，双方合作采用买断式销售具有合理性。

## 2、结合合同约定和实际执行情况，分析经销商是否全部为买断销售，是否附有退换货条款，收入确认是否符合《企业会计准则》的规定

### （1）交付条款及执行情况

公司经销合同交付条款约定如下：

①乙方选择由甲方送货至指定地点，物流配送方式由甲方视具体情况而定。货物到达乙方指定仓库后，由乙方负责卸货及卸货费用，在甲方将产品交付至乙方指定的收货人且收货人签署确认单后视为货物交付，货物损毁、灭失的风险由乙方承担；

②由乙方（即客户）或乙方指定的承运人自行上门提货，在甲方（即公司）厂区完成交付，运输费用由乙方承担，甲方将货物交付给第一承运人即视为货物交付，甲方不承担货物交付后发生损毁灭失的风险。

根据上述条款，货物交付时已完成控制权转移且交付后毁损、灭失的风险均由乙方承担，公司于商品发出并经客户或其指定的受托方签收确认收入具有合理依据。

### （2）信用政策及执行情况

发行人与经销商签署合同约定“先款后货、款到发货”。公司对经销商实际执行较为严格的信用政策，一般实行先款后货，根据客户实力及合作情况，酌情



给予部分经销商一定的信用期。该结算模式有助于发行人提高资金周转效率，降低坏账风险。报告期内，经销商的回款情况良好，未发生大额坏账或损失，少量应收账款均在1年以内，无大额长期挂账款项。

### （3）退换货政策及执行情况

公司与经销商约定原则上非质量问题不允许退换货，经销商在收到公司产品时进行质量确认，确认内容为：产品是否正确（名称、配方、件数）、有无湿损、结块、粉化、包装袋有无破损等。出现质量问题退货时，发行人规定经品质管理部门鉴定后由公司责任部门承担损失的，需客户退回产品后再发货，由公司承担相应损失。如出现客户责任的非质量问题退货时，发行人规定由区域经理发起退货申请，经各级审批同意后退货，由客户承担退货费用。

与此同时，公司产品存在一定的季节性，若当年未完成销售，需次年当季才能完成销售，且需承担原材料价格波动风险和资金成本，故经销商一般都会根据自身客户需求向公司采购。报告期各期，公司经销商退货情况如下：

单位：万元

期间	销售金额	退换货金额	退换货比例（%）
2025年1-6月	91,428.17	595.14	0.65
2024年度	129,754.98	1,027.81	0.79
2023年度	131,881.19	444.90	0.34
2022年度	133,663.35	332.12	0.25

注：2024年退换货金额较高，系受当年夏季高温高湿环境影响，部分产品因水分超标出现结块、粉化状况，公司已通过下调水分指标、改进干燥筒布局等方案及时整改。

如上表，经销商每年退换货金额很小，合计比例不足当年销售金额的1%，金额小，占比低，不会对经销商的收入确认造成实质性影响。

综上，结合公司经销合同中的交付条款，公司产品发出并经客户或其指定的受托方签收确认时已达到控制权转移时点；基于公司对经销商采用较为严格的信用政策及退换货政策，且应收款及退换货金额均处于较低水平，可以合理确认公司对经销模式为买断式销售，收入确认符合《企业会计准则》规定。

（三）对于邮政模式，结合与中国邮政集团有限公司及其下属的省市级企业合作模式、销售过程、合同违约条款、产品退换货情况、代储情况、发货情



况、签收至终端客户最终使用产品的时间间隔、回款情况等，分析说明发行人判断产品控制权发生转移时点的具体依据，是否存在代销情况，是否存在邮政贴牌产品

1、结合与中国邮政集团有限公司及其下属的省市级企业合作模式、销售过程、合同违约条款、产品退换货情况、代储情况、发货情况、签收至终端客户最终使用产品的时间间隔、回款情况等，分析说明发行人判断产品控制权发生转移时点的具体依据，是否存在代销情况

（1）公司与邮政客户的合作模式

中国邮政销售主要系公司借助邮政物流体系销售产品。公司与中国邮政集团有限公司签订合作框架协议，约定利用邮政自身网络渠道销售发行人“农邮”系列产品，发行人在框架协议基础上与邮政集团下属的省市级企业签订具体运营协议，并对产品范围、价格、信用政策等进行具体约定，其销售模式均为买断式销售。

中国邮政集团有限公司在全国有 5.42 万个邮政支局所，其中 73.5%分布在各级乡镇村，形式多为“三农”服务站，基本实现全国乡镇全覆盖，是中国邮政践行服务“三农”的主要形式，致力于为种植户提供高品质的农资产品。邮政渠道拥有高效的物流配送网络和遍布全国乡村的农资销售渠道，基层营销终端网点多、覆盖范围广、辐射程度深。报告期内，公司与山东、河北、河南、黑龙江、吉林、辽宁、山西、江苏、湖北、新疆、四川 11 个省份（自治区）的邮政公司及其下游分支机构开展业务合作，覆盖我国主要粮食产区，能够充分利用中国邮政的农资销售渠道拓展销售覆盖范围，并借助中国邮政在农村地区较高的认可度扩大产品的知名度和影响力。

（2）销售过程、发货情况、签收至终端客户最终使用产品的时间间隔和回款情况

邮政集团下属的省市级企业按需与发行人签订具体运营协议，公司根据协议订单内容按照邮政客户的要求将相关货物运送至其指定地点（一般为支局所在地）并由邮政客户相关责任人进行签收确认。邮政系统下各支局在农忙用肥前向公司



下达采购订单，公司根据各支局订单将货物发往各地支局或“三农”服务站，客户签收入库后发往终端种植户的时间平均在1个月内，通常不超过1个销售季节。

根据公司与具体合作的邮政客户签订的运营协议，双方主要结算模式为先货后款，具体信用期约定1个月、2个月、3个月、6个月不等，个别省份存在预付款，除个别邮政分支机构因业务岗位人员变动、流程进度较慢导致回款时间不及预期外，公司邮政客户整体按照合作协议结算，回款独立于终端销售进度。报告期各期，公司向邮政渠道销售和收款情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年	2023年	2022年
销售金额	<b>21,885.57</b>	35,648.68	39,642.61	43,832.69
期末应收账款	<b>14,012.61</b>	9,700.61	11,840.12	12,954.27
期末应收账款/销售金额	<b>64.03%</b>	27.21%	29.87%	29.55%
期后回款金额	<b>3,289.84</b>	<b>7,796.28</b>	<b>11,746.97</b>	12,954.27
期后回款覆盖率	<b>23.48%</b>	<b>80.37%</b>	<b>99.21%</b>	100.00%

注：期后回款统计至2025年8月31日。

据上表，报告期内，各期末应收账款占当期销售金额的比例分别为29.55%、29.87%、27.21%和**64.03%**，与邮政渠道主要采用账期结算的模式相匹配；截至2025年4末，邮政客户各期末应收账款期后回款覆盖率分别为100.00%、**99.21%**、**80.37%**和**23.48%**，期后回款情况良好。

### （3）合同违约条款及产品退换货情况

结合公司与邮政集团及其下属单位签署的合作协议，部分邮政客户允许一定比例的过季商品退换，除个别邮局条款因内部制式文本规定较难修改，退换货比例通常约定不超过5%。发行人综合考虑与邮局签订的协议，每年对未来销售退回情况进行估计，按照《企业会计准则第14号—收入》的要求对预计退货进行会计处理，报告期内，公司向邮政渠道销售产品退换货情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年	2023年	2022年
销售金额	<b>21,885.57</b>	35,648.68	39,642.61	43,832.69
退换货金额	<b>413.90</b>	598.83	873.28	257.63



项目	2025年1-6月	2024年	2023年	2022年
退换货比例（%）	1.89	1.68	2.20	0.59
预计负债余额	232.91	243.26	558.63	247.67

注：2023年公司邮政渠道退货比例有所增加，主要系菏泽邮局因过季产品出现的吸潮粉化及不同程度的结块导致的退换货需求所致。考虑到菏泽作为农业大市颇具规模的采购量及长久合作关系，公司准予退回其产品。

发行人根据每年退换货情况合理估计未来的退货率及退货金额，并按照会计准则的要求将预计退货情况确认预计负债和应收退货成本，会计处理符合准则要求，预计退货金额合理且充分。报告期各期，公司邮政渠道实际退换货比例分别为0.59%、2.20%、1.68%和**1.89%**，不存在大规模退货情形。

#### （4）代储情况

报告期内，仅中国邮政集团有限公司辽宁省分公司（以下简称“辽宁邮局”）存在期末代储业务，即由辽宁邮局部分市分公司于销售年度/**季度**结束后对当期因市场营销和社会因素造成的公司剩肥代为存储，并承诺于次年上半年无条件将代储产品销售完毕。相关协议主要条款具体如下：a.剩余肥料产品由邮局方进行储存，如因保管不当或其他所有原因造成损失，由邮局方全部负责；b.邮局方负责在次年4月30日前无条件将该批产品销售完毕；c.该批产品邮局方录入其次年系统，公司给予邮局方价格保底政策，如果次年新价格高于本年价格，则按本年价格执行，如果次年价格低于本年价格，则按次年价格执行；d.由该批产品引发的一切责任，由邮局方负责。

报告期各期末，辽宁邮局期末代储金额（以不含税收入列示）分别为13.64万元、54.64万元和18.93万元和**82.56万元**，占当期该客户销售的比例均不超过1%，**2022年至2024年**各期末代储商品已分别于2023年5月、2024年4月和2025年3月全额确认收入，不构成实质退货；**2025年6月末，该客户代储商品已冲减收入，并作为发出商品核算，与客户约定在未来仍由其进行销售。**

（5）分析说明发行人判断产品控制权发生转移时点的具体依据，是否存在代销情况

公司对于邮局渠道销售的收入确认时点与其他模式无异。因订单合同均为格式条款，未约定商品控制权转让的条件和依据，根据交易惯例，商品已交付买方



或买方指定的受托方并在发货（签收）单上签署确认，商品的控制权已转移至买方，作为公司收入确认时点。

退货及代储条款不影响对前述控制权发生转移时点的判断。针对退货部分，公司根据实际退货情况及时进行收入冲回，并于各期末根据历史退货情况计提预计负债；针对代储部分，公司于各期末对达成协议的邮局的代储存货进行收入冲回，并根据协议于次年上半年完成销售后，确认销售收入。

根据前述分析，公司与邮政集团下属的省市级企业签订具体运营协议，并对产品范围、价格、信用政策等进行具体约定，不存在以获取销售佣金作为利润来源的情形，回款安排整体符合信用政策约定并独立于其终端销售进度。公司按照邮政客户的要求将相关货物运送至其指定地点并签收后，相关产品的风险与报酬已转移，公司未保留对产品的继续管理权和控制权，亦不承担存货毁损、灭失及协议约定额度之外的滞销风险，代储及实际退换货比例极低。故公司与上述邮政客户的合作模式为买断式销售模式，不属于代销行为。

## 2、公司向邮政客户贴牌销售的情况

报告期内，公司与邮政客户合作业务中存在极少量贴牌产品如“吉臻优品”“邮绿丰”等，贴牌销售产品情况如下：

单位：吨、万元

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
销售数量	81,318.78	125,798.65	135,496.78	138,660.83
贴牌数量	1,915.92	866.00	1,055.52	4,407.20
贴牌数量占比	2.36%	0.69%	0.78%	3.18%
销售金额	21,885.57	35,648.68	39,642.61	43,832.69
贴牌金额	466.29	273.82	291.51	1,270.34
贴牌金额占比	2.13%	0.77%	0.74%	2.90%

如上表，公司各期向邮政客户贴牌销售在数量和金额上占比均较低，公司主要通过自主品牌“农邮”进行渠道合作及市场推广，不存在对该特定客户的重大依赖。

### （四）对于政府类直销客户，说明销售合同中关于质量保证条款、售后条



款的具体约定，2023年起不再约定质保金的商业合理性，是否符合行业惯例，说明主要订单获取是否符合招投标等相关规定，是否存在应当履行招投标程序而未履行的情形

### 1、政府类直销客户中关于质量保证条款、售后条款的具体约定

公司的政府类直销客户主要为山东省内各县市的农业农村局和其他行政事业单位，此类客户的销售订单主要系公司销售部门通过政府招投标程序确定及履行，各采购项目不同，中标后签订的采购合同中约定的质量保证条款和售后条款均有不同，大部分销售合同中的质量保证条款为：乙方（发行人）保证服务期内所提供的货物符合强制性的国家技术质量规范和招标文件规定的质量、规格、性能和技术规范等要求，其中极少部分客户要求质保期为12个月，乙方保证服务期内所提供的货物符合中华人民共和国国家及行业的安全质量标准、在质量保质期内须具有符合质量要求的性能等。

大部分销售合同中的售后条款为：产品按期送到指定地点后，甲方将对产品的质量规格等进行检验，如发现产品与合同不符，经甲方调查后，确定乙方应承担的责任。

### 2、不再约定质保金的合理性

2022年末，公司合同资产账面余额为201.12万元，共12家客户，对应的收入额为3,188.83万元，公司2022年合作的政府类客户达到130余家，质保金对应收入占当年政府类客户所有销售收入的比例不超过30%；2023年，随着国家对营商环境逐步优化，政府采购合同中取消了关于质保金的约定。

### 3、关于招投标程序

公司政府客户订单主要获取方式为公开招投标。公司制定《招投标管理制度》，明确规定了对于需要公开招投标的项目，相关业务人员应按要求制作标书、投标、中标对接、销售业务跟踪、回款跟踪等，中标后公司应留存中标通知书和双方签章的《政府采购合同书》。公司销售中心下设招标办部门，严格按照内控制度要求执行，如项目金额依据政府客户所在地规定未达到公开招标标准时，采用竞争性谈判、内部询价方式获取订单，不存在应当履行招投标程序而未

履行的情形。

综上，公司向政府客户销售业务中存在质保金的情形较少，随着国家对营商环境逐步优化，2023 年政府采购合同中取消了相关约定；公司获取的政府客户主要订单符合招投标等相关规定，不存在应当履行招投标程序而未履行的情形。

**（五）对于技术服务，说明收入确认时间与合同签订时间、服务开始时间、完成时间的具体关系，验收时点、实施周期与合同约定时点的差异情况，收入确认依据是否充分合理，说明发行人对直销客户的产品定价与技术服务的关系**

### **1、收入确认时间与合同签订时间、服务开始时间、完成时间的具体关系**

公司技术服务收入主要为与农业农村局等政府单位合作的安全利用项目，公司自合同签订后开始提供服务，其履约义务主要为根据检测的耕地指标，编制实施方案并经专家会议论证通过，通过执行喷施功能肥料等方案约定的各项措施，达到土壤调理和叶面阻控的效果，最后检测相关指标经验收通过。根据以上合同条款约定，客户在公司履约的同时即取得并消耗公司履约所带来的经济利益，满足收入会计准则第十一条中条件（一）的要求，所以公司提供技术服务属于在某一时段内履行履约义务。

从合同条款及技术服务过程中形成的文件资料可以看出，根据服务内容难以合理确定合同履约进度，合同约定的服务期限也有较强的灵活性，履约进度不能合理确定；同时，企业已经发生的成本能够可靠计量，且预计能够得到补偿。公司按照已经发生的成本金额确认收入，待完成全部履约义务并取得客户盖章的采购履约验收书后，按合同确认剩余部分收入，符合收入会计准则第十二条规定。

### **2、验收时点、实施周期与合同约定时点的差异情况**

报告期内，公司耕地安全利用项目合同约定的服务期限通常为合同之日起 12 个月内。公司通常在合同约定的服务期限内完成土壤调理服务，而具体验收取决于土壤修复改良程度，即耕地安全利用达到 100% 为验收时点，通常在合同约定的服务期限到期前完成。

### **3、发行人对直销客户的产品定价与技术服务的关系**



公司对直销类政府客户存在安全利用项目技术服务，主要指为提升受污染耕地安全利用水平，完成国家土壤防治目标，通过农产品协同监测、农艺调控及土壤改良类技术措施对受污染土地进行防治。公司结合治理方案编制、肥料生产及喷施、土壤采样检测、专家咨询论证等多项成本综合报价后参与竞标。公司提供该类技术服务以招投标确定的价格为准。

除上述技术服务外，公司与政府客户合作还包括生物有机肥类产品销售。公司基于成本加成并参考市场价格报价，主要通过公开招投标获得订单，以招投标确定的价格为准。公司向政府类直销客户销售产品和提供技术服务为两项独立的销售业务，相互间不存在价格影响机制。

综上，公司技术服务项目自合同签订后开始提供服务合同，因履约进度无法合理确认按已发生成本确认收入，最后检测相关指标经验收通过后将合同剩余金额确认收入。该类项目实施周期、验收时点通常不超过 12 个月，一般在合同约定的服务期限到期内完成，服务定价以招投标价格为准。

#### **（六）说明发行人与收入确认截止性相关的内部控制制度设计情况及执行的有效性**

报告期内，公司制定了《销售订单管理制度》《收入确认管理办法》等收入确认相关的内控管理制度，根据内部制度规定：产品销售为自提订单，司机进厂前需到销管部领取发货单，并在发货单（出门联）上签字确认，此单据流转至财务部审核并作为收入确认的时点；如为公司承运订单，销管人员将客户/客户指定的收货人签收确认的发货单（签收联）交至财务部进行审核并作为确认收入的时点。

在实际执行中，财务部销售会计根据 ERP 系统中回传的经签字/盖章确认的发货单（出门联、签收联）确认营业收入，并由财务经理进行审核、核对，确保收入金额、时点得到准确记录；实际执行情况与制度要求保持一致。公司严格按照内部控制制度的相关规定执行确认各期收入，相关内部控制制度得到了有效地执行。

综上，公司与收入确认截止性相关的内部控制制度设计合理，相关的内部控制得到了有效地执行。

### 三、核查程序及核查意见

#### （一）核查程序

1、获取报告期内收入成本明细表，了解报告期各期业务收入的构成情况，分析报告期内各产品类型、客户类型的销售金额及占比、毛利率情况；了解新型肥料和新型肥料中间体收入逐年下降、新型肥料中间体和普通肥料收入最近一期快速下降的具体原因，利润增速远高于收入增速的原因及合理性，并将报告期内及期后发行人业绩变动与可比公司进行比较，是否存在异常；

2、了解公司主要客户的合作背景、合作年限、相关资信情况，通过国家企业信用信息公示系统进行查询，在报告期内主要与发行人交易情况、在手订单情况，分析主要客户的采购规模与业务规模匹配性；分析公司对中国邮政集团有限公司是否存在重大依赖及应对措施，并进行充分风险揭示；

3、结合行业竞争格局、市场空间、细分产品所处市场的供求关系，了解公司在手订单情况、期后经营业绩、新老客户收入占比等，分析发行人主营业务是否具有持续性及成长性，是否存在业绩下滑风险；

4、结合发行人各销售模式合同交付、结算条款、实物流及资金流匹配情况，并结合可比公司会计政策，核查收入确认政策、具体依据及控制权转移的时点是否合理；核查发行人销售业务签收单据签字盖章情况，说明收入确认是否准确、完整；

5、访谈发行人销售负责人及主要经销商，了解买断式销售的商业背景，获取发行人销售明细表，核查经销商区域分布及层级情况，进一步分析买断式销售的合理性；查阅发行人经销合同关于交付、信用政策及退换货政策条款，并结合销售明细、应收账款明细及退换货明细核查执行情况，分析经销商是否均为买断式销售及收入确认是否符合准则规定；

6、查阅公司与邮政客户签署的销售合同及代储协议条款，获取公司销售明细表、退换货明细表、应收账款明细等，结合双方合作模式、销售过程、合同违约条款、产品退换货情况、代储情况、回款情况等，分析发行人判断产品控制权发生转移时点的具体依据，是否存在代销情况；



7、查阅公司存在质保金约定的合同条款，分析该类客户收入占比情况；访谈发行人销售负责人，了解 2023 年后不再约定质保金的原因及公司政府客户订单获取形式；查阅公司招投标程序相关内部控制制度，核查是否存在应履行未履行的招投标程序情形；

8、查阅公司技术服务项目合同及验收书及公司收入明细表，了解项目执行周期，并核查收入确认时点和金额是否符合准则规定；访谈公司销售负责人，了解该类技术服务定价依据；

9、获取发行人与收入确认及截止性相关的内部控制制度，并结合相关单据核查其执行情况。

## （二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、报告期内，新型肥料收入有所下滑主要系原料价格下降，售价相应降低，使得收入略微下滑；新型肥料中间体和普通肥料最近一期大幅下滑，主要系原料价格整体下降及短期市场竞争加剧，使得 2024 年售价和销量大幅下降；

2、公司主要客户综合实力强，市场地位较高，业务规模稳定，公司与主要客户合作时间久，稳定性及可持续性较强；公司在与中国邮政持续稳定合作的基础上，形成了经销商、直销等多元化销售渠道共同驱动发展的模式，不存在对中国邮政集团有限公司的重大依赖；

3、随着公司品牌影响力的增强及绿色农业的政策推进，公司产品具有广阔的市场空间及增长潜力，近年来公司供销统筹运营能力的增强有利于维系未来毛利率稳定性；公司在行业内具有较强的技术领先优势和影响力，与主要客户中国邮政、经销客户等合作稳定，销售规模扩大同时来源于现有客户的存量规模的增加及新增客户需求，期后业绩稳定，在手订单充足，未来业绩具有持续性及成长性；

4、公司与客户签订的主要合同条款符合对应销售模式业务特征，实物流与资金流整体与结算条款相匹配，公司收入确认政策及控制权转移的时点具有合理依据且符合行业惯例；公司各类业务收入确认获取的具体外部证据签字/盖章的



比例较高且随着公司销售内控的加强呈逐年上升趋势；

5、经销商与公司合作采用买断式销售具有商业合理性；公司商品发出并经客户或其指定的受托方签收确认时已达到控制权转移时点；同时公司对经销商采用较为严格的信用政策及退换货政策，且应收款及退换货金额均处于较低水平，可以合理确认公司对经销商为买断式销售，收入确认符合《企业会计准则》规定；

6、公司与邮政客户为买断式销售模式，不存在代销行为；报告期内存在少量贴牌销售情形，数量及金额占比极低；

7、公司向政府客户销售业务中存在质保金的情形较少，随着营商环境逐步优化，在 2023 年政府采购合同中取消了相关约定；公司获取的政府客户主要订单符合招投标等相关规定，不存在应当履行招投标程序而未履行的情形；

8、公司技术服务项目自合同签订后开始提供服务合同，因履约进度无法合理确认按已发生成本确认收入，最后检测相关指标经验收通过后将合同剩余金额确认收入。该类项目实施周期、验收时点通常不超过 12 个月，一般在合同约定的服务期限到期内完成；公司向政府客户销售肥料及提供技术服务为两项独立业务，交易均主要以招投标价格执行；

9、发行人已建立健全收入确认及截止性相关的内部控制制度，报告期内执行情况良好。

**（三）说明对收入确认真实性、合规性、准确性的核查过程、方法和结论，包括但不限于客户核查的方式及范围、比例，走访客户、发函和回函情况，函证样本的选择方法，穿行测试、细节测试、收入的截止性测试等情况**

1、了解公司销售与收款流程内部控制制度，针对公司的销售与收款流程抽取样本进行穿行测试，评价控制是否有效以及是否得到执行。选取关键控制点进行控制测试，确定相关控制设计合理、得到执行并且控制运行有效。

报告期各期，对销售与收款流程的穿行测试具体核查情况如下：

项目	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
穿行测试核查数量（笔）	427	446	421	437



项目	2025年1-6月	2024年	2023年	2022年
穿行测试核查客户销售收入（万元）	<b>94,119.15</b>	142,162.39	159,012.42	163,421.65
营业收入（万元）	<b>149,454.60</b>	236,319.15	263,742.14	267,560.38
占营业收入的比例	<b>62.98%</b>	60.16%	60.29%	61.08%

2、获取不同类型的销售合同，了解不同模式下的相关合同条款，检查主营业务收入确认条件和依据、了解报告期各期业务收入的构成情况，与同行业公司收入确认政策进行对比分析，评价相应收入确认时点是否符合企业会计准则的规定并保持前后一致；

3、获取公司按照订单编制的营业收入明细表，复核数据加计是否正确，并与公司财务账面数据核对是否相符；

4、实施细节测试，分别从销售出库单和账面记录双向选取样本，核查发货单是否经客户签字或盖章确认，同时检查发货单对应的销售合同/订单、发货出门联与发货签收单信息是否一致，检查销售发票与收入确认金额及数量是否一致，检查月度收货确认函与当月发货签收单是否一致；对于出口收入，查看电子口岸信息并与账面记录核对，并以抽样方式检查销售合同、出口报关单、货运提单、销售发票等支持性文件；

报告期各期，按照客户收入额进行排序，选取收入额排名靠前的客户进行细节测试核查，获取上述资料进行查验，核查比例如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年	2023年	2022年
营业收入	<b>149,454.60</b>	236,319.15	263,742.14	267,560.38
核查金额	<b>133,773.05</b>	207,811.36	230,219.40	231,857.94
核查比例	<b>89.51%</b>	87.94%	87.29%	86.66%

5、了解公司退换货政策，获取公司报告期内退换货明细表，检查退换货情况是否和了解的一致，数据是否得到准确记录；

6、执行截止性测试，从资产负债表日抽取前后7天确认的营业收入核对至出库单、运输单、签收单、销售发票等支持性文件，并从资产负债表日前后7天发运物流单据核对至账面记载的营业收入，评价收入确认是否记录在恰当会计



期间；

### 7、实施函证程序

选取各期应收账款余额、合同负债余额及销售金额前 85% 的客户，对其销售额和余额进行函证，确认营业收入的准确、完整，应收账款和预收款项的存在性，具体发函比例和回函可确认比例如下：

单位：万元

项目		2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
应收账款及合同资产	期末余额	<b>38,652.08</b>	35,263.91	32,345.35	32,176.78
	发函金额	<b>36,986.60</b>	32,900.39	31,142.67	30,591.35
	发函比例	<b>95.69%</b>	<b>93.30%</b>	<b>96.28%</b>	<b>95.07%</b>
	回函确认金额	<b>33,631.05</b>	30,155.50	29,337.53	29,544.44
	回函比例	<b>87.01%</b>	<b>85.51%</b>	<b>90.70%</b>	<b>91.82%</b>
	替代测试确认金额	<b>3,355.56</b>	2,744.89	1,805.14	1,046.91
	替代测试确认比例	<b>8.68%</b>	<b>7.78%</b>	<b>5.58%</b>	<b>3.25%</b>
	合计可确认比例	<b>95.69%</b>	<b>93.30%</b>	<b>96.28%</b>	<b>95.07%</b>
合同负债及其他流动负债	期末余额	<b>14,596.41</b>	30,689.53	39,599.75	53,561.20
	发函金额	<b>13,190.29</b>	28,563.47	34,693.01	46,933.19
	发函比例	<b>90.37%</b>	<b>93.07%</b>	<b>87.61%</b>	<b>87.63%</b>
	回函确认金额	<b>12,349.61</b>	26,475.49	33,905.04	44,647.22
	回函比例	<b>84.61%</b>	<b>86.27%</b>	<b>85.62%</b>	<b>83.36%</b>
	替代测试确认金额	<b>840.68</b>	2,087.97	787.98	2,285.97
	替代测试确认比例	<b>5.76%</b>	<b>6.80%</b>	<b>1.99%</b>	<b>4.27%</b>
	合计可确认比例	<b>90.37%</b>	<b>93.07%</b>	<b>87.61%</b>	<b>87.63%</b>
营业收入	期末余额	<b>149,454.60</b>	236,319.15	263,742.14	267,560.38
	发函金额	<b>139,717.50</b>	215,775.09	232,880.08	234,252.58
	发函比例	<b>93.48%</b>	<b>91.31%</b>	<b>88.30%</b>	<b>87.55%</b>
	回函确认金额	<b>136,180.35</b>	202,685.51	224,190.67	223,196.18
	回函比例	<b>91.12%</b>	<b>85.77%</b>	<b>85.00%</b>	<b>83.42%</b>
	替代测试确认金额	<b>3,537.15</b>	13,089.58	8,689.41	11,056.40
	替代测试确认比例	<b>2.37%</b>	<b>5.54%</b>	<b>3.29%</b>	<b>4.13%</b>
	合计可确认比例	<b>93.48%</b>	<b>91.31%</b>	<b>88.30%</b>	<b>87.55%</b>

注：其他流动负债为预收货款的待转销项税，回函比例为回函金额占各科目总金额的比



例。

针对未回函的客户，逐一执行替代测试程序，包括检查报告期内借方与贷方发生额的构成、销售合同、出库单、货运单、收入确认依据以及期后合同执行情况、回款情况。通过回函情况和替代测试，各报告期各科目可确认金额比例能达到 85% 及以上。

#### 8、实施对客户访谈程序

按照收入金额、占比等维度，按重要性和随机抽样原则，对公司报告期各期的客户实施走访程序，具体选样标准及选样过程如下：

①报告期各期收入前千分之一的客户；②报告期内重要的新增客户；③对销售金额较小的客户进行随机抽样；④收入增长较快的客户以及向公司采购金额变动较大的主要客户；⑤关联方客户。

报告期各期，对客户走访的核查比例如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
营业收入金额	149,454.60	236,319.15	263,742.14	267,560.38
走访客户收入金额	90,022.44	149,564.95	180,112.84	182,745.92
核查比例	60.23%	63.29%	68.29%	68.30%

#### 9、检查与收入相关的信息是否已在财务报表中作出恰当列报和披露。

通过上述内控程序及实质性程序的核查，公司销售与收款流程业务控制有效运行，相关收入确认符合会计准则的规定，收入真实、准确。

## 问题 5. 经销及贸易收入的真实性

(1) 经销销售真实性。根据申请文件，报告期各期，经销收入占比分别为 50.44%、50.38%和 55.10%，公司存在根据经销商指定地点发货至其终端客户处的情形，销售价格为到货价。报告期内公司存在向部分合作银行推荐经销商并为经销商贷款提供担保的情形。请发行人：①说明采取经销模式的必要性、合理性，是否符合行业特点，各期主要经销商销售情况，包括不限于基本情况、合作背景、销售规模、分布区域，销售的主要产品及对应收入、销售单价、毛利率，各期进销存情况，销售区域和终端客户地区分布是否匹配。②说明直接发货至终端客户金额、占比及变动情况，经销商在该模式下的作用及终端客户未直接向公司采购的商业合理性，是否存在公司主导向终端客户的销售、承担产品售后责任、经销商实质为公司销售部门或代理商的情况，经销商是否存在为公司分摊成本、承担费用或利益输送情形。③补充说明报告期各期经销商收入分层、合作年限分层、数量及增减变动情况，报告期内持续合作经销商、非法人经销商的数量及收入占比情况，说明经销商下游客户是否仍为经销商或分销商。④补充说明推荐和担保涉及的具体经销商、合作历史、推荐标准、贷款产品、担保条款、争议解决安排等情况，说明担保行为发生的原因、背景、商业合理性及定价公允性，说明是否存在转贷等内控不规范的情况。

(2) 贸易商销售真实性。根据申请文件，①报告期各期，贸易商收入占比分别为 5.83%、8.14%和 3.39%，贸易商收入金额及占比先增后降。②贸易商泰安罗森化工有限公司于 2023 年与公司首次合作即成为第二大客户，采购肥料 9,657.90 万元用于出口且毛利率偏高，2024 年退出前五大客户。③境外销售以出口日本、韩国等为主，报告期各期，境外销售收入金额分别为 4,423.89 万元、3,135.24 万元和 2,306.28 万元。请发行人：①补充披露报告期各期前十大贸易商客户主要情况，包括合作背景、合作年限、资信情况（成立时间、实缴资本、员工数量、业务规模）、销售金额及占比、毛利率、发行人销售金额占其业务规模的比例，说明是否存在成立时间较短即与发行人合作、实缴或参保人数较少的贸易商，发行人与贸易商的合作是否稳定、可持续。②结合泰安罗森化工有限公司成立时间、实缴资本、员工数量、业务规模、合作背景等情况，说明首次合作即成为发行人第二大客户的原因及合理性。③说明拓展境外业务的背景、

历史、具体开展模式（如是否通过贸易商销售）等情况，说明境外收入大幅下降的具体原因及合理性，是否与行业及可比公司变动趋势相符。

请保荐机构、申报会计师：（1）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》2-15 经销模式相关要求，核查上述事项并发表明确意见，说明采取的核查方式、范围、依据及结论。（2）说明报告期内经销商核查的样本选取标准、选取方法及选取过程，是否覆盖收入增长较快的经销商、向发行人采购金额较大及金额变动较大的经销商；是否存在非法人经销商、已注销经销商、仅销售发行人产品经销商、（前）员工成立的经销商及其核查情况。（3）获取经销商进销存数据、经销商向终端客户实现销售的具体核查情况，获取运单、终端客户签收单、终端客户回款单等相关资料的具体方式和结论、外部证据有效性，详细说明具体核查对象、核查方式、对应的金额与比例、核查结论。（4）说明是否获取贸易商进销存数据，是否获取贸易商完成终端销售充分、适当的证据，是否存在贸易商配合发行人收入确认而压货或发往发行人指定主体的情形。（5）结合上述核查情况，对报告期内收入的真实性、准确性、完整性发表明确意见。请保荐机构提供经销及贸易商模式核查相关底稿。

## 【回复】

### 一、经销销售真实性

（一）说明采取经销模式的必要性、合理性，是否符合行业特点，各期主要经销商销售情况，包括不限于基本情况、合作背景、销售规模、分布区域，销售的主要产品及对应收入、销售单价、毛利率，各期进销存情况，销售区域和终端客户地区分布是否匹配

#### 1、采取经销模式的必要性、合理性，是否符合行业特点

发行人主营业务为新型肥料及新型肥料中间体的研发、生产、销售和技术服务，主要产品包括腐植酸增效肥料、控释肥料、水溶肥料等新型肥料及控释包膜尿素等新型肥料中间体。公司的产品因使用客群不同，销售模式有所差异，其中新型肥料、普通肥料可以直接施用，终端用户为种植户，销售模式以经销、直销、

邮政渠道销售为主；新型肥料中间体需要再加工后使用，主要销售给化肥生产企业类工业客户，销售模式主要为直销模式。目前，公司采取以经销为主，直销、邮政及贸易商渠道为辅的销售模式。发行人采用经销商模式的必要性、合理性主要有以下几个方面：

### **（1）发行人产品的终端用户分布广泛，采用经销商模式使得产品更有效地触及终端使用者**

发行人新型肥料、普通肥料的使用场景为农业种植，终端用户主要为广大农业种植户。由于我国幅员辽阔，肥料产品的使用区域遍布全国，较为分散，发行人通过经销商模式销售可以有效地覆盖目标市场，通过开发、维护与管理经销商客户，使得产品更加有效地触及终端客户。在肥料行业，同行业上市公司均普遍采用经销为主的销售模式，公司经销模式与同行业公司相比不存在重大差异。

### **（2）发行人积极践行“藏粮于地、藏粮于技”，采用经销商模式可以为终端种植户提供更好的产品及服务体验**

习近平总书记指出，粮食安全是“国之大者”。“十三五”规划建议提出：“坚持最严格的耕地保护制度，坚守耕地红线，实施藏粮于地、藏粮于技战略，提高粮食产能，确保谷物基本自给、口粮绝对安全。”“藏粮于地、藏粮于技”，是中央对确保粮食产能的新思路，是国家“十三五”规划的新途径。

新型肥料的研发、生产、销售是发行人践行“藏粮于地、藏粮于技”的第一步，但减肥增效不仅需要肥料本身肥效的增强，更需要辅以科学的施用方法。在农时选择，以及化肥、种子、农药搭配使用等方面，农业种植大有讲究，由于我国农业生产集约化程度较低，普遍存在种植户缺乏科学施肥知识的情况，科学施肥知识及技术的普及就显得尤为重要。

为保证新型肥料施用的有效性，满足终端用户对高效种植综合解决方案服务日益增长的要求，发行人对经销商渠道的管理除了肥料销售，还会对经销商的营销服务能力进行筛选，并配备专业农化人员辅助经销商，因此发行人的下游经销商除承担分销职能外，还会为种植户提供科学种植方案指导、物流配送到田间等服务，能有效实现对中小种植户的覆盖，并提升其购肥用肥体验。

### （3）采用经销商模式可以提升发行人的经营管理效率

如前所述，发行人产品的终端用户遍布全国，发行人很难直接了解终端种植用户的客户全貌，采取经销商模式，发行人可以通过筛选维护优质经销商客户实现对下游市场的有效管理，提升管理效率。公司选取确定经销商后通常分县、分品牌进行授权，建立合作关系并进行日常管理，部分经销商为覆盖当地客户需求，根据实际经营需要销售货物给当地下游流通客户。公司经销模式下的产品销售为买断式销售，货物所有权转移后，公司不承担库存管理的相关权利或义务，经销商依据实际经营情况自行决定订货周期、订货数量、订货品种等，极大地降低发行人对市场的管理难度。

### （4）采用经销商模式有助于发行人提高资金周转效率，降低坏账风险

由于农资流通行业的特殊性，化肥经销商在向终端种植户进行销售时存在赊销情形，一部分中小种植户可能会在当季用肥农作物收获并完成销售后再向农资流通企业支付化肥货款。而公司对经销商实行较为严格的信用政策，主要采用先款后货的结算模式，有助于发行人提高资金周转效率，降低坏账风险。报告期内，经销商的回款情况良好，未发生大额坏账或损失。

发行人通过多年深耕全国农业营销服务体系，已经建立了覆盖面广、服务周到的营销服务网络，并与经销商形成了良好的合作关系，有效地推动了产品的销售和经营业绩提升。

### （5）报告期各期同行业可比公司的销售模式

经销商销售模式是国内肥料生产企业最为普遍的销售模式，发行人同行业可比公司销售模式具体情况如下：

公司名称	销售模式
史丹利 (002588.SZ)	主要采取经销商分销模式，目前，公司拥有一支近千人的具有丰富销售经验的销售队伍，开拓了 5,000 多家一级经销商和种植大户，20 万多家终端网点。2022 年至 2024 年经销收入占比均达 90% 以上。
芭田股份 (002170.SZ)	主要采用经销商销售模式，即通过“企业→经销商→零售网点→农户”将产品销售至终端农户。
新洋丰 (000902.SZ)	主要采用经销商销售的模式，现有营销及农技人员 1,200 余名，一级经销商 6,000 多家，终端零售商 70,000 多家。



公司名称	销售模式
红四方 (603395.SH)	尿素产品除自用生产复合肥外，对外销售主要包括直销、贸易商销售和经销三类；复合肥产品以及脲铵氮肥、农用硫酸铵等氮肥产品的销售主要采用经销为主、直销为辅的模式，主要通过经销商渠道卖给终端农业种植客户。2022年至2024年，公司主营业务经销收入占比分别为80%左右。
汉和生物 (873757.NQ)	销售模式以经销为主、直销为辅。
农大科技 (874513.NQ)	采取经销为主，直销、邮政及贸易商渠道为辅的销售模式，经销收入占比约50%。

数据来源：上市公司/挂牌公司定期报告、招股说明书、公开转让说明书。

从销售模式上看，同行业可比公司在复合肥或新型肥料销售领域普遍采用经销模式，经销模式的采用与肥料行业终端消费者分布广泛的特点直接相关，发行人的销售模式与可比公司不存在重大差异，发行人的销售模式符合行业惯例，具有商业合理性。

综上，肥料行业的终端用户分布广泛，采用经销商模式使得产品更有效地触及终端使用者，公司可以通过经销商的专业服务能力，为终端种植户提供更好的产品及服务体验。发行人通过多年深耕全国农业营销服务体系，已经建立了覆盖面广、服务周到的营销服务网络，并与经销商形成了良好的合作关系。同行业可比公司均有采取经销模式开展销售的情况，公司采取经销模式符合行业惯例。因此，报告期内公司采取经销模式具有必要性及合理性，符合行业特点。

**2、各期主要经销商销售情况，包括不限于基本情况、合作背景、销售规模、分布区域，销售的主要产品及对应收入、销售单价、毛利率**

**(1) 报告期内主要经销商销售情况**

报告期内，公司前五大经销商销售金额占当期经销收入分别为5.41%、4.78%、4.71%和6.04%，前五大经销商的销售情况如下表所示：

单位：万元、元

期间	序号	客户名称	销售主要产品	销售金额	经销收入占比	销售单价	毛利率
2025年1-6月	1	喀喇沁旗赛通农资门市	新型肥料	1,994.39	2.18%	3,384.86	23.77%



期间	序号	客户名称	销售主要产品	销售金额	经销收入占比	销售单价	毛利率
	2	绥化市北林区田源农资商店（个体工商户）	新型肥料	929.00	1.02%	2,829.88	13.01%
	3	象州县水晶老罗农资经营店	新型肥料	868.71	0.95%	2,432.54	18.40%
	4	北屯市万亩良田种植农民专业合作社	新型肥料	865.50	0.95%	4,485.81	13.55%
	5	琿春市大地农资经销处	新型肥料	862.83	0.94%	2,764.92	13.35%
	合计			-	5,520.44	6.04%	3,102.03
2024年	1	喀喇沁旗赛通农资门市	新型肥料	1,807.00	1.39%	3,335.38	19.36%
	2	徐州三利农资超市有限公司	新型肥料	1,211.82	0.93%	2,397.16	19.15%
	3	延津县碧缘农资服务部	新型肥料	1,151.28	0.89%	2,128.35	23.47%
	4	临泉县城关孔超化肥批发部	新型肥料	975.95	0.75%	2,228.55	24.45%
	5	金乡县鱼山街道农兴农资经营部	新型肥料	964.71	0.74%	3,189.34	24.15%
	合计			-	6,110.76	4.71%	2,624.19
2023年	1	延津县碧缘农资服务部	新型肥料	1,581.35	1.20%	2,093.21	14.79%
	2	喀喇沁旗赛通农资门市	新型肥料	1,478.83	1.12%	3,457.43	13.15%
	3	徐州三利农资超市有限公司	新型肥料	1,177.72	0.89%	2,453.05	13.63%
	4	绥化市北林区田源农资商店（个体工商户）	新型肥料	1,034.81	0.78%	3,027.76	5.25%
	5	金乡县鱼山街道农兴农资经营部	新型肥料	1,034.33	0.78%	2,903.18	18.38%
	合计			-	6,307.04	4.78%	2,670.95
2022年	1	喀喇沁旗赛通农资门市	新型肥料	1,785.77	1.34%	3,460.30	13.91%
	2	延津县碧缘农资服务部	新型肥料	1,746.29	1.31%	2,619.73	8.50%
	3	如东县蔬菜服务有限公司	新型肥料	1,272.05	0.95%	2,578.29	7.96%



期间	序号	客户名称	销售主要产品	销售金额	经销收入占比	销售单价	毛利率
	4	临泉县城关孔超化肥批发部	新型肥料	1,214.17	0.91%	2,719.48	5.87%
	5	金乡县鱼山街道农兴农资经营部	新型肥料	1,208.80	0.90%	3,444.31	10.20%
		合计	-	<b>7,227.08</b>	<b>5.41%</b>	<b>2,921.85</b>	<b>9.58%</b>

注：已将受同一实际控制人控制的客户合并计算销售金额等。延津县碧缘农资服务部现已注销，变更为延津县复壮农资有限公司与公司合作。

报告期内，公司前五大经销商保持相对稳定，未发生重大变化。发行人对经销商采用统一定价策略，主要以成本加成并参考市场价格的原则确定对经销商的销售价格，销售价格的制定会结合所在市场大区、季节、市场价格等综合制定。公司对经销商销售毛利率存在差异主要系客户采购新型肥料产品结构性差异，以及产品定价受采购时点原料价格波动等影响因素所致。

## （2）报告期内主要经销商基本情况

### 1) 喀喇沁旗赛通农资门市

发行人与喀喇沁旗赛通农资门市的合作主体包括其同一控制下的以下 3 个主体：

主体 1	主体名称	喀喇沁旗赛通农资门市
	经营者	李文丰
	注册资本	-
	成立时间	2020-11-04
	注册地点	内蒙古自治区赤峰市喀喇沁旗乃林镇甸子村七组 561 号
	公司类型	个体工商户
	经营范围	种子、化肥、农膜、滴灌带、饲料、百货零售
主体 2	员工人数	少于 50 人
	个人名称	周益弘
主体 3	同一控制依据	李文丰与周益弘为母子关系
	个人名称	周志浩
与发行人合作历史	同一控制依据	李文丰与周志浩为夫妻关系
	开始合作时间	2008 年
	销售规模	2022 年销售约 5,500 吨，2023 年销售约 5,000 吨，2024 年销售约 5,800 吨，2025 年 1-6 月销售约 7,000 吨



合作背景	<p>该客户在当地市场具有较强的影响力，掌握内蒙古赤峰市较多种植户信息及下游流通客户销售渠道，熟悉当地市场种植结构及主要种植作物，具有一定的农化知识，并能解决种植户提出的相关农业问题，销售网络丰富，信誉良好，资金充足，具备较强的配送服务能力。该客户与公司合作多年，双方合作情况良好。</p> <p>该客户 2020 年之前使用“喀喇沁旗赛通粮油经营部”以及“喀喇沁旗赛通化肥饲料商店”与发行人合作，其中“喀喇沁旗赛通粮油经营部”成立于 2007 年 1 月 10 日，“喀喇沁旗赛通化肥饲料商店”成立于 2013 年 4 月 18 日，经营者李文庆均为喀喇沁旗赛通农资门市经营者李文丰的姐姐，实际经营人为李文丰。</p>
------	--

## 2) 延津县碧缘农资服务部

发行人与延津县碧缘农资服务部的合作主体包括其同一控制下的以下 3 个主体：

主体 1	主体名称	延津县碧缘农资服务部
	经营者	田文杰
	注册资本	-
	成立时间	2012-04-19
	注册地点	延津县小潭乡祥安社区 4 号楼 6 单元
	公司类型	个体工商户
	经营范围	许可项目：农作物种子经营（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：化肥销售；肥料销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
	员工人数	少于 50 人
主体 2	主体名称	延津县国翠农资经营部
	经营者	牛东方（田文杰经营合伙人）
	注册资本	-
	成立时间	2018-12-28
	注册地点	河南省新乡市延津县小潭乡盐厂村（祥安社区）一号楼 34 号
	公司类型	个体工商户
	经营范围	农药、化肥、不在分装的包装种子
员工人数	少于 50 人	
主体 3	主体名称	延津县复壮农资有限公司
	法人	田文杰
	注册资本	10 万元
	成立时间	2024-08-30
	注册地点	河南省新乡市延津县小潭乡大潭村祥安社区楼下 305 号
	公司类型	有限责任公司（自然人独资）



	经营范围	一般项目：化肥销售；肥料销售；农作物种子经营（仅限不再分装的包装种子）（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）许可项目：农药批发；农药零售（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）
	员工人数	少于 50 人
与发行人合作历史	开始合作时间	2012 年
	销售规模	2022 年销售约 7,000 吨，2023 年销售约 8,000 吨，2024 年销售约 6,000 吨，2025 年 1-6 月销售约 2,500 吨
	合作背景	该客户是河南省新乡市延津县具有一定实力及影响力的经销商，具有较多终端客户资源及下游流通客户销售渠道，且信誉良好，对发行人产品较为认可，会组织观摩会等市场推广活动，且具备一定的农化知识，在当地有良好的口碑，拥有较强的客户开拓和维护能力。该客户与公司合作多年，双方合作情况良好。该客户采用多个主体与发行人合作主要系经营发行人不同品牌的需要。

注：延津县国翠农资经营部于 2023 年 3 月 31 日注销，该主体注销后与发行人未有合作往来；延津县碧缘农资服务部于 2025 年 2 月 27 日注销，该主体注销后，发行人与田文杰控制的另一主体延津县复壮农资有限公司进行合作。

### 3) 徐州三利农资超市有限公司

发行人与徐州三利农资超市有限公司的合作主体包括其同一控制下的以下 2 个主体：

主体 1	主体名称	徐州三利农资超市有限公司
	法人	黄雪梅
	注册资本	200 万元人民币
	成立时间	2009-01-19
	注册地点	徐州市睢宁县农业示范园长江桂柳南侧.菁华路西侧
	公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
	经营范围	化肥（碳酸氢铵除外）、农药（危险品除外）、种子、农膜、农具销售；粮食收购；农产品种植、销售；农业技术服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
	员工人数	少于 50 人
主体 2	主体名称	徐州秋歌商贸行
	投资人	黄雪梅
	出资额	10 万元人民币
	成立时间	2021-08-19
	注册地点	徐州市睢宁县农业示范园长江桂柳南侧.菁华路西侧 10 号门面房
	公司类型	个人独资企业



	<b>经营范围</b>	<p>许可项目：食品销售；食品生产；农作物种子经营；农药零售（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）</p> <p>一般项目：日用百货销售；农作物病虫害防治服务；农业专业及辅助性活动；农作物栽培服务；农作物收割服务；农业园艺服务；农业生产托管服务；农作物秸秆处理及加工利用服务；食用农产品初加工；农副产品销售；农用薄膜销售；初级农产品收购；食用农产品零售；农作物种子经营（仅限不再分装的包装种子）；农业机械销售；农林牧渔机械配件销售；与农业生产经营有关的技术、信息、设施建设运营等服务；饲料原料销售；灌溉服务；肥料销售；塑料制品销售；新鲜水果零售；五金产品零售；照明器具销售；金属工具销售；土壤污染治理与修复服务；文具用品零售；办公用品销售；化妆品零售；个人卫生用品销售；卫生杀虫剂销售；农业机械服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；技术推广服务；家用电器销售；家用电器零配件销售；电器辅件销售；电子产品销售；纺织、服装及家庭用品批发；厨具卫具及日用杂品批发（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）</p>
	<b>员工人数</b>	少于 50 人
<b>与发行人合作历史</b>	<b>开始合作时间</b>	2011 年
	<b>销售规模</b>	2022 年销售约 5,500 吨，2023 年销售约 5,700 吨，2024 年销售约 5,850 吨， <b>2025 年 1-6 月销售约 3,000 吨</b>
	<b>合作背景</b>	<p>该客户是发行人通过主动拜访获得的，具有丰富的农资经营经验，有着扎实稳定的下游流通经销渠道，在当地有较高的知名度及良好的口碑，资金实力较强，信誉良好。该客户与公司合作多年，双方合作情况良好。</p> <p>该客户采用两个主体与发行人合作主要系经营发行人不同品牌的需要。</p>

#### 4) 临泉县城关孔超化肥批发部

发行人与临泉县城关孔超化肥批发部的合作主体包括其同一控制下的以下 1 个主体：

<b>主体</b>	<b>主体名称</b>	临泉县城关孔超化肥批发部
	<b>经营者</b>	孔超
	<b>注册资本</b>	-
	<b>成立时间</b>	2016-02-29
	<b>注册地点</b>	安徽省阜阳市临泉县邢塘街道办事处兴泉大道 999 号中原牧场冷鲜城 8 栋 111 号、112 号、113 号、114 号商铺
	<b>公司类型</b>	个体工商户



	经营范围	一般项目：化肥销售；肥料销售；农作物种子经营（仅限不再分装的包装种子）（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）许可项目：农药零售；农药批发（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）
	员工人数	少于 50 人
与发行人合作历史	开始合作时间	2010 年
	销售规模	2022 年销售约 5,000 吨，2023 年销售约 5,000 吨，2024 年销售约 5,000 吨，2025 年 1-6 月销售约 1,700 吨
	合作背景	该客户是通过客户主动联系建立的合作关系，是安徽省阜阳市临泉县较大的农资经销商，拥有较强的渠道开发及维护客情关系的能力，财务状况良好且具有一定的经济实力。该客户与公司合作多年，双方合作情况良好。 该客户 2016 年之前以经营者孔超自然人身份与发行人合作。

### 5) 金乡县鱼山街道农兴农资经营部

发行人与金乡县鱼山街道农兴农资经营部的合作主体包括其同一控制下的以下 3 个主体：

主体 1	主体名称	金乡县鱼山街道农兴农资经营部
	经营者	叶金光
	注册资本	-
	成立时间	2018-07-09
	注册地点	金乡县文峰西路路北
	公司类型	个体工商户
	经营范围	农药（不含危险化学品）、农机具、农膜、包装种子、化肥销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
	员工人数	少于 50 人
主体 2	主体名称	金乡县爱华化肥批发经营部
	经营者	张爱华（与叶金光为母子关系）
	注册资本	-
	成立时间	2022-06-20
	注册地点	山东省济宁市金乡县兴隆镇红绿灯西 20 米路南
	公司类型	个体工商户
	经营范围	一般项目：肥料销售；农作物种子经营（仅限不再分装的包装种子）。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
员工人数	少于 50 人	
主体 3	个人名称	叶树立
	同一控制依据	叶树立与叶金光为父子关系
与发行	开始合作时间	2006 年



人合作历史	销售规模	2022 年销售约 4,000 吨，2023 年销售约 4,000 吨，2024 年销售约 3,700 吨， <b>2025 年 1-6 月销售约 700 吨</b>
	合作背景	该客户是发行人通过主动拜访获取的，是山东省济宁市金乡县规模较大的农资经销商，掌握专业的农化知识，具有较强的下游流通客户渠道、终端客户开发能力及维护客情关系能力，财务状况良好。该客户对公司产品较为认可，会组织观摩示范，进行效果传播。该客户与公司合作多年，双方合作情况良好。 该客户 2018 年之前以叶树立自然人身份与发行人合作，金乡县鱼山街道农兴农资经营部经营者叶金光为叶树立的儿子。

#### 6) 绥化市北林区田源农资商店（个体工商户）

发行人与绥化市北林区田源农资商店（个体工商户）的合作主体包括其同一控制下的以下 2 个主体：

主体 1	主体名称	绥化市北林区田源农资商店（个体工商户）
	经营者	姚兴艳
	注册资本	-
	成立时间	2024-02-22
	注册地点	黑龙江省绥化市北林区田地源农资市场 25 号库
	公司类型	个体工商户
	经营范围	一般项目：化肥销售。
	员工人数	少于 50 人
主体 2	主体名称	绥化市北林区兴顺农用物资供应站
	经营者	姚兴艳
	注册资本	-
	成立时间	2013-03-05
	注册地点	黑龙江省绥化市北林区田地源农资商场 25 号
	公司类型	个体工商户
	经营范围	化肥零售
	员工人数	少于 50 人
与发行人合作历史	开始合作时间	2010 年
	销售规模	2022 年销售约 5,000 吨，2023 年销售约 5,200 吨，2024 年销售约 5,000 吨， <b>2025 年 1-6 月销售约 5,000 吨</b>
	合作背景	该客户是黑龙江省绥化市北林区有影响力的农资经销商，推广力较强，具有丰富的销售网络，该客户以公司产品为主推产品，能配合公司完成市场的各项活动进行推广，且具备一定的农化知识及销售经验，在当地有良好的口碑。该客户与公司合作多年，双方合作情况良好。 该客户 2024 年之前使用“绥化市北林区兴顺农用物资供应站”与发行人合作，2013 年之前以经营者姚兴艳自然人身份与发行人合作。

#### 7) 如东县蔬菜服务有限公司



发行人与如东县蔬菜服务有限公司的合作主体包括其同一控制下的 7 个主体：

主体 1	主体名称	如东县蔬菜服务有限公司
	法人	曹慧平
	注册资本	100 万元人民币
	成立时间	1992-07-30
	注册地点	如东县掘港镇掘兵路 136 号
	公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
	经营范围	主要农作物杂交以外的种子、百货、纺针织品、饲料、钢材、木材、建筑材料、薄膜、五金交电批发、零售；农药、化肥、不再分装的包装种子零售；普通货物道路运输；农业技术推广服务；会议及展示展览服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
	员工人数	100-199 人
主体 2	主体名称	如东美慧农资经营部
	经营者	曹慧平
	注册资本	-
	成立时间	2018-08-06
	注册地点	如东县掘港镇掘兵路 136 号
	公司类型	个体工商户
	经营范围	农药（危化品除外）、化肥、不再分装的种子、农膜零售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
员工人数	少于 50 人	
主体 3	个人名称	曹慧平
	同一控制依据	曹慧平为如东县蔬菜服务有限公司法人、如东美慧农资经营部经营者
主体 4	个人名称	曹慧忠
	同一控制依据	曹慧忠与曹慧平为兄弟关系
主体 5	个人名称	王善斌
	同一控制依据	王善斌为曹慧平合伙人
主体 6	个人名称	朱曙霞
	同一控制依据	朱曙霞为如东县蔬菜服务有限公司的会计
主体 7	主体名称	南通全叶科技有限公司
	法人	徐骅（曹慧平合伙人）
	注册资本	100 万元
	成立时间	2024-04-12
	注册地点	江苏省南通市崇川区外环北路 798 号 2 幢 2077 室
	公司类型	有限责任公司



	经营范围	许可项目：农药批发（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；新材料技术研发；新材料技术推广服务；智能农业管理；农业科学研究和试验发展；农作物病虫害防治服务；专用化学产品销售（不含危险化学品）；化工产品销售（不含许可类化工产品）；涂料销售（不含危险化学品）；生态环境材料销售；肥料销售；化肥销售；农用薄膜销售；农作物种子经营（仅限不再分装的包装种子）（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
	员工人数	少于 50 人
与发行人合作历史	开始合作时间	2016 年
	销售规模	2022 年销售约 9,000 吨，2023 年销售约 9,000 吨，2024 年销售约 9,000 吨，2025 年 1-6 月销售约 2,000 吨
	合作背景	该客户是江苏省南通市如东县有影响力的经销商，推广能力较强，具有丰富的销售网络，具备较强的配送能力，该客户资金雄厚，与公司合作多年，双方合作情况良好。

## 8) 琿春市大地农资经销处

发行人与琿春市大地农资经销处的合作主体包括其同一控制下的以下 2 个主体：

主体 1	主体名称	琿春市大地农资经销处
	经营者	李鸿波
	注册资本	-
	成立时间	2018-08-09
	注册地点	吉林省延边州琿春市新安街（盛博公寓 19 号门市）
	公司类型	个体工商户
	经营范围	农作物种子、化肥、农药、植物生长调节剂、小农机具、零售（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
	员工人数	少于 50 人
主体 2	个人名称	李鸿波
	同一控制依据	李鸿波为琿春市大地农资经销处经营者
与发行人合作历史	开始合作时间	2012 年
	销售规模	2022 年销售约 1,500 吨，2023 年销售约 2,000 吨，2024 年销售约 3,800 吨，2025 年 1-6 月销售约 4,500 吨



	合作背景	该客户是发行人通过主动拜访获取的，是吉林省延边州琿春市规模较大的农资经销商，具备专业的农化知识和较强的渠道开发与客户维护能力。该客户高度认可公司产品，会组织观摩示范以推广产品，并凭借其在当地的良好口碑和影响力，有效带动下游渠道与终端农户对公司产品的认可度，有助于提升公司产品在琿春区域的市场占有率。该客户与公司合作多年，双方合作情况良好。 该客户 2018 年之前以李鸿波自然人身份与发行人合作。
--	------	---

## 9) 北屯市万亩良田种植农民专业合作社

发行人与北屯市万亩良田种植农民专业合作社的合作主体包括其同一控制下的以下 2 个主体：

主体 1	主体名称	北屯市万亩良田种植农民专业合作社
	法人	张启明
	出资额	50 万元
	成立时间	2020-09-14
	注册地点	新疆北屯市复兴北路 199-7-1-17 室
	公司类型	农民专业合作社
	经营范围	谷物种植；农产品的生产、销售、加工、运输、贮藏及其他相关服务；农业生产资料的购买、使用；农业专业及辅助性活动；农作物栽培服务；农药零售；农用薄膜销售；农作物种子经营（仅限不再分装的包装种子）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
员工人数	少于 50 人	
主体 2	个人名称	张启明
	同一控制依据	张启明为北屯市万亩良田种植农民专业合作社法人
与发行人合作历史	开始合作时间	2021 年
	销售规模	2022 年销售约 700 吨，2023 年销售约 400 吨，2024 年销售约 1,600 吨，2025 年 1-6 月销售约 2,300 吨
	合作背景	该客户是发行人通过主动拜访获取的，是新疆维吾尔自治区北屯市规模较大的农资经销商，客户高度认可公司产品，每年组织多场田间观摩示范活动，聚焦北疆核心作物，积极承担区域品牌推广责任。凭借其下游渠道与终端种植户资源，快速实现公司产品规模化推广。该客户与公司合作多年，双方合作情况良好。

## 10) 象州县水晶老罗农资经营店

发行人与象州县水晶老罗农资经营店的合作主体包括其同一控制下的以下 2 个主体：

主体 1	主体名称	象州县水晶老罗农资经营店
------	------	--------------



	经营者	罗雅东
	注册资本	-
	成立时间	2021-01-22
	注册地点	象州县水晶乡开发南路 91 号
	公司类型	个体工商户
	经营范围	一般项目：肥料销售；农、林、牧、副、渔业专业机械的销售；农用薄膜销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）许可项目：农药零售（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）
	员工人数	少于 50 人
主体 2	主体名称	广西鱼得海农业科技有限公司
	法人	廖云星（罗雅东妻子）
	注册资本	10 万元
	成立时间	2024-02-28
	注册地点	广西壮族自治区来宾市象州县象州镇莲城大道 110 号
	公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
	经营范围	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；销售代理；智能农业管理；农业科学研究和试验发展；复合微生物肥料研发；生物有机肥料研发；肥料销售；国内贸易代理。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）许可项目：农药零售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）
员工人数	少于 50 人	
与发行人合作历史	开始合作时间	2021 年
	销售规模	2022 年销售约 1,000 吨，2023 年销售约 500 吨，2024 年销售约 1,000 吨，2025 年 1-6 月销售约 5,000 吨
	合作背景	该客户是发行人通过主动拜访获取的，是广西壮族自治区来宾市象州县规模较大的农资经销商，具有较强的下游客户开发能力及维护客情关系能力，使用“农资+短视频”的营销模式，在桂中地区实现公司产品有效推广。该客户与公司合作多年，双方合作情况良好。

注：上述经销商自身业务规模经客户访谈及函证确认。

报告期内，公司主要经销商的设立时间大多超 10 年，具有资深农资行业销售渠道，与公司的合作历史较长；主要经销商的年度销售规模与其向公司采购相匹配；经销商的对外销售区域主要覆盖注册地所在区县。

根据经销商对公司品牌的认可程度以及产品的市场推广效果，存在部分经销商主要销售产品为公司品牌的情况，符合行业特点。公司经销商客户主要为个体工商户等非法人主体，受限于当地土地面积、作物种植情况以及自身对下游市场



开拓能力，一般规模较大的经销商年销售规模在 4,000-8,000 吨左右，服务耕地为 4 万-8 万亩，耕地面积占比不高于 5%，服务面积相对有限，一般经销商会选择当地品牌认可度高的产品进行推广。

### 3、各期进销存情况，销售区域和终端客户地区分布匹配

#### (1) 报告期内主要经销商进销存情况

报告期内，发行人主要经销商的期末库存占其当期采购数量比例如下：

单位：万吨

年度	当期采购数量	期末库存	期末库存占报告期采购量的比例
2025 年 1-6 月/2025 年 6 月末	24.64	0.59	2.39%
2024 年度/2024 年末	35.17	1.03	2.94%
2023 年度/2023 年末	37.18	1.25	3.37%
2022 年度/2022 年末	34.85	1.58	4.52%

注：对报告期各期主要经销商（同一控制口径）采购及销售情况进行了统计，报告期内，该部分经销收入占当期经销收入的比例不低于 70%。

报告期内，发行人主要经销商的期末库存占其当期采购数量的比例较低，符合季节性备货节奏及市场预期情况，不存在发行人通过经销商大量囤货虚增收入的情形。

#### (2) 报告期内主要经销商销售区域和终端客户地区分布匹配

报告期内，公司主要经销商的销售区域与终端客户地区分布相匹配，具体情况如下：

序号	经销商名称	销售区域	主要终端客户地区分布
1	喀喇沁旗赛通农资门市	内蒙古自治区赤峰市喀喇沁旗	内蒙古自治区赤峰市喀喇沁旗
2	延津县碧缘农资服务部	河南省新乡市延津县	河南省新乡市延津县
3	徐州三利农资超市有限公司	江苏省徐州市睢宁县	江苏省徐州市睢宁县
4	临泉县城关孔超化肥批发部	安徽省阜阳市临泉县	安徽省阜阳市临泉县
5	金乡县鱼山街道农兴农资经营部	山东省济宁市金乡县	山东省济宁市金乡县



序号	经销商名称	销售区域	主要终端客户地区分布
6	绥化市北林区田源农资商店（个体工商户）	山东省枣庄市滕州市	山东省枣庄市滕州市
7	如东县蔬菜服务有限公司	黑龙江省绥化市北林区	黑龙江省绥化市北林区
8	琿春市大地农资经销处	吉林省延边朝鲜族自治州琿春市	吉林省延边朝鲜族自治州琿春市
9	北屯市万亩良田种植农民专业合作社	新疆维吾尔自治区北屯市	新疆维吾尔自治区北屯市
10	象州县水晶老罗农资经营店	广西壮族自治区来宾市象州县	广西壮族自治区来宾市象州县

注：上述经销商的销售分布区域信息来源于经销商访谈，终端客户所在地区信息来源于公司的发货记录、对经销商的访谈及终端客户穿透核查资料等。

综上，报告期内，公司主要经销商的对外销售区域主要覆盖其注册地所在区县，公司主要经销商的销售区域与终端客户地区分布相匹配。

（二）说明直接发货至终端客户金额、占比及变动情况，经销商在该模式下的作用及终端客户未直接向公司采购的商业合理性，是否存在公司主导向终端客户的销售、承担产品售后责任、经销商实质为公司销售部门或代理商的情况，经销商是否存在为公司分摊成本、承担费用或利益输送情形

### 1、说明直接发货至终端客户金额、占比及变动情况

报告期内公司主要经销客户中，公司直接向终端客户发货，不经过经销商仓库的收入比例如下表所示：

项目	2025年1-6月	2024年	2023年	2022年
直接向终端发货对应收入（万元）	5,743.05	5,028.79	5,117.17	4,387.07
当期对主要经销商销售金额（万元）	65,897.26	82,943.46	86,622.29	87,549.15
占比	8.72%	6.06%	5.91%	5.01%

注：上述主要经销商收入占公司报告期内经销收入的比例分别为 65.50%、65.68%、63.92% 和 72.08%。

报告期内，公司主要经销客户中，直接发货至终端客户的比例分别为 5.01%、5.91%、6.06% 和 8.72%，占统计的主要经销商销售金额比例较低。报告期内逐年占比有所提升，主要系下游终端种植大户在经销商销售占比有所提升所致，为节省物流运输费用，其在采购公司产品后指定将货物发往种植地址，具有一定的合理性。

## 2、经销商在该模式下的作用及终端客户未直接向公司采购的商业合理性

### （1）签署框架协议，提前预定产能

公司与经销商签订框架协议，建立合作关系并进行日常管理，均为买断式销售，采取先款后货的信用模式。公司与经销商下游客户不存在直接的商业关系，未签订任何协议，不进行管理。为防止生产旺季产能不足的情况，经销商一般根据往年同期销售金额，提前向公司支付预付款，根据产品价格和下游需求及时向公司预定产品。

为维护经销体系、平衡旺季生产产能关系，公司在旺季优先为经销商提供服务，一般终端客户在生产旺季难以从公司直接采购到产品。与此同时，为了合理安排销售和生产，对直接向公司采购产品的终端客户建立一定门槛和标准。

### （2）维护经销体系，保障经销商利益

报告期内，公司经销商数量分别为 1,428 家、1,602 家、1,834 家和 1,657 家。因公司产品的终端用户遍布全国，发行人难以独自覆盖终端种植用户。随着公司业务的不拓展和品牌知名度的不断提升，公司会在全国众多市县区筛选优质经销商，并分区县、分品牌进行授权，区域整体分布较为分散。

这些经销商绝大多数为多年从事农资销售的个体工商户或者小型企业，除销售公司产品外，一般也会销售其他品牌化肥及种子、农药等农资产品，经营范围较为广泛。由于农资产品集中度低，经销商大多销售数家肥料厂商的产品，公司与优质经销商存在互相筛选合作的关系，并非公司单向选择经销商。公司向经销商提供优质的产品，经销商依托多年本地销售渠道资源和农资产品销售经验，向种植户销售性价比高的产品。公司需要不断强化产品质量和品牌影响力，使得当地经销商认可公司的产品。因此，公司不会直接与终端客户形成商业往来，影响本区域经销商利益，损害经销渠道的稳定性。

## 3、不存在公司主导向终端客户的销售、承担产品售后责任、经销商实质为公司销售部门或代理商的情况，经销商不存在为公司分摊成本、承担费用或利益输送情形

公司与经销商下游客户均不存在直接的商业关系，未签订任何协议，不进行



直接管理。公司不主导经销商的市场开拓，亦不会参与经销商与终端客户的业务往来，因此经销商自行承担因市场开拓、维护客户关系等发生的费用。如公司产品出现质量问题，公司将与经销商协商承担售后责任，而不直接与终端客户进行接触。

综上，报告期内，公司与经销商发生商业往来，经销商自行与终端客户开展业务并承担自身经营风险。经销商向终端客户的销售不由公司主导或参与，不存在经销商实质为公司销售部门或代理商的情形。经销商不存在为公司分摊成本、承担费用或者利益输送的情形。

（三）补充说明报告期各期经销商收入分层、合作年限分层、数量及增减变动情况，报告期内持续合作经销商、非法人经销商的数量及收入占比情况，说明经销商下游客户是否仍为经销商或分销商

### 1、报告期各期经销商收入分层、合作年限分层、数量及增减变动情况

#### （1）经销商收入分层

报告期内，根据向经销商销售规模划分的不同层级经销商数量、销售金额及占比构成如下：

年度	销售规模区间	数量（家）	占经销商数量比例	销售收入（万元）	占经销收入比例
2025年 1-6月	300万元以上	52	3.14%	25,338.10	27.71%
	60万元至300万元	352	21.24%	45,108.56	49.34%
	60万元以下	1,253	75.62%	20,981.50	22.95%
	合计	1,657	100.00%	91,428.17	100.00%
2024年	500万元以上	44	2.40%	31,844.13	24.54%
	100万元至500万元	315	17.18%	65,083.42	50.16%
	100万元以下	1,475	80.43%	32,827.42	25.30%
	合计	1,834	100.00%	129,754.98	100.00%
2023年	500万元以上	48	3.00%	35,200.98	26.69%
	100万元至500万元	328	20.47%	67,794.36	51.41%
	100万元以下	1,226	76.53%	28,885.85	21.90%
	合计	1,602	100.00%	131,881.19	100.00%
2022年	500万元以上	41	2.87%	34,384.89	25.72%



年度	销售规模区间	数量（家）	占经销商数量比例	销售收入（万元）	占经销收入比例
	100万元至500万元	302	21.15%	69,489.53	51.99%
	100万元以下	1,085	75.98%	29,788.93	22.29%
	合计	1,428	100.00%	133,663.35	100.00%

注1：上表经销商按同一控制口径统计；

注2：2025年1-6月分层标准按2022-2024年分层标准的60%进行测算。

报告期内，公司经销商数量分别为1,428家、1,602家、1,834家和1,657家，2022年至2024年整体呈现上升趋势，主要系随着公司业务的扩张，积极开发新的经销商所致。2025年1-6月，公司经销商销售数量有所降低，主要系公司部分经销商客户在下半年开展业务，使得半年度数量一般少于全年度所致。

2022年至2024年，公司向经销商年度销售收入规模主要集中在100万元至500万元范围，其销售收入占经销收入的比例约为50%，年度销售收入规模在500万元以上、100万元以下经销商销售收入占比均约为25%。受产品结构、种植季节等因素影响，不同规模经销商收入占比存在小幅波动具有合理性，但整体占比较为稳定。

## （2）经销商合作年限分层

报告期内，根据向经销商合作年限划分的不同层级经销商数量、销售金额及占比构成如下：

年度	合作年限区间	数量（家）	占经销商数量比例	销售收入（万元）	占经销收入比例
2025年 1-6月	3年以上	702	42.37%	61,885.96	67.69%
	1-3年	419	25.29%	17,166.60	18.78%
	1年以内	536	32.35%	12,375.61	13.54%
	合计	1,657	100.00%	91,428.17	100.00%
2024年	3年以上	733	39.97%	90,817.31	69.99%
	1-3年	533	29.06%	26,585.69	20.49%
	1年以内	568	30.97%	12,351.98	9.52%
	合计	1,834	100.00%	129,754.98	100.00%
2023年	3年以上	678	42.32%	90,979.75	68.99%
	1-3年	503	31.40%	30,144.09	22.86%



年度	合作年限区间	数量 (家)	占经销商数 量比例	销售收入(万元)	占经销收 入比例
	1年以内	421	26.28%	10,757.35	8.16%
	合计	<b>1,602</b>	<b>100.00%</b>	<b>131,881.19</b>	<b>100.00%</b>
2022年	3年以上	561	39.29%	87,055.85	65.13%
	1-3年	497	34.80%	32,000.38	23.94%
	1年以内	370	25.91%	14,607.12	10.93%
	合计	<b>1,428</b>	<b>100.00%</b>	<b>133,663.35</b>	<b>100.00%</b>

注：上表经销商按同一控制口径统计。

报告期各期，合作年限 3 年以上的经销商贡献的销售收入占比分别为 65.13%、68.99%、69.99% 和 **67.69%**，占比较高，且 **2022 年至 2024 年**逐年增加。合作期限在 1 年以内的经销商贡献的销售收入占比分别为 10.93%、8.16%、9.52% 和 **13.54%**，占比较低。报告期各期发行人经销收入主要来源于合作年限在 3 年以上的客户。

### (3) 经销商数量及增减变动情况

报告期内，公司经销商变动情况及其营业收入情况如下：

项目		2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
报告期各期经销商情况	当期期末数量(家)	<b>1,657</b>	1,834	1,602	1,428
	当期销售金额(万元)	<b>91,428.17</b>	129,754.98	131,881.19	133,663.35
新增情况	当期新增数量(家)	<b>590</b>	568	421	370
	占当期期末数量比例	<b>35.61%</b>	30.97%	26.28%	25.91%
	新增经销商收入(万元)	<b>13,271.64</b>	12,351.98	10,757.35	14,607.12
	占当期收入比例	<b>14.52%</b>	9.52%	8.16%	10.93%
退出情况	当期退出数量(家)	<b>338</b>	336	247	166
	占上期期末数量比例	<b>18.43%</b>	20.97%	17.30%	13.56%
	退出经销商上一年收入(万元)	<b>4,623.10</b>	3,068.11	2,600.63	2,541.34
	占上期收入比例	<b>3.57%</b>	2.33%	1.95%	2.93%

注1：上表各期统计的经销商情况为相应期间内与公司发生交易的经销商数量，且受同一实际控制人控制的客户合并计算；

注2：2025年1-6月新增经销商商家数系与2024年1-6月比较。



2022 年度到 2024 年度，公司经销商总体数量呈增长态势，主要系公司与主要经销商合作保持稳定，同时持续加大市场开拓力度所致。公司每年均会存在部分经销商选择进入或者退出情况，主要受两个方面因素影响：1）公司建立了经销商管理制度，对于业绩不达标、经营不规范的经销商，公司主动进行调整；2）基于肥料行业特点，部分经销商为个体工商户或规模较小，经营选择较为灵活，经销商经营者出于自身角度考虑，灵活选择进入或者退出该行业的情况。2025 年 1-6 月，公司经销商数量有所降低，主要系公司部分经销商客户在下半年开展业务，使得半年度数量一般少于全年度所致。

2023 年度较 2022 年度、2024 年度较 2023 年度，公司新增经销商数量占当期经销商数量的比例分别为 26.28% 与 30.97%，新增经销商收入占当期经销收入的比例分别为 8.16% 与 9.52%，公司经销商数量的稳步增加主要系随着市场对于新型肥料效果的认识普遍提高，以及公司积极提升品牌形象，完善营销团队建设，开拓市场。该类新增经销商的平均销售金额低于该渠道平均销售金额，新增经销商的收入占比低于其数量占比，符合新增客户当地市场前期开拓的行业特征，具有一定的商业合理性。

2023 年度较 2022 年度、2024 年度较 2023 年度，公司退出经销商数量占上期经销商数量的比例分别为 17.30% 与 20.97%，退出经销商上期收入占上期经销收入的比例分别为 1.95% 与 2.33%，退出经销商的收入占比低于其数量占比，主要系公司的经销商多因业绩不佳退出或因不再符合公司经销商管理制度被淘汰，总体退出数量较少，符合经销商管理制度要求，具有一定的商业合理性。

报告期内，公司经销商的新增、退出情况符合行业市场变化情况，不存在重大异常的情况。公司新增及退出的经销商所贡献的收入规模占比较小，经销商的变动不会对公司经营情况的持续、稳定状态造成重大不利的影响。

## 2、报告期内持续合作经销商、非法人经销商的数量及收入占比情况

### （1）报告期内持续合作经销商的数量及收入占比情况

报告期内，发行人持续合作经销商的数量及收入占比情况如下：



项目	2025年1-6月	2024年	2023年	2022年
报告期持续合作经销商数量（家）	713			
对当期经销收入的贡献（万元）	64,142.69	103,097.33	111,919.69	113,860.12
占当期经销收入的比例	70.16%	79.46%	84.86%	85.18%

注：上表经销商按同一控制口径统计。

报告期各期持续与发行人合作的经销商收入占比分别为 **85.18%**、**84.86%**、**79.46%**和 **70.16%**。发行人与主要经销商客户建立了良好的合作关系，双方合作具有稳定性和可持续性。

## （2）报告期内非法人经销商的数量及收入占比情况

报告期内，发行人非法人经销商的数量、销售收入及占比情况如下：

项目	类型	2025年1-6月	2024年	2023年	2022年
非法人实体经销商数量（家）	自然人	12	31	54	84
	其他非法人实体	1,198	1,297	1,117	969
	合计	1,210	1,328	1,171	1,053
占经销商数量比例	自然人	0.72%	1.69%	3.37%	5.88%
	其他非法人实体	72.30%	70.72%	69.73%	67.86%
	合计	73.02%	72.41%	73.10%	73.74%
销售收入（万元）	自然人	336.36	559.03	627.78	1,805.46
	其他非法人实体	63,759.38	88,125.71	87,514.88	87,767.96
	合计	64,095.74	88,684.74	88,142.66	89,573.42
占经销收入比例	自然人	0.37%	0.43%	0.48%	1.35%
	其他非法人实体	69.74%	67.92%	66.36%	65.66%
	合计	70.11%	68.35%	66.83%	67.01%

报告期内，发行人经销商中非法人实体的销售收入占经销收入比例分别为 67.01%、66.83%、68.35%和 **70.11%**，较为稳定；其中，以自然人为主体的经销商数量、销售收入占比逐年下降。

报告期内，发行人存在非法人实体经销商，主要系肥料企业的终端客户为种植户，客户呈现数量多、区域分布广、单次采购额低等特点，公司采用肥料行业



通行的经销模式销售产品，充分发挥经销商覆盖面更广和就近服务消费者的优势，经销商普遍以个体工商户、个人独资企业、农民专业合作社等非法人形式作为运营主体，由此导致公司经销渠道非法人实体客户数量较多。

### 3、经销商下游客户是否仍为经销商或分销商

发行人经销商客户的下游客户中存在仍为经销商的情况，具体如下：

发行人与经销商签署经销协议，向经销商销售产品均为买断式销售，一般为先款后货。为维护经销体系，在经销协议中仅对经销商销售区域等有所限制，因此经销商将发行人产品向下游客户销售均系自主决策行为，不受公司约束，经销商自行发展其下游客户，自行定价、供货和收款，对下游的销售价格及销售方式不受发行人影响。

另外，因农资产品集中度较低，终端使用者较为分散，经销商本身销售农资产品品类较多，除自身直接向终端客户销售外，经销商可能会积极发展乡村农资销售网点，以提高销售金额。

综上所述，报告期内发行人经销商客户的下游客户中存在仍为流通客户的情形。但由于发行人经销模式均为买断式销售，发行人不对经销商的终端销售情况进行管理。

**（四）补充说明推荐和担保涉及的具体经销商、合作历史、推荐标准、贷款产品、担保条款、争议解决安排等情况，说明担保行为发生的原因、背景、商业合理性及定价公允性，说明是否存在转贷等内控不规范的情况**

**1、推荐和担保产品涉及的具体经销商、合作历史、推荐标准、贷款产品、担保条款、争议解决安排等情况**

银行为经销商提供的信用贷款业务系通过与符合国家产业行业发展政策及银行风险偏好的优质中大型涉农企业进行合作，依托合作机构提供的订单流、现金流、信息流、运输流等涉农数据，为其上下游农户群体提供的用于订单融资的贷款模式。

公司经销客户多为县级代理，资金实力相对有限，同时以个体工商户及中小



微企业居多，难以提供规范准确的财务资产信息，影响其贷款资质。报告期内，考虑到部分经销商短期资金周转需求，发行人存在与部分合作银行签署相关协议为经销商贷款提供辅助资料的情形，具体为：公司与银行签署相关协议，约定由公司初步筛选符合银行条件的经销商（贷款申请人），提供与公司交易的订单流、现金流、信息流等数据，银行按照其内部标准独立完成贷款的审查、审批和放贷，贷款资金受托支付至公司指定账户用于购买肥料。

报告期内，发行人存在余额的经销商供应链贷款按产品分类情况如下：

单位：万元

年度	银行名称	贷款产品	是否担保	期初余额	本期新增	本期减少	期末余额
2022 年度	建设银行	生态链	是	3,085.99	-	3,085.99	-
	建设银行	裕农贷	否	-	8,543.55	4,536.95	4,006.60
2023 年度	建设银行	裕农贷	否	4,006.60	5,751.90	7,115.76	2,642.74
2024 年度	建设银行	裕农贷	否	2,642.74	5,870.62	3,658.28	4,855.08
<b>2025 年 1-6 月</b>	<b>建设银行</b>	<b>裕农贷</b>	<b>否</b>	<b>4,855.08</b>	<b>419.56</b>	<b>4,139.94</b>	<b>1,134.70</b>

注：2024 年以来，由于建行合作系统改版，公司无从实时获取经销商还款情况（如提前还款），除客户逾期由银行单独通知外，仅可根据到期日判断余额情况，因此当期期末余额显示较高；同时，根据监管部门要求，自 2024 年 9 月起该等贷款需进行线下签约双录，由于业务流程繁琐，2025 年 1-6 月经销商使用裕农贷支付贷款金额减少具有一定的合理性。

报告期内，公司经销商供应链贷款产品主要是建设银行生态链和裕农贷，发行人对生态链产品存在一定的担保责任（按贷款金额的 5% 缴存风险缓释金），且在 2022 年初尚存贷款余额 3,085.99 万元，客户在当期全部归还完毕。后续公司与建设银行调整贷款合同条款，签署新产品裕农贷，公司对此产品不承担担保。

根据发行人与合作银行签订的合同条款及相关内部制度，上述生态链、裕农贷产品合作内容、担保条款、争议解决安排情况如下：



产品类型	关键推荐标准	合作额度、贷款金额及期限	贷款利率	保证金约定	争议解决安排
生态链	<p>1、须为年满 22 周岁，不超过 60 周岁，具有完全民事行为能力的中华人民共和国公民（不含港澳台居民）；</p> <p>2、本人须是个体工商户、公司的法定代表人或股东、合伙企业的普通合伙人、独资企业的投资人、农户；同一经营实体仅允许准入一人申请贷款；</p> <p>3、本人不得与发行人有直接或间接的控制关系；</p> <p>4、本人或其经营实体与发行人保持 2 年及以上的合作关系；</p> <p>5、信用良好，在建设银行及他行个人贷款或信用卡当前无逾期且无不良信用记录，未列入建设银行不良信用客户内控名单；本人所经营企业在建设银行贷款近 2 年内逾期或欠息在 30 天（含）以内的次数未超过 6 次，近 2 年内不存在逾期或欠息在 30 天以上的信用记录。本人所经营的企业在建设银行已结清债项历史风险分类均为正常类，无已核销业务，且未结清债项分类为正常。</p>	<p>总额度 5000 万元；</p> <p>单户授信上限 100 万元，单笔贷款期限不超过 9 个月</p>	<p>5.85%（4.85%利率+1%平台会 员费）</p>	<p>按贷款金额的 5% 缴存风险缓释金，逾期后 15 天内无法清偿本息，扣除对应风险缓释金</p>	<p>公司、银行在履行协议发生争议时，应协商解决，协商不成的，按所在地人民法院提起诉讼解决</p>
裕农贷	<p>1、年龄：借款人须为年满 18 周岁，不超过 65 周岁，具有完全民事行为能力的中华人民共和国公民（不含港澳台居民）；</p> <p>2、借款人须是个体工商户、公司的法定代表人或股东、合伙企业的普通合伙人、独资企业的投资人、农户；同一经营实体仅允许准入一人申请贷款；借款人不得与核心企业有直接或间接的控制关系；</p> <p>3、有公司或个体营业执照且执照满 2 年以上；</p> <p>4、借款人或其经营实体与核心企业保持 2 年及以上的合作关系，信用状况良好，且符合银行的相关要求；</p> <p>5、贷款前 3 个月内经销商企业无工商信息变更记录。</p>	<p>总额度 6000 万元；</p> <p>单笔贷款金额上限 100 万元，不超过 9 个月（2022-2023）；</p> <p>单笔贷款金额上限 200 万元，不超过 12 个月（2024）</p>	<p>5.85% （2022-2023）， 4.35%（2024）</p>	<p>无担保</p>	



报告期内，通过供应链贷款受托支付给公司的经销商家数分别为 89 家、66 家、46 家和 5 家，运用裕农贷支付货款占该部分客户销售收入比例为 32.31%、29.36%、40.83% 和 40.53%，占经销商销售收入比例为 6.39%、4.36%、4.52% 和 0.46%，总体占比较低。

报告期内，通过银行供应链贷款支付 200 万元及以上经销商合作情况如下：

期间	序号	客户名称	贷款金额（万元）	合作开始时间
2024 年度	1	临泉县城关孔超化肥批发部	347.16	2016 年及以前
	2	珙春市大地农资经销处	270.27	2020 年
2023 年度	1	河南年盛农资销售有限公司	340.00	2019 年
	2	临泉县城关孔超化肥批发部	260.00	2016 年及以前
	3	通许县亚杰农资门市部	220.00	2016 年及以前
	4	鞍山经济开发区农大科技老站商店	200.00	2016 年及以前
2022 年度	1	北屯市明权农资销售中心	200.00	2020 年
	2	滑县半坡店乡淑霞农资部	200.00	2017 年
	3	临泉县城关孔超化肥批发部	200.00	2016 年及以前
	4	荣成市明超农机专业合作社	200.00	2016 年及以前

注：2025 年 1-6 月，因贷款流程繁琐，使用裕农贷支付货款的规模大幅降低，当期不存在通过银行供应链贷款支付 200 万元及以上的合作经销商。

据上表，报告期各期，通过银行供应链贷款的主要经销商均与公司交易 2 年以上，合作关系良好且符合推荐标准。

## 2、担保行为发生的原因、背景、商业合理性及定价公允性，是否存在转贷等内控不规范的情况

### （1）担保行为发生的原因、背景、商业合理性

2021 年及以前，发行人根据实际经营发展需要，为符合条件的优质经销商向银行申请贷款提供连带责任担保，可以有效帮助经销商拓宽融资渠道，在一定程度上解决部分经销商因向下游赊销导致的短期资金压力问题，同时加强与经销商的合作关系，有利于经营规模的扩大及长远发展。

在合理支持客户拓宽融资渠道、强化经销渠道建设的发展方向的背景下，发行人于 2020 年 1 月召开临时股东会，审议通过了与主要合作银行就下游经销商



客户贷款事宜签署相关合作协议（包括担保协议）事项。

综上，报告期内，发行人为经销商贷款提供担保的行为具备商业实质并履行了必要的决策程序，具有合理性。

## （2）涉及担保的经销商采购的主要产品定价公允性

报告期内，发行人存在担保义务的经销商贷款余额情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
期初余额	-	-	-	3,085.99
本期新增	-	-	-	-
本期减少	-	-	-	3,085.99
期末余额	-	-	-	-

据上表，2022年初，发行人存在担保义务的经销商贷款余额为3,085.99万元，实际担保金额为154.30万元（贷款余额3,085.99万元\*风险缓释金5%），报告期内无新增为经销商贷款提供担保的情形发生。2021年贷款金额均不晚于2022年归还借款，后续不涉及担保责任。发行人2022年向2021年贷款前5名经销商销售产品的平均单价与其余经销客户对比如下：

单位：元/吨

贷款经销商	产品名称	销售对象	单价	差异率
滑县半坡店乡淑霞农资部	黑 26%26-0-0 中氯农大 40KG 黑益菌脲铵氮肥（含菌一把抓）	贷款经销商	1,979.20	-
		其他经销商	2,062.96	-4.06%
	黑 28%28-0-0 中氯农大 40KG 硅锌双效玉米专用肥（有效活菌数≥0.5亿）	贷款经销商	2,208.53	-
		其他经销商	2,307.25	-4.28%
	黑 38%17-17-4 中氯农大 40KG 四平八稳有机无机复混肥料III型	贷款经销商	3,068.75	-
		其他经销商	3,101.51	-1.06%
延津县碧缘农资服务部	黑 38%17-17-4 中氯农大 40KG 四平八稳有机无机复混肥料III型	贷款经销商	3,058.93	-
		其他经销商	3,115.28	-1.81%
	黑 40%18-10-12 中氯农大 40KG 超级配方硼钼花生专用肥	贷款经销商	2,947.49	-
		其他经销商	2,817.06	4.63%
	黑 38%20-8-10 中氯农大 40KG 四平八稳有机无机复混肥料	贷款经销商	3,130.05	-
		其他经销商	3,106.18	0.77%
杞县洋永农业生产资料	黑控 46%19-8-19 硫大学士 40KG 控释	贷款经销商	3,996.39	-



贷款经销商	产品名称	销售对象	单价	差异率
销售有限公司	掺混大蒜专用肥（控氮 $\geq$ 10%）	其他经销商	3,965.40	0.78%
	黑控 46%19-8-19 硫黑松土 40KG 大蒜专用控释掺混肥	贷款经销商	4,108.46	-
		其他经销商	4,034.87	1.82%
	黑控 46%18-8-20 硫鲁中 40KG 控释掺混肥料（控氮 $\geq$ 12%）	贷款经销商	4,060.48	-
其他经销商		4,006.74	1.34%	
枣阳市万千汇农资有限公司	黑 38%20-8-10 中氯农大 40KG 四平八稳有机无机复混肥料	贷款经销商	2,967.46	-
		其他经销商	3,113.58	-4.69%
	黑 40%24-11-5 中氯农大 40KG 黑益菌复合肥料（含菌腐植酸肥）	贷款经销商	2,758.42	-
		其他经销商	2,841.58	-2.93%
黑 35%25-5-5 中氯农大 40KG 四平八稳有机无机复混肥料	贷款经销商	2,680.14	-	
	其他经销商	2,806.38	-4.50%	
桂林华雄农资有限公司	黑 51%17-17-17 硫农大 40KG 活性腐植酸肥	贷款经销商	3,710.78	-
		其他经销商	3,772.56	-1.64%
	黑 48%16-8-24 硫农大 40KG 活性腐植酸肥	贷款经销商	3,862.56	-
		其他经销商	3,823.31	1.03%
黑 51%17-17-17 硫农大 40KG 高塔黄腐酸复合肥料（九江）	贷款经销商	3,764.76	-	
	其他经销商	3,787.62	-0.60%	

报告期内，发行人涉及担保义务的经销商采购的主要产品平均销售单价与其他经销商差异率均在 $\pm 5\%$ 以内，定价公允。发行人对经销商采用统一定价策略，主要以成本加成并参考市场价格的原则确定对经销商的销售价格，销售价格的制定会结合所在市场大区、季节、市场价格等综合制定，不存在对贷款经销商特殊定价的情形。

### （3）对外担保的整改情况，是否存在转贷等内控不规范的情况

报告期初，发行人尚存在担保义务的经销商贷款余额，报告期内无新增为经销商贷款提供担保的情形发生。发行人已取得存在担保义务的经销商贷款合作银行出具的说明，确认不存在相关经销商贷款本息尚未清偿完毕情形，相关协议的权利义务已经终止，不存在任何争议及纠纷；同时，合作期间不存在因逾期还款影响经销商个人征信情况或由公司代偿情况。

截至报告期末，发行人尚存的与建设银行合作的裕农贷业务不存在隐性担保。



报告期内，发行人不存在内控不规范的转贷情形。

## 二、贸易商销售真实性

（一）补充披露报告期各期前十大贸易商客户主要情况，包括合作背景、合作年限、资信情况（成立时间、实缴资本、员工数量、业务规模）、销售金额及占比、毛利率、发行人销售金额占其业务规模的比例，说明是否存在成立时间较短即与发行人合作、实缴或参保人数较少的贸易商，发行人与贸易商的合作是否稳定、可持续

1、报告期各期前十大贸易商客户主要情况，包括合作背景、合作年限、资信情况（成立时间、实缴资本、员工数量、业务规模）、销售金额及占比、毛利率、发行人销售金额占其业务规模的比例

公司在招股说明书中“第五节 业务和技术”之“三、发行人主营业务情况”之“（一）销售情况和主要客户”之“4、主要客户情况”补充披露报告期各期前十大贸易商客户主要情况，具体披露情况如下：

### “（2）主要贸易商销售情况

报告期内，公司贸易商渠道销售收入分别为 15,458.62 万元、21,297.74 万元、7,982.33 万元和 **3,393.54 万元**，占主营业务收入比例为 5.83%、8.14%、3.39% 和 **2.30%**，贸易商渠道销售收入占比整体相对较低。

报告期内，公司前十大贸易商客户情况如下：

期间	序号	客户名称	销售金额 (万元)	占贸易商渠道 收入比例	毛利率
2025 年 1-6 月	1	烟台市诺瀚商贸有限公司	942.23	27.77%	2.41%
	2	连云港盟创农资销售有限公司	550.19	16.21%	10.94%
	3	展鹏国际集团有限公司	309.89	9.13%	12.73%
	4	四川锦疆伟农生态农业科技有限公司	268.96	7.93%	2.03%
	5	肥城市通腾建材经营部	224.64	6.62%	2.84%
	6	泰安合一道农业科技有限公司	186.34	5.49%	8.33%
	7	长春市光辉农业生产资料有限公司	148.41	4.37%	2.99%



期间	序号	客户名称	销售金额 (万元)	占贸易商渠道 收入比例	毛利率
	8	余田国际商贸（山东）有限公司	118.16	3.48%	4.52%
	9	黑龙江中植邦农农业有限公司	107.90	3.18%	7.76%
	10	博兴县丰收农业开发有限公司	56.89	1.68%	13.57%
	合计		2,913.61	85.86%	6.02%
2024 年	1	展鹏國際集團有限公司	2,071.59	25.95%	9.57%
	2	烟台市诺瀚商贸有限公司	807.94	10.12%	2.58%
	3	吉林博创农业发展有限公司	454.16	5.69%	0.62%
	4	泰安合一道农业科技有限公司	438.00	5.49%	4.03%
	5	烟台天源化肥有限公司	297.54	3.73%	13.83%
	6	绿生机（南京）高尔夫草坪有限公司	282.25	3.54%	18.91%
	7	山东晟帆农牧科技有限公司	251.90	3.16%	13.24%
	8	山东航澳商贸有限公司	240.80	3.02%	4.94%
	9	泰安广源国际贸易有限公司	204.80	2.57%	5.10%
	10	黑龙江中植邦农农业有限公司	158.71	1.99%	7.49%
	合计		5,207.69	65.24%	7.71%
2023 年	1	泰安罗森化工有限公司	9,657.90	45.35%	21.83%
	2	展鹏國際集團有限公司	2,530.71	11.88%	10.46%
	3	肥城百通商贸有限责任公司	870.26	4.09%	5.86%
	4	吉林省农担农业服务有限公司	822.94	3.86%	4.06%
	5	厦门启润农资有限公司	787.16	3.70%	12.03%
	6	连云港拓伟贸易有限公司	588.49	2.76%	3.98%
	7	山东航澳商贸有限公司	541.59	2.54%	3.97%
	8	山东德曼特国际贸易有限公司	507.50	2.38%	5.85%
	9	临沂合拾农业科技有限公司	499.64	2.35%	3.96%
	10	吉林博创农业发展有限公司	357.80	1.68%	9.52%
	合计		17,163.98	80.59%	15.72%
2022 年	1	展鹏國際集團有限公司	2,855.42	18.47%	9.00%
	2	江苏中赞贸易有限公司	2,090.79	13.53%	22.22%
	3	肥城百通商贸有限责任公司	988.80	6.40%	3.06%
	4	山东金智丰国际经贸有限公司	935.91	6.05%	8.06%



期间	序号	客户名称	销售金额 (万元)	占贸易商渠道收入比例	毛利率
	5	烟台业达城发首政农业发展有限公司	788.38	5.10%	3.07%
	6	连云港拓伟贸易有限公司	700.63	4.53%	7.60%
	7	凯思达（海南）生物科技有限公司	518.92	3.36%	18.64%
	8	广汉农业生产资料有限公司	433.21	2.80%	18.17%
	9	青岛稼享乐收农业科技有限公司	403.19	2.61%	3.26%
	10	Qingdao Pacific Maple Trading Co. Ltd.	377.51	2.44%	19.79%
		<b>合计</b>	<b>10,092.76</b>	<b>65.29%</b>	<b>11.74%</b>

注 1:临沂合拾农业科技有限公司于 2025 年 4 月 27 日变更公司名称为合拾生物工程(山东)有限公司;

注 2: 山东金智丰国际经贸有限公司已于 2023 年 11 月 29 日注销, 经走访确认, 该公司经营者由于自身业务调整, 不再从事化肥贸易。

报告期内, 公司前十大贸易商销售收入占贸易商收入比例为 65.29%、80.59%、65.24% 和 85.86%, 2023 年度, 因泰安罗森化工有限公司影响, 销售收入占比相对较高。不同的贸易商因采购金额不大, 且具有偶发性特点, 因其采购时点及产品结构差异等原因, 使得毛利率差异较大, 但整体毛利金额较小, 对公司整体业绩影响较小。

报告期内, 公司前十大贸易商客户合作情况如下:

贸易商名称	合作背景、合作年限、资信情况（成立时间、实缴资本、员工数量、业务规模）
泰安罗森化工有限公司	成立于 2022 年, 自 2023 年开始与发行人进行合作, 注册资本 500 万元, 员工人数为 6-10 人, 主要采购普通肥料产品, 其主要终端客户为境外化肥公司。2023 年销售额约 1.5 亿元, 发行人销售金额占其业务规模的比例约 70%。
展鵬國際集團有限公司	成立于 2007 年, 自 2021 年度开始与发行人进行合作, 员工人数为 6-10 人, 主要采购新型肥料及中间体产品, 其主要终端客户为韩国化肥公司。2022 年至 2024 年年销售额约为 3,300 万元, 发行人销售金额占其各期业务规模的比例约 60%。 <b>2025 年 1-6 月销售额约为 700 万元, 发行人销售金额占其业务规模的比例约 45%。</b>
江苏中赞贸易有限公司	成立于 2015 年, 自 2022 年度开始与发行人进行合作, 实缴资本 50 万元, 员工人数为 11-20 人, 主要采购普通肥料产品, 其主要终端客户为赞比亚化肥公司。2022 年销售额约为 4,000 万元, 发行人销售金额占其业务规模的比例约 50%。



贸易商名称	合作背景、合作年限、资信情况（成立时间、实缴资本、员工数量、业务规模）
肥城百通商贸有限责任公司	成立于 2013 年，自 2017 年度开始与发行人进行合作，注册资本 300 万元，员工人数为 1-5 人，主要采购新型肥料中间体产品，其主要终端客户为化肥厂家。2022 年和 2023 年的年销售额约为 4,500 万元，发行人销售金额占其各期业务规模的比例约 20%。
连云港拓伟贸易有限公司	成立于 2008 年，自 2018 年度开始与发行人进行合作，实缴资本 60 万元，员工人数为 11-15 人，主要采购新型肥料中间体产品，其主要终端客户为境外化肥公司。2022 年和 2023 年的年销售额约为 1,300 万元，发行人销售金额占其各期业务规模的比例分别约 55% 和 45%。
山东金智丰国际经贸有限公司	成立于 2020 年，自 2021 年度开始与发行人进行合作，实缴资本 5 万元，员工人数为 6-10 人，主要采购新型肥料中间体产品，其主要终端客户为化肥厂家。2022 年销售额约为 1,800 万元，发行人销售金额占其业务规模的比例约 50%。
烟台市诺瀚商贸有限公司	成立于 2014 年，自 2022 年度开始与发行人进行合作，注册资本 500 万元，员工人数为 6-10 人，主要采购新型肥料中间体产品，其主要终端客户为化肥厂家。2024 年销售额约为 1,000 万元，发行人销售金额占其同种产品业务规模的比例约 80%。 <b>2025 年 1-6 月，肥料产品销售额约为 5,000 万元，发行人销售金额占其业务规模的比例约 20%。</b>
山东航澳商贸有限公司	成立于 2019 年，自 2021 年度开始与发行人进行合作，注册资本 300 万元，员工人数为 6-10 人，主要采购新型肥料中间体产品，其主要终端客户为肥料流通客户。2023 年和 2024 年的年销售额约为 1,000 万元，发行人销售金额占其各期业务规模的比例分别约 50% 和 30%。
烟台业达城发首政农业发展有限公司	成立于 2020 年，自 2021 年度开始与发行人进行合作，注册资本 1,000 万元，员工人数为 6-10 人，主要采购新型肥料中间体产品，其主要终端客户为肥料流通客户。2022 年销售额约 1.5 亿元，发行人销售金额占其业务规模的比例约 5%。
吉林省农担农业服务有限公司	成立于 2021 年，自 2023 年度开始与发行人进行合作， <b>注册资本 5,900 万元</b> ，员工人数为 11-15 人，主要采购新型肥料中间体产品，其主要终端客户为化肥厂家。2023 年发行人销售金额占其业务规模的比例较低。
吉林博创农业发展有限公司	成立于 2014 年，自 2023 年度开始与发行人进行合作，实缴资本 3 万元，员工人数为 6-10 人，主要采购新型肥料中间体产品，其主要终端客户为化肥厂家，2023 年和 2024 年的年销售额约为 1,000 万元，发行人销售金额占其各期业务规模的比例分别约 35% 和 45%。
厦门启润农资有限公司	成立于 2021 年，自 2023 年度开始与发行人进行合作，实缴资本 <b>22,000 万元</b> ，员工人数为 6-10 人，主要采购新型肥料中间体产品，其主要终端客户为化肥厂家。2023 年销售额约为 3 亿元，发行人销售金额占其业务规模的比例约 2.5%。
山东德曼特国际贸易有限公司	成立于 2020 年，自 2021 年度开始与发行人进行合作，注册资本 300 万元，员工人数为 6-10 人，主要采购新型肥料中间体产品，其主要终端客户为肥料流通客户。2023 年销售额约为 1,250 万元，发行人销售金额占其业务规模的比例约 40%。



贸易商名称	合作背景、合作年限、资信情况（成立时间、实缴资本、员工数量、业务规模）
广汉农业生产资料有限公司	成立于 2000 年，自 2022 年度开始与发行人进行合作，实缴资本 500 万元，员工人数为 6-10 人，主要采购新型肥料中间体产品，其主要终端客户为化肥厂家。2022 年销售额约为 6,200 万元，发行人销售金额占其业务规模的比例约 7%。
临沂合拾农业科技有限公司	成立于 2014 年，自 2019 年度开始与发行人进行合作，实缴资本 50 万元，员工人数为 6-10 人，主要采购新型肥料及中间体产品，其主要终端客户为肥料流通客户。2023 年销售额约为 1,000 万元，发行人销售金额占其业务规模的比例约 50%。
凯思达（海南）生物科技有限公司	成立于 2019 年，自 2022 年度开始与发行人进行合作，实缴资本 35 万元，员工人数为 11-15 人，主要采购新型肥料中间体产品，其主要终端客户为荷兰化肥公司。2022 年销售额约为 2 亿元，发行人销售金额占其业务规模的比例约 2.5%。
绿生机（南京）高尔夫草坪有限公司	成立于 2008 年，自 2022 年度开始与发行人进行合作，实缴资本 300 万元，员工人数为 1-5 人，主要采购新型肥料中间体产品，其主要终端客户为印度尼西亚和马来西亚化肥公司。2024 年销售额约为 2,000 万元，发行人销售金额占其业务规模的比例约 15%。
泰安合一道农业科技有限公司	成立于 2021 年，自 2023 年度开始与发行人进行合作，注册资本 50 万元，员工人数为 1-5 人，主要采购新型肥料及中间体产品，其主要终端客户为化肥厂家及肥料流通客户。2024 年和 2025 年 1-6 月销售额分别约为 2,000 万元和 900 万元，发行人销售金额占其业务规模的比例约 20%。
Qingdao Pacific Maple Trading Co. Ltd.	成立于 2014 年，自 2021 年度开始与发行人进行合作，员工人数为 1-5 人，主要采购新型肥料及中间体产品，其主要终端客户为日本化肥公司。2022 年销售额约为 800 万元，发行人销售金额占其业务规模的比例约 45%。
青岛稼享乐收农业科技有限公司	成立于 2013 年，自 2021 年度开始与发行人进行合作，实缴资本 500 万元，员工人数为 1-5 人，主要采购新型肥料及中间体产品，其主要终端客户为境外化肥公司。2022 年发行人销售金额占其业务规模的比例较低。
烟台天源化肥有限公司	成立于 2010 年，自 2023 年度开始与发行人进行合作，实缴资本 1,500 万元，员工人数为 6-10 人，主要采购新型肥料中间体产品，其主要终端客户为化肥厂家。2024 年销售额约为 6,000 万元，发行人销售金额占其业务规模的比例约 5%。
山东晟帆农牧科技有限公司	成立于 2022 年，自 2024 年度开始与发行人进行合作，注册资本 300 万元，员工人数为 6-10 人，主要采购普通肥料产品，其主要终端客户为化肥厂家。2024 年销售额约为 3,500 万元，发行人销售金额占其业务规模的比例约 7%。
泰安广源国际贸易有限公司	成立于 2010 年，自 2020 年度开始与发行人进行合作，实缴资本 100 万元，员工人数为 11-15 人，主要采购新型肥料产品，其主要终端客户为赞比亚种植大户。2024 年销售额约为 6,500 万元，发行人销售金额占其业务规模的比例约 3%。



贸易商名称	合作背景、合作年限、资信情况（成立时间、实缴资本、员工数量、业务规模）
黑龙江中植邦农业有限公司	成立于 2018 年，自 2022 年度开始与发行人进行合作，注册资本 500 万元，员工人数为 11-15 人，主要采购新型肥料中间体产品，其主要终端客户为肥料流通客户。2024 年销售额约 1 亿元，发行人销售金额占其业务规模的比例约 1.5%。2025 年 1-6 月销售额约为 2.2 亿元，发行人销售金额占其业务规模的比例约 0.5%。
连云港盟创农资销售有限公司	成立于 2014 年，自 2017 年度开始与发行人进行合作，实缴资本 50 万元，员工人数为 1-5 人，主要采购新型肥料产品，其主要终端客户为肥料流通客户。2025 年 1-6 月销售额约 2,000 万元，发行人销售金额占其业务规模的比例约 25%。
四川锦疆伟农生态农业科技有限公司	成立于 2021 年，自 2025 年度开始与发行人进行合作，实缴资本 163.1265 万元，员工人数为 11-15 人，主要采购普通肥料产品，其主要终端客户为化肥厂家。2025 年 1-6 月销售额约 2 亿元，发行人销售金额占其业务规模的比例约 1.3%。
肥城市通腾建材经营部	成立于 2020 年，自 2025 年度开始与发行人进行合作，员工人数为 1-5 人，主要采购普通肥料和新型肥料中间体产品，其主要终端客户为肥料流通客户。2025 年 1-6 月销售额约 600 万元，发行人销售金额占其业务规模的比例约 35%。
长春市光辉农业生产资料有限公司	成立于 2010 年，自 2021 年度开始与发行人进行合作，实缴资本 50 万元，员工人数为 1-5 人，主要采购新型肥料中间体产品，其主要终端客户为化肥厂家和肥料流通客户。2025 年 1-6 月销售额约 1,800 万元，发行人销售金额占其业务规模的比例约 10%。
余田国际商贸（山东）有限公司	成立于 2022 年，自 2025 年度开始与发行人进行合作，实缴资本 10 万元，员工人数为 6-10 人，主要采购新型肥料中间体产品，其主要终端客户为化肥厂家和肥料流通客户。2025 年 1-6 月销售额约 600 万元，发行人销售金额占其业务规模的比例约 20%。
博兴县丰收农业开发有限公司	成立于 2014 年，自 2018 年度开始与发行人进行合作，实缴资本 100 万元，员工人数为 1-5 人，主要采购新型肥料产品，其主要终端客户为肥料流通客户和种植户。2025 年 1-6 月销售额约 100 万元，发行人销售金额占其业务规模的比例约 55%。

注：上表贸易商按同一控制口径统计。”

2、是否存在成立时间较短即与发行人合作、实缴或参保人数较少的贸易商，发行人与贸易商的合作是否稳定、可持续

(1) 是否存在成立时间较短即与发行人合作的贸易商

报告期内，公司主要贸易商客户整体成立时间较长，部分贸易商客户成立时间较短即与公司开始合作，原因系其实际控制人或者同一控制下其他主体从事农资行业时间较久，根据自身实际经营需求，新设立主体进行交易所致。

具体为：烟台业达城发首政农业发展有限公司成立于 2020 年 9 月，2021 年开始与公司合作，主要从事肥料等产品销售，实际控制人为烟台经济技术开发区国有资产监督管理局，其同一控制下公司烟台市首政农业发展有限公司、烟台市供销资本投资公司等公司成立时间较长，主要从事农业技术开发与推广、化肥等产品的批发与零售，在主营业务上与发行人存在一定的上下游关系。该贸易商客户与发行人的交易情况具备商业合理性。

泰安罗森化工有限公司（以下简称“罗森化工”）成立于 2022 年 5 月，自 2023 年开始与公司合作，主要从事化工产品、肥料等产品销售。罗森化工的经营团队通过山东恒泽新材料集团有限公司经营板材贸易多年，与下游境外客户西班牙 BOJ 集团有长久的合作历史。2022 年，下游客户西班牙 BOJ 集团接触终端客户有大量的肥料需求，委托罗森化工团队在国内进行采购。罗森化工团队与公司团队由同业推荐结识，2023 年根据需求开展业务合作，该业务具有一定的偶发性，与发行人的交易具备商业合理性。

山东金智丰国际经贸有限公司成立于 2020 年 2 月，自 2021 年开始与公司合作，主要从事塑料制品、化肥等产品销售。山东金智丰国际经贸有限公司的经营团队多年来向肥料行业内的众多企业销售包装物等产品，在行业内积累了一定的客户资源，在 2020 年初计划开展肥料贸易业务，成立了山东金智丰国际经贸有限公司，该贸易商客户与发行人的交易情况具备商业合理性。

山东德曼特国际贸易有限公司成立于 2020 年 4 月，自 2021 年开始与公司合作，主要从事肥料等产品销售。山东德曼特国际贸易有限公司的经营团队具有较为丰富的进出口贸易业务的经验，下游客户资源较广泛，在 2020 年初发掘肥料市场具有一定的利润空间，成立了山东德曼特国际贸易有限公司从事肥料贸易业务。该贸易商客户与发行人的交易情况具备商业合理性。

## （2）实缴或参保人数较少的贸易商原因

公司的主要贸易商客户主要经营肥料及化工产品贸易，日常经营中主要侧重于和客户的关系维护以及下游市场的业务拓展工作，人数较少即可完成工作，不需要较大规模的经营团队。贸易商属于轻资产运营，自身无需投入大量资金购入设备、土地组织生产，其主要盈利模式为利用自身的渠道优势和客户资源优势赚



取合理价差利润，交易周转较快，对资金需求量较低，其注册资本、实缴资本与实际经营规模无直接对应关系。考虑到员工人数本身较少、员工普遍社保缴纳意愿低且自行缴纳城乡居民医疗保险等因素的影响，公司存在部分客户实缴资本较少、参保人数较少的贸易商客户具有商业合理性。

### （3）发行人与贸易商的合作是否稳定、可持续

贸易商客户选择农大科技合作，主要原因系：

1) 除江苏中赞、泰安罗森等偶发性普通肥料出口订单外，公司向贸易商客户销售以新型肥料中间体为主。公司作为市场上较早应用包膜控释技术并获得国家技术发明奖的肥料厂商，具有一定的先发优势及品牌影响力，相关产品能够持续满足贸易商下游客户需求；

2) 肥料产品运输成本较高，农大科技位于山东中部，海陆交通均较为便利，可以节约运费成本。综合考虑上述优势，公司与主要贸易商客户存在持续合作的可能，但也要考虑到对方需求、出口政策、市场新增竞争者等多方面因素的影响。

报告期内，公司前十大贸易商客户销售收入分别为 10,092.76 万元、17,163.98 万元、5,207.69 万元和 **2,913.61 万元**，2023 年较 2022 年，前十大贸易商销售收入占贸易收入比例增长较多，主要系公司积极开拓新客户，泰安罗森化工有限公司采购规模较大，增加了主要贸易商销售收入比例。2024 年前十大贸易商收入大幅下降主要受出口政策趋严、原料价格下行影响，具有一定合理性。

公司对贸易商类客户的业务具有可持续性。一方面，虽然贸易商业务存在一定的偶发性，但随着业务合作的逐步深入和贸易商存量客户的不断增加，贸易商下游客户若具有持续的市场需求，公司可持续性承接贸易商老客户后续业务。另一方面，公司在新型肥料中间体及新型肥料领域的产品具备较高的知名度和市场占有率，贸易商及下游客户对公司的认可度较高，优质的产品质量和良好的市场口碑使得公司能够不断拓展新的贸易商客户业务。

综上所述，由于贸易商客户根据自身业务经营的需要向发行人进行采购，相对于直销与经销客户，大多具有采购频率低的特点，导致并非所有贸易商每年持续与发行人进行交易，但发行人依托前期合作优势和产品影响力，仍然维持贸易



客户一定的销售收入，发行人与贸易商的合作整体具有一定的稳定性和可持续性。

**（二）结合泰安罗森化工有限公司成立时间、实缴资本、员工数量、业务规模、合作背景等情况，说明首次合作即成为发行人第二大客户的原因及合理性**

根据工商信息，泰安罗森化工有限公司（以下简称“罗森化工”）成立于 2022 年 5 月 5 日，实缴资本 0 万元，2023 年度参保人数为 6 人，主营业务为化工产品的销售。

泰安罗森化工有限公司（以下简称“罗森化工”）成立于 2022 年 5 月，自 2023 年开始与公司合作，主要从事化工产品、肥料等产品销售。罗森化工的经营团队通过山东恒泽新材料集团有限公司经营板材贸易多年，与下游境外客户西班牙 BOJ 集团有长久的合作历史。2022 年，下游客户西班牙 BOJ 集团接触终端客户有大量的肥料需求，委托罗森化工团队在国内进行采购。罗森化工团队与公司团队由同业推荐结识，2023 年根据需求开展业务合作，该业务具有一定的偶发性，与发行人的交易具备商业合理性。

罗森化工选择农大科技作为生产厂家，主要原因系：1）下游客户有大量的肥料需求且配方特殊，下订单到交货时间紧急，农大科技的滚筒造粒的生产设备产能大，能生产配方并按时交货；2）相较于其他地区肥料厂家，农大科技距离港口近，可以节约运费成本。

**（三）说明拓展境外业务的背景、历史、具体开展模式（如是否通过贸易商销售）等情况，说明境外收入大幅下降的具体原因及合理性，是否与行业及可比公司变动趋势相符**

### **1、拓展境外业务的背景、历史、具体开展模式**

公司直接出口业务自 2015 年开始，报告期内主要通过参加 CAC 农化展、客户转介绍方式结识境外客户并开展交易。公司境外客户以贸易商为主，主要原因系终端厂家通常要求到港后付款，资金风险较高，公司对贸易商通常采用先款后货的结算政策，个别存在即期信用证付款。

### **2、境外收入大幅下降的具体原因及合理性、是否与行业及可比公司变动趋**

**势相符****(1) 受出口政策趋严、原料价格下行等因素影响，公司境外收入大幅下降**

报告期各期，公司境外销售业务收入、数量及单价情况如下：

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
收入（万元）	<b>334.29</b>	2,306.28	3,135.24	4,423.89
销量（万吨）	<b>0.11</b>	0.72	0.88	1.14
平均售价（元/吨）	<b>3,083.83</b>	3,217.63	3,574.97	3,879.59

据上表，报告期内公司境外收入大幅下降，主要系境外销量及均价均有所下滑所致。

一方面，公司境外销售以包膜尿素为主，自2021年10月海关总署对必须实施检验的进出口商品目录进行调整，对涉及出口化肥的29个海关商品编号增设监管条件后，尿素类产品出口政策在2023年年末、2024年第一季度及下半年较为严格，**2025年上半年仍维系相对严格的出口政策**，对公司相关年度出口业务造成影响；另一方面，报告期内原料行情整体下行，公司尿素平均采购价格逐年下降，叠加包膜尿素产品市场竞争加剧影响，因此境外销售平均售价有所下降。

因此，受出口政策趋严、原料价格下行等因素影响，公司境外收入大幅下降具有合理性。

**(2) 公司境外收入变动与行业及可比公司的匹配情况**

市场公开信息中无包膜尿素类产品出口数据情况。如参考我国尿素出口量，各期分别为283万吨、425万吨、26万吨**和8万吨**，2024年、**2025年1-6月**均较2023年下滑显著，与公司境外收入受尿素类产品出口政策影响表现相同。公司2022年出口量较高，主要系早期包膜尿素产品供需关系紧张，公司作为较早掌握控释技术的新型肥料厂家，市场竞争力较强。

可比公司中，仅新洋丰披露了境外收入，由2022年170,758.31万元下降至**2025年1-6月21,786.86万元**，与公司境外收入变动趋势整体相符。

**三、申报会计师核查情况**



**（一）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》2-15 经销模式相关要求，核查上述事项并发表明确意见，说明采取的核查方式、范围、依据及结论**

关于经销销售真实性的回复的核查程序及核查意见详见本题回复之“四、核查程序及核查意见”。

根据《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》2-15 经销模式相关要求，申报会计师采取的核查方式、范围、依据及结论如下：

### **1、核查方式、范围、依据**

#### **（1）内部控制测试**

- 1) 访谈公司财务总监及销售负责人，了解经销业务的基本情况；
- 2) 查阅公司销售相关制度，了解、评估并测试与销售、收入确认相关的内部控制，对识别出的关键控制点进行控制测试；
- 3) 获取报告期各期销售明细清单，查阅销售合同、销售订单、出库单、客户签收单、收入记账凭证、销售发票、收款凭证及回单等，对经销收入实施穿行测试。

#### **（2）经销商访谈**

##### **1) 走访的选取标准及内容**

根据发行人实际情况以及重要性原则，申报会计师对报告期各期发行人的主要客户执行访谈程序，主要了解客户基本信息、双方合作背景、运输方式、验收情况、报告期的交易内容、关联关系、合作过程是否存在争议、纠纷、诉讼、仲裁等事项。对于经销客户，了解发行人是否存在对其期末囤货情形，及其终端销售情况等。

##### **2) 走访的执行过程**

为了保证实地走访的真实性和可靠性，申报会计师采取了以下措施：



①对客户受访人员身份真实性进行验证，主要包括：在访谈过程中与访谈对象确认其姓名、职务等基本信息，获取访谈对象的名片、工作牌或身份证明文件，查看其办公场地名称标志是否与访谈客户一致，并与被访谈人现场合影；

②对客户进行访谈，主要了解客户基本信息、双方合作背景、销售模式、交易内容、合同签订、货物交付与验收、产品退货、优惠政策、结算方式、关联关系、合作过程中是否存在争议、纠纷、诉讼、仲裁等事项；

③对于经销客户，实地查看客户主要经营场所以及发行人产品在经营场所的状态，确认发行人对其的销售真实性和经销商的库存情况；

④获取客户的营业执照、与发行人的交易数据、国家企业信用信息公示系统公示报告或者企查查等公开查询信息、被访谈人身份证明文件、关联关系及交易真实性的相关声明、下游终端客户的穿透资料等。

### 3) 经销商走访的核查比例

报告期各期，申报会计师对经销商客户走访的核查比例如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年	2023年	2022年
经销商客户销售收入	91,428.17	129,754.98	131,881.19	133,663.35
经销商客户走访金额	52,645.92	78,298.99	82,442.97	82,463.77
经销商客户走访比例	57.58%	60.34%	62.51%	61.70%

报告期内，申报会计师对经销商客户走访金额占经销渠道营业收入比例分别为**61.70%**、**62.51%**、**60.34%**和**57.58%**，走访比例较高。

### (3) 经销商进销存核查及终端客户访谈

#### 1) 经销商进销存情况

发行人的经销模式均为买断式销售，发行人不承担经销商库存管理的相关权利或义务，经销商依据实际经营情况自行决定订货周期、订货数量、订货品种等，发行人针对经销商库存不存在特殊的管控措施，出于经销客户自身商业秘密及客户资源的保护，发行人未对经销商下游销售情况进行管理。



发行人对经销商实行较为严格的信用政策，一般为先款后货，根据客户实力及合作情况，酌情给予部分经销商一定的信用期。而由于农资流通行业的特殊性，化肥经销商在向终端种植户进行销售时存在赊销情形，一部分中小种植户会在当季用肥农作物收获并完成销售后再向农资流通机构支付肥料等货款，因此经销商一般需要较强的资金实力与库存管理能力。因此，经销商会根据下游销售实际需要，结合所在地区用肥习惯、购肥节奏等妥善安排打款与发货节奏、按需采购，不存在大规模提前备货而期后无法实现销售的情形。

申报会计师获取了主要经销商的进销存数据表，了解其采购、销售、期末库存的总体情况；对部分经销商库存进行核查，查验经销商库存的真实性及准确性，了解是否存在经销商压货情况。

报告期内，申报会计师已获取进销存数据的经销商情况如下：

项目	2025年1-6月	2024年	2023年	2022年
已获取进销存数据的经销商数量（家）	343	339	392	382
已获取进销存数据的经销商销售收入（万元）	65,984.79	92,522.54	100,010.44	102,214.70
经销商销售收入（万元）	91,428.17	129,754.98	131,881.19	133,663.35
经销收入占比	72.17%	71.31%	75.83%	76.47%

注：对报告期各期主要经销商（同一控制口径）采购及销售情况进行统计。

报告期各期，发行人主要经销商的期末库存占其当期采购数量的回函确认比例列示如下：

单位：万吨

年度	当期采购数量	期末库存	期末库存占报告期采购量的比例
2025年1-6月/2025年6月末	24.64	0.59	2.39%
2024年度/2024年末	35.17	1.03	2.94%
2023年度/2023年末	37.18	1.25	3.37%
2022年度/2022年末	34.85	1.58	4.52%

注：对报告期各期主要经销商（同一控制口径）采购及销售情况进行统计。

报告期内，发行人主要经销商的期末库存占其当期采购数量的比例较低，符合季节性备货节奏及市场预期情况，不存在发行人通过经销商大量囤货虚增收入

的情形。

综合上述分析，发行人主要经销商的期末库存占其当期采购数量的比例较低，由于发行人并不对下游经销商库存进行管理，且对大多数经销商要求先款后货，经销商大量备货对其资金流动能力、库存管理能力都是较大挑战，经销商会根据下游销售情况按需采购、适度备货，不存在囤货情形。

## 2) 经销商走访穿透核查情况

在走访主要经销商的基础上，申报会计师结合重要性与全面性原则，结合经销商下游销售结构，现场抽取其下游流通客户或重要种植户进行穿透访谈，通过询问发行人产品使用年限、使用情况、购买方式，以及确认流通客户/种植户化肥库存等方式确认终端销售情况。下游流通客户或下游种植户的选取标准如下：

①结合经销商的下游销售结构选取穿透样本：若下游为流通客户，则穿透走访多个下游流通客户，且每个下游流通客户再穿透走访多个种植户；若下游为种植户，则穿透走访多个种植户；若下游两类客户都有，则结合实际情况选取穿透访谈样本；

②在穿透走访数量上，申报会计师通常选取 3-5 家下游流通客户或种植户进行走访。

经走访确认，发行人经销渠道的产品终端销售正常、肥料施用效果良好，截至目前，申报会计师对经销商穿透走访的具体情况如下：

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
已走访经销商数量（家）	305	326	313	296
穿透核查的经销商数量（家）	293	312	296	281
合计穿透的下游种植户数量（家）	1,202	1,300	1,291	1,222
经销商销售收入（万元）	91,428.17	129,754.98	131,881.19	133,663.35
穿透核查的经销商销售收入（万元）	51,411.78	77,212.26	80,437.30	79,642.43
穿透覆盖率	56.23%	59.51%	60.99%	59.58%

注：少量经销商因销售金额较少或下游终端农忙未进行穿透。

报告期内，发行人经销商主要基于对当地农业生产季节、市场预期和库存情况向发行人采购，在发行人要求先款后货结算的情况下，经销商为提高存货周转率、达到各生产季末尽量销售完毕的目标，会谨慎采购、以销定采，保证存货周转顺畅。在各地农业生产季末时，经销商普遍库存规模较小，经销商库存与销售规模基本匹配，最终销售实现情况良好。

#### （4）经销商函证情况

##### 1) 函证的选取标准及内容

根据发行人实际情况以及重要性原则，申报会计师对报告期各期发行人的主要客户执行函证程序，核实发行人报告期各期销售收入金额、各期末应收账款余额、各期末预收账款（合同负债）余额等信息，确认销售业务的真实性、准确性、完整性。

##### 2) 函证的执行过程

①对函证收件人的身份进行核查。具体包括获取所抽取样本的发函地址、收件人及联系方式，核实发函地址是否系客户注册地址，并结合对客户的实地走访时对人员和场所的核查，核查函证人员的身份是否存在异常情形。

对于自然人等非法人客户，申报会计师在邮寄函证中附上注意事项，提请客户回函时一并邮寄身份证复印件。在自然人等非法人客户回函后，通过比对其提供的身份证复印件上身份信息与在发行人存档的客户档案信息核查其身份的真实性；

②将发行人报告期各期应收账款、合同负债及收入明细等数据，与经发行人盖章后的询证函中列示的往来余额及交易明细进行比对；

③亲自设计、打印询证函，采用邮寄纸质函证独立发函；

④对于回函的客户，检查并核实询证函的回函情况，包括回函内容是否相符、回函是否直接寄至申报会计师处等、回函寄件人是否为发函收件人或其亲属及员工等、函证上所盖印章是否与签订的销售合同保持一致或自然人身份证信息是否与发行人处登记一致等；



⑤对于未回函的函证，全部进行替代测试，获取并查验客户报告期内销售合同、签收单、银行回单等资料。

### 3) 经销商函证的核查比例

报告期内，申报会计师对发行人主要经销商进行函证，发函金额占各期经销收入的比例分别为 86.62%、88.24%、90.51% 和 **92.00%**，均在 85% 以上。

报告期各期，经销商函证情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
经销收入	<b>91,428.17</b>	129,754.98	131,881.19	133,663.35
经销商发函金额	<b>84,117.70</b>	117,443.97	116,371.43	115,780.59
经销商发函比例	<b>92.00%</b>	90.51%	88.24%	86.62%
经销商回函确认金额	<b>83,504.70</b>	114,046.85	113,823.46	112,082.41
经销商回函确认比例	<b>91.33%</b>	87.89%	86.31%	83.85%
经销商未回函替代测试核查金额	<b>613.00</b>	3,397.13	2,547.97	3,698.18
经销商未回函替代测试核查比例	<b>0.67%</b>	2.62%	1.93%	2.77%
经销商回函及未回函替代测试核查比例合计	<b>92.00%</b>	90.51%	88.24%	86.62%

报告期内，经销商函证回函确认金额占经销渠道营业收入比例分别为 83.85%、86.31%、87.89% 和 **91.33%**，函证比例较高。

### (5) 经销商库存核查

申报会计师通过函证的方式，获取函证范围内的主要经销商的进销存数据。通过实地走访方式，对走访范围内的经销商在走访日的公司产品库存情况进行实地盘点，未发现发行人产品在经销商处积压、囤货的情形。

### (6) 资金流水核查

申报会计师获取并查阅公司报告期内各期的资金流水，对单笔金额超过 50 万元（含本数）的银行交易和单笔金额超过 1 万元（含本数）的现金交易进行核查，了解其对手方及交易原因，验证公司报告期内销售的真实性、判断公司与客



户是否存在除正常交易外异常的资金往来。

### （7）经销收入细节测试

申报会计师获取报告期各期销售明细清单，查阅销售合同、销售订单、出库单、客户签收单、收入记账凭证、销售发票、收款凭证及回单等，对经销收入实施细节测试，查验收入的真实性。

报告期内，经销收入细节测试核查比例具体如下：

项目	2025年1-6月	2024年	2023年	2022年
经销商收入细节测试金额（万元）	<b>82,402.03</b>	114,134.11	112,651.27	112,927.81
经销商销售收入（万元）	<b>91,428.17</b>	129,754.98	131,881.19	133,663.35
经销商收入细节测试核查比例	<b>90.13%</b>	87.96%	85.42%	84.49%

报告期内，经销收入细节测试金额占经销渠道营业收入比例分别为 84.49%、85.42%、87.96% 和 **90.13%**，经销收入细节测试核查程序执行较为充分。

## 2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

报告期内，发行人的经销商真实，相应销售收入及应收/预收款项真实、准确。

（二）说明报告期内经销商核查的样本选取标准、选取方法及选取过程，是否覆盖收入增长较快的经销商、向发行人采购金额较大及金额变动较大的经销商；是否存在非法人经销商、已注销经销商、仅销售发行人产品经销商、（前）员工成立的经销商及其核查情况

1、说明报告期内经销商核查的样本选取标准、选取方法及选取过程，是否覆盖收入增长较快的经销商、向发行人采购金额较大及金额变动较大的经销商

### （1）经销商函证样本选取标准

申报会计师按照经销收入金额、占比等维度，采取重要性水平与系统抽样相结合的选择方法，对公司报告期各期的样本经销商实施函证程序，具体选择标准及选择过程如下：

1) 根据确定的实际执行的重要性水平选择函证对象，对销售额超过重要性水平以上的客户全部函证。

2) 对未包括在上述函证样本中的客户，则采用系统抽样方法确定函证样本。

3) 确保报告期各期发函经销商收入占经销收入比例不低于 85%。

## **(2) 经销商走访样本选取标准**

申报会计师按照经销收入金额、占比等维度，按重要性和随机抽样原则，对公司报告期各期的样本经销商实施走访程序并实施库存抽查，具体选样标准及选样过程如下：

1) 报告期各期收入前千分之一的经销商；

2) 报告期内重要的新增经销商；

3) 对经销金额较小的经销商进行随机抽样；

4) 经销收入增长较快的经销商以及向公司采购金额变动较大的主要经销商；

5) 关联方经销商；

6) 根据经销区域进行抽样，确保覆盖主要区域的经销商；

7) 确保报告期各期走访经销商的经销收入占比超过 50%。

## **(3) 经销商下游终端用户走访样本的选取标准**

在走访主要经销商的基础上，申报会计师结合重要性与全面性原则，结合经销商下游销售结构，现场抽取其下游流通客户或重要种植户进行穿透访谈。下游流通客户或下游种植户的选取标准如下：

1) 结合经销商的下游销售结构选取穿透样本：若下游为流通客户，则穿透走访多个下游流通客户，且每个下游流通客户再穿透走访多个种植户；若下游为种植户，则穿透走访多个种植户；若下游两类客户都有，则结合实际情况选取穿透访谈样本。

2) 在穿透走访数量上，申报会计师通常选取 3-5 家下游流通客户或种植户



进行走访。

综上，报告期内，经销商核查的样本能够覆盖收入增长较快的经销商、向公司采购金额较大及金额变动较大的经销商。

## 2、是否存在非法人经销商、已注销经销商、仅销售发行人产品经销商、（前）员工成立的经销商及其核查情况

### （1）非法人经销商

报告期内发行人存在非法人实体经销商，主要系肥料企业的终端客户为种植户，客户呈现数量多、区域分布广、单次采购额低等特点，公司采用肥料行业通行的经销模式销售产品，充分发挥经销商覆盖面更广和就近服务消费者的优势，经销商普遍以个体工商户、个人独资企业、农民专业合作社等非法人形式作为运营主体，由此导致公司经销渠道非法人实体客户数量较多。

报告期内，发行人非法人经销商的数量、销售收入及占比情况如下：

项目	类型	2025年 1-6月	2024年	2023年	2022年
非法人实体经销商数量（家）	自然人	12	31	54	84
	其他非法人实体	1,198	1,297	1,117	969
	合计	1,210	1,328	1,171	1,053
占经销商数量比例	自然人	0.72%	1.69%	3.37%	5.88%
	其他非法人实体	72.30%	70.72%	69.73%	67.86%
	合计	73.02%	72.41%	73.10%	73.74%
销售收入（万元）	自然人	336.36	559.03	627.78	1,805.46
	其他非法人实体	63,759.38	88,125.71	87,514.88	87,767.96
	合计	64,095.74	88,684.74	88,142.66	89,573.42
占经销收入比例	自然人	0.37%	0.43%	0.48%	1.35%
	其他非法人实体	69.74%	67.92%	66.36%	65.66%
	合计	70.11%	68.35%	66.83%	67.01%

报告期内，发行人经销商中非法人实体的销售收入占经销收入比例分别为67.01%、66.83%、68.35%和70.11%，较为稳定；其中，以自然人为主体的经销商数量、销售收入占比逐年下降。



## （2）已注销经销商

截至本回复签署日，公司报告期内的主要经销商共注销 1 家，具体情况如下：

经销商名称	成立日期	注销日期	注销原因	经销商销售金额（万元）			
				2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
长岭县新安镇海英化肥经销处	2009-02-23	2023-12-11	不再开展业务，正常注销	-	-	288.20	56.93

注 1：主要经销商以前 200 名统计，覆盖各期经销收入的比例均在 60% 以上；

注 2：上表经销商按同一控制口径统计，未包含因客户更名或同一控制下主体更换所造成的变动。

经核查，上述已注销经销商与公司不存在关联关系；已注销经销商报告期内注销的原因主要系其不再开展业务或者业务调整变更，具有合理性。

## （3）仅销售发行人产品的经销商

报告期内，发行人与经销商签订经销合同，在经销合同中并未规定经销商必须专门销售公司产品，是否专门销售公司产品由经销商自行决定。报告期内，不存在经销合同中明确规定专门销售公司产品的经销商。

基于行业特征，经销商通常会选择品牌影响力大、市场认可度高、厂家服务好的产品作为主要经营品牌。在单个区域市场，公司品牌影响力逐步提高，产品的市场认可度和市场占有率逐步扩大，存在一部分经销商选择公司产品作为其主要经营产品的情况。公司经销商除复合肥销售外，通常还会从事其他肥料品牌、种子、农药等其他农资产品经销业务。

报告期内，公司主要经销商不存在专门销售发行人产品的情况。

## （4）（前）员工成立的经销商

报告期内，由发行人（前）员工或其近亲属成立的经销商的情况如下：

### ①福建省邵武市五新农资有限公司

主体名称	福建省邵武市五新农资有限公司
法人	何水发
注册资本	300 万元人民币
成立时间	2018-04-11



注册地点	福建省邵武市大竹镇大竹桥头 39 号
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
经营范围	一般项目：化肥销售；礼品花卉销售；花卉种植；农用薄膜销售；农业机械服务；农作物病虫害防治服务；林业有害生物防治服务；白蚁防治服务；专业保洁、清洗、消毒服务。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）许可项目：农药批发；水产苗种进出口；消毒器械销售；林木种子生产经营；建设工程施工。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）
员工人数	少于 50 人
与发行人员工关系说明	法人何水发为发行人员工何闽飞的父亲

## ②清远承志农业发展有限公司

主体名称	清远承志农业发展有限公司
法人	黄海媚
注册资本	100 万元
成立时间	2020-08-03
注册地点	清远市清新区太和镇清新区 51 号区 A1 栋（清新区三中傍）D 梯首层第一卡、第二卡商铺
公司类型	有限责任公司（自然人独资）
经营范围	种植业；销售：化肥、农膜、农药（不含危化品）、农业机械。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
员工人数	少于 50 人
与发行人员工关系说明	法人黄海媚为发行人前员工何志敏的配偶

## ③江门市农当家农业发展有限公司及同控企业

主体 1	主体名称	江门市农当家农业发展有限公司
	法人	陈卫
	注册资本	50 万元人民币
	成立时间	2021-11-15
	注册地点	江门市新会区双水镇朱村公路旁 1 号厂房
	公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
	经营范围	以自有资金从事投资活动；水果种植；新鲜水果零售；互联网销售（除销售需要许可的商品）；化肥销售；肥料销售；新鲜水果批发；日用品销售；农业机械服务；信息技术咨询服务；食用农产品零售；肥料生产；林木种子生产经营；农药零售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
员工人数	少于 50 人	
主体 2	主体名称	新会区农当家农资经营部
	经营者	陈卫
	资金数额	-



	成立时间	2020-08-21
	注册地点	江门市新会区双水镇梅冈胜冈村 31 号
	公司类型	个体工商户
	经营范围	零售（含网上零售）：化肥、农药（不含危险化学品及易制毒化学品）、农具；收购、销售（含网上销售）：食用农产品；提供农业技术咨询服务。
	员工人数	少于 50 人
与发行人员工关系说明		法人陈卫是发行人离职员工，已于 2023 年 6 月离职

## ④东平县黑松土肥料经销店

主体名称	东平县黑松土肥料经销店
经营者	赵其昆
资金数额	-
成立时间	2023-08-15
注册地点	山东省泰安市东平县戴庙镇段那里村 401 号 401
公司类型	个体工商户
经营范围	一般项目：肥料销售；化肥销售。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）许可项目：农药批发；农药零售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）
员工人数	少于 50 人
与发行人员工关系说明	经营者赵其昆为发行人员工赵启军的兄弟

报告期内，由发行人前员工、近亲属成立的经销商的销售情况如下：

单位：万元

经销商名称	关系说明	2025 年 1-6 月		2024 年		2023 年		2022 年	
		销售金额	经销收入占比	销售金额	经销收入占比	销售金额	经销收入占比	销售金额	经销收入占比
福建省邵武市五新农资有限公司	员工近亲属成立经销商	172.44	0.19%	132.85	0.10%	266.54	0.20%	192.72	0.14%
清远承志农业发展有限公司	离职员工配偶成立的经销商	104.51	0.11%	134.72	0.10%	156.17	0.12%	145.87	0.11%
江门市农当家农业发展有限公司及同控企业	离职员工成立的经销商	382.11	0.42%	114.97	0.09%	142.57	0.11%	88.73	0.07%



经销商名	关系说	2025年1-6月		2024年		2023年		2022年	
东平县黑松土肥料经销店	员工近亲属成立经销商	-	-	12.41	0.01%	-	-	-	-
合计	-	<b>659.06</b>	<b>0.72%</b>	<b>394.95</b>	<b>0.30%</b>	<b>565.29</b>	<b>0.43%</b>	<b>427.32</b>	<b>0.32%</b>

报告期内，发行人前员工、近亲属成立的经销商的销售金额分别为 427.32 万元、565.29 万元、394.95 万元和 **659.06 万元**，占经销收入比例分别为 0.32%、0.43%、0.30%和 **0.72%**，占比较小。公司与上述经销商的交易均系双方业务发展的需要，不存在除经销协议外的其他约定或安排，不存在对公司或经销商的利益输送，对公司经营业绩的影响较小。

经核查，（前）员工成立的经销商与公司不存在关联关系；公司对（前）员工成立的经销商的收入具有真实性。

综上所述，报告期内公司主要经销商中不存在仅销售发行人产品的情形；存在非法人经销商、已注销经销商、（前）员工成立的经销商，上述经销商与公司不存在关联关系，发行人对于上述经销商的收入具有真实性。

（三）获取经销商进销存数据、经销商向终端客户实现销售的具体核查情况，获取运单、终端客户签收单、终端客户回款单等相关资料的具体方式和结论、外部证据有效性，详细说明具体核查对象、核查方式、对应的金额与比例、核查结论

### 1、获取经销商进销存数据、经销商向终端客户实现销售的具体核查情况

#### （1）经销商进销存核查

通过函证的方式，获取函证范围内的主要经销商的进销存数据。通过实地走访方式，对走访范围内的经销商在走访日的公司产品库存情况进行实地盘点。

#### （2）经销商向终端客户实现销售的其他核查

1) 对主要经销商进行实地走访，通过访谈了解公司产品的下游去向、终端客户情况；

2) 抽查主要经销商对外销售公司产品的相关账簿、下游客户订购记录、支

付记录等相关资料。

3) 对主要经销商的终端客户进行实地走访，通过访谈了解终端客户的发行人产品使用年限、购买方式、采购公司产品的真实性、是否存在纠纷、终端客户与公司是否存在关联关系或相关利益安排等；实地查看终端客户处公司产品存放及使用情况。

## **2、获取运单、终端客户签收单、终端客户回款单等相关资料的具体方式和结论、外部证据有效性**

由于发行人新型肥料、普通肥料的使用场景为农业种植，终端用户主要为广大农业种植户。公司的经销商客户大部分为经营规模较小的个体工商户、自然人控制的个人独资公司，经营规模较小。终端客户一般位于经销商所辖经销区域，距离较近，货物交付主要通过经销商运输或终端上门自提的方式。申报会计师在对样本经销商进行走访的过程中，抽取了部分经销商的对外销售的相关账簿、下游客户订购记录、支付记录等相关资料进行核查。

相关外部资料均系申报会计师在走访经销商过程中独立获取，且内外部资料能相互验证，因此，获取的外部证据具有有效性。

## **3、详细说明具体核查对象、核查方式、对应的金额与比例、核查结论**

具体核查对象、核查方式、对应的金额与比例详见本题回复之“三、（一）1、（3）经销商进销存核查及终端客户访谈”。

经核查，申报会计师认为：报告期内，公司经销商的进销存数据、经销商向终端客户实现销售的相关资料等外部证据具有真实性和有效性；公司经销商的终端销售具有真实性，公司的经销收入具有真实性。

**（四）说明是否获取贸易商进销存数据，是否获取贸易商完成终端销售充分、适当的证据，是否存在贸易商配合发行人收入确认而压货或发往发行人指定主体的情形**

公司与贸易商客户之间的交易属于买断式销售，公司未对贸易商的采购、销售、库存、定价等方面进行管理与控制，无法掌握部分贸易商下游客户信息，下



游客户信息亦为贸易商的重要商业秘密。

申报会计师对主要贸易商执行了访谈、函证、收入细节测试等程序，通过访谈发行人报告期内主要贸易商及终端客户，获取经贸易商盖章确认的进销存数据，抽查贸易商向终端客户的销售合同、客户报关单、提单、发票、回单等单据。

报告期内，申报会计师已获取进销存数据的主要贸易商情况如下：

项目	2025年 1-6月	2024年	2023年	2022年
已获取进销存数据的贸易商数量（家）	10	17	18	16
已获取进销存数据的贸易商销售收入（万元）	2,913.61	5,607.62	18,058.99	10,720.34
贸易商销售收入（万元）	3,393.54	7,982.33	21,297.74	15,458.62
贸易商收入占比	85.86%	70.25%	84.79%	69.35%

注：对报告期各期主要贸易商（同一控制口径）采购及销售情况进行统计。

报告期各期末，主要贸易商客户当期向公司采购的产品无库存，完成终端销售充分、适当。由于肥料产品重量、体积大，仓储及物流成本较高，贸易商通常不承担库存压力，由公司直发至其指定下游地点更为经济，期末无库存具有一定的合理性。公司主要贸易商根据其下游客户真实业务需求向公司采购产品并销售，主要贸易商客户的备货周期与其进销存情况相匹配，不存在贸易商配合发行人收入确认而压货或发往发行人指定主体的情形。

综上，申报会计师认为，对报告期内贸易商的核查已覆盖向发行人采购金额较大、报告期内金额变动较大的贸易商，已获取主要贸易商进销存数据、主要贸易商向终端客户销售证据，获取相关外部证据真实有效。不存在贸易商配合发行人收入确认而压货或发往发行人指定主体的情形。

#### （五）结合上述核查情况，对报告期内收入的真实性、准确性、完整性发表明确意见

经核查，申报会计师认为：发行人报告期内收入确认真实、准确、完整，符合《企业会计准则》的相关规定。

### 四、核查程序及核查意见

#### （一）核查程序

1、访谈公司销售人员，了解公司采取经销模式的必要性、合理性，是否符合行业特点；通过企查查等公开网站查询主要经销商基本工商信息、参保人数等信息，分析经销商与发行人的交易规模是否合理；获取公司主要经销商的收入成本明细表，分析主要经销商的销售收入、收入占比、销售单价、毛利率变动是否合理；获取主要经销商的进销存数据情况，访谈主要经销商及其终端客户，判断销售区域和终端客户地区分布是否匹配；

2、通过实地走访等方式了解主要经销商的主营业务、收货地点、货权转移时点、日常经营是否由发行人所主导、是否替公司分摊成本、承担费用等情况；对主要经销商进行穿行测试，确认其订单合同由经销商与公司签订，回款由经销商支付；对公司及其关联方进行资金流水核查，确认与经销商往来的款项均为货款，不存在非经营性资金往来；

3、获取报告期内经销商变动情况表，分析每年新增和退出的经销商数量与金额是否合理；查看报告期内经销商档案，确认经销商合作年限，判断经销商是否属于非法人实体经销商；访谈主要经销商及其终端客户，了解经销商下游客户构成情况；

4、获取发行人与经销商贷款银行的合作协议并查阅公司业务制度，了解具体产品推荐标准、担保条款、争议解决安排等情况；获取发行人经销商银行贷款台账、客户档案，核查各期受托支付涉及的具体经销商及其合作历史；访谈发行人销售负责人，了解为经销商供应链贷款提供担保的背景及销售产品的定价政策；获取发行人收入明细表，核查涉及担保的主要经销商交易定价的公允性；获取发行人关于该担保事项的会议决议，并取得合作银行出具的说明，核查相关事项合规性；

5、获取报告期内贸易商销售明细表，统计发行人向各期主要贸易商销售金额、毛利率等情况；通过企查查等公开网站查询主要贸易商基本工商信息、实缴资本、参保人数等信息，分析贸易商与发行人的交易规模是否合理；访谈报告期内主要贸易商，访谈发行人销售人员，了解主要贸易商的业务模式和业务规模，了解公司与主要贸易商的合作背景、合作年限、发行人销售金额占其业务规模的比例等情况；核查发行人与主要贸易商合作的稳定性与持续性；

6、通过企查查等公开网站查询罗森化工的基本工商信息、实缴资本、参保人数等信息；访谈罗森化工及其下游客户，了解发行人与其合作背景；获取公司与罗森化工合作的销售合同、收货确认函及发票等，向罗森化工获取出口报关单及提单；分析其成立不久即成为发行人主要客户的原因及合理性；

7、访谈发行人境外业务相关人员，了解拓展境外业务的背景、历史及具体开展模式，近年来出口政策变化情况；获取发行人收入明细表，分析境外收入受销量、价格变动的情况；查阅市场数据及可比公司公告，核查公司境外收入变动的行业一贯性。

## （二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、报告期内，发行人采取经销模式具有必要性及合理性，符合行业特点；主要经销商向发行人采购规模与其经营规模相匹配；主要经销商的期末库存处于合理水平；主要经销商的销售分布区域与其终端客户地区分布相匹配；

2、报告期内，公司仅与经销商发生业务往来，经销商向终端客户的销售不由公司主导或参与。货物交付后货权归属于经销商，公司不承担非质量问题的售后责任，不存在经销商实质为公司销售部门或代理商的情形。经销商不存在为公司分摊成本、承担费用或者利益输送的情形；

3、报告期内，公司向经销商年度销售收入规模主要集中在 100 万元至 500 万元范围，其销售收入占比约为 50%；发行人经销收入主要来源于合作年限在 3 年以上的客户；公司经销商的新增、退出情况符合行业市场变化情况，不存在重大异常的情况。发行人与主要经销商客户建立了良好的合作关系，双方合作具有稳定性和可持续性。报告期内发行人存在非法人实体经销商，主要系肥料企业的终端客户为种植户，经销商普遍以个体工商户、个人独资企业、农民专业合作社等非法人形式作为运营主体。报告期内发行人经销商客户的下游客户中存在仍为流通客户的情形，但由于发行人经销模式均为买断式销售，发行人不对经销商的终端销售情况进行管理；

4、考虑到部分经销商短期资金需求，公司报告期初存在与部分合作银行签



署相关协议为经销商贷款提供担保的情形，推荐经销商通常具有良好的经营及资信情况并与公司有稳定的合作关系；发行人对经销商采用统一的定价政策，涉及担保义务的经销商采购定价公允；发行人报告期内无新增为经销商贷款提供担保的情形发生，同时已取得合作银行出具的不存在代偿情况的说明，目前的贷款产品不存在隐性担保，报告期内发行人不存在内控不规范的转贷情形；

5、根据贸易商的商业模式，公司主要贸易商中存在成立时间较短即开展合作、实缴或参保人数较少的贸易商具有合理性，发行人与主要贸易商的合作较为稳定、具有可持续性；

6、罗森化工与其下游客户拥有较长的合作历史，同时基于公司的产能、工艺、区位优势等，首次合作即成为第二大客户具有商业合理性；

7、发行人较早开展境外业务，通过参展、客户转介绍的方式拓展业务，主要通过贸易商销售；境外收入大幅下降主要受出口政策趋严、原料价格下行影响，具有合理性，与行业及可比公司变动趋势不存在较大差异。

## 问题 6. 毛利率变动的原因及合理性

(1) 不同产品及销售模式毛利率差异的合理性。根据申请文件，①报告期各期，发行人主营业务毛利率分别为 13.04%、14.75%和 18.69%。②发行人主要产品各期毛利率变动较大，新型肥料毛利率逐年上升，新型肥料中间体毛利率逐年下滑且均低于新型肥料，普通肥料毛利率逐年上升且 2023 年略高于新型肥料。③报告期内，发行人经销、邮政模式毛利率逐年上升，直销模式毛利率先降后升，贸易商模式毛利率先升后降，2022 年发行人经销和邮政模式毛利率低于直销模式 6.49 个百分点和 2.98 个百分点，其他年度均高于直销模式。④报告期内，内销毛利率分别为 13.03%、14.79%和 18.78%，外销毛利率分别为 13.56%、11.08%和 9.25%，2021 年外销毛利率为 9.05%。请发行人：①列表说明报告期内各类产品在不同销售模式下（经销、直销、邮政和贸易商等）的销售收入、销量、平均售价、生产成本及原材价格等情况，结合产品类别及使用场景、不同销售区域市场供需和竞争情况、直接材料、直接人工、制造费用变化等情况，说明主营业务毛利率逐年上升的原因及合理性，是否存在下滑风险，并进行风险揭示。②结合新型肥料技术先进性、客户类型、销售单价及成本变动等情况，说明新型肥料和新型肥料中间体毛利率变动趋势相反、各期新型肥料平均售价低于新型肥料中间体、新型肥料毛利率高于新型肥料中间体的原因及合理性，说明各期新型肥料平均售价低于普通肥料、2023 年度普通肥料毛利率高于新型肥料的原因及合理性。③分析说明 2022 年经销和邮政模式毛利率低于直销、2023 年和 2024 年高于直销的原因及影响因素，贸易商模式毛利率波动较大的原因及合理性。④说明内销毛利率与外销毛利率变动趋势相反的原因，各年度差异较大的合理性，2021 年度外销毛利率变动及原因解释是否准确合理。

(2) 原材料价格传导机制有效性。①公司定价主要采取成本加成并参考市场价格的方式，通过合理吨毛利加成销售定价方式，毛利率水平与原材料价格通常呈反向变动趋势，价格传导具有滞后性。②公司毛利率总体分析认为公司定价机制及品牌影响力能够一定程度及时有效传导原料波动风险。③在粮食市场价格疲软、主要原材料行情下行压力的持续影响下，除普通肥料 2023 年度平均售价同比略微增长外，公司新型肥料、新型肥料中间体和普通肥料产品的平均售价报告期内逐年下降。请发行人：①结合主要客户定价机制、原材料（如

尿素、磷酸一铵、磷酸二铵、氯化钾、硫酸钾等）采购价格和数量变动情况等，说明发行人是否承担原材料价格变动的主要风险，针对主要原材料价格及库存变动对毛利率、利润的影响作敏感性分析。②对比不同客户调价机制主要约定内容，包括调价触发条件、调价幅度、调价频率及实际执行情况，说明公司是否能够有效传导原材料波动风险，前后表述是否矛盾。③结合上下游市场供需情况、议价能力、供货合同及销售合同的保价条款等情况，说明原材料价格的波动是否传导至产品售价，公司针对原材料价格波动采取的应对措施是否有效，并进行风险提示。

请保荐机构及申报会计师对上述事项进行核查，说明核查方式、范围、依据及结论，并发表明确意见。

#### 【回复】

##### 一、不同产品及销售模式毛利率差异的合理性

（一）列表说明报告期内各类产品在不同销售模式下（经销、直销、邮政和贸易商等）的销售收入、销量、平均售价、生产成本及原材价格等情况，结合产品类别及使用场景、不同销售区域市场供需和竞争情况、直接材料、直接人工、制造费用变化等情况，说明主营业务毛利率逐年上升的原因及合理性，是否存在下滑风险，并进行风险揭示

##### 1、各类产品在不同销售模式下的销售收入、销量、平均售价、单位成本及原料价格情况

报告期各期，公司新型肥料、新型肥料中间体、普通肥料在不同销售模式下的销售收入、销量、平均售价、单位成本情况如下表所示：



产品类别	销售模式	销售收入（万元）				销量（万吨）				平均售价（元/吨）				单位成本（元/吨）			
		2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
新型肥料	经销	<b>90,248.75</b>	127,317.10	128,373.64	128,072.64	<b>33.81</b>	48.12	47.56	43.67	<b>2,668.96</b>	2,645.68	2,699.35	2,932.51	<b>2,180.62</b>	2,125.11	2,304.08	2,619.38
	直销	<b>16,127.74</b>	33,864.55	34,576.35	35,465.28	<b>6.20</b>	15.05	14.28	15.22	<b>2,599.75</b>	2,250.12	2,421.50	2,330.43	<b>2,081.45</b>	1,667.23	1,914.77	1,819.24
	邮局	<b>17,270.42</b>	28,622.14	30,169.43	32,516.30	<b>6.40</b>	10.08	10.55	10.12	<b>2,696.72</b>	2,839.35	2,859.58	3,212.00	<b>2,156.61</b>	2,260.93	2,343.31	2,750.99
	贸易商	<b>1,144.39</b>	2,600.26	745.99	750.69	<b>0.42</b>	0.86	0.27	0.24	<b>2,712.55</b>	3,027.56	2,766.10	3,070.79	<b>2,377.56</b>	2,733.09	2,508.67	2,918.91
	合计/平均	<b>124,791.30</b>	<b>192,404.05</b>	<b>193,865.41</b>	<b>196,804.90</b>	<b>46.84</b>	<b>74.11</b>	<b>72.66</b>	<b>69.26</b>	<b>2,663.98</b>	<b>2,596.12</b>	<b>2,668.26</b>	<b>2,841.56</b>	<b>2,165.98</b>	<b>2,057.65</b>	<b>2,234.03</b>	<b>2,463.86</b>
新型肥料 中间体	经销	<b>671.60</b>	649.31	378.91	369.92	<b>0.24</b>	0.18	0.06	0.04	<b>2,801.63</b>	3,580.79	6,250.99	9,389.38	<b>2,237.87</b>	2,856.17	4,035.59	5,900.23
	直销	<b>13,684.38</b>	24,722.45	32,015.29	30,738.69	<b>6.01</b>	9.19	10.12	9.08	<b>2,277.40</b>	2,690.18	3,164.30	3,385.12	<b>2,126.47</b>	2,555.01	2,956.94	3,044.17
	邮局	<b>0.76</b>	3.46	5.11	7.31	<b>0.00</b>	0.00	0.00	0.00	<b>12,473.21</b>	12,966.32	20,940.82	20,379.61	<b>6,598.41</b>	7,527.25	6,998.20	7,444.14
	贸易商	<b>2,133.04</b>	4,851.63	10,741.05	12,411.63	<b>1.04</b>	1.90	3.30	3.53	<b>2,054.81</b>	2,547.24	3,258.45	3,518.48	<b>1,972.21</b>	2,426.65	3,013.54	3,156.83
	合计/平均	<b>16,489.77</b>	<b>30,226.86</b>	<b>43,140.36</b>	<b>43,527.55</b>	<b>7.29</b>	<b>11.28</b>	<b>13.47</b>	<b>12.65</b>	<b>2,263.02</b>	<b>2,680.60</b>	<b>3,201.54</b>	<b>3,441.50</b>	<b>2,108.19</b>	<b>2,538.29</b>	<b>2,975.71</b>	<b>3,084.61</b>
普通肥料	经销	<b>507.82</b>	1,788.56	3,128.64	5,220.78	<b>0.16</b>	0.64	1.16	1.86	<b>3,098.68</b>	2,807.57	2,700.95	2,812.03	<b>2,672.82</b>	2,432.33	2,423.80	2,587.73
	直销	<b>824.51</b>	3,063.88	1,965.53	4,141.70	<b>0.29</b>	1.08	0.61	1.38	<b>2,816.63</b>	2,841.28	3,234.23	3,007.05	<b>2,348.43</b>	2,196.26	2,820.97	2,779.71
	邮局	<b>4,614.27</b>	6,978.46	9,467.98	11,305.02	<b>1.73</b>	2.49	3.00	3.74	<b>2,670.92</b>	2,807.47	3,156.92	3,021.64	<b>2,115.60</b>	2,307.15	2,732.60	2,611.44
	贸易商	<b>105.00</b>	530.44	9,810.69	2,296.30	<b>0.04</b>	0.18	3.25	0.59	<b>2,598.90</b>	2,912.76	3,021.63	3,888.88	<b>2,634.78</b>	2,448.76	2,367.74	3,106.33
	合计/平均	<b>6,051.60</b>	<b>12,361.34</b>	<b>24,372.85</b>	<b>22,963.81</b>	<b>2.22</b>	<b>4.38</b>	<b>8.01</b>	<b>7.57</b>	<b>2,720.30</b>	<b>2,820.18</b>	<b>3,042.04</b>	<b>3,035.23</b>	<b>2,196.72</b>	<b>2,303.95</b>	<b>2,546.80</b>	<b>2,674.88</b>



公司主营业务为新型肥料及新型肥料中间体的研发、生产、销售和技术服务，主要产品包括腐植酸增效肥料、控释肥料、水溶肥料等新型肥料及包膜尿素等新型肥料中间体，占公司主营业务收入的90%以上。

报告期内，公司新型肥料销售以经销渠道为主，占比65%以上，辅以直销、邮政渠道销售，均占比15%左右；公司新型肥料中间体主要面向直销厂家和贸易商，直销收入占比70%以上，贸易商客户占比15%以上；公司普通肥料以邮政渠道为主，个别年度贸易商销售占比较高。受细分产品结构等因素影响，公司不同销售模式同一产品大类平均单价及成本存在一定的差异。

报告期各期，公司主要产品单位成本及直接材料情况如下：

单位：元/吨

产品类别	年度	单位成本	其中：直接材料
新型肥料	2025年1-6月	2,165.98	2,002.23
	2024	2,057.65	1,879.78
	2023	2,234.03	2,065.88
	2022	2,463.96	2,303.41
新型肥料中间体	2025年1-6月	2,108.19	1,974.29
	2024	2,538.29	2,356.04
	2023	2,975.71	2,770.04
	2022	3,084.61	2,878.84
普通肥料	2025年1-6月	2,196.72	1,973.64
	2024	2,303.95	2,078.35
	2023	2,546.80	2,264.43
	2022	2,674.88	2,445.31

公司主营业务成本由直接材料、直接人工、制造费用和运输费用构成，直接材料包括尿素、磷酸一铵、磷酸二铵、氯化钾等。报告期内，公司主营业务成本结构较为稳定，直接材料占主营业务成本的90%左右，为其主要构成部分。受主要原料价格变动影响，公司各类产品单位成本、单位直接材料逐年下降。

2、结合产品类别及使用场景、不同销售区域市场供需和竞争情况、直接材料、直接人工、制造费用变化等情况，说明主营业务毛利率逐年上升的原因及合理性

### （1）公司销售定价策略对毛利率变动的整体影响

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 13.04%、14.75%、18.69% 和 **17.38%**，产品毛利率主要受到大宗原材料市场价格波动等因素的影响。公司营业成本中直接材料占比 90% 左右，主要原材料包括氮肥、磷肥、钾肥等，上述原材料价格波动直接影响到公司的生产成本。

公司产品定价主要采取成本加成并参考市场价格的方式，通过合理吨毛利加成销售定价方式，使得公司产品在售价高位时毛利率较低，售价低位时毛利率较高，毛利率水平与原材料价格通常呈反向变动趋势；同时价格传导具有滞后性，原料行情波动剧烈时会进一步扩大毛利率变动幅度。

2022 年，公司主要原材料尿素、磷酸一铵、氯化钾等价格于年中涨到阶段性高点，后续随着原材料价格开始整体下行，公司依据市场情况调整售价，受前期采购的高价原料库存影响，该年度公司毛利率较低。2023 年以来，公司及时调整采购战略，在整体行情下行的背景下减少备货，缩短承担材料价格波动风险的时间，保证了一定的利润空间，使得毛利率有所提升。**2025 年 1-6 月，受尿素等原料价格持续下行影响，公司调整相应售价，吨毛利有所下降，同时在销售旺季原料价格有所回升，单位成本上涨，使得毛利率水平有所降低。**

报告期内，在大宗化肥原料价格整体下行的背景下，公司不断优化经营管理，及时调整采购销售战略，毛利率变动整体符合行业特征，具有一定的合理性。

### （2）不同毛利率产品类别结构性变化对主营业务毛利率的影响

报告期内，公司产品/业务类别对主营业务毛利率贡献情况如下：

项目	2025 年 1-6 月较 2024 年度			2024 年度较 2023 年度			2023 年度较 2022 年度		
	单项业务毛利率因素影响	收入占比因素影响	毛利率贡献率变化	单项业务毛利率因素影响	收入占比因素影响	毛利率贡献率变化	单项业务毛利率因素影响	收入占比因素影响	毛利率贡献率变化
新型肥料	-1.73%	0.60%	-1.13%	3.65%	1.24%	4.89%	2.21%	-0.03%	2.18%
新型肥料中间体	0.17%	-0.09%	0.08%	-0.22%	-0.26%	-0.48%	-0.55%	0.01%	-0.54%
普通肥料	0.04%	-0.21%	-0.17%	0.11%	-0.66%	-0.56%	0.41%	0.08%	0.49%
其他	-0.04%	-0.04%	-0.08%	0.07%	0.01%	0.08%	-0.08%	-0.34%	-0.42%



合计	-1.57%	0.26%	-1.30%	3.61%	0.33%	3.94%	1.99%	-0.28%	1.71%
----	--------	-------	--------	-------	-------	-------	-------	--------	-------

2023 年度、2024 年度，公司新型肥料产品贡献的毛利率变动分别为 2.18 个百分点、4.89 个百分点，其中单项业务毛利率因素分别影响 2.21 个百分点、3.65 个百分点，导致主营业务毛利率分别上涨 1.71 个百分点、3.94 个百分点。据此，**2022 年至 2024 年**，公司新型肥料毛利率上升为主营业务毛利率逐年上升的主要因素。

新型肥料具有改善肥料品质和性质、提高肥料的利用率、改善土壤质量等功能。公司新型肥料主要包括腐植酸增效肥料、控释肥料、水溶肥料等功能性肥料，属于较高附加值的产品，主要面向经销商销售。随着公司品牌影响力增强、客户黏性提升、产品结构优化，新型肥料毛利率有所提升，进一步推动了主营业务毛利率上升。

2025 年 1-6 月，公司新型肥料产品贡献的毛利率变动为-1.13 个百分点，其中单项业务毛利率影响-1.73 个百分点，主要受尿素等原料价格下行影响，公司调整售价以响应市场变化，导致主营业务毛利率下降 1.30 个百分点。

### （3）不同毛利率区域结构性变化对新型肥料毛利率的影响

报告期内，公司销售区域对新型肥料毛利率贡献情况如下：

项目	2025 年 1-6 月较 2024 年度			2024 年度较 2023 年度			2023 年度较 2022 年度		
	单项业务毛利率因素影响	收入占比因素影响	毛利率贡献率变化	单项业务毛利率因素影响	收入占比因素影响	毛利率贡献率变化	单项业务毛利率因素影响	收入占比因素影响	毛利率贡献率变化
华东	-0.60%	-2.75%	-3.36%	1.49%	-0.86%	0.63%	1.65%	-0.38%	1.27%
华北	-0.76%	0.88%	0.12%	1.49%	0.31%	1.79%	0.60%	0.34%	0.93%
东北	0.05%	1.08%	1.13%	0.51%	0.00%	0.51%	0.13%	-0.01%	0.13%
华中	0.04%	-0.36%	-0.32%	0.57%	-0.02%	0.54%	0.38%	0.00%	0.38%
西北	-0.38%	0.61%	0.23%	0.67%	0.27%	0.94%	0.07%	0.05%	0.12%
其他	0.13%	0.01%	0.14%	-0.06%	0.11%	0.05%	0.22%	-0.07%	0.15%
合计	-1.52%	-0.53%	-2.05%	4.67%	-0.20%	4.47%	3.05%	-0.07%	2.98%

2023 年度较 2022 年度，公司华东、华北区域销售贡献的毛利率变动分别为 1.27 个百分点、0.93 个百分点，其中单项业务毛利率因素分别影响 1.65 个百分

点、0.60个百分点，导致新型肥料毛利率上涨2.98个百分点。2024年度较2023年度，公司华东、华北、西北区域销售供销的毛利率分别为0.63个百分点、1.79个百分点和0.94个百分点，其中单项业务毛利率因素分别影响1.49个百分点、1.49个百分点和0.67个百分点，导致新型肥料毛利率上涨4.47个百分点。据此，报告期内，公司华东、华北、西北区域销售毛利率上升为2023年度、2024年度新型肥料毛利率上升的主要因素。2025年1-6月较2024年度，公司华东区域的毛利率贡献率下降3.36个百分点，该区域收入占比因素影响较大，使得当期毛利率有所下滑。

公司华东区域销售以山东省内为主，华北区域销售以河北省、内蒙古为主，西北区域销售集中于新疆，属于我国主要粮食产区或经济作物种植区域，拥有广阔的市场需求。公司立足山东，凭借多年深耕经验及行业内技术领先优势，品牌影响力较强，客户黏性高；公司在河北与知名助农服务商中和农服加强合作，借助其渠道网络与农户资源快速下沉，实现较好的经济效益；内蒙古、新疆地区复合肥生产企业对腐植酸优质原料的运用相对较少，公司毛利率较高的含腐植酸水溶肥产品在当地得到了较好的推广。2022年至2024年，公司上述区域新型肥料销售毛利率提升较大，进一步推动了主营业务毛利率上升。

2025年1-6月，受用肥季节性影响，以东北地区为代表的单季肥市场收入占比提升，而华东地区作物种植通常为一年两季，该地区肥料采购产品的养分含量通常低于东北等北方市场，单位成本相对较低，在合理吨毛利加成的定价基础上毛利率相对较高。因毛利率较高区域上半年销售占比较低，2025年1-6月公司新型肥料毛利率小幅下滑具有一定的合理性。

#### （4）直接材料、直接人工、制造费用变化对主营业务毛利率的影响

报告期内，公司主营业务毛利率受直接材料、直接人工、制造费用变动的影响情况如下：

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
单价（元/吨）	2,586.03	2,605.16	2,769.54	2,954.63
单位成本（元/吨）	2,136.50	2,118.38	2,361.10	2,569.31
毛利率	17.38%	18.69%	14.75%	13.04%



毛利率变动	<b>-1.30%</b>	3.94%	1.71%	
单价变动对毛利率的影响	<b>-0.60%</b>	-5.38%	-5.81%	
单位成本变动对毛利率的影响	<b>-0.70%</b>	9.32%	7.52%	
其中：单位直接材料变动对毛利率的影响	<b>-1.48%</b>	9.17%	7.89%	
单位直接人工变动对毛利率的影响	<b>0.04%</b>	0.12%	-0.17%	
单位制造费用变动对毛利率的影响	<b>0.72%</b>	-0.42%	-0.08%	

2023 年度较 2022 年度，公司主营业务毛利率上升 1.71 个百分点，单价变动及单位成本变动分别影响-5.81 个百分点、7.52 个百分点，其中单位直接材料变动对毛利率的影响为 7.89 个百分点；2024 年度较 2023 年度，公司主营业务毛利率上升 3.94 个百分点，单价变动及单位成本变动分别影响-5.38 个百分点、9.32 个百分点，其中单位直接材料变动对毛利率的影响为 9.17 个百分点；**2025 年 1-6 月较 2024 年度，公司主营业务毛利率下降 1.30 个百分点，单价变动和单位成本变动分别影响-0.60 个百分点、-0.70 个百分点，单位成本中直接材料变动对毛利率的影响为-1.48 个百分点，对成本波动影响较大。因此，公司主营业务毛利率受直接材料变动影响较大。**

报告期内，公司主要原材料价格整体呈下行趋势，公司根据预期行情积极推行低库存的采购策略，受高价库存原料周转的影响较小，在此背景下公司销售产品单位成本有所下降。公司在与主要销售渠道客户合作中已形成合理的价格转移机制，根据原材料价格波动情况更新报价，平均销售单价与单位成本表现出相同的变动趋势。受益于产品结构优化、客户黏性提升，加之 2023 年及 2024 年市场行情均为旺季价格下跌，期间下游的刚性需求有助于公司维持售价，公司平均销售单价下降幅度小；同时，由于产品价格变动较原材料价格变动在时间上存在一定的滞后性，而且在调整幅度也存在一定的差异，平均销售单价变动幅度小于单位成本，在原料价格下行背景下有利于毛利率水平提升。

**2025 年 1-6 月，一方面，受用肥季节性影响，上半年北方市场销售占比提升，因作物生长周期长，对肥料产品养分含量需求较高，其单位成本相对较高，在合理吨毛利加成的定价基础上毛利率相对较低；另一方面，受主要原料尿素价格下行的持续影响，公司调整售价以响应市场行情变动，同时原料价格旺季**

价格回升，单位成本上涨，毛利率小幅下滑具有合理性。

### 3、毛利率是否存在下滑风险，并进行风险揭示

报告期内，公司通过主动调整产供销经营策略、优化产品定价方式，依托新型肥料的产品优势，实现了毛利率的整体提升。但受大宗原料波动影响，公司毛利率存在一定的下滑风险。公司已在招股说明书“重大事项提示”之“五、重大风险提示”及“第三节 风险因素”之“五、财务风险”之“（三）毛利率波动的风险”披露毛利率波动的风险，具体如下：

#### “（三）毛利率波动的风险

报告期内，公司综合毛利率分别为 13.27%、15.04%、18.83% 和 17.49%，2022 年至 2024 年呈逐年上升趋势，2025 年 1-6 月小幅降低，主要受到大宗原材料市场价格波动等因素的影响。尽管未来新型肥料预期市场占有率提升有利于增强公司的盈利能力，但若未来市场竞争加剧，业务环境发生重大变化，大宗原料大幅波动，公司将面临毛利率波动风险，进而影响盈利水平。”

（二）结合新型肥料技术先进性、客户类型、销售单价及成本变动等情况，说明新型肥料和新型肥料中间体毛利率变动趋势相反、各期新型肥料平均售价低于新型肥料中间体、新型肥料毛利率高于新型肥料中间体的原因及合理性，说明各期新型肥料平均售价低于普通肥料、2023 年度普通肥料毛利率高于新型肥料的原因及合理性

1、新型肥料毛利率高于新型肥料中间体、新型肥料和新型肥料中间体毛利率变动趋势相反的原因及合理性

（1）基于产品性质、客户类型及成本水平差异，新型肥料毛利率高于新型肥料中间体

公司新型肥料属于可直接施用的成品肥料，直接或通过经销商、邮政及贸易商等农资渠道间接售卖给种植户，终端市场用肥存在一定的品牌认知及路径依赖，品牌溢价能力强；而新型肥料中间体属于需要再加工的半成品产品，直接或通过贸易商间接售卖给肥料生产企业用于再加工，以包膜尿素为代表的中间体产品属性更接近于大宗商品，品牌溢价能力弱。



与此同时，中间体产品因原料纯度、品质较高并含高价功能性辅材，单位成本通常高于成品肥料，在相同毛利加成的条件下毛利率较低。

基于产品性质及客户类型差异，公司制定了针对性的定价政策，新型肥料的吨毛利加价标准高于肥料中间体，其毛利率高于肥料中间体具有合理性。

## （2）新型肥料和新型肥料中间体毛利率变动趋势相反的原因及合理性

报告期各期，公司新型肥料毛利率分别为 13.29%、16.27%、20.74% 和 18.69%，2022 年至 2024 年逐年上升，2025 年小幅降低；新型肥料中间体毛利率分别为 10.37%、7.05%、5.31% 和 6.84%，先降后升，二者变动趋势相反。

报告期各期，公司新型肥料、新型肥料中间体平均销售单价及单位成本变动情况如下：

单位：元/吨

产品类别	平均销售单价	变动率	单位成本	变动率	毛利率	变动
<b>2025 年 1-6 月</b>						
新型肥料	2,663.98	2.61%	2,165.98	5.26%	18.69%	-2.05 个百分点
新型肥料中间体	2,263.02	-15.58%	2,108.19	-16.94%	6.84%	1.53 个百分点
<b>2024 年度</b>						
新型肥料	2,596.12	-2.70%	2,057.65	-7.90%	20.74%	4.47 个百分点
新型肥料中间体	2,680.60	-16.27%	2,538.29	-14.70%	5.31%	-1.74 个百分点
<b>2023 年度</b>						
新型肥料	2,668.26	-6.10%	2,234.03	-9.33%	16.27%	2.98 个百分点
新型肥料中间体	3,201.54	-6.97%	2,975.71	-3.53%	7.05%	-3.32 个百分点
<b>2022 年度</b>						
新型肥料	2,841.56	-	2,463.86	-	13.29%	-
新型肥料中间体	3,441.50	-	3,084.61	-	10.37%	-

2023 年度，公司新型肥料、新型肥料中间体单位成本分别较上年度下降 9.33%、3.53%，平均销售单价分别较上年度下降 6.10%、6.97%，综合影响下，新型肥料毛利率上升 2.98 个百分点，新型肥料中间体毛利率下滑 3.32 个百分点。

2024 年度，公司新型肥料、新型肥料中间体单位成本分别较上年度下降 7.90%、14.70%，平均销售单价分别较上年度下降 2.70%、16.27%，综合影响下，

新型肥料毛利率上升 4.47 个百分点，新型肥料中间体毛利率下滑 1.74 个百分点。

2025 年 1-6 月，公司新型肥料、新型肥料中间体单位成本分别较上年度上升 5.26 个百分点、下降 16.94 个百分点，平均销售单价分别较上年度上升 2.61 个百分点、下降 15.58 个百分点，综合影响下，新型肥料毛利率下降 2.05 个百分点，新型肥料中间体毛利率上升 1.53 个百分点。

#### 1) 2022 年至 2024 年新型肥料与新型肥料中间体毛利率变动相反的原因

2022 年至 2024 年，在原料价格下行市场背景下，公司新型肥料平均销售单价下降幅度低于成本变动，新型肥料中间体平均销售单价下降幅度高于成本变动，进而导致二者毛利率呈反向变动趋势。造成上述售价、成本及毛利率变动幅度差异的原因主要系：

##### ①新型肥料市场竞争力提升

公司始终专注于新型肥料的研究和开发，经过多年的技术研发和积累、应用与推广实践，成功解决和突破了多项技术难题，形成了腐植酸活化技术、包膜控释技术、生物菌防控技术、土壤调理技术等核心技术，在肥料增效剂、控释肥料包膜技术等领域达到了先进水平，形成腐植酸增效肥料、控释肥料等主要销量产品。公司深耕于新型肥料行业，以产品和技术引领，以市场需求为导向，通过持续研发创新，推出高效、安全、环境友好的新型肥料的同时，辅以配套的高效种植综合解决方案，满足客户不同应用场景的需求。因公司新型肥料产品品牌影响力提升，客户黏性增强，在下行市场中售价调整幅度小于原料波动幅度。

##### ②新型肥料产品结构变化

报告期内，公司西北区域销售规模增速较快，该地区较多使用大量元素水溶肥，该类产品具有高毛利率、高单价的特征。

综合新型肥料市场竞争力提升、产品结构变动，公司新型肥料平均销售单价变动幅度较低，毛利率保持较高具有合理性。

##### ③中间体市场竞争格局变化

从需求端角度，由于包膜尿素可以有效提高养分利用率，与普通尿素具有一



定的替代关系。而膜材成本相对固定，当原料价格下行时，控释肥料的替代性价比降低，其中间体产品的市场需求随之降低。

从供给端角度，随着缓控释肥行业的快速发展，肥料生产企业纷纷加快研发并投产包膜尿素，产品市场竞争加剧。公司肥料中间体主要面向肥料生产企业销售，相比新型肥料，客户黏性较弱，公司为适应市场竞争降低售价，在下行市场中售价调整幅度大于原料波动幅度。

## 2) 2025年1-6月，新型肥料与新型肥料中间体毛利率变动相反的原因

### ①新型肥料区域及产品结构变化

2025年1-6月，受用肥季节性影响，以东北地区为代表的单季肥市场收入占比提升。因北方市场作物生长周期长，肥料采购以高养分含量产品为主，材料成本较高，在合理吨毛利加成的定价基础上毛利率相对较低。因此，受新型肥料销售区域及其相应产品结构的影响，公司2025年1-6月新型肥料毛利率有所下滑具有一定的合理性。

### ②新型肥料中间体原料行情变动、成本优化举措

受尿素价格持续下行的影响，公司新型肥料中间体产品单位成本较上年度有所降低。随着包膜尿素市场供需结构趋于稳定，在合理吨毛利加成的基础上毛利率略有提高；与此同时，公司积极改进包膜材料、优化生产工艺等措施，使得产品成本下降幅度较大。综合上述因素，2025年1-6月新型肥料中间体毛利率有所回升具有合理性。

## 2、新型肥料平均售价与新型肥料中间体、普通肥料差异的原因及合理性

报告期各期，公司主要产品类别单价及差异情况如下表所示：

单位：元/吨

产品类别	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
新型肥料①	2,663.98	2,596.12	2,668.26	2,841.56
新型肥料中间体②	2,263.02	2,680.60	3,201.54	3,441.50
普通肥料③	2,720.30	2,820.18	3,042.04	3,035.23
①-②	400.96	-84.48	-533.28	-599.94
①-③	-56.32	-224.06	-373.78	-193.67



**(1) 因原料成本差异，公司新型肥料 2022 年至 2024 年平均售价低于新型肥料中间体**

2022 年度至 2024 年度，公司新型肥料平均售价分别为 2,841.56 元/吨、2,668.26 元/吨和 2,596.12 元/吨，新型肥料中间体平均售价分别为 3,441.50 元/吨、3,201.54 元/吨和 2,680.60，差异分别为-599.94 元/吨、-533.28 元/吨和-84.48 元/吨，主要受成本水平差异影响，如下表所示：

单位：元/吨

产品类别	2024 年度	2023 年度	2022 年度
新型肥料	2,057.65	2,234.03	2,463.86
新型肥料中间体	2,538.29	2,975.71	3,084.61
差异	-480.64	-741.68	-620.75

据上表，2022 年度至 2024 年度，公司新型肥料单位成本分别低于新型肥料中间体 620.75 元/吨、741.68 元/吨和 480.64 元/吨，具体原因如下：

①含量、用料结构及功能性辅料差异

公司新型肥料中间体主要由包膜尿素构成，占中间体收入的比例超过 95%。一方面，公司包膜尿素的主材单耗超过 0.95，而新型肥料中除控释肥料单耗较高外，其他主要产品如腐植酸增效肥料、水溶肥主材单耗分别在 0.85、0.70 左右，公司中间体产品大量元素含量高于新型肥料。

另一方面，公司生产包膜尿素产品主要采用单价较高的二次造粒大颗粒尿素，而新型肥料的氮肥原料相对多样，除尿素外还包括单价较低的氯化铵及硫酸铵，成品中其他成分占比较多，且普遍低于中间体单价；与此同时，公司包膜尿素的核心膜材辅料价格较高，平均每吨肥料使用不低于 300 元。

②新型肥料中间体细分产品结构差异

除包膜尿素外，公司新型肥料中间体还包括少量肥料增效剂。公司的肥料增效剂主要由腐植酸钾和黄腐酸钾构成，其原料为腐植酸褐煤，与大量元素关联性小，该类提取物超过 5,000 元/吨，对中间体产品单位成本有一定的提升作用。

综合上述含量、用料结构、功能性辅料及细分产品结构差异影响，公司包膜

尿素中间体产品单位成本高于新型肥料具有合理性。

**(2) 受原料价格波动及用肥季节性影响，2025 年 1-6 月公司新型肥料平均售价高于新型肥料中间体**

2025 年 1-6 月，受市场供需等因素影响，尿素市场价格持续走低。尿素作为包膜尿素产品最主要原材料，占比相对较高，公司新型肥料中间体产品单位成本较上年度下降，位于较低水平。

受用肥季节性影响，上半年北方单季肥市场销售收入占比高于年度水平，因该区域作物生长周期长，对肥料产品养分含量需求较高，成本较高。叠加磷肥价格有所回升等因素，2025 年 1-6 月，公司新型肥料产品单位成本相对较高具有合理性。

因此，综合原料价格波动及用肥季节性影响，2025 年 1-6 月公司新型肥料单位成本略高于中间体产品，新型肥料平均售价高于新型肥料中间体具有一定的合理性。

**(3) 因细分产品结构、市场定价及销售季节时点因素等，公司新型肥料平均售价低于普通肥料**

报告期各期，公司新型肥料平均售价分别为 2,841.56 元/吨、2,668.26 元/吨、2,596.12 元/吨和 **2,663.98 元/吨**，普通肥料平均售价分别为 3,035.23 元/吨、3,042.04 元/吨、2,820.18 元/吨和 **2,720.30 元/吨**，差异分别为-193.67 元/吨、-373.78 元/吨、-224.06 元/吨和 **-56.32 元/吨**。

#### 1) 新型肥料细分产品结构因素

公司新型肥料细分产品类别包括腐植酸增效肥料、控释肥料、水溶肥及其他功能性肥料，其他功能性肥料主要由微生物肥料和中微量元素肥构成，占新型肥料收入的比例不超过 10%。其中，微生物肥料所耗用的原材料主要为微生物及其发酵液，中微量元素肥料中含有硫、钙、镁、硅、锰、硼、锌、钼、铁和铜等，主要用于土壤调理，此两类新型肥料与大量元素化肥原料价格关联性小，且销售单价通常处于 1,000-2,000 元/吨区间，对新型肥料平均销售单价存在一定的影响。



扣除该类肥料影响后，公司新型肥料、普通肥料产品价格对比如下：

单位：元/吨

产品类别	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
新型肥料(不含其他功能性肥料)	<b>2,722.87</b>	2,797.79	2,864.18	3,132.91
普通肥料	<b>2,720.30</b>	2,820.18	3,042.04	3,035.23
差异	<b>2.57</b>	-22.39	-177.86	97.68

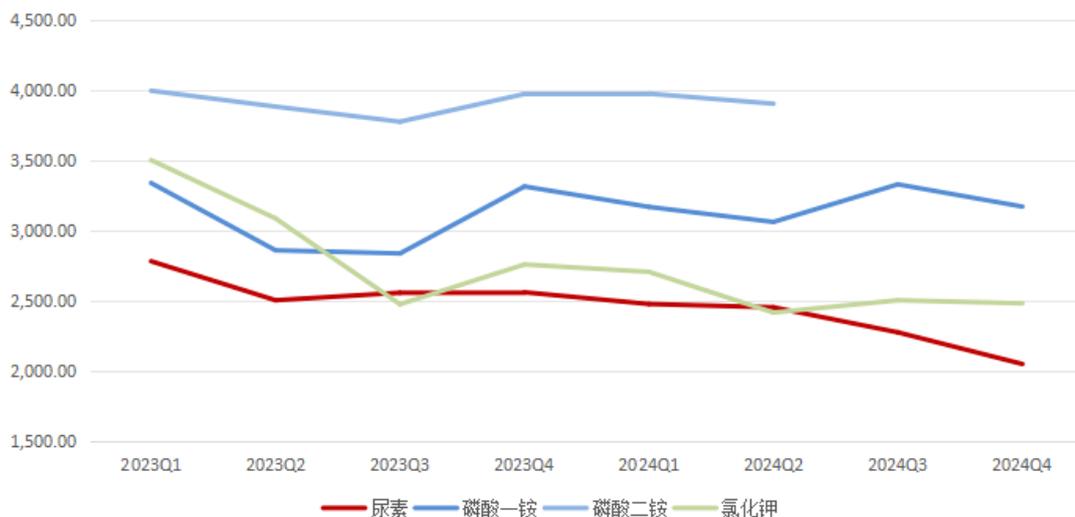
据上表，扣除其他功能性肥料后，新型肥料各期价格分别提升至 3,132.91 元/吨、2,864.18 元/吨和 2,797.79 元/吨，2022 年度、**2025 年 1-6 月**高于普通肥料 97.68 元/吨、**2.57 元/吨，符合产品定位**；2023 年度、2024 年度分别低于普通肥料 177.86 元/吨和 22.39 元/吨，扣除后差异有所缩小。

## 2) 市场价格与销售季节的匹配因素

农业生产周期决定了化肥的消费具有一定季节性。公司第一季度及第二季度收入通常占全年的 60%左右。其中，公司合作的邮政客户集中于农业生产季节性更强的北方省份，上半年销量规模通常占全年的 70%以上。公司向邮政客户销售产品结合成本加成并参照市场价格报价并与具体合作的省市级机构协商定价，在销售季节内通常按照统一价格进行结算。公司普通肥料主要销售对象为邮政客户，2023 年以来原料化肥市场价格整体呈下行趋势，邮政渠道定价时间较早，平均销售单价较高具有合理性。相比之下，公司主要通过经销渠道销售的新型肥料辐射区域更为广泛，第三季度用肥占比通常高于普通肥料产品。

2023 年至 2024 年，公司化肥生产主要原料市场价格波动情况如下：

主要原料市场价格季度波动（单位：元/吨）



数据来源：ifind

据上图，2023年以来公司生产用料市场价格整体呈下行趋势，上半年通常处于价格高位，其中尿素作为最主要的原料，2023年第一季度达到相对峰值后持续下滑。公司普通肥料上半年销售占比较高，在上述行情背景下2023年、2024年平均售价高于新型肥料具有合理性。

### 3、2023年度普通肥料毛利率高于新型肥料的原因及合理性

2023年度，普通肥料毛利率略高于新型肥料，主要受客户泰安罗森化工有限公司采购出口肥影响，该业务销量占普通肥料比例的40%左右，定价受配方等方面要求较高，对普通肥料毛利率贡献较大。扣除此客户影响，2023年度公司普通肥料毛利率为12.64%，低于新型肥料（16.27%），符合产品定位。

（三）分析说明 2022年经销和邮政模式毛利率低于直销、2023年和2024年高于直销的原因及影响因素，贸易商模式毛利率波动较大的原因及合理性

1、受产品结构差异、细分客户结构变动影响，公司2022年经销和邮政模式毛利率低于直销、2023年和2024年高于直销

2022年度至2024年度，公司主要销售模式毛利率情况对比如下：

销售模式	2024年度	2023年度	2022年度
经销	19.59%	14.60%	10.65%
直销	17.60%	13.97%	17.14%



邮政渠道	19.87%	16.96%	14.16%
------	--------	--------	--------

2022 年度至 2024 年度，公司经销模式毛利率分别为 10.65%、14.60% 和 19.59%，邮政渠道毛利率分别为 14.16%、16.96% 和 19.87%，呈上升趋势；直销模式毛利率分别为 17.14%、13.97% 和 17.60%，先降后升。2022 年经销和邮政模式毛利率低于直销、2023 年和 2024 年高于直销，主要系产品结构差异、细分客户结构变动影响所致。

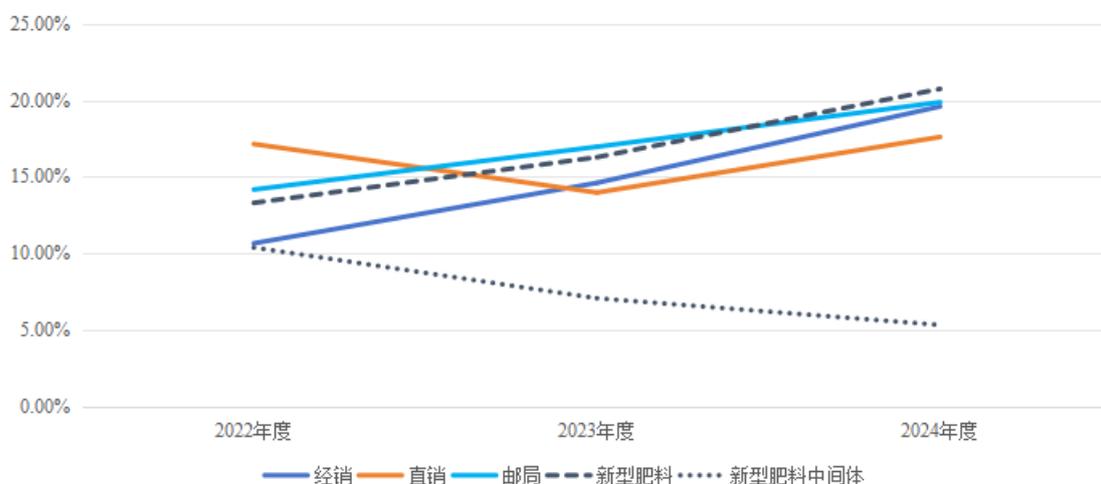
(1) 公司直销模式下中间体销售占比较高，受该产品毛利率持续下行影响，公司经销、邮政模式 2023 年和 2024 年毛利率高于直销

2022 年度至 2024 年度，公司主要销售模式按产品收入结构如下：

产品/业务类别	年度	经销	直销	邮政渠道
新型肥料	2024	98.12%	54.47%	80.39%
	2023	97.34%	50.16%	76.10%
	2022	95.82%	49.21%	74.19%
新型肥料中间体	2024	0.50%	39.77%	0.01%
	2023	0.29%	46.44%	0.01%
	2022	0.28%	42.65%	0.02%
普通肥料	2024	1.38%	4.93%	19.60%
	2023	2.37%	2.85%	23.88%
	2022	3.91%	5.75%	25.79%
主营业务-其他	2024	0.00%	0.83%	0.00%
	2023	0.00%	0.55%	0.00%
	2022	0.00%	2.39%	0.00%

据上表，公司经销、邮政渠道销售均以新型肥料为主，各期收入占比分别达 95%、70% 以上，毛利率水平主要受新型肥料产品毛利率影响；公司直销收入中，新型肥料、新型肥料中间体占比分别在 50%、40% 左右，中间体收入占比显著高于经销商及邮局客户，其毛利率水平受中间体产品毛利率影响较大。具体如下图所示：

主要销售模式及产品类别毛利率



2022 年度至 2024 年度，公司新型肥料毛利率分别为 13.29%、16.27% 和 20.74%，逐年提升，因此以新型肥料为主要销售类别的经销及邮政渠道毛利率逐年上升；受原料行情波动、短期市场竞争加剧等多方面影响，公司新型肥料中间体毛利率分别为 10.37%、7.05% 和 5.31%，有所下滑，而该产品占直销收入的 40% 左右，对直销模式毛利率产生不利影响，其 2023 年、2024 年毛利率低于经销及邮政渠道具有合理性。

**(2) 2022 年公司政府类直销客户收入占比较高，该类客户采购的主要产品毛利率较高，导致该年度直销毛利率高于经销及邮政渠道**

公司 2022 政府客户及其他行政事业单位占直销客户收入的比重为 17% 左右，2023 年、2024 年下降至 13% 左右水平，主要原因系：2021 年以来，国家将化肥等农资纳入国务院联防联控机制生活物资保障范围，进一步凸显了化肥行业稳定发展及保供工作的重要性。2022 年公司各渠道营业收入均实现较大幅度增长，与政府部门的合作规模亦有所增加，向其销售的微生物肥料等其他功能性肥料占收入比例较高，因其具有较高的生态效益，毛利率高于其他产品，使得当年直销毛利率高于经销及邮政渠道。2023 年以来，为减少农业农村局因地方财政压力延迟付款对公司财务及盈利情况的不利影响，公司开始主动控制与政府类直销客户的合作规模，因其占销售收入比例降低，叠加中间体毛利率下滑影响，使得邮政和经销在 2023 年和 2024 年高于直销。

综上，受产品结构差异、细分客户结构变动影响，2022 年经销和邮政模式



毛利率低于直销、2023 年和 2024 年高于直销具有合理性。

## 2、扣除 2023 年高毛利率间接出口订单影响外，公司贸易商毛利率与其主要销售类别新型肥料中间体毛利率趋势一致

2022 年度至 2024 年度，公司贸易商模式销售毛利率分别为 11.48%、14.09% 和 7.10%，其毛利率水平及波动主要受产品结构影响。公司贸易商收入的产品结构情况如下：

类别	2024 年度	2023 年度	2022 年度
新型肥料	32.58%	3.50%	4.86%
新型肥料中间体	60.78%	50.43%	80.29%
普通肥料	6.65%	46.06%	14.85%

注：2024 年度，公司向贸易商出售新型肥料销售占比上升，系因客户需求出口包膜氮钾肥，按国家分类标准属于掺混肥，根据公司产品划分标准分类至新型肥料，但其配比含量实质更接近包膜尿素类新型肥料中间体。如划分至中间体，公司 2024 年度向贸易商销售产品新型肥料占比为 10.32%，新型肥料中间体占比为 83.04%。

据上表，公司贸易商销售以新型肥料中间体为主，除 2023 年度外均为 80% 以上。2022 年度至 2024 年度，公司中间体毛利率为 10.37%、7.05% 和 5.31%，2022 年度、2024 年度与贸易商模式毛利率相对接近。

2023 年度，贸易商泰安罗森化工有限公司向公司采购普通肥料用于出口，该项业务占公司当期贸易商渠道销售收入 45% 左右，同时配方特殊，产品定价较高等因素影响使得毛利率偏高。扣除该部分影响后，公司当期贸易商渠道毛利率为 7.66%，与中间体类别毛利率变动趋势一致。

### （四）说明内销毛利率与外销毛利率变动趋势相反的原因，各年度差异较大的合理性，2021 年度外销毛利率变动及原因解释是否准确合理

#### 1、受产品结构影响，公司外销毛利率变动趋势不同于内销，且各年度差异较大

报告期内，公司以境内销售为主，各期销售占比均超过 98%，公司内销收入产品结构与主营业务接近；各期外销收入占比低于 2%，不同于内销，其产品结构中新型肥料中间体占比相对较高。具体如下：

分类	产品类型	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
----	------	--------------	---------	---------	---------



内销	新型肥料	<b>84.55%</b>	81.74%	74.96%	75.52%
	新型肥料中间体	<b>11.20%</b>	12.77%	15.47%	15.02%
	普通肥料	<b>4.11%</b>	5.27%	9.42%	8.79%
	其他	<b>0.13%</b>	0.22%	0.15%	0.66%
外销	新型肥料	<b>100.00%</b>	77.34%	0.00%	0.00%
	新型肥料中间体	-	19.10%	100.00%	98.96%
	普通肥料	-	3.56%	0.00%	1.04%
	其他	-	0.00%	0.00%	0.00%

注：2024 年**以来**，公司外销产品中新型肥料中间体占比降低，系因客户需求出口包膜氮钾肥，按国家分类标准属于掺混肥，根据公司产品划分标准分类至新型肥料，但其配比含量实质更接近包膜尿素类新型肥料中间体。如划分至中间体，公司 2024 年度、**2025 年 1-6 月**外销产品新型肥料中间体占比为 96.14%**和 100.00%**。

据上表，公司不同销售区域产品结构差异较大：内销以新型肥料为主，占比 80%左右，其次为新型肥料中间体，占比 15%左右，与主营业务产品结构相近；外销以新型肥料中间体为主，占比 90%以上。由此，公司内销、外销毛利率分别与主营业务、中间体产品变动趋势一致，如下表所示：

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
内销毛利率	<b>17.40%</b>	18.78%	14.79%	13.03%
主营业务毛利率	<b>17.38%</b>	18.69%	14.75%	13.04%
外销毛利率	<b>11.95%</b>	9.25%	11.08%	13.56%
新型肥料中间体毛利率	<b>6.84%</b>	5.31%	7.05%	10.37%

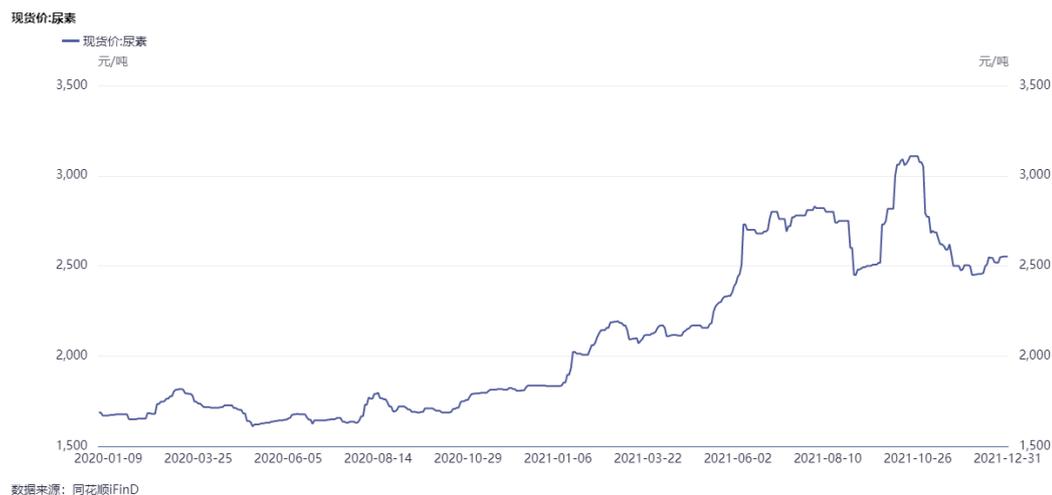
据上表，报告期各期，公司内销毛利率分别为 13.03%、14.79%、18.78%**和 17.40%**，**2022 年至 2024 年**逐年上升，**2025 年 1-6 月**小幅降低，与主营业务毛利率水平接近且变动趋势一致；外销毛利率分别为 13.56%、11.08%、9.25%**和 11.95%**，**先降后升**，与新型肥料中间体毛利率变动趋势一致，略高于该产品毛利率系境内外销售定价差异所致。

综上，受产品结构影响，公司外销毛利率变动趋势不同于内销，且各年度差异较大具有一定的合理性。

**2、2021 年外销毛利率低于内销，除产品结构差异外，主要系原料价格持续上涨对长交货周期的出口产品的不利影响所致**

2021 年度，公司内销毛利率为 19.68%，主营业务毛利率为 19.65%，符合内销收入产品结构；外销毛利率 9.05%，新型肥料中间体毛利率为 14.54%，外销毛利率低于中间体产品主要原因系，自 2020 年以来原料价格持续上涨，出口订单交货周期较长，部分销售合同签订时点较早，定价较低。

2020 年及 2021 年，尿素价格变动趋势如下图所示：



公司 2021 年度境外收入第一大客户为 QINGDAO PACIFIC MAPLE TRADING CO LT，占当期外销收入的 50% 以上。该客户第一季度采购量较大，对应合同签订时间为 2020 年 9 月-10 月，发货季尿素市场价格较合同日涨幅较大，对该客户及公司境外销售毛利率造成一定的不利影响。

## 二、原材料价格传导机制有效性

（一）结合主要客户定价机制、原材料（如尿素、磷酸一铵、磷酸二铵、氯化钾、硫酸钾等）采购价格和数量变动情况等，说明发行人是否承担原材料价格变动的主要风险，针对主要原材料价格及库存变动对毛利率、利润的影响作敏感性分析

### 1、发行人是否承担原材料价格变动的主要风险

#### （1）主要客户定价机制

公司邮政客户主要采用公司报价后协商定价，政府客户主要采用招投标方式确定交易价格，除此之外，经销及直销客户交易定价均以公司报价为主，部分客



户存在一定议价空间。公司产品定价主要采取成本加成并参考市场价格的方式，即通过即时原料成本、生产成本及相关税费计算生产成本，再综合产品类别、客户渠道、竞争格局等因素确定合理吨毛利形成报价。公司根据原料市场价格波动及时进行调整报价。由于即时原料成本能够合理反映原材料市场价格变动情况，公司在以销定产、以产定采的经营模式下，其定价机制能够有效传导原材料价格变动风险。

与此同时，公司会根据经销商预收账款情况，在保证安全库存的情况下，降低原材料库存，对上游供应商预付一部分货款，根据客户下单情况，及时向上游供应商预定原材料加工生产，以保证公司承担较小的原材料波动风险。

综上，公司根据原材料价格变化及时调整报价，同时合理降低库存，支付预付款，保证上下游价格及时传导从而降低原材料变动的风险。

## （2）原材料采购价格及数量变动情况

报告期各期，公司原材料采购价格和数量变动情况如下：

单位：万吨、元/吨

类别	名称	2025年1-6月			2024年度			2023年度			2022年度	
		数量	平均采购价格	价格变动	数量	平均采购价格	价格变动	数量	平均采购价格	价格变动	数量	平均采购价格
氮肥	尿素	19.42	1,665.70	-15.59%	27.24	1,973.32	-17.56%	30.02	2,393.62	-6.43%	31.03	2,558.10
磷肥	磷酸一铵	6.39	3,469.12	7.29%	9.29	3,233.26	8.22%	14.19	2,987.66	-12.49%	12.46	3,413.93
钾肥	氯化钾	7.22	2,741.19	23.01%	11.63	2,228.43	-16.38%	11.68	2,665.05	-33.06%	9.06	3,981.34
磷肥	磷酸二铵	2.54	3,396.66	3.19%	5.33	3,291.60	7.50%	3.33	3,062.09	-15.22%	3.80	3,611.72
氮肥	硫酸铵	6.74	855.27	12.84%	11.67	757.93	-12.09%	13.36	862.16	-34.71%	9.50	1,320.54
氮肥	氯化铵	3.70	470.59	-0.68%	8.64	473.83	-37.17%	7.87	754.16	-41.85%	9.53	1,297.03
钾肥	硫酸钾	0.63	3,347.97	6.49%	0.97	3,143.99	3.06%	1.47	3,050.55	-32.51%	0.61	4,520.01
	总计	46.64	-	-	74.78	-	-	81.92	-	-	76.00	-

据上表，2022年度至2024年度，公司化肥原料采购数量先升后降，与公司销售规模变动趋势整体一致；公司主要尿素等氮肥原料平均采购价格逐年下降，磷肥、钾肥价格自2024年陆续企稳。公司存货价值受到原材料价格变动影响较大。



公司向上游采购原料化肥主要以供应商报价为主，符合行业特征。公司主要原料化肥属于大宗商品，市场价格相对透明，同时公司对主要原材料引入多家供应商报价的方式，能够保障原料供给并选择相对有利的交易价格。

## 2、主要原材料价格及库存变动对公司毛利率、利润影响的分析

### (1) 不考虑价格传导，原料化肥价格分别变动对公司毛利率、利润影响情况

报告期内，公司主要采购的原料包括尿素、磷酸一铵、磷酸二铵及氯化钾，占各期原料采购金额的85%以上。假设影响收入和其他因素保持不变，仅上述主要原材料价格分别每变动±5%时，测算主营业务毛利率及净利润对材料价格变动的敏感性，具体如下：

原材料名称	原材料价格变动	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
		主营业务毛利率变动	净利润变动率	主营业务毛利率变动	净利润变动率	主营业务毛利率变动	净利润变动率	主营业务毛利率变动	净利润变动率
尿素	±5%	(-/+) <b>1.16%</b>	(-/+) <b>11.57%</b>	(-/+) <b>1.22%</b>	(-/+) <b>16.80%</b>	(-/+) <b>1.35%</b>	(-/+) <b>29.78%</b>	(-/+) <b>1.39%</b>	(-/+) <b>30.86%</b>
磷酸一铵	±5%	(-/+) <b>0.72%</b>	(-/+) <b>7.14%</b>	(-/+) <b>0.64%</b>	(-/+) <b>8.82%</b>	(-/+) <b>0.73%</b>	(-/+) <b>16.15%</b>	(-/+) <b>0.74%</b>	(-/+) <b>16.42%</b>
磷酸二铵	±5%	(-/+) <b>0.24%</b>	(-/+) <b>2.40%</b>	(-/+) <b>0.33%</b>	(-/+) <b>4.57%</b>	(-/+) <b>0.16%</b>	(-/+) <b>3.53%</b>	(-/+) <b>0.14%</b>	(-/+) <b>3.21%</b>
氯化钾	±5%	(-/+) <b>0.64%</b>	(-/+) <b>6.40%</b>	(-/+) <b>0.51%</b>	(-/+) <b>6.96%</b>	(-/+) <b>0.59%</b>	(-/+) <b>13.04%</b>	(-/+) <b>0.65%</b>	(-/+) <b>14.48%</b>

由上表可见，在假设条件下，原材料价格波动对发行人的净利润及主营业务毛利率的变动存在一定影响。其中，尿素作为最主要的生产原料，占成本的比重30%左右，公司盈利能力对其价格变动的敏感度较高，当原料价格每增减5%，对主营业务毛利率的影响分别为1.39个百分点、1.35个百分点、1.22个百分点和**1.16个百分点**，分别影响各期利润30.86%、29.78%、16.80%和**11.57%**；公司毛利率、利润水平对磷酸一铵、磷酸二铵及氯化钾的价格变动敏感度相对较低。

### (2) 考虑价格传导，原料化肥价格整体变动对公司毛利率、利润影响情况

2022年度至2024年度，公司主营产品平均售价变动占单位成本变动的比例分别为87.24%、82.09%、67.04%，可见公司定价机制可以一定程度上传导原材料价格变动。由于不同养分功效对复合肥产品的不可替代性，通常氮肥、磷肥、钾肥价格整体变动趋势不存在较大差异。假设影响成本的其他因素保持不变，公



司大量元素化肥原料平均采购价格变动±5%时，在价格传导幅度为 50%的情况下测算主营业务毛利率及净利润对材料价格变动的敏感性，具体如下：

原材料价格变动	价格传导情况	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
		主营业务毛利率变动	净利润变动率	主营业务毛利率变动	净利润变动率	主营业务毛利率变动	净利润变动率	主营业务毛利率变动	净利润变动率
-5%	调整售价	1.03%	5.72%	1.01%	7.12%	1.17%	17.06%	1.32%	21.36%
5%	调整售价	-0.98%	-5.72%	-0.96%	-7.12%	-1.12%	-17.06%	-1.25%	-21.36%

据上表，当公司成本加成并参考市场定价的传导机制能完成 50% 原料下跌幅度的调整售价时，各期主营业务毛利率分别上涨 1.32 个百分点、1.17 个百分点、1.01 个百分点和 1.03 个百分点，传导机制能完成 50% 原料上涨幅度的调整售价时，各期主营业务毛利率分别下降 1.25 个百分点、1.12 个百分点、0.96 个百分点和 0.98 个百分点，净利润变动 21.36%、17.06%、7.12% 和 5.72%，总体影响不大。

### （3）库存管理对公司盈利能力的影响情况

化肥企业的库存管理对毛利率具有一定的影响。当原材料价格上涨时，公司维持较高库存有利于毛利率提升；当原材料价格下跌时，公司需要通过低库存战略维系毛利率水平。实际操作中，公司结合市场预期判断，通过动态管理预收款与库存的匹配关系，缓解原材料涨跌带来的影响。2023 年以来，公司及时调整采购战略，在整体行情下行的背景下减少备货，缩短承担材料价格波动风险的时间，保证了一定的利润空间，使得毛利率有所提升。

### 报告期内季度库存与毛利率变动情况



注：上图季度库存为季度内月初库存平均

（二）对比不同客户调价机制主要约定内容，包括调价触发条件、调价幅度、调价频率及实际执行情况，说明公司是否能够有效传导原材料波动风险，前后表述是否矛盾

报告期内，公司主要采取成本加成并参考市场价格的方式进行产品报价，根据原料市场价格波动适时调整。公司对不同客户类型执行的具体调价机制情况对比如下：

客户类型	具体调价机制
经销、直销（种植户）	公司根据实时原料价格测算产品成本的变动幅度，通常在成本上涨/下跌100元/吨时触发调价，上涨时调价幅度不低于成本变动幅度，下跌时调价幅度不高于成本变动幅度，预付额度内发货产品享受保价政策。公司在每个销售季度开始固定出具一次价格，其他时间根据行情变动调价
邮政渠道	公司按销售季节出具产品价格表，季节内通常按照同一价格进行结算。当原材料价格过快上涨，销售价格不足以覆盖成本时，公司可以选择暂停供货，或向邮政公司申请调价
直销（厂家/品牌农资）、贸易商	原则上一单一议，合同执行期限内无调价机制
直销（政府）	招投标锁价，合同执行期限内无调价机制

据上表，公司面向经销、直销种植户销售，在成本涨跌超过100元/吨时调整价格且价格上涨时调价幅度通常不低于成本变动幅度，能够相对及时、有效传导原材料波动风险；公司面向邮政渠道销售，尽管季节内通常按照同一价格进行



结算，但在原料大幅上涨时公司可以限供或协商调价，减少原料大幅波动对利润的不利影响；其余类型客户合同执行期限内无价格调整机制，公司依据合同签订及时进行原料采购，合同执行期间原材料波动风险较小。

（三）结合上下游市场供需情况、议价能力、供货合同及销售合同的保价条款等情况，说明原材料价格的波动是否传导至产品售价，公司针对原材料价格波动采取的应对措施是否有效，并进行风险提示

1、公司成本加成并参考市场价格的定价机制具备一定的价格传导能力，但传导幅度会受市场供需状况等因素影响

2022 年受俄乌冲突影响，俄罗斯氮肥、白俄罗斯钾肥出口受阻，叠加能源价格飙升，导致全球化肥原料供应紧张，价格创历史新高。2023 年随着部分出口渠道恢复和能源价格回落，供应压力缓解，原料价格显著下跌。2024 年随着新增产能陆续投产，市场供需趋于平衡，价格回归理性。

2022 年至 2024 年，随着原料价格下行，公司主要产品单位成本逐年下降；2025 年 1-6 月，因磷肥、钾肥价格有所回升，同时受种植季节性对产品结构的影响，新型肥料单位成本小幅提升；受尿素价格持续下行影响，新型肥料中间体产品单位成本持续下降。在成本加成并参考市场价格的定价机制下，原材料价格变动得以有效传导，平均售价表现出相同的变动趋势，具体如下：

单位：元/吨

项目	新型肥料				新型肥料中间体			
	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
平均售价	<b>2,663.98</b>	2,596.12	2,668.26	2,841.56	<b>2,263.02</b>	2,680.60	3,201.54	3,441.50
单位成本	<b>2,165.98</b>	2,057.65	2,234.03	2,463.86	<b>2,108.19</b>	2,538.29	2,975.71	3,084.61
吨毛利	<b>498.00</b>	538.47	434.23	377.70	<b>154.83</b>	142.32	225.83	356.89

据上表，报告期内，公司主要产品新型肥料及新型肥料中间体吨毛利变动趋势相反。近年来随着产业结构不断优化，市场对绿色高效复合肥需求增加，同时公司核心产品竞争力日益增强，客户黏性增强，2022 年至 2024 年新型肥料吨毛利逐年提升，2025 年 1-6 月公司为适应行情变动、巩固市场份额下调售价，吨毛利小幅收窄。相比之下，公司以包膜尿素为代表的新型肥料中间体，在原料行

情下行时替代需求减弱，叠加短期市场竞争加剧影响，利润空间受到挤压，2022年至2024年吨毛利逐年下降。2025年1-6月，随着包膜尿素市场供需结构趋于稳定，叠加公司持续改进包膜材料、生产工艺等措施，吨毛利实现小幅提升。

## 2、公司新型肥料产品的议价能力较强，具备价格传导能力

公司原料供应商主要由一些知名大型企业及上市公司构成，如山东润银、晋能控股、华鲁恒升、青海盐湖等，产能和供应相对充足。公司主要原料化肥属于大宗商品，市场价格相对透明，同时公司对主要原材料引入多家供应商报价的方式，能够保障原料供给并选择相对有利的交易价格。

上游原料价格相对透明，且肥料属于刚性需求产品，公司采用成本加成并参考市场价格的方式报价符合市场行情。公司新型肥料产品除与邮政渠道及政府类直销客户合作采用统一协商议价、招投标锁价外，面向其下游客户销售主要以公司报价为主。公司作为全国腐植酸肥料行业“单项冠军”示范企业及多项国家研发计划承担方、多项国家/行业标准主持起草方，在行业内具有较强的技术领先优势与影响力，坚持在终端市场对用肥效果进行观摩示范，同时凭借在生产管理、产品性能及质量等方面的优势，能够持续、充分满足客户的各项需求，因此对客户具备一定的议价能力，具备上行市场中将原料价格压力转移至客户端的能力。

## 3、尽管销售保价弱化了原料价格变动向销售端传导力度，但保价幅度及周期受限，同时采购保价在下行市场中一定程度上可以抵消相关不利影响

公司对传统经销渠道、直销种植户采取预付款保价政策，为肥料行业通行做法，保价周期取决于客户预付款消化进度，最终销售价格原则上取自预付时点至预付额度内产品发货时点公司产品报价的低值。由于客户预付款通常不超过一个种植季的发货金额，且经销客户多为县级代理，资金实力相对有限，除东北、西北区域单一种植季节较长外，保价周期一般为1-2个月，且公司可根据原料价格波动、市场竞争情况及自身利润最大化安排综合进行价格调整，对公司定价机制的实现及原料价格变动的传导影响相对有限。

公司部分与主要合作供应商的采购合同中存在保价类条款，多存在于预期原料下行或淡季市场中，上行及旺季市场通常买断价结算，公司可以根据行情自主

选择或以个别供应商结算时点为准。公司享受上述保价政策，一定程度上可以抵消销售端保价政策的不利影响。

#### **4、公司针对原材料价格波动采取的应对措施及有效性，相关风险提示**

##### **(1) 加强主要原材料市场价格监测，及时调整采购计划**

公司将主要原材料纳入日常价格监测范围，每日对主要原材料采购价格和大宗商品市场价格进行监测，结合行业发展及供求关系分析价格变动趋势，对主要原材料的未来价格变化作出预判，以此作为制定采购计划的依据之一。与此同时，提高采购频率、减少单次采购规模，在预期价格上涨时适量备货，预期价格下跌时维持较低库存。

##### **(2) 拓宽供应渠道，与主要原材料供应商建立稳定合作关系**

针对每种主要原材料，公司均拥有多家合格供应商资源，确保了供应的稳定性并保持一定的竞价机制。公司选择主要供应商时，综合考虑产能供应、采购价格、产品质量及物流成本等因素。目前，公司与主要供应商建立了稳定的合作关系，充分利用规模化采购提升议价能力。

##### **(3) 产品定价环节充分考虑原材料价格波动因素**

公司产品定价主要采取成本加成并参考市场价格的方式，即通过即时原料成本、生产成本及相关税费计算生产成本，再综合产品类别、客户渠道、竞争格局等因素确定合理吨毛利形成报价。即时原料成本能够合理反映原材料市场价格变动情况，公司根据原材料市场价格波动及时进行报价调整，在定价环节已充分考虑原材料价格波动因素，一定程度上可以传导价格波动风险。

##### **(4) 优化生产工艺及产品结构，提高生产效率及市场竞争力**

公司坚持推进新工艺、新材料、新产品的应用，优化生产工艺，提高生产效率，加大新型肥料产品的研发和推广。公司通过提高生产效率降低生产成本，同时扩大高附加值产品的市场份额以提升对下游客户的议价能力，提高盈利能力，以缓解原材料价格上涨风险。

公司已在招股说明书“重大事项提示”之“五、重大风险提示”及“第三节

风险因素”之“四、经营风险”之“（一）主要原材料价格波动的风险”披露主要原材料价格波动的风险，具体如下：

#### “（一）主要原材料价格波动的风险

报告期内，公司营业成本中直接材料占比 90%以上，其中主要原材料包括氮肥、磷肥、钾肥等原料，上述原材料价格波动直接影响到公司的生产成本。

天然气、煤炭是尿素生产中的主要成本组成部分，其价格与国际天然气、煤炭价格高度相关；磷肥的价格主要受磷矿石及硫磺资源的制约；钾元素的基础肥料为氯化钾，我国钾肥产能有限，部分通过进口满足，因此钾肥价格受国际市场影响较大。受全球能源供应、地缘冲突以及供需关系等多重因素的影响，全球大宗原料市场波动剧烈，我国化肥生产企业原料成本波动加剧，经营风险有所提高。

若未来原材料价格大幅度波动，而公司未能对产供销有效协同管理，则公司将会面临因原材料价格波动带来的毛利率下降或存货减值的风险。”

### 三、核查程序及核查意见

#### （一）核查程序

1、获取发行人收入成本明细，核查各类产品在不同销售模式下的收入、销量、平均售价、单位成本及料工费构成情况；访谈发行人销售负责人，了解不同类别产品市场应用及拓展情况、不同区域市场供需和竞争情况，分析主营业务毛利率上升的合理性；

2、查阅公司业务制度文件并访谈发行人销售负责人，了解新型肥料及中间体产品性质及定价差异、市场竞争情况；获取发行人收入成本明细、料工费明细等，分析不同产品单价、毛利率水平及趋势差异的原因及合理性；

3、获取公司收入成本明细，分析产品结构、细分产品类别、客户结构情况，核查不同销售模式毛利率水平差异原因及合理性；

4、获取公司收入成本明细，结合内外销产品结构差异，分析销售毛利率变动趋势差异的合理性；获取外销客户合同并查阅原料市场价格变动情况，核查 2021 年毛利率偏低受定价时点影响的情况；

5、访谈发行人销售负责人，了解主要客户定价机制情况；获取发行人采购明细表，结合原材料采购价格和数量变动情况，分析发行人是否承担原材料价格变动的主要风险；获取发行人成本料工费明细，对主要原材料价格变动对公司毛利率、利润影响作出敏感性分析；

6、查阅公司业务制度文件并访谈发行人销售负责人，了解公司面向不同客户销售的定价模式及具体调价机制，分析是否能够有效传导原材料波动风险；

7、获取公司收入成本明细，分析主要产品平均售价及单位成本变动趋势、吨毛利变动趋势，核查公司定价机制的价格传导有效性及受市场供需关系影响的情况；访谈公司主要客户、供应商，了解与上下游合作的定价模式及公司产品市场地位情况；查阅公司价格政策文件、销售及采购合同，分析保价政策对原材料价格传导的影响；访谈公司采购负责人，了解公司为应对原材料价格波动采取的应对措施并分析有效性。

## （二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、在大宗化肥原料价格整体下行的背景下，公司不断优化经营管理，及时调整采购销售战略，毛利率变动整体符合行业特征；除直接材料影响外，**2022年至2024年**公司主营业务毛利率逐年提升主要源于新型肥料产品销售毛利率上升，华东、华北、西北区域销售毛利率上升；受大宗原料波动影响，公司毛利率存在下滑风险，已在招股说明书中进行风险揭示；

2、新型肥料毛利率高于新型肥料中间体主要系产品性质、客户类型及成本水平差异所致，变动趋势相反的主要原因**受公司新型肥料市场竞争力、产品结构及中间体产品市场竞争格局影响**；因原料成本差异，**2022年至2024年**公司新型肥料平均售价低于中间体产品，受细分产品结构、市场价格及销售季节的匹配因素等影响，公司新型肥料平均售价低于普通肥料；受高利润率出口订单影响，**2023年普通肥料毛利率高于新型肥料具有合理性**；

3、公司**2022年**经销和邮政模式毛利率低于直销、**2023年**和**2024年**高于直销主要受产品结构差异、细分客户结构变动影响；扣除**2023年**高毛利率间接出



口订单影响外，公司贸易商毛利率与其主要销售类别新型肥料中间体毛利率趋势一致；

4、公司外销毛利率变动趋势不同于内销，且各年度差异较大主要受产品结构影响；除此影响外，2021 年外销毛利率低于内销，主要系原料价格持续上涨对长交货周期的出口产品的不利影响所致；

5、公司定价机制能够一定程度上有效传导原材料价格变动，分担的原材料价格变动风险有限；受材料成本占比影响，公司主营业务毛利率、净利润变动对原材料价格变动的敏感性水平较高，但有效的价格传导机制能够弱化该影响；

6、公司对经销及直销种植户销售产品售价调整较为频繁，邮政渠道销售季度内通常按同一价格结算，其余类型客户合同执行期限内无调价机制；与此同时，公司结合库存及下游收款情况及时向上游预付货款，原材料价格波动风险一定程度上可以传导至销售端；

7、公司定价机制具备一定的价格传导能力，但传导幅度会受市场供需状况等因素影响，其中公司新型肥料产品的议价能力较强，传导能力较强，保价条款不会对原料价格风险传导构成重大不利影响；公司针对原材料价格波动已采取了一系列有效的应对措施；公司已在招股说明书中就原材料价格波动风险进行提示。

## 问题 7. 关于期间费用核算准确性

根据申请文件，（1）报告期内，发行人销售费用率分别为 4.54%、5.43%和 5.65%，销售费用主要由职工薪酬、差旅费、会务及招待费、广告及业务推广费构成，报告期内销售费用率逐年上升且高于除挂牌公司汉和生物外的同行业可比公司。（2）发行人报告期内销售费用-广告及业务推广费分别为 3,173.89 万元、3,731.34 万元和 2,664.21 万元，主要系广告投放支出、门头广告牌制作、横幅、展位等物料支出、购置赠品支出。（3）发行人报告期内销售费用-会务及招待费分别为 776.92 万元、1,681.20 万元和 1,594.30 万元，主要系推广组织召开观摩会、订货会等。（4）报告期内，发行人研发费用分别为 5,593.07 万元、5,085.24 万元和 5,070.24 万元，主要由职工薪酬、直接投入构成。

请发行人：（1）分别说明针对经销、直销、贸易商和邮政等不同模式的具体销售情况，包括不限于业务拓展模式、订单获取方式、客户开发及维护模式、销售人员主要分类、对应职能作用、地区分布及数量等，与对应地区的客户数量及销售情况是否匹配，各销售区域对应销售人员的人均销售额、人均差旅费、人均招待费、人均薪酬情况，前述情况与对应区域业绩情况是否相互匹配。（2）结合前述情况以及发行人产品和模式的优劣势，说明销售费用率逐年上升且高于同行业可比公司的原因及合理性。（3）结合不同渠道投放广告的具体方式、金额及效果，分析与营业收入、客户数量的匹配性，广告及业务推广费规模较大的原因，各期赠品的主要内容、涉及主要产品以及与业务发展的相关性。（4）说明报告期各期观摩会、订货会场次、规模、参会人次等信息，结合相关情况并对比同行业可比公司，说明会务费和招待费发生金额是否真实准确，是否涉及商业贿赂。（5）说明研发费用中直接投入和其他费用的具体构成，直接投入逐年下降的原因及与研发项目的执行进度是否匹配，发行人研发领料的具体过程、日常管理及审批流程，研发领料与生产领料如何区分，是否存在混淆情形，各期研发领料的投入产出及库存管理情况，是否形成研发样品、废料及其最终去向，相关会计处理及涉税处理的合规性。（6）说明各期研发人员的数量、占比、学历构成及人均薪资情况，研发人员的认定依据及其合理性，研发人员工时统计与核算是否真实准确，是否存在将生产、销售活动认定为研发活动的情形。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项，说明核查方式、范围、依据及结论，对发行人关键销售人员资金流水核查的范围、比例以及是否存在异常资金往来，并对发行人的成本费用真实性、准确性、完整性发表明确意见。请保荐机构提供期间费用核查相关底稿。

### 【回复】

一、分别说明针对经销、直销、贸易商和邮政等不同模式的具体销售情况，包括不限于业务拓展模式、订单获取方式、客户开发及维护模式、销售人员主要分类、对应职能作用、地区分布及数量等，与对应地区的客户数量及销售情况是否匹配，各销售区域对应销售人员的人均销售额、人均差旅费、人均招待费、人均薪酬情况，前述情况与对应区域业绩情况是否相互匹配。

（一）说明针对经销、直销、贸易商和邮政等不同模式的具体销售情况，包括不限于业务拓展模式、订单获取方式、客户开发及维护模式、销售人员主要分类、对应职能作用、地区分布及数量等，与对应地区的客户数量及销售情况是否匹配

#### 1、不同销售模式的具体销售情况

公司致力于新型肥料及新型肥料中间体研发与生产，精准对接种植需求，广泛采取多种手段积极拓展业务，一方面与电视台、网络视频平台合作，利用其大数据和用户资源，通过内容传播和互动沟通吸引潜在客户，另一方面，线下配套完备的营销体系扩大业务覆盖范围 and 市场份额，举办订货会、观摩会、新产品发布会等，与公众建立良好关系，传递品牌价值，提高客户黏性。不同模式下具体销售情况如下：



销售模式		业务拓展模式	订单获取方式	客户开发及维护模式
经销		通过行业展会、新客户拜访、已合作客户转介绍、广告招商等模式拓展	除季度经销商订货大会外，由经销商根据下游客户需求自主向公司下单	每年对已有公司品牌连续数年销量下滑区域实施客户汰换，连续数年未增长区域进一步挖掘，同时开发新市场；在合作过程中，公司通过向客户传达产品理念，提供活动策划、售后服务、农技培训指导等积极维护
直销	有自主品牌的农资集团或肥料生产企业客户	主要通过行业展会、客户会议等商务活动进行业务拓展	新型肥料中间体产品由生产商自主向公司下单；同时，公司根据产能富余情况和生产商或农资品牌沟通谈判，及时代工一部分公司具有区位优势的新型肥料贴牌产品	通过不定期的拜访、在线沟通、行业展会、订单跟踪联系等方式与客户直接沟通，进行客户维护，及时、准确地了解客户项目需求以及市场动态
	终端使用客户	对于种植面积较大且当地经销商无法服务的种植户采取厂家直供的方式，公司销售人员通过陌生拜访、已合作客户转介绍等方式拓展	公司直接与种植大户、农业服务公司、大基地企业等谈判确定合作关系后，由客户自主下单	主要通过销售人员进行大户回访，对于种植过程中出现的需求及时满足，增加客户黏性
	政府客户及其他行政事业单位	基于各项产业政策为推广新型肥料使用、减肥增效试点示范、高标准农田建设示范新型肥料推广等目的的产品采购，对区域内土壤盐碱板结进行修护的耕地安全利用专项服务采购，参与政府招投标拓展业务	中标后与政府客户签署合同获取订单	主要是利用公司资质、科技形象等优势参与政府项目招标等方式开发合作，配套以农技指导服务等，帮助政府部门在种植户心中树立良好形象



销售模式	业务拓展模式	订单获取方式	客户开发及维护模式
邮政渠道	通过与国家邮政局签订框架合作协议，在框架协议基础上与邮政集团下属的机构签订具体运营协议。通过与各省邮政局谈判、参与竞标等方式确定合作	由邮政客户根据下游客户需求自主向公司下单	在国家邮政局框架合作协议的基础上，公司业务团队拜访各省邮局洽谈合作，再与各地市邮局谈判进行客户开发；各乡镇支局客户是邮局渠道重点服务对象，通过会议、活动、效果观摩等服务增加客户黏性
贸易商	通过行业展会、商务活动、陌生拜访、已合作客户转介绍等模式拓展	与贸易商及时沟通行情，基于贸易商结算优势，如价格优于厂家或农资品牌考虑合作	通过回访客户、经常性地沟通业务及行情交流维护客户

公司不同销售模式的业务拓展模式、订单获取方式、客户开发及维护模式符合该模式下客户需求及市场发展特点，具有合理性。

## 2、销售人员主要分类、对应职能作用、地区分布及数量等，与对应地区的客户数量及销售情况是否匹配

### （1）销售人员主要分类、对应职能作用、不同销售模式下人员数量情况

公司销售人员按职能作用主要分为销售管理人员、业务员两类。其中，销售管理人员根据所负责区域，挖掘市场机会点并制定相应市场策略；根据所负责区域作物及种植习惯，进行区域产品线梳理及重点产品的打造；对所负责区域业务员进行赋能及管理，确保业务目标的达成；通过各类活动提高公司品牌知名度。业务员负责区域老客户的维护及新客户的开发；负责在区域内进行各类动销活动、观摩活动等；负责进行公司品牌宣传推广传播等活动。

由于公司销售部门下设分工与销售模式分类不完全匹配，存在同一销售人员同时对接多种销售模式下客户的情形，可进一步按照细分模式归集入三类渠道。不同销售模式的销售人员分类及数量如下：

渠道类别	销售模式	分类	2025年6月30日	2024年末	2023年末	2022年末
传统渠道	经销及直销（终端使用客户）	销售管理人员	28	28	28	32
		业务员	231	229	225	210
		小计	259	257	253	242
邮政渠道	邮政渠道	销售管理人员	3	3	3	3
		业务员	47	47	49	50
		小计	50	50	52	53
直营渠道	直销（政府客户类、生产商及品牌农资）及贸易商	销售管理人员	2	2	2	2
		业务员	16	15	12	11
		小计	18	17	14	13
合计			327	324	319	308

报告期各期末，公司销售人员数量分别为 308 人、319 人、324 人和 327 人，整体呈上升趋势，除邮政渠道外其余销售人员均有所上升。邮政渠道销售人员数量小幅减少，与该模式下销量变动趋势相匹配。

**(2) 销售人员地区分布及数量，与对应地区的客户数量的匹配情况**

报告期内，公司销售人员地区分布及数量与对应人均维护客户数量情况如下：

渠道类别	销售模式	地区	销售人员数量（人）				人均维护客户数量（家）			
			2025年6月30日	2024年末	2023年末	2022年末	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
传统渠道	经销及直销（终端使用客户）	东北	26	24	22	20	8.35	9.79	9.50	10.15
		华北	51	44	45	39	12.75	19.73	18.42	19.54
		华东	90	98	106	110	7.68	8.51	8.24	8.66
		华南	13	14	16	12	6.23	8.50	6.88	9.08
		华中	39	38	32	28	5.77	7.03	6.59	8.32
		西北	31	29	25	24	8.06	10.10	8.56	9.00
		西南	9	10	7	9	9.56	9.40	9.43	8.44
		小计	259	257	253	242	8.49	10.54	9.93	10.55
邮政渠道	邮政渠道	农邮一区	24	26	26	23	9.17	8.54	8.88	9.65
		农邮二区	15	14	15	17	3.40	3.93	3.73	3.35
		农邮三区	11	10	11	13	7.09	8.00	6.64	5.38
		小计	50	50	52	53	6.98	7.14	6.92	6.58
直营渠道	直销（政府客户类、生产商及品牌农资）及贸易商	小计	18	17	14	13	19.28	28.24	35.07	36.31
合计			327	324	319	308	8.86	10.95	10.54	10.95

注1：邮政渠道因公司自身业务考核分区与行政区域划分存在一定交叉，为方便后续人均薪酬等一系列分析，按照公司业务分区进行统计。农邮一区包括东三省邮局、山西、河北邮局及鲁西北邮局，农邮二区包括鲁西南邮局及河南邮局，农邮三区包括鲁东邮局及江苏邮局；

注2：根据公司销售人员服务实际情况，邮政渠道客户数量按所服务县（区）级邮政分公司数量统计，而非按照签署合同客户主体统计。

据上表，报告期各期末，公司销售人员数量分别为308人、319人、324人和327人，呈小幅提升趋势，人均维护客户数量分别为10.95家、10.54家、10.95家和8.86家，2022年度-2024年度整体保持稳定，2025年1-6月小幅下降，系受种植季节性影响，部分客户采购集中在下半年，上半年客户数量较全年度有所减少所致。



报告期各期末，公司传统渠道销售人员数量分别为 242 人、253 人、257 人和 **259 人**，以华东、华北、华中居多，占比 50% 以上；人均维护客户家数分别为 10.55 家、9.93 家、10.54 家和 **8.49 家**，**2022 年度-2024 年度**整体保持稳定，**2025 年 1-6 月**小幅下降，系受种植季节性影响，部分客户采购集中在下半年，上半年客户数量较全年度有所减少所致。其中，华北地区人均维护客户数量较高，系该地区种植大户数量较多所致。

报告期各期末，公司邮政渠道销售人员数量分别为 53 人、52 人、50 人和 **50 人**，人均维护客户数量分别为 6.58 家、6.92 家、7.14 家和 **6.98 家**，**整体保持稳定**。由于不同区域邮局与公司合作规模存在一定差异，公司合理配置销售资源，人均维护客户数量不同具有合理性。

报告期各期末，公司直营渠道销售人员数量分别为 13 人、14 人、17 人和 **18 人**，人均维护客户家数分别为 36.31 家、35.07 家、28.24 家和 **19.28 家**，2024 年变动较大系基于业务需求及未来发展规划增编所致；**2025 年 1-6 月**，因政府业务和新型肥料中间体产品销售规模缩减，直营渠道人均维护客户家数有所下滑具有一定的合理性。

综上，公司销售人员地区分布及数量合理，与对应地区的客户数量匹配情况较好。

（二）各销售区域对应销售人员的人均销售额、人均差旅费、人均招待费、人均薪酬情况，前述情况与对应区域业绩情况是否相互匹配

### 1、人均销售额

报告期各期，公司各销售区域销售人员的人均销售额情况如下：

单位：万元/人

渠道类别	销售模式	地区	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
传统渠道	经销及直销（终端使用客户）	东北	<b>625.87</b>	620.65	665.49	747.34
		华北	<b>510.48</b>	762.52	776.35	802.81
		华东	<b>296.10</b>	559.63	586.09	617.66
		华南	<b>310.56</b>	334.63	302.55	404.58
		华中	<b>278.20</b>	502.40	583.08	618.63



渠道类别	销售模式	地区	2025年 1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
		西北	<b>487.65</b>	596.71	516.96	512.67
		西南	<b>151.02</b>	276.82	402.00	254.92
		小计	<b>387.33</b>	<b>572.52</b>	<b>596.60</b>	<b>623.86</b>
邮政渠道	邮政渠道	农邮一区	<b>626.59</b>	694.94	852.14	854.17
		农邮二区	<b>248.15</b>	718.76	724.45	801.43
		农邮三区	<b>284.08</b>	747.29	601.83	812.18
		小计	<b>437.71</b>	<b>712.08</b>	<b>762.36</b>	<b>826.96</b>
直营渠道	直销（政府客户类、生产商及品牌农资）及贸易商	小计	<b>1,406.77</b>	<b>3,103.86</b>	<b>5,083.79</b>	<b>5,401.24</b>
合计			<b>451.15</b>	<b>726.88</b>	<b>820.55</b>	<b>860.45</b>

报告期各期，公司销售人员人均销售额分别为 860.45 万元、820.55 万元、726.88 万元和 **451.15 万元**，有所下降，主要受原料市场波动，平均售价整体下行影响。

报告期各期，公司传统渠道人均销售额分别为 623.86 万元、596.60 万元、572.52 万元和 **387.33 万元**，2022 年-2024 年除西北及西南外各区域变动均符合整体趋势。2022 年-2024 年，公司西北区域人均销售额逐年增长，系该地区业务扩张较快，销量增长速度高于人员增幅；西南地区人均销售额波动较大，除 2023 年业务规模较大幅度增长因素外，还受人员流动影响，当期销售人员数量较低所致。2025 年 1-6 月，东北、华北及西北人均销售额较高，系该等地区作物种植面积大，且以一年一季为主，销售主要集中在上半年，销售占比相对较高所致；同时，公司加大南方市场开拓力度，使得华南地区人均销售额提升较大，接近上一年度整体水平。

报告期各期，公司农邮渠道人均销售额分别为 826.96 万元、762.36 万元和 712.08 万元和 **437.71 万元**，2022 年-2024 年除农邮三区外各区域变动均符合整体趋势。2023 年农邮三区人均销售额下降较多，主要系聊城和德州邮局因公司内部架构调整，由 2022 年农邮三区调整至 2023 年农邮一区所致。2025 年 1-6 月，农邮一区人均销售额较高，系该渠道主要覆盖北方市场，作物种植以一年一季为主，上半年销售占比较高所致。



报告期各期，公司直营渠道人均销售额分别为 5,401.24 万元、5,083.79 万元和 3,103.86 万元和 **1,406.77 万元**，与整体趋势变动一致。由于该渠道客户由政府客户及其他行政事业单位、生产商及品牌农资（贴牌）和贸易商客户构成，推广模式不同于经销、邮政业务，人均销售额较大具有合理性，且不具备地域性特征，此处未作拆分。

## 2、人均差旅费

报告期各期，公司各销售区域销售人员的人均差旅费情况如下：

单位：万元/人

渠道类别	销售模式	地区	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
传统渠道	经销及直销(终端使用客户)	东北	<b>2.40</b>	5.64	5.13	5.18
		华北	<b>2.33</b>	6.52	5.54	4.90
		华东	<b>2.09</b>	4.41	4.59	4.03
		华南	<b>3.37</b>	6.62	6.59	6.94
		华中	<b>2.11</b>	4.64	4.66	5.36
		西北	<b>3.75</b>	5.80	5.16	6.00
		西南	<b>3.23</b>	7.53	5.97	5.36
		小计	<b>2.48</b>	<b>5.32</b>	<b>5.04</b>	<b>4.81</b>
邮政渠道	邮政渠道	农邮一区	<b>1.68</b>	3.67	3.39	2.17
		农邮二区	<b>2.20</b>	4.96	5.07	4.21
		农邮三区	<b>2.19</b>	4.58	4.28	4.13
		小计	<b>1.95</b>	<b>4.21</b>	<b>4.06</b>	<b>3.30</b>
直营渠道	直销（政府客户类、生产商及品牌农资）及贸易商	小计	<b>1.02</b>	<b>3.52</b>	<b>3.61</b>	<b>2.46</b>
合计			<b>2.32</b>	<b>5.06</b>	<b>4.81</b>	<b>4.45</b>

报告期各期，公司销售人员人均差旅费分别为 4.45 万元、4.81 万元及 5.06 万元和 **2.32 万元**，**2022 年至 2024 年**整体呈上升趋势，原因一方面系公司积极进行市场拓展及客户开发，销售人员出差天数上升；另一方面随着社会经济发展水平提升，公司报销标准逐步提高。各区域年度间人均差旅费不存在较大波动。

公司人均差旅费水平高低一方面由区域性及季节性差异导致，华南、西北、西南所服务客户距离较远，农邮二区及农邮三区为春秋两季肥市场因此出差天数



较高，人均差旅费相对较高具有合理性。另一方面，传统渠道因业务推广活动多、人均维护客户数高，销售人员出差频次高；邮政渠道因其自身营销体系相对成熟，销售人员出差频次较低；直营渠道主要面向企业客户销售，不同于传统渠道下沉市场的推广模式，人均差旅费最低具有合理性。

### 3、人均会务及招待费

报告期各期，公司各销售区域销售人员的人均会务及招待费情况如下：

单位：万元/人

渠道类别	销售模式	地区	2025年 1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
传统渠道	经销及直销(终端使用客户)	东北	1.04	4.77	5.69	2.62
		华北	1.15	4.87	5.22	2.37
		华东	1.42	4.62	4.55	1.57
		华南	0.42	4.79	4.77	2.58
		华中	1.60	5.02	5.62	2.52
		西北	0.90	4.37	3.98	0.83
		西南	0.17	1.88	2.60	1.00
		小计	1.20	4.61	4.81	1.85
邮政渠道	邮政渠道	农邮一区	3.22	3.47	4.08	3.03
		农邮二区	3.01	4.83	5.69	4.54
		农邮三区	1.80	5.42	6.43	5.16
		小计	2.84	4.24	5.04	4.04
直营渠道	直销（政府客户类、生产商及品牌农资）及贸易商	小计	1.79	11.59	14.49	8.86
合计			1.48	4.92	5.27	2.52

据上表，报告期各期，公司销售人员人均会务及招待费分别为 2.52 万元、5.27 万元、4.92 万元和 1.48 万元。2023 年因前期不可抗力因素影响消除，公司线下营销活动逐步恢复，会议举办及来厂参观接待频次大幅提升；2024 年伴随公司费用管控的加强，相关支出回归合理水平。受作物施肥季节性及产品推广销售节奏影响，一般上半年为多数作物施肥关键期，公司集中精力应对经销商来自下游终端客户需求，销售推广活动大多在下半年举办，使得上半年人均会务及招待费相对较少。整体而言，公司会务及招待费规模与举办场次、接待人次等



相匹配，具体详见本题回复之“四、（一）报告期各期观摩会、订货会场次、规模、参会人次等信息”相关内容。

报告期各期，公司传统渠道人均会务及招待费分别为 1.85 万元、4.81 万元、4.61 万元和 **1.20 万元**，除东北及西北外各区域变动符合整体趋势。2024 年度较 2023 年度，公司东北、西北地区销量分别提升 10.21% 和 36.61%，高于传统渠道其余区域，其人均会务及招待费上升具有合理性。

报告期各期，公司邮政渠道人均会务及招待费分别为 4.04 万元、5.04 万元、4.24 万元和 **2.84 万元**，各区域变动均符合整体趋势。

报告期各期，公司直营渠道人均会务及招待费分别为 8.86 万元、14.49 万元、11.59 万元和 **1.79 万元**，尽管该渠道整体会务及招待费低于传统及邮政，但因人员基数小、人均维护客户数量及人均销售额高，人均会务及招待费**部分年度**较高具有合理性。**2025 年 1-6 月，因政府业务及新型肥料中间体销售规模缩减较大，该渠道人均会务及招待费减少较多。**与此同时，区别于传统及邮政渠道会务举办或来厂参观，该渠道会务及招待费主要由日常招待构成，变动趋势存在一定差异具有合理性。

#### 4、人均薪酬

报告期各期，公司各销售区域销售人员的人均薪酬情况如下：

单位：万元/人

渠道类别	销售模式	地区	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
传统渠道	经销及直销（终端使用客户）	东北	<b>16.56</b>	22.78	23.82	22.91
		华北	<b>9.81</b>	18.77	21.15	17.20
		华东	<b>9.40</b>	17.47	18.26	20.10
		华南	<b>11.95</b>	13.77	15.86	16.65
		华中	<b>9.11</b>	20.28	21.64	17.39
		西北	<b>12.44</b>	22.76	18.44	20.18
		西南	<b>10.21</b>	18.02	13.94	9.34
		小计	<b>10.68</b>	<b>19.02</b>	<b>19.43</b>	<b>18.99</b>
邮政渠道	邮政渠道	农邮一区	<b>9.01</b>	22.70	18.77	13.74
		农邮二区	<b>5.20</b>	17.29	15.44	17.71



渠道类别	销售模式	地区	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
		农邮三区	6.23	20.70	14.49	15.37
		小计	7.25	20.79	16.90	15.41
直营渠道	直销（政府客户类、生产商及品牌农资）及贸易商	小计	16.00	30.56	32.44	33.34
合计			10.45	19.90	19.59	18.98

据上表，报告期各期，公司销售人员人均薪酬分别为 18.98 万元、19.59 万元、19.90 万元和 10.45 万元，2022 年至 2024 年呈小幅提升趋势。

报告期各期，公司传统渠道销售人员人均薪酬分别为 18.99 万元、19.43 万元、19.02 万元和 10.68 万元，2022 年至 2024 年呈先升后降趋势，与销量增量变动趋势一致。2023 年度较 2022 年度，除西北、华东及华南外变动均符合整体趋势，该等区域 2023 年销量增量均低于 2022 年销量增量，因此人均薪酬有所下滑。2024 年度较 2023 年度，除西北及西南外均符合整体变动趋势，其中西北地区增量较多，西南因公司地区支持区域补贴提升，因此人均薪酬有所提升。

报告期各期，公司邮政渠道销售人员人均薪酬分别为 15.41 万元、16.90 万元、20.79 万元和 7.25 万元，2022 年至 2024 年呈上升趋势。2023 年度较 2022 年度，因农邮二区客户回款情况较差，影响绩效考核，人均薪酬下降较多，农邮一区因应收款较低且当年销量增幅较高，人均薪酬上升具有合理性。2024 年度，公司邮政渠道新设经理层级，基础薪资待遇提升，使得人均薪酬整体提升。2025 年 1-6 月，邮政渠道人均薪酬有所下降，与该渠道销售规模变动匹配。

综上，公司各销售区域对应销售人员的人均销售额、人均差旅费、人均招待费、人均薪酬具有合理性，与对应区域业绩情况具有一定的匹配关系。

二、结合前述情况以及发行人产品和模式的优劣势，说明销售费用率逐年上升且高于同行业可比公司的原因及合理性。

#### （一）销售费用率逐年上升的原因及合理性

报告期各期，发行人销售费用构成、占营业收入比例及占销售费用比例情况如下：



项目	2025年1-6月			2024年			2023年			2022年		
	金额	占营业收入比例(%)	占销售费用比例(%)									
职工薪酬	3,416.34	2.29	52.84	6,447.41	2.73	48.28	6,249.93	2.37	43.68	5,845.52	2.18	48.12
办公费	46.59	0.03	0.72	164.80	0.07	1.23	229.06	0.09	1.60	238.73	0.09	1.97
车辆使用费	353.26	0.24	5.46	620.39	0.26	4.65	703.51	0.27	4.92	657.86	0.25	5.42
差旅费	757.03	0.51	11.71	1,632.60	0.69	12.23	1,535.73	0.58	10.73	1,370.85	0.51	11.28
会务及招待费	484.85	0.32	7.50	1,594.30	0.67	11.94	1,681.20	0.64	11.75	776.92	0.29	6.40
广告及业务推广费	1,235.35	0.83	19.11	2,664.21	1.13	19.95	3,731.34	1.41	26.08	3,173.89	1.19	26.13
折旧及摊销	67.32	0.05	1.04	134.84	0.06	1.01	126.68	0.05	0.89	35.37	0.01	0.29
其他	104.84	0.07	1.62	94.38	0.04	0.71	50.97	0.02	0.36	48.94	0.02	0.40
合计	6,465.58	4.33	100.00	13,352.94	5.65	100.00	14,308.43	5.43	100.00	12,148.07	4.54	100.00

由上表可见，报告期各期公司销售费用金额分别为 12,148.07 万元、14,308.43 万元、13,352.94 万元和 **6,465.58 万元**，整体呈先升后降趋势。主要由职工薪酬、差旅费、会务及招待费和广告及业务宣传费构成，占各期销售费用的比例分别为 91.93%、92.24%、92.40% 和 **91.15%**。报告期各期，公司销售费用率分别为 4.54%、5.43%、5.65% 和 **4.33%**，**2022 年至 2024 年**呈逐年上升趋势，具体原因如下：

### 1、2022 年-2023 年销售费用率上升的原因及合理性

2022 年和 2023 年销售费用金额分别为 12,148.07 万元和 14,308.43 万元，销售费用率分别为 4.54% 和 5.43%，其变动一方面系受早期不可抗力因素影响，商业活动受限，2022 年度营销活动开支较少；另一方面，公司处于快速成长期，随着业务规模不断扩大，市场推广及品牌营销投入持续增加。2023 年度，公司销量规模有所上升，与费用变动趋势相匹配。公司销售费用增加主要是职工薪酬、差旅费、会务及招待费和广告及业务推广费增加所致，具体分析如下：

#### (1) 职工薪酬

2022 年和 2023 年职工薪酬金额分别为 5,845.52 万元和 6,249.93 万元，占营业收入比例分别为 2.18% 和 2.37%。根据公司发展需求，业务规模不断扩大，销

售人员职工薪酬也随之增加。

### （2）差旅费

2022年和2023年，公司销售费用差旅费金额分别为1,370.85万元和1,535.73万元，占营业收入比例分别为0.51%和0.58%，销售人员出差天数分别为73,505天和77,664天，公司差旅费变动趋势与业务人员出差天数变动趋势一致。受前期不可抗力因素影响消除和公司发展需求影响，销售人员差旅活动增加，导致差旅费增加。

### （3）会务及招待费

2022年和2023年，公司会务及招待费金额分别为776.92万元和1,681.20万元，占营业收入比例分别为0.29%和0.64%。2022年受不可抗力因素的影响，公司会议和招待活动开展受限，相关费用处于较低水平；2023年，随着相关因素影响解除，公司线下营销活动有所恢复。2022年至2023年，公司会务场次由568次增长至679次，来厂参观接待场次由296次增长至779次，费用变动趋势与会务及接待场次变动趋势一致，相关费用同比显著增长。

### （4）广告及业务推广费

2022年和2023年，公司广告和业务推广费金额分别为3,173.89万元和3,731.34万元，占营业收入比例分别为1.19%和1.41%。2023年度，随着公司业务规模扩大及外部经营环境恢复正常，发行人新签订投流直播、平台视频号广告、短视频咨询及服务费合同，同时加大促宣品开支用于宣传推广，费用大幅提高。

## 2、2023年-2024年销售费用率上升的原因及合理性

2023年和2024年销售费用金额分别为14,308.43万元和13,352.94万元，销售费用率分别为5.43%和5.65%。2024年销售费用较上年度有所下滑，系粮食市场价格疲软背景下公司销售规模有所缩减，同时实施更为严格的预算及费用管控措施所致；销售费用率上升，系公司主要产品销量及销售均价较2023年度有所下滑，营业收入下降所致。

## 3、2025年1-6月销售费用率下降的原因及合理性

2025年1-6月，公司销售费用金额为6,465.58万元，占营业收入的比例为4.33%，销售费用率较上年度有所下滑，主要原因系受产品销售季节性、销售推广活动节奏影响所致。一般上半年为多数作物施肥关键期，公司集中精力应对经销商来自下游终端客户需求，使得上半年营业收入相对较高，推广活动相对较少，效果观摩会、订货会、经销商会议等销售推广活动在下半年举办较多，两者存在一定的时间性差异，期间费用率与上年同期水平基本保持一致。

综上所述，2022年至2024年公司销售费用率逐年上升存在合理性；2025年1-6月，受产品销售季节性、销售推广活动节奏影响，销售费用率有所下降。

（二）结合前述情况以及发行人产品和模式的优劣势，说明销售费用率高于同行业可比公司的原因及合理性

报告期内，发行人与同行业可比公司销售费用率对比如下：

单位：%

公司名称	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
史丹利	3.28	3.76	4.06	3.73
芭田股份	2.29	2.58	3.37	4.35
新洋丰	2.59	2.36	2.17	1.74
红四方	2.14	2.22	2.47	1.98
汉和生物	8.84	10.05	9.24	7.36
平均数	3.83	4.19	4.26	3.83
发行人	4.33	5.65	5.43	4.54

报告期各期，公司的销售费用率分别为4.54%、5.43%、5.65%和4.33%，可比公司平均销售费用率分别为3.83%、4.26%、4.19%和3.83%。公司销售费用率报告期内高于可比公司平均水平，与史丹利接近，低于汉和生物。

销售费用率高于同行业可比公司的原因及合理性如下：

### 1、业务模式的差异

我国化肥行业具有市场分布广、用户分散的特点。由于国土面积广阔，农业生产遍布各地，终端用户以个体农户为主，单户用肥量有限；经销商通常具有本地化优势，熟悉当地种植结构、用肥习惯，公司销售模式以经销为主。除史丹利

和汉和生物，同行业可比公司主营业务均包含化肥原料销售，该类业务面向复合肥生产商等企业客户，销售主要通过大宗贸易完成，无需进行终端推广，因此销售费用率较低。由于复合肥直接面向终端农户，且不同品牌配方、效果差异大，通过经销模式下沉市场推广需求高，销售费用率较高具有合理性。

## 2、产品类型的差异

经过多年研发积累，公司在新型肥料领域突破多项关键技术，构建了“腐植酸+”技术体系，并成功实现产业化。公司产品在功能创新方面表现出色，核心产品在中市场中占据了突出地位，新型肥料销售占比高于可比上市公司。虽然新型肥料在增产增效、土壤改良和环保性能上表现突出，但由于长期使用习惯和认知惯性，许多农户对这类创新产品的实际效果和稳定性仍持观望态度，需要进行更多的宣传推介工作。新型肥料的推广不仅为实现销售目的，更是农业技术普及及种植观念升级的过程，决定了其推广成本必然高于传统肥料。因此，销售费用率高于同行业具有合理性。

## 3、销售人员推广方式的差异及规模效应

由于新型肥料推广过程中面临技术解释成本高、试用转化周期长、配套服务需求高等困境，不同于大型肥料企业传统肥料批发式销售模式，公司销售人员除区域老客户的维护及新客户的开发工作外，还需要深入市场前端，通过市场调研和示范观摩等活动推广来提升品牌影响力、挖掘客户需求并促成销售转化；与此同时，公司处于快速成长阶段，尚未形成规模效应，需要持续增加市场投入，注重维护客情关系。基于上述推广需求，公司会务及招待费、促销宣传品投入均较高，销售费用率高于同行业具有合理性。

综上所述，公司销售费用率报告期内高于可比公司平均水平，销售费用率较高具有合理性。发行人销售费用率与史丹利接近，低于汉和生物，位于同行业合理区间。

三、结合不同渠道投放广告的具体方式、金额及效果，分析与营业收入、客户数量的匹配性，广告及业务推广费规模较大的原因，各期赠品的主要内容、涉及主要产品以及与业务发展的相关性。



（一）结合不同渠道投放广告的具体方式、金额及效果，分析与营业收入、客户数量的匹配性

1、不同渠道投放广告的具体方式、金额及效果

报告期内，公司增强对自主品牌的建设，通过线上和线下的多种营销渠道和全方位的品牌传播方式，包括但不限于在电视台和新媒体平台等进行观摩直播及广告投放、参与各类行业展会及进行品牌宣传、加强客户品牌形象店建设等，扩大产品的市场覆盖面，综合提升市场知名度。

报告期各期，公司广告及业务推广费可分为公司级广告、基础广宣和促宣品，具体金额、内容及效果如下：

类别	金额（万元）			
	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
公司级广告	342.20	512.99	728.05	337.07
基础广宣	188.47	448.33	553.02	543.33
促宣品	704.68	1,702.89	2,450.27	2,293.49
合计	1,235.35	2,664.21	3,731.34	3,173.89

公司级广告由公司在门户网站、行业类网站、自媒体等互联网平台以及电视、纸质媒体进行广告投放支出和少量农技服务支出构成，主要通过电视直播塑造品牌高度、新媒体广告承接流量，各期金额分别为337.07万元、728.05万元、512.99万元和**342.20万元**，2023年较2022年大幅增加，主要系新增农林卫视《中国农资秀》直播合作并加强山东农科频道栏目合作及广告投放所致，2024年较2023年小幅降低。

基础广宣指为开展线下宣传促销活动发生的门头广告牌制作、横幅、展位等物料支出，有效强化公司品牌形象及优化客户体验，各期金额分别为543.33万元、553.02万元、448.33万元和**188.47万元**，报告期内呈先升后降趋势，与公司销量变动趋势相同，同时2024年以来下降较多系受公司费用管控加强影响。

促宣品指公司宣传促销活动购置赠品的费用支出，可以刺激消费决策，各期金额分别为2,293.49万元、2,450.27万元、1,702.89万元和**704.68万元**，报告期内呈先升后降趋势，与公司销量变动趋势相同。2024年以来促宣品支出下降较



多，原因一方面系售价持续下降，公司为维持合理利润率，同步加强预算及费用管控；另一方面，因春节较 2023 年延迟和原料行情持续下行，经销商推迟订货，公司销售集中在 3-5 月，产能基本饱和，后续促销推广活动力度降低。

## 2、与营业收入、客户数量的匹配性

报告期内，公司广告及业务推广费与营业收入、客户数量的匹配情况如下：

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
广告及业务推广费（万元）	<b>1,235.35</b>	2,664.21	3,731.34	3,173.89
主营业务收入（万元）	<b>147,526.37</b>	235,508.39	261,755.55	265,018.80
主营业务销量（万吨）	<b>57.05</b>	90.40	94.51	89.70
客户数量（家）	<b>2,463</b>	3,128	2,966	2,953

注：客户数量按同一控制口径统计。

报告期各期，公司广告及业务推广费分别为 3,173.89 万元、3,731.34 万元、2,664.21 万元和 **1,235.35 万元**，呈先升后降趋势。受原材料价格持续下行影响，公司主营业务收入逐年下降，各期销量规模分别为 89.70 万吨、94.51 万吨、90.40 万吨和 **57.05 万吨**，先增后降，与费用开支变动趋势相同。报告期各期，公司客户数量分别为 2,953 家、2,966 家、3,128 家和 **2,463 家**，推广投入与客户数量增长存在合理错期，公司 2023 年广告及业务推广投入高于 2022 年，使得 2024 年客户数量增幅大于 2023 年。**2025 年 1-6 月**，公司广告及业务推广费较上年同期 **1,346.47 万元** 略有下降，与同期收入变动趋势相近，客户数量减少主要受种植季节性影响，部分地区客户仅在下半年向公司进行采购。

### （二）发行人广告及业务推广费规模较大的原因

报告期内，广告及业务推广费规模与同行业可比公司对比情况如下：

单位：万元、%

公司名称	2025 年 1-6 月		2024 年		2023 年		2022 年	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
汉和生物	<b>436.62</b>	<b>0.83</b>	1,130.94	1.39	900.30	1.33	455.33	0.75
芭田股份	<b>1,816.68</b>	<b>0.71</b>	1,512.72	0.46	2,056.50	0.63	2,756.16	0.97
史丹利	<b>5,047.83</b>	<b>0.79</b>	9,734.06	0.95	10,558.90	1.06	10,588.13	1.17



公司名称	2025年1-6月		2024年		2023年		2022年	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
红四方	504.28	0.28	949.76	0.27	1,251.75	0.32	924.13	0.22
新洋丰	7,053.14	0.75	8,665.66	0.56	6,553.91	0.43	4,507.87	0.28
平均数	2,971.71	0.67	4,398.63	0.72	4,264.27	0.75	3,846.32	0.68
发行人	1,235.35	0.83	2,664.21	1.13	3,731.34	1.41	3,173.89	1.19

报告期内，发行人广告及业务推广费占营业收入的比例分别为 1.19%、1.41%、1.13% 和 0.83%，与史丹利、汉和生物相对接近，高于同行业平均水平，主要原因如下：

（1）相比品牌成熟度高的上市公司，公司正处于快速成长阶段，需通过高频广告快速建立信任，并通过提供宣传物料提升品牌认知度；

（2）相比产品已被市场验证的上市公司，公司聚焦于新型肥料产品的销售，需强调增产增效的独特卖点，需要更为充实的广告内容及更为密集的投放频率，方可在市场竞争中实现差异化突围；

（3）农户用肥存在路径依赖，除必要的广告宣传、示范观摩等推介方式外，促宣品投入等激励政策一定程度上能刺激其消费转型。

综上，发行人广告及业务推广费规模较大具有合理性。

### （三）各期赠品的主要内容、涉及主要产品以及与业务发展的相关性

报告期内，公司赠品种类繁多，包括服饰鞋帽、酒水饮料、电器数码、农副产品、生活日用等，具体如下：

项目	主要产品
服饰鞋帽	工装、T 恤衫、鞋帽、冲锋衣等
电器数码	空调、冰箱、冰柜、手机、电脑、电动车、电饼铛、电饭煲等
酒水饮料	品牌酒、农大情、大学士酒、茶叶、饮料、矿泉水等
农副产品	大米、植物油、醋等
生活日用	毛巾四件套等纺织品、自行车、洗涤用品、工艺品、水杯、卷纸、腐植酸水光复颜面膜等



发行人及其子公司共拥有近百项境内注册商标，其中“农大肥业”“农邮”“黑松土”“大学士”“田园邦”是公司畅销品牌，印有发行人商标的服饰、酒水、生活用品能够加深品牌记忆。公司赠品经济实用，符合百姓务实需求，拉近公司与百姓距离，有利于发行人产品的推广和业务的开展。

四、说明报告期各期观摩会、订货会场次、规模、参会人次等信息，结合相关情况并对比同行业可比公司，说明会务费和招待费发生金额是否真实准确，是否涉及商业贿赂。

#### （一）报告期各期观摩会、订货会场次、规模、参会人次等信息

报告期各期，发行人会务及招待费构成情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年	2023年	2022年
会务费	184.24	765.96	774.79	372.30
来厂参观招待费	113.36	392.97	486.30	81.73
日常招待费	187.25	435.37	420.11	322.89
合计	484.85	1,594.30	1,681.20	776.92

据上表，报告期各期，公司会务及招待费分别为776.92万元、1,681.20万元、1,594.30万元和**484.85万元**，包括会务费、来厂参观招待费及日常招待费。其中，公司会务费支出分别为372.30万元、774.79万元、765.96万元和**184.24万元**，来厂参观招待费支出分别为81.73万元、486.30万元、392.97万元和**113.36万元**，期间变动主要与举办频次有关，具体如下：

#### 1、会务费金额与举办规模、场次及人次情况

报告期各期，公司订货及观摩会召开情况如下：

单位：万元、场、万人

年度	规模	会务费	会务场次	参会人数
2025年1-6月	<100人	65.64	274	0.87
	≥100人	118.60	91	1.48
	总计	184.24	365	2.35
2024年	<100人	232.36	663	2.21
	≥100人	533.60	183	3.69
	总计	765.96	846	5.90



年度	规模	会务费	会务场次	参会人数
2023 年	<100 人	141.29	456	1.78
	≥100 人	633.50	223	4.31
	总计	<b>774.79</b>	<b>679</b>	<b>6.08</b>
2022 年	<100 人	152.37	468	1.71
	≥100 人	219.92	100	1.41
	总计	<b>372.30</b>	<b>568</b>	<b>3.12</b>

2023 年，随着不可抗力因素影响消除，公司营销活动逐步恢复，召开订货及观摩会议场次由 2022 年 568 次增加至 679 次，参会人次由 3.12 万人增加至 6.08 万人，会议费金额由 372.30 万元提升至 774.79 万元；2024 年，因小规模会议场次增加、中大型会议规模场次减少，同时参会人次由 2023 年 6.08 万人下降至 5.90 万人，综合影响下会议费金额小幅降低至 765.96 万元。2025 年 1-6 月，公司会务费金额为 184.24 万元，较上年同期 195.36 万元不存在较大差异。主要系受作物施肥季节性、销售推广节奏影响，一般上半年为多数作物施肥关键期，公司集中精力应对经销商来自下游终端客户需求，下半年举办营销活动较多，上半年会务费用支出较低具有一定的合理性。

## 2、来厂参观接待费金额与举办规模、场次及人次情况

报告期各期，公司来厂参观接待情况如下：

单位：万元、场、万人

年度	规模	来厂参观接待费	接待场次	接待人数
2025 年 1-6 月	<30 人	40.94	168	0.19
	≥30 人	72.42	103	0.51
	总计	<b>113.36</b>	<b>271</b>	<b>0.70</b>
2024 年	<30 人	120.94	455	0.54
	≥30 人	272.03	318	1.69
	总计	<b>392.97</b>	<b>773</b>	<b>2.23</b>
2023 年	<30 人	165.13	503	0.61
	≥30 人	321.17	276	1.47
	总计	<b>486.30</b>	<b>779</b>	<b>2.08</b>
2022 年	<30 人	44.86	234	0.24
	≥30 人	36.88	62	0.32



年度	规模	来厂参观接待费	接待场次	接待人数
	总计	81.73	296	0.57

2023 年，随着不可抗力因素影响消除，公司营销活动逐步恢复，来厂参观接待场次由 2022 年 296 次增加至 779 次，接待人数由 0.57 万人增加至 2.08 万人，同时因远距离客户来厂或配套本地旅游活动，来厂参观接待费金额由 81.73 万元大幅提升至 486.30 万元；2024 年度，来厂参观接待场次由 2023 年 779 次减少至 773 次，接待人数由 2023 年 2.08 万人增加至 2.23 万人，随着公司预算控制和费用管理的加强，来厂参观接待费金额小幅降低至 392.97 万元。2025 年 1-6 月，公司来厂参观接待费金额为 113.36 万元，较上年同期来厂参观接待费 152.68 万元略有下降，受秋季备肥节奏推迟影响，与此同时，上半年较下半年公司营销活动相对较少，与其他销售费用保持相对一致。

综上，整体而言，报告期内公司会务及招待费支出与会议举办及来厂参观接待频次及规模相匹配，但受公司费用管控情况存在一定的波动。

（二）结合相关情况并对比同行业可比公司，说明会务费和招待费发生金额是否真实准确，是否涉及商业贿赂

### 1、公司会务及招待费与同行业公司对比情况

为加强业务推广及客户合作，公司定期组织产品观摩会、订货会等会议活动，通过现场演示及竞品对比分析，直观展示产品性能优势，并促进新老客户间的业务交流；在客户接待方面，除常规业务招待外，公司还承担客户来厂参观的相关接待费用，此项安排可使客户实地考察公司生产运营情况，深入了解产品特性，并参与公司组织的农业技术培训及新产品应用指导等活动。

报告期内，发行人与同行业可比公司会务及招待费对比如下：

单位：万元

公司名称	2025 年 1-6 月		2024 年		2023 年		2022 年	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
芭田股份	33.74	0.01%	61.88	0.02%	142.47	0.04%	75.08	0.03%
汉和生物	107.28	0.20%	255.28	0.31%	132.40	0.20%	87.68	0.14%
红四方	109.12	0.06%	620.68	0.18%	651.61	0.17%	263.86	0.06%



公司名称	2025年1-6月		2024年		2023年		2022年	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
史丹利	330.46	0.05%	817.05	0.08%	863.54	0.09%	381.50	0.04%
发行人	484.85	0.32%	1,594.30	0.67%	1,681.20	0.64%	776.92	0.29%

注：芭田股份、汉和生物、史丹利使用招待费数据，年报未对会议费进行单独披露；新洋丰未单独披露会议费和招待费，因此未在上表列示。

报告期内，发行人会务及招待费支出分别为 776.92 万元、1,681.20 万元、1,594.30 万元和 484.85 万元，占营业收入的比例分别为 0.29%、0.64%、0.67% 和 0.32%，高于同行业可比公司，主要系不同于大型肥料企业原料化肥大宗贸易销售及传统肥料批发式销售模式，新型肥料推广需要深入市场前端，通过示范观摩等活动推广来提升品牌影响力，且公司处于成长阶段，尚未实现规模效应，会务及招待费支出及占比高于同行业公司具有合理性。

## 2、公司会务及招待费支出是否准确，是否涉及商业贿赂

公司对销售费用支出施行严格的预算控制，具体如下：

### （1）预算编制

经营管理部主要负责对市场投入相关费用进行管控，包括会务费、宣传费、招待费、广告费。公司下达预算工作启动通知，各大区提报大区级规划，汇总形成公司级规划，经治理层、管理层多次沟通、协调、调整后确认，各部门在公司级规划基础上进行细化，确定产品销量、加价比例、人员配置、费用支持等信息，汇总形成预算表，签批后下发各部门执行。

### （2）预算管控

#### ①过程管控

公司根据预计销量和相应标准给予各大区预算内市场投入相关费用支持，费用使用遵循先申请后核销的原则，申请在 ERP 中发起，需说明费用使用的合理性和必要性，核销时需关联申请流程。

公司会务及招待费支出核销要求如下：



费用大类	主要费用类型	内部单据	主要外部单据	审批流程
会务费	会议费	费用申请单、费用明细表、会议议程、奖品领用签收单（如有奖品）、费用报销单、银行回单	现场照片、签到表、发票、合同	由申请人提交申请后，分公司经理、大区总监、市场部经理、经营管理部大区主管会计、经营管理部总监审批
招待费	来厂参观招待费	费用申请单、费用明细表、费用报销单、银行回单	发票、点餐清单、住宿清单	由申请人提交申请后，分公司经理、大区总监、经营管理部大区主管会计、经营管理部总监审批
	日常招待费	费用申请单、费用报销单、银行回单	发票、点餐清单	

## ②结果管控

公司召开月度经营分析会，经营管理部和各销售大区对市场投入相关费用预算执行情况进行说明并分析差异原因，出现较大偏差时，由人力资源部提出考核意见，超出预算的费用开支，年度考核时扣除大区业绩。

综上，会务及招待费是公司为加强业务推广及客户合作所发生的必要费用，公司主要业务的发生均有对应支撑性的资料单据支撑，相关单据完备且与活动规模及服务内容相匹配，具有可验证性，相关费用均系真实发生。

报告期内，公司会务及招待费系公司业务发展的实际支出，具有商业逻辑；由于公司处于快速成长阶段，需持续拓展市场导致会务及招待费占比较高，符合公司业务实际情况，不存在通过会务及招待费实施商业贿赂的情形。

**五、说明研发费用中直接投入和其他费用的具体构成，直接投入逐年下降的原因及与研发项目的执行进度是否匹配，发行人研发领料的具体过程、日常管理及审批流程，研发领料与生产领料如何区分，是否存在混淆情形，各期研发领料的投入产出及库存管理情况，是否形成研发样品、废料及其最终去向，相关会计处理及涉税处理的合规性。**

**（一）研发费用中直接投入和其他费用的具体构成，直接投入逐年下降的原因及与研发项目的执行进度是否匹配**

### 1、研发费用中直接投入和其他费用的构成情况

报告期各期，发行人直接投入和其他费用构成情况：



直接投入	2025年1-6月	2024年	2023年	2022年
①直接材料	1,823.59	3,298.53	3,406.76	3,805.42
合计	1,823.59	3,298.53	3,406.76	3,805.42
其他费用	2025年1-6月	2024年	2023年	2022年
①技术服务费	163.76	374.65	339.77	350.44
②燃动、折旧与摊销	77.74	151.10	124.91	101.06
③差旅费	38.37	82.82	94.58	70.22
④其他	69.31	268.86	206.44	317.82
合计	349.18	877.43	765.69	839.54

报告期内，公司研发费用中直接投入金额分别为 3,805.42 万元、3,406.76 万元、3,298.53 万元和 **1,823.59 万元**，均为直接材料，主要系公司小试及中试过程中领用的原材料；其他费用包括技术服务费、燃动、折旧与摊销、差旅费等，其中技术服务费由委托外部研发费用、田间管理费和检测费构成。

## 2、直接投入逐年下降的原因及与研发项目的执行进度是否匹配

### （1）直接投入逐年下降的原因

报告期各期，公司直接投入支出分别为 3,805.42 万元、3,406.76 万元和 3,298.53 万元和 **1,823.59 万元**，系随着市场供需关系变化，公司研发项目涉及的主要原材料采购成本呈现逐年降低趋势，从而带动研发直接投入金额逐年下降。经统计，各期研发项目领用原材料平均单价分别为 2,405.77 元/吨、2,193.66 元/吨、1,894.58 元/吨和 **1,865.07 元/吨**，与原材料市场价格及公司采购价格变动趋势一致。

### （2）直接投入与研发项目的执行进度是否匹配

报告期内，公司主要研发项目开始时间、完成时间和领用原材料时间进度如下：

项目名称	立项时间	结项时间	报告期内材料领用开始时间	报告期内材料领用结束时间
环境友好型工程生物炭基材料土壤调理关键技术研发与应用	2020年1月	2023年12月	2022年3月	2023年12月



项目名称	立项时间	结项时间	报告期内材料领用开始时间	报告期内材料领用结束时间
基于数字农业的土壤养分管理与腐植酸肥料高效利用技术开发与应用	2019年1月	2022年12月	2022年3月	2022年8月
腐植酸土壤护理及改良综合技术示范	2020年11月	2022年12月	2022年1月	2022年12月
农林废弃物环保利用与减肥增效关键技术研发应用	2020年12月	2023年12月	2022年1月	2023年12月
新型绿色农业投入品研发与示范	2020年10月	2023年12月	2022年1月	2023年12月
黄腐酸拌种剂产品研发与应用	2020年4月	2022年12月	2022年1月	2022年7月
中低产田小麦玉米周年增产提质增效技术研究与应用	2021年1月	2024年12月	2022年4月	2024年10月
中低产田土壤障碍消减及地力提升技术集成与示范	2022年1月	2024年12月	2022年2月	2024年10月
设施蔬菜减肥增效关键技术集成与推广	2022年1月	2023年12月	2023年4月	2023年11月
土壤耐盐功能微生物的定向挖掘技术与应用	2022年11月	2024年12月	2023年3月	2024年12月
新型绿色缓控释肥料产品创制与应用	2022年11月	2026年12月	2023年5月	尚未结束
保墒培肥有机-无机复合肥研发与示范	2022年11月	2025年12月	2024年9月	尚未结束
经济作物专用缓控释肥新产品产业化开发	2022年11月	2026年12月	2023年2月	尚未结束
绿色缓控释及稳定性肥料工艺装备研发	2022年11月	2026年12月	2023年2月	尚未结束
绿色缓控释肥料关键技术研究产业化	2022年7月	2025年8月	2023年10月	尚未结束
小麦、玉米、花生、水稻专用肥新产品示范推广	2022年11月	2026年12月	2023年4月	尚未结束
农用光功能材料的优化及其产业化应用技术研究	2022年12月	2026年6月	2023年4月	尚未结束
花生优质丰产节水减肥关键技术创新与示范	2023年7月	2026年6月	2024年1月	尚未结束
高效微生物肥料的创制及应用	2024年7月	2028年6月	2024年12月	尚未结束
种肥精简控释技术与配施增效技术及控释种肥研发	2024年9月	2027年8月	2025年1月	尚未结束

公司研发项目周期一般为2-3年，研发人员根据研发进度发起领料申请并经项目经理审批。公司基于肥料行业发展趋势，制定符合自身业务发展需求的研发项目计划。报告期内，公司研发项目材料领用开始及结束时间与项目执行进度相

匹配。

## （二）发行人研发领料的具体过程、日常管理及审批流程，研发领料与生产领料如何区分，是否存在混淆情形

公司基于肥料行业发展趋势，制定符合自身业务发展需求的研发项目计划，报告期内持续进行新产品、新工艺、新材料的研发与创新，研发投入规模较为稳定，研发材料的领用与研发项目的执行进度相匹配。

### 1、发行人研发领料的具体过程、日常管理及审批流程

公司建立了 ERP 系统，研发材料的领用流程如下：

（1）由研发人员在 ERP 系统中启动《研发日报》，确定本次试验开展车间及对应的研发项目及试验产品信息；

（2）由对应的研发项目组人员根据试验配方在 ERP 系统中发起《研发生产领料》，关联对应的研发日报编号，经研发项目经理、科研助理审核后传递至物管部人员；

（3）物管部人员审核并发放物资，填写实际出库日期后提交，研发人员领料出库，研发领料单详细记录研发项目编号、物资编码、领用数量等信息；

（4）财务部门根据 ERP 系统物管部人员提交的研发生产领料单注明的物资数量金额计入各研发项目直接材料中。

### 2、研发领料和生产领料如何区分，是否存在混淆情形

报告期内，公司研发领料及生产领料流程如下：

领料	领用环节	财务核算环节
研发领料	①由研发人员发起研发领料申请流程，经研发项目经理、科研助理审批；②物资部审核经审批的研发领料单并发放物资。 研发领料单记录研发项目编号、物资编码、领用数量等信息，由领料人、物料保管人员、研发负责人签字确认。	财务部门根据 ERP 系统物管部人员提交的研发生产领料单注明的物资数量金额计入各研发项目直接材料中投入。



领料	领用环节	财务核算环节
生产领料	①生产配方下达后，由车间配料组长填写手工领料单，经保管员确认无误后领料；②保管员清点货位剩余数量，确认无误后由生产发起 ERP 流程并经保管员审批。 材料出库单注明领用车间、材料名称及数量并经仓库保管员、车间负责人签字确认。	原材料生产领料出库采用移动加权平均计算领料单价，根据每个车间的产品生产日报归集原材料，需结转的直接材料数量根据配方计算。

公司通过以上所述环节，使研发领料和生产领料可以在使用部门、对应项目、财务核算等方面进行明确区分。公司的研发领料、生产领料申请、审批和出库等行为均明确记录，研发领料单与生产领料单格式、编号可以明确区分，并经不同负责人审核，不存在将研发领料与生产领料相混淆的情形。

### （三）各期研发领料的投入产出及库存管理情况，是否形成研发样品、废料及其最终去向，相关会计处理及涉税处理的合规性

#### 1、各期研发领料的投入产出，是否形成研发样品、废料及其最终去向

##### （1）小试阶段

小试为研发初期在实验室进行试验工作，小试阶段成果用于实验室实验或用于盆栽、水培或厂区闲置空地试验。

##### （2）中试阶段

当研发项目通过研究、小试达到中试条件时，由项目组提出中试申请，填写中试申请表，说明中试目的和所需条件，由项目负责人确认后，经研发管理部预审，报请研发中心总监审批后实施。

##### 1) 研发样品实验

中试车间生产出符合标准的中试样品后，需要到公司的试验田进行田间应用效果评价试验。

##### 2) 研发样品销售

经过前期的市场培训和宣导，中试产品除满足公司试验自用外，客户也会产生购买需求。因为中试产品并不满足直接销售条件，需要对中试产品进行串包生



产，填写研发中试产品试产销售申请表，并按照市场需求对串包后的产品重新命名。对参与串包的中试产品按照串包数量占该批中试产品的占比计算成本，并相应冲减该中试产品的研发费用，而在串包期间发生的费用则直接计入该产品成本。

### 3) 中试废料处置

在中试过程中因探索产业化生产条件、产品技术指标、工艺操作参数等核心要素不匹配导致的中试失败产品，由项目组对中试失败物料的价值和再次使用可行性进行预评估，填写中试产品失败物料评估表（必要时邀请公司相关技术、质控、生产人员参与），并出具处理意见（处理后再使用），项目管理部报请评审委员会确定处理意见。

处理后再使用标准：通常情况下，中试虽然失败但是产品的基本属性还在，经过简单处理后还可以作为其他产品的原料使用的情形。需要项目组给出处理方案及处理成本预算，确定失败物料的实际价值，由研发人员报请公司财务部门冲减研发费用。

## 2、库存管理情况

公司建立了较为完善的研发项目管理制度，对研发活动执行过程进行跟踪管理，对研发项目物料采购和物料领用进行规范管理和控制，及时准确地归集研发项目对应的支出。报告期内，研发所用的原材料按照公司原料库存管理制度执行，对研发活动形成的试验肥进行单独的库位管理。

## 3、相关会计处理及涉税处理的合规性

### (1) 相关会计处理及涉税处理

序号	项目	会计处理及涉税处理
1	领用材料用于产品研发	借：研发支出-直接材料 贷：原材料
2	中试产品实验	不做会计处理



序号	项目	会计处理及涉税处理
3	中试产品销售时	借：库存商品 贷：研发支出 借：应收账款/银行存款 贷：主营业务收入 应交税费-应交增值税（销项税额） 借：主营业务成本 贷：库存商品
4	中试失败产品再投产时	借：原材料 贷：研发支出-直接材料
5	月末研发支出结转	借：研发费用 贷：研发支出
6	涉税处理	按照研发费用的金额申请加计扣除

## （2）相关会计处理及涉税处理的合规性

### 1) 会计处理

根据《企业会计准则解释第 15 号》：“企业将研发过程中产出的产品或副产品对外销售（以下统称试运行销售）的，应当按照《企业会计准则第 14 号—收入》《企业会计准则第 1 号—存货》等规定，对试运行销售相关的收入和成本分别进行会计处理，计入当期损益，不应将试运行销售相关收入抵销相关成本后的净额冲减研发支出。试运行产出的有关产品或副产品在对外销售前，符合《企业会计准则第 1 号—存货》规定的应当确认为存货，符合其他相关企业会计准则中有关资产确认条件的应当确认为相关资产。

发行人通过研发领料形成的试验肥，会用于实验、撒施或运往试验田进行效果验证，不对外进行销售，不存在需要冲减研发费用的情形，不适用《企业会计准则解释第 15 号》相关规定。对于研发过程中形成的对外销售或再投产的中试产品，已经按照研发产品的数量和金额调减研发支出，增加存货数量和金额；在中试产品实现销售时确认为主营业务收入，同时将研发产生的存货对应的成本结转至主营业务成本，符合《企业会计准则解释第 15 号》的规定。

### 2) 涉税处理

根据《国家税务总局关于研发费用税前加计扣除归集范围有关问题的公告》（国家税务总局公告 2017 年第 40 号），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。

公司在销售中试产品和中试失败产品转入原材料活动中，已经对相关项目的研发支出进行冲减，将销售的产品和转入原材料部分作为存货核算，在申请加计扣除时，并未包含上述部分对应的原材料等支出，公司的涉税处理符合相关法律法规的规定。

六、说明各期研发人员的数量、占比、学历构成及人均薪资情况，研发人员的认定依据及其合理性，研发人员工时统计与核算是否真实准确，是否存在将生产、销售活动认定为研发活动的情形。

（一）各期研发人员的数量、占比、学历构成及人均薪资情况

1、各期研发人员的数量、占比、学历构成

报告期各期末，研发人员的数量、占比及学历构成情况如下：

年度	研发人员学历	人数	占比
2025年6月30日	博士	3	4.76%
	硕士研究生	31	49.21%
	本科	19	30.16%
	大专及以下	10	15.87%
	合计	63	100.00%
2024年末	博士	3	5.08%
	硕士研究生	30	50.85%
	本科	15	25.42%
	大专及以下	11	18.64%
	合计	59	100.00%
2023年末	博士	3	5.45%
	硕士研究生	25	45.45%
	本科	13	23.64%
	大专及以下	14	25.45%
	合计	55	100.00%
2022年末	博士	4	6.56%
	硕士研究生	22	36.07%
	本科	15	24.59%



年度	研发人员学历	人数	占比
	大专及以下	20	32.79%
	合计	61	100.00%

报告期各期末，研发人员数量分别为 61 人、55 人、59 人和 63 人，以硕士研究生为主，受教育程度较高。除上述专职研发人员外，发行人报告期各期存在兼职研发人员，主要为技术骨干及化工行业经验丰富的技术人员，在本职工作之外，参与部分研发工作。

## 2、各期研发人员人均薪资情况

报告期各期，研发人员的数量、占比及学历构成情况如下：

年份	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
研发职工薪酬总额（万元）	368.09	894.28	912.78	948.11
研发人员数量	61	56	56	60
人均薪酬（万元/人）	6.03	15.97	16.30	15.80

注：上表研发人员数量为月度平均研发人员数量。

报告期各期，公司平均薪酬分别为 15.80 万元/人、16.30 万元/人、15.97 万元/人和 6.03 万元/人，研发人员人均薪资不存在较大变化，受研发项目进度、薪酬方案调整的影响，年度间波动存在一定合理性。

### （二）研发人员的认定依据及其合理性

根据《监管规则适用指引——发行类第 9 号：研发人员及研发投入》，研发人员指直接从事研发活动的人员以及与研发活动密切相关的管理人员和直接服务人员。主要包括：在研发部门及相关职能部门中直接从事研发项目的专业人员；具有相关技术知识和经验，在专业人员指导下参与研发活动的技术人员；参与研发活动的技工等。发行人应准确、合理认定研发人员，不得将与研发活动无直接关系的人员，如从事后勤服务的文秘、前台、餐饮、安保等人员，认定为研发人员。

公司的研发中心包括农科院和研究院。农科院下设主要部门包括产品研发部、农化部、作物实验室，主要职责包括：1）负责围绕作物，进行产品的开发推广工作；2）负责作物的套餐研究工作。研究院下设主要部门包括微生物技术部、



控释肥技术部、腐植酸技术部、工艺技术部、大数据技术部、科技项目部等，主要职责包括：1）负责新材料、新工艺、新设备的研究工作；2）负责新产品在生产 and 实际应用中的问题改善等。

根据公司研发人员部门职责，公司的研发人员认定及构成具有合理性。

### **（三）研发人员工时统计与核算是否真实准确，是否存在将生产、销售活动认定为研发活动的情形。**

对于专职从事研发活动的人员，定期向项目经理反馈工作内容，科研助理负责汇总当月项目出勤情况并记录工时提报人资管理部门核算当月人工费用。

对于非专职从事研发活动的兼职人员，由科研助理统计相关人员从事具体研发项目工时情况，并按月提报人资管理部门，人资根据其研发项目工时情况和生产工时情况，将其薪酬在研发活动和生产等活动中进行分配。

每个月由人力资源部生成上月工资表并由资金部经理、人资总监和财务总监签批，财务部根据经签批后的工资表归集研发支出-职工薪酬，并根据相关人员实际参与的研发项目工时占比分摊至各研发项目中。

公司定期以研发项目为单位记录考勤情况，相应分摊依据可清晰识别、计量准确，相关人员薪酬在各个研发项目之间的分配方式合理，研发工时统计能够满足准确归集研发工时费用的要求。

综上所述，研发人员工时统计与核算真实准确，并且不存在将生产、销售活动认定为研发活动的情形。

## **七、核查程序及核查意见**

### **（一）核查程序**

1、访谈发行人销售负责人，了解不同销售模式业务拓展模式、订单获取方式、客户开发及维护模式情况、销售人员主要分类及对应职能作用等；获取发行人员工名册、工资表、差旅费、会务及招待费、收入成本明细，核查销售人员地区分布及数量与对应地区客户数量的匹配情况及各销售区域对应销售人员的人均销售额、人均差旅费、人均招待费、人均薪酬情况与对应区域业绩的匹配情况；

2、获取发行人工资表、差旅费、会务及招待费、广告及业务推广费等相关台账，核查报告期内销售费用主要明细科目变动的原因，结合公司业务规模、市场环境分析销售费用率变动的合理性；访谈发行人销售负责人并查阅公开信息，分析发行人销售费用率高于可比公司平均水平的合理性；

3、访谈发行人销售负责人并获取发行人广告及业务推广费支出明细，核查不同渠道投放广告的具体方式、金额及效果；获取发行人销售明细表，分析广告及业务推广费与营业收入、客户数量的匹配关系；查阅同行业公开资料，对比分析公司广告及业务推广费规模较大的原因；进行大额费用抽凭，核查各期赠品的主要内容、涉及主要产品并分析与业务发展的相关性；

4、获取发行人会务费台账、来厂参观招待费台账，分析支出金额与举办规模、场次及人次的匹配情况；对比同行业公司销售费用构成，结合公司业务特点分析会务及招待费支出占比较高的合理性；访谈发行人销售负责人并获取相关内部控制制度，抽取大额凭证，核查会务及招待费支出的真实性；

5、获取发行人研发费用明细，核查直接投入和其他费用具体内容，并根据领料数量和金额分析直接投入逐年下降的原因；查阅研发项目立项审批文件，核查直接投入是否与项目进展相匹配；访谈发行人研发负责人并查阅相关内部控制制度，了解公司的研发流程和具体环节及划分标准、相关内控设计等；

6、获取公司花名册及工资表，核查发行人研发人员构成、平均薪酬情况；访谈发行人研发负责人，了解公司研发人员的核算范围和工作内容等情况，分析是否符合认定标准；获取项目考勤记录，结合工资表核查研发人员工时统计、核算及费用归集是否准确合理。

## （二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、公司不同销售模式的业务拓展模式、订单获取方式、客户开发及维护模式符合该模式下客户需求及市场发展特点；销售人员主要分类、对应职能作用、地区分布及数量合理，与对应地区的客户数量整体匹配；各销售区域对应销售人员的人均销售额、人均差旅费、人均招待费、人均薪酬情况与对应区域业绩情况

整体匹配，年度间存在一定波动具有合理性；

2、公司 2023 年度销售费用率增加主要系公司经营规模扩大及前期不可抗力因素消除影响所致，2024 年度销售费用有所下降，费用率增加的主要原因系营业收入受价格波动有所下降，**2025 年 1-6 月销售费用率有所下降主要受行业季节性影响**；结合发行人销售人员业务活动、产品及业务模式特征，销售费用率高于同行业平均水平具有合理性；

3、发行人广告及业务推广费包括公司级广告、基础广宣及促宣品支出，报告期内先升后降，与销量规模变动趋势一致；相比已上市厂家，公司更需要通过广告投放来提高品牌知名度并实现新型肥料产品的差异化竞争，费用规模较大具有合理性；赠品包括服饰鞋帽、酒水饮料、电器数码、农副产品、生活日用等，有利于发行人产品的推广及业务的开展；

4、发行人会务及招待费支出整体与频次及规模相匹配，但受公司费用管控情况存在一定的波动；公司业务发展的实际支出占收入的比例较高，符合公司现阶段规模特点及发展需求，不存在通过会务及招待费实施商业贿赂的情形；

5、发行人研发费用直接投入均为直接材料，其他费用包括技术服务费、燃动、折旧与摊销、差旅费等，直接投入逐年降低系原料成本波动所致，材料领用与项目执行进度相匹配；发行人研发活动相关内控设计健全、执行有效，不存在生产成本和研发费用混同的情形；各期研发领料的投入产出及库存管理情况良好，销售的研发产品处理符合企业会计准则和税法相关规定；

6、发行人各期研发人员受教育程度较高，各期数量及平均薪酬均不存在较大波动；公司研发人员认定符合规定，不存在通过不合理划分研发人员或虚增研发工时以虚增研发费用的情形；研发人员工时统计与核算真实准确，并且不存在将生产、销售活动认定为研发活动的情形。

### （三）对发行人关键销售人员资金流水的核查范围和比例以及是否存在异常资金往来

#### 1、对发行人关键销售人员资金流水的核查情况

##### （1）核查范围



结合发行人实际销售业务开展情况，综合考虑了销售人员所在岗位职务、具体工作职责和薪酬水平，核查范围确定为销售总监、销售大区总监和销售分公司经理等销售关键岗位。被纳入核查范围的关键销售人员报告期末的职务、开立银行数量和账户数量如下：

序号	姓名	截至报告期末职务	涉及银行数量	账户数量
1	张明	监事、销售中心总监	9	9
2	夏海盟	销售区域总监	4	7
3	李红振	销售区域总监	8	9
4	孟祥玉	销售区域总监	13	17
5	张成印	销售区域总监	9	10
6	刘永强	销售区域总监	10	17
7	邢保增	销售区域总监	13	20
8	汤克旺	销售区域总监	5	6
9	王长城	销售区域总监	6	7
10	常光乾	销售经理	2	3
11	崔相勇	销售经理	5	6
12	刁兆博	销售经理	8	11
13	高凯	销售经理	6	14
14	何闽飞	销售经理	7	12
15	姜剑	销售经理	5	7
16	焦亮亮	销售经理	8	17
17	李金洞	销售经理	6	8
18	刘长义	销售经理	6	9
19	苗攀	销售经理	2	2
20	王斌	销售经理	6	10
21	肖仲坤	销售经理	11	11
22	杨昌浩	销售经理	5	9
23	张阳	销售经理	9	14
24	戚元宋	销售经理	9	12
<b>核查账户总数</b>				<b>247</b>

## 2、核查比例

截至报告期末，公司销售区域总监及以上级别 9 人全部被纳入核查范围，销



售经理级别 15 人纳入核查范围，共计核查销售人员 24 人，占全部销售人数的 7.34%。

### 3、核查过程

（1）申报会计师获取关键销售人员的“云闪付”APP 账户查询截图，与银行查询的开户情况交叉核对，核查银行账户是否提供完整；

（2）申报会计师将自然人银行资金流水核查的重要性水平确定在单笔金额 3 万元人民币或等值外币或虽低于 3 万元但可能存在异常情形的资金流水；

（3）梳理关键销售人员银行流水整体往来情况，逐笔核查大额银行流水的发生背景，并对异常、频繁的银行流水予以重点关注。对于单笔 3 万元以上的交易，查看相关依据性文件，将该等银行流水的交易对手方信息与发行人关联方、客户及供应商等进行比对，并由上述关键销售人员对大额流水情况进行确认。

（4）将关键销售人员与发行人及其（分）子公司、农君投资和马学文的资金流水和账目进行交叉比对，确认不存在异常交易往来；

（5）对发行人的主要客户进行实地访谈，了解销售人员在销售过程中与客户或相关人员是否存在资金往来或其他不合理的情形。

### 2、是否存在异常资金往来

报告期内，关键销售人员与发行人资金往来除正常薪酬、奖金、报销外，不存在异常资金往来。

报告期内，公司关键销售人员大额资金流水主要为家庭成员间资金往来、朋友和同事间借款、购房购车、子女教育、购买或赎回理财产品等，不存在与经销商或者其他客户等其他异常资金往来。

### 3、对发行人的成本费用真实性、准确性、完整性发表明确意见

报告期内，公司关键销售人员大额资金流水主要为自发行人处获取劳动报酬或备用金、家庭成员间资金往来、朋友和同事间借款、购房购车、子女教育、购买或赎回理财产品等，不存在其他异常、无合理解释的资金往来，不存在通过个人账户收受客户款项或代公司垫付成本费用等异常情况，发行人的成本费用真实、



准确、完整。

### 问题 8. 关于应收款项期后回款情况及坏账计提充分性

根据申请文件，(1)报告各期末，发行人应收账款账面余额分别为 31,975.66 万元、32,345.35 万元和 35,263.91 万元，坏账准备计提金额分别为 2,233.89 万元、3,165.33 万元和 5,505.57 万元。(2)报告各期末，信用期外应收账款占比分别为 82.41%、85.79%、90.87%。(3)报告期内，公司应收账款周转率分别为 12.39 次、8.95 次和 8.02 次。(4)2023 年 12 月 31 日，公司核销山东恒基新型材料有限公司资金拆借款 977.28 万元，核销钟祥市楚钟磷化有限公司往来款 475.51 万元；2025 年 3 月 17 日，公司核销湖北京襄化工有限公司和沃博特生物科技有限公司往来款 627.37 万元和 664.63 万元；湖北京襄化工有限公司和钟祥市楚钟磷化有限公司均受同一方最终控制。

(1) 关于应收账款回款风险。请发行人：①结合各期末应收账款余额增长情况，说明报告期内针对客户的信用政策、结算条件和方式及执行情况是否发生变动及变动原因，是否存在放松信用政策增加收入的情况。②说明应收账款逾期金额增长、账龄变长、公司应收账款周转率下降、经销应收账款周转率快速上升的原因。③结合各期末应收账款账龄结构、实际逾期情况、客户结构、主要客户合作情况、可回收性、坏账实际核销情况，说明发行人应收账款坏账准备计提是否充分，与同行业可比公司的差异及原因。④结合主要客户经营状况、资信情况、涉及大额诉讼或被列为失信执行人情况、信用风险变化等，说明是否存在应单项计提未单项计提的情形。⑤模拟测算按照可比公司汉和红四方坏账计提比例补充计提对公司经营业绩的影响，是否仍满足上市条件。⑥结合发行人与上下游的结算方式、信用期等情况，说明经营活动产生的现金流量净额大幅波动且与净利润差异较大的原因及合理性。

(2) 关于其他应收款。请发行人：①说明 2023 年底核销钟祥市楚钟磷化有限公司往来款但未核销湖北京襄化工有限公司往来款的具体原因，结合交易背景、欠款方、账龄、回款情况等，说明沃博特生物科技有限公司往来款于 2025 年度核销的原因，以前年度是否存在应核销但未核销的情形。②说明资金拆借款的形成背景、利息计提情况、期后回款情况，是否构成关联方资金占用或其他潜在利益安排。



请保荐机构、申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见。（2）结合主要客户走访、函证情况，说明是否存在回款风险较大的客户。

### 【回复】

#### 一、关于应收账款回款风险

（一）结合各期末应收账款余额增长情况，说明报告期内针对客户的信用政策、结算条件和方式及执行情况是否发生变动及变动原因，是否存在放松信用政策增加收入的情况

报告期各期末，公司应收账款余额分别为 31,975.66 万元、32,345.35 万元、35,263.91 万元和 **38,652.08 万元**，呈现小幅增长趋势。公司应收账款主要由政府类直销客户及邮政渠道客户构成，占公司各期应收账款的 80%以上。公司针对客户的信用政策、结算条件和方式按销售模式分类整体如下：

销售模式	信用政策、结算条件及方式
经销	公司对经销商实行较为严格的信用政策，一般为先款后货，根据客户实力及合作情况，酌情给予部分经销商一定的信用期，合计授信上限在 3,000 万元以内；经销商主要采用银行转账的方式支付货款
直销	政府类直销客户通常为先货后款（或预付+尾款的形式），有自主品牌的农资集团或肥料生产企业、肥料终端使用客户通常为先款后货，少数货到付款；公司直销客户主要采用银行转账的方式支付货款，少数通过票据支付
邮政渠道	由公司和各省市签订的合同分别约定付款政策，先货后款为主要形式，具体信用期约定包括 1 个月、2 个月、3 个月、6 个月等，个别省份存在预付款；公司邮局客户采用银行转账的方式支付货款
贸易商	通常为先款后货，部分给予较短的账期；公司贸易商客户主要采用银行转账的方式支付货款，少数通过信用证支付

报告期内，公司收入规模相对稳定，公司针对客户的信用政策、结算条件及方式未发生重大变化且执行情况良好，不存在通过放松信用政策增加收入的情形。

（二）说明应收账款逾期金额增长、账龄变长、公司应收账款周转率下降、经销应收账款周转率快速上升的原因

#### 1、公司应收账款逾期金额增长、账龄变长的原因

##### （1）公司应收账款逾期金额增长的原因

报告期各期末，公司信用期外应收账款余额分别为 26,351.64 万元、27,747.86



万元、32,044.69 万元和 27,745.32 万元，占应收余额的比例分别为 82.41%、85.79%、90.87%和 71.78%，先升后降。其中，直销客户逾期款金额分别为 16,249.20 万元、19,789.03 万元、23,897.13 万元和 20,618.64 万元，2022 年至 2024 年占比较高且逐年上升，系 2022 年至 2024 年应收账款逾期金额逐年增长的主要原因。2025 年 1-6 月，因公司部分政府客户归还逾期款项，逾期应收款规模有所减少。

## （2）公司应收账款账龄变长的原因

报告期各期末，公司 2 年以内应收账款余额占比分别为 97.24%、89.77%、69.28%和 73.53%，2022 年至 2024 年短账龄区间应收账款占比下降。公司应收账款账龄结构情况如下：

账龄	2025 年 1-6 月	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
1 年以内	58.50%	53.21%	58.45%	85.18%
1 至 2 年	15.02%	16.07%	31.32%	12.06%
2 至 3 年	14.11%	22.77%	8.27%	1.81%
3 至 4 年	8.94%	6.66%	1.14%	0.74%
4 至 5 年	2.80%	0.55%	0.70%	0.11%
5 年以上	0.62%	0.74%	0.12%	0.10%
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

据上表，公司应收款综合账龄延长，主要系 2022 年末部分 1 年以内应收账款回收情况不及预期，于 2023 年末、2024 年末分别形成 1 至 2 年、2 至 3 年应收账款所致。上述账龄区间客户结构如下：

销售模式	2024 年末 2 至 3 年账龄区间应收账款占比	2023 年末 1 至 2 年账龄区间应收账款占比
经销	0.00%	0.00%
直销	99.67%	95.29%
邮政渠道	0.33%	4.71%
贸易商	0.00%	0.00%
合计	100.00%	100.00%

据上表，公司应收账款账龄延长主要来源于直销客户。

公司直销客户中存在部分政府客户及其他行政事业单位，通过推广新型肥料实现减量增效的政策引导需求，该类客户通常采用先货后款的结算形式。近年来



因地方财政压力较大，政府部门回款情况不及预期，导致公司应收账款逾期金额增长、账龄变长。

## 2、公司应收账款周转率下降的原因

报告期各期，公司应收账款周转率如下表所示：

项目	2025年1-6月/2025年6月30日	2024年度/2024年12月31日	2023年度/2023年12月31日	2022年度/2022年12月31日	2021年度/2021年12月31日
营业收入（万元）	149,454.60	236,319.15	263,742.14	267,560.38	-
应收账款（万元）	32,469.31	29,758.34	29,180.02	29,741.77	13,463.78
应收账款周转率（次）	9.61	8.02	8.95	12.39	-

注：半年度周转率已年化处理

报告期各期，公司应收账款周转率分别为 12.39 次、8.95 次、8.02 次和 9.61 次，2023 年度较 2022 年度下降幅度较大，主要系 2022 年期初末应收账款变动较大所致，具体原因如下：

1) 2022 年上半年全球大宗商品供应紧张，煤炭、硫磺、磷矿、合成氨等大宗原材料价格持续走高，推动化肥产品成本上升。此背景下，公司积极扩展市场，大力发展新型肥料及新型肥料中间体的研发及销售，产品销售实现量价齐升，营业收入较上年度同比增长约 50%，应收账款规模随之增加；

2) 2022 年，公司各类别客户营业收入均呈现不同幅度的上升，包括占公司各期应收账款的 80% 以上的先货后款结算形式的政府渠道及邮政渠道客户。以农业农村局为代表的政府客户，因地方财政压力回款情况不及预期；邮政渠道客户因公司先后经历股改更名、销售业务核算主体迁移等，其内部系统变更流程审批过程冗长，回款情况较为滞后。

综上，随着公司销售规模的扩大，同时受政府及邮政渠道客户回款较慢影响，2022 年期末应收账款较期初形成较大幅度增长，系公司应收账款周转率由 2022 年度 12.39 次下降至 2023 年度 8.95 次的主要原因。2024 年度较 2023 年度，公司应收账款周转率波动较小；2025 年 1-6 月，公司应收账款周转率实现小幅提升。



### 3、经销应收账款周转率快速上升的原因

报告期各期，公司经销渠道应收账款周转率如下表所示：

项目	2025年1-6月/2025年6月30日	2024年度/2024年12月31日	2023年度/2023年12月31日	2022年度/2022年12月31日	2021年度/2021年12月31日
渠道主营业务收入（万元）	91,428.17	129,754.98	131,881.19	133,663.35	-
渠道应收账款（万元）	2,869.96	162.03	53.14	1,777.24	963.42
渠道应收账款周转率（次）	120.62	1,206.06	144.10	97.54	-

注：半年度周转率已年化处理

公司对经销商实行较为严格的信用政策，一般为先款后货，根据客户实力及合作情况，仅酌情给予部分经销商一定的信用期，因此该渠道应收账款金额较低。报告期内，随着公司加强应收账款管理，2024年末、2023年末经销渠道应收账款较往年显著下降，周转率呈现上升态势。受作物种植季节性影响，部分经销商上半年采购肥料使用银行授信，下半年授信到期，年中余额相对较高，因此，2025年1-6月经销渠道应收账款周转率有所下降。

（三）结合各期末应收账款账龄结构、实际逾期情况、客户结构、主要客户合作情况、可回收性、坏账实际核销情况，说明发行人应收账款坏账准备计提是否充分，与同行业可比公司的差异及原因

1、公司长账龄应收账款、逾期应收账款均主要来自政府类客户，形成实质坏账的风险较小

如本题回复之“一、（二）1、公司应收账款逾期金额增长、账龄变长的原因”所述，因地方财政压力较大，政府部门回款情况不及预期，报告期内公司应收账款逾期金额增长、账龄有所延长。不同于可能因多种原因解散清算的公司制企业，政府部门尽管因财政困难推迟回款，但可以通过多种调控手段来应对，形成实质坏账的风险较小。

2、公司应收款主要来源于邮局及政府客户，合作具有商业合理性且可回收性良好

报告期各期，公司应收账款客户结构如下：

单位：万元



客户类别	2025/6/30		2024/12/31		2023/12/31		2022/12/31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
经销	2,869.96	7.43%	162.03	0.46%	53.14	0.16%	1,777.24	5.56%
直销	21,769.51	56.32%	24,356.44	69.07%	20,452.08	63.23%	17,244.15	53.93%
邮政渠道	14,012.61	36.25%	9,700.61	27.51%	11,840.12	36.61%	12,954.27	40.51%
贸易商	-	-	1,044.83	2.96%	-	-	-	-
合计	38,652.08	100.00%	35,263.91	100.00%	32,345.35	100.00%	31,975.66	100.00%

据上表，公司应收账款主要由直销（以政府客户为主）及邮政渠道客户构成，占公司各期末余额的90%以上，公司应收款客户结构与信用政策整体相匹配。

报告期各期，公司前5名应收款客户情况如下：

单位：万元

年份	单位名称	应收账款	占应收账款期末余额合计数的比例（%）	坏账准备
2025年 1-6月	中国邮政集团有限公司	14,012.61	36.25	750.26
	鱼台县农业农村局	2,157.68	5.58	1,210.49
	东平县农业农村局	1,253.08	3.24	111.33
	莘县农业农村发展服务中心	1,220.31	3.16	142.43
	郓城县农业农村局	899.72	2.33	269.92
	合计	19,543.41	50.56	2,484.43
2024年 度	中国邮政集团有限公司	9,700.61	27.51	513.77
	鱼台县农业农村局	2,157.68	6.12	891.41
	东平县农业农村局	1,903.83	5.40	176.41
	莘县农业农村发展服务中心	1,229.31	3.49	145.13
	展鹏國際集團有限公司	1,044.83	2.96	52.24
	合计	16,036.28	45.48	1,778.96
2023年 度	中国邮政集团有限公司	11,840.12	36.61	615.86
	鱼台县农业农村局	2,217.68	6.86	483.03
	东平县农业农村局	1,848.87	5.72	97.98
	邹城市农业农村局	962.75	2.98	164.11
	郓城县农业农村局	899.72	2.78	89.97
	合计	17,769.15	54.95	1,450.96
2022年	中国邮政集团有限公司	12,954.27	40.51	656.7



年份	单位名称	应收账款	占应收账款期末余额合计数的比例（%）	坏账准备
度	鱼台县农业农村局	2,178.55	6.81	195.6
	肥城市农业农村局	1,276.42	3.99	66.3
	郓城县农业农村局	1,026.48	3.21	51.32
	邹城市农业农村局	940.62	2.94	87.7
	合计	<b>18,376.34</b>	<b>57.46</b>	<b>1,057.63</b>

据上表，报告期内，除贸易商展鹏國際集團有限公司外，公司主要应收款客户均为中国邮政及政府客户。

随着农业转型升级和绿色农业的发展，终端用户对新型肥料的需求不断增加，公司依托中国邮政遍布全国乡村的农资销售渠道，以及政府部门通过新型肥料实现减量增效推广的政策引导需求，能够扩大产品的影响力和品牌知名度，促进经营规模的提升，因此公司与政府及邮政客户合作存在商业合理性。

邮政渠道拥有高效的物流配送网络和遍布全国乡村的农资销售渠道，基层营销终端网点多、覆盖范围广、辐射程度深。报告期内，公司与山东、河北、河南、黑龙江、吉林、辽宁、山西、江苏、湖北、新疆、四川 11 个省份（自治区）的邮政公司及其下游分支机构开展业务合作，覆盖我国主要粮产区。公司与中国邮政集团有限公司签订合作框架协议约定通过邮政网络渠道销售公司“农邮”系列肥料产品，在框架协议基础上与邮政集团下属的省市级企业每年签订具体运营协议，对产品范围、价格、信用政策等进行具体约定。邮政集团系实业与金融相结合、业务多元化的大型国企，竞争实力强，企业效益高，社会影响大。虽构成公司应收账款的主要组成部分，但多集中于 1 年以内，可回收性良好。

为缓解我国农业生产过程中长期存在的问题，相关政府部门制定了化肥减量增效行动方案，要求进一步优化施肥结构，大力推广新型肥料，以促进农业可持续发展，各地农业农村局响应国家政策号召，开展高标准农田建设项目，通过财政助力推广生物有机肥等。绿色农业是农业高质量、可持续发展的必由之路，国家把农业绿色发展摆在生态文明建设全局的突出位置。尽管受前期错综复杂的经济环境影响，部分政府客户面临一定的财政压力，但随着未来经济手段调控、产业扶持政策的陆续出台，该部分应收款可回收性良好。

### 3、报告期内公司坏账核销情形极少，坏账准备计提金额可以覆盖实际坏账损失

报告期各期，公司实际核销的应收账款分别为 16.15 万元、166.22 万元、0.00 万元和 0.00 万元，各期末坏账准备计提金额分别为 2,233.89 万元、3,165.33 万元、5,505.57 万元和 6,182.77 万元，各期末坏账准备计提金额可以覆盖应收账款实际坏账损失，公司应收账款坏账准备计提充分。

其中，2023 年核销金额较大，主要系公司早期对经销商蒙阴凯田果蔬专业合作社采用赊销结算模式，2018 年至 2021 年累计发货应收款因该客户自身经营原因无法偿还，公司已提起诉讼并由法院判决执行，但负债方无还款能力，预计无法收回，故全额计提坏账准备，公司于 2023 年度进行核销。

### 4、公司与同行业可比公司坏账计提政策差异及原因

#### (1) 应收账款坏账准备的计提方法及依据对比分析

公司应收账款坏账准备的计提方法及依据与可比公司的比较情况列示如下：

公司名称	计提方法	计提依据	
		单项评估信用风险的应收账款	按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款
史丹利	无论是否存在重大融资成分，本集团始终按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。	若某一客户信用风险特征与组合中其他客户显著不同，或该客户信用风险特征发生显著变化，本集团对该应收款项单项计提坏账准备。	对于划分为组合的应收账款，本集团参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。应收账款的账龄自确认之日起计算。
芭田股份	无论是否包含重大融资成分，本公司始终按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备，由此形成的损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。	对有客观证据表明其发生了减值的应收账款应进行单项减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备。	将该应收账款按类似信用风险特征划分为若干组合，在组合的基础上，参考历史信用损失经验，结合当前状况以及考虑前瞻性信息，分账龄确认预期信用损失率。
汉和生物	运用简化计量方法，按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备。	本公司将对债务人信用状况明显恶化、未来回款可能性较低、已经发生信用减值等信用风险特征明显的应收账款单独进行减值测试。	将其余应收账款按信用风险特征划分为若干组合，参考历史信用损失经验，结合当前状况并考虑前瞻性信息，在组合基础上估计预期信用损失。



公司名称	计提方法	计提依据	
		单项评估信用风险的应收账款	按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款
新洋丰	对于由《企业会计准则第14号——收入》规范的交易形成的不含重大融资成分的应收款项，采用简化方法，即始终按整个存续期预期信用损失计量损失准备。	对符合单项评估风险的应收账款进行减值测试并计提坏账准备。	参考历史信用损失经验，结合当前状况及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。
红四方	对于应收账款，无论是否存在重大融资成分，均按照整个存续期的预期信用损失计量损失准备。	对于存在客观证据表明存在减值，以及其他适用于单项评估的应收账款单独进行减值测试，确认预期信用损失，计提单项减值准备。	对于划分为组合的应收账款，参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。
农大科技	对于不含重大融资成分的应收款项和合同资产，本公司按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备。	当对金融资产预期未来现金流量具有不利影响的一项或多项事件发生时，该金融资产成为已发生信用减值的金融资产，按照单项认定单项计提。	除了单项评估信用风险的金融资产外，基于共同风险特征将金融资产划分为不同的组别，公司采用的共同信用风险特征包括：金融工具类型、信用风险评级、账龄组合等，在组合的基础上评估信用风险。

数据来源：可比公司年报。

如上表所示，同行业可比公司均采用账龄法计提应收账款坏账准备，公司应收账款坏账准备的计提方法及依据与同行业可比公司不存在明显差异。

## （2）应收账款坏账准备的计提比例对比分析

公司与同行业可比公司按账龄组合的坏账计提政策对比如下：

公司名称	1年以内	1至2年	2至3年	3至4年	4至5年	5年以上
史丹利	19.82%	41.58%	49.87%	-	-	-
芭田股份	5%	10%	30%	50%	50%	50%
新洋丰	5%	10%	30%	50%	80%	100%
汉和生物	5%	20%	50%	100%	100%	100%
红四方	5%	20%	50%	100%	100%	100%
农大科技	5%	10%	30%	50%	80%	100%

数据来源：上市公司/挂牌公司定期报告、招股说明书。

据上表，公司与同行业可比公司新洋丰按账龄组合的坏账计提政策一致，较芭田股份部分账龄区间计提比例更高。

## （3）涉政府客户应收账款坏账计提处理案例



上市公司涉政府客户长账龄应收款但未进行单项计提或计提比例低于一般客户账龄组合的公司参考案例如下：

1) 朗坤科技（301305.SZ），对政府客户适用一般账龄组合计提，各区间计提比例与发行人无异，且说明“...由于社会宏观因素该部分政府客户结算时间延长，但收回不存在重大的坏账风险...”；

2) 合众思壮（002383.SZ），政府客户应收余额占比约 30%。该公司对政府客户组合按 3% 计提，对政府客户外的其他客户按账龄组合计提；

3) 泰达股份（000652.SZ），政府客户应收余额占比 90% 以上且以 3 年以上账龄为主。该公司对应收政府客户组合及应收其他客户组合分别计提坏账准备，其中 2024 年 12 月末政府客户总计提比例为 0.95%，其他客户计提比例为 51.22%；

4) 科隆新材（920098.BJ），国企客户应收余额占比 50% 以上。该公司按照国企客户和一般客户组合分别计提坏账准备，其中 2024 年 12 月末国企客户总计提比例为 4.60%，一般客户总计提比例为 14.42%；

5) 中原环保（000544.SZ），政府客户应收余额占比 95% 以上，该公司对政府方、非政府方组合客户分别按账龄组合计提坏账准备，其中 2024 年 12 月末政府方组合总计提比例为 1.64%，非政府方组合总计提比例为 28.25%。

综上，公司的坏账准备计提政策符合行业特点，采用了相对合理、谨慎的坏账计提政策。

（四）结合主要客户经营状况、资信情况、涉及大额诉讼或被列为失信被执行人情况、信用风险变化等，说明是否存在应单项计提未单项计提的情形

报告期各期，公司营业收入前 5 名客户情况如下：

单位：万元

年份	单位名称	销售金额	占当年营业收入合计数的比例（%）	应收账款余额	坏账准备
2025 年 1-6 月	中国邮政集团有限公司	21,885.57	14.64	14,012.61	750.26
	中和农服（北京）农业科技有限公司	4,396.52	2.94	-	-
	喀喇沁旗赛通农资门市	1,994.39	1.33	495.51	24.78



年份	单位名称	销售金额	占当年营业收入合计数的比例(%)	应收账款余额	坏账准备
	中化化肥控股有限公司	1,227.66	0.82	-	-
	烟台市诺瀚商贸有限公司	942.23	0.63	-	-
	合计	30,446.37	20.36	14,508.12	775.04
2024年度	中国邮政集团有限公司	35,648.68	15.08	9,700.61	513.77
	中和农服（北京）农业科技有限公司	6,167.64	2.61	-	-
	中化化肥控股有限公司	2,496.88	1.06	-	-
	展鹏国际集团有限公司	2,071.59	0.88	1,044.83	52.24
	喀喇沁旗赛通农资门市	1,807.00	0.76	-	-
	合计	48,191.79	20.39	10,745.44	566.01
2023年度	中国邮政集团有限公司	39,642.61	15.03	11,840.12	615.86
	泰安罗森化工有限公司	9,657.90	3.66	-	-
	云天化集团有限责任公司	3,805.24	1.44	-	-
	展鹏国际集团有限公司	2,530.71	0.96	-	-
	黑龙江倍丰农业生产资料集团有限公司	2,458.46	0.93	-	-
	合计	58,094.92	22.02	11,840.12	615.86
2022年度	中国邮政集团有限公司	43,832.69	16.38	12,954.27	656.70
	云天化集团有限责任公司	4,231.11	1.58	-	-
	广东天禾农资股份有限公司	3,364.86	1.26	-	-
	展鹏国际集团有限公司	2,855.42	1.07	-	-
	江苏中赞贸易有限公司	2,090.79	0.78	-	-
	合计	56,374.87	21.07	12,954.27	656.70

注：前五名客户按照受同一实际控制人控制或归属于同一集团公司的客户的情况以合并口径列示。

据上表，报告期内，公司销售收入第一大客户均为中国邮政集团有限公司，每年销售收入额占全年营业收入总额的15%左右；除经销商喀喇沁旗赛通农资门市，贸易商展鹏国际集团有限公司、泰安罗森化工有限公司和江苏中赞贸易有限公司外，其他客户均为大型肥料生产企业或农资品牌，基本情况如下：

#### （1）中国邮政集团有限公司

根据公开资料，中国邮政集团有限公司系国有独资公司，成立于1995年10月4日，注册资本为13,760,000万元人民币。2024年，中国邮政集团有限公司



完成收入 7,025.84 亿元，实现利润 865.23 亿元，位列 2024 年世界 500 强排行榜第 83 位、世界邮政第 1 位。该客户应收账款以 1 年以内为主，资信情况良好，不涉及重大诉讼且未被列为失信被执行人，报告期内信用风险未发生显著变化，信用风险较小。

## （2）大型生产企业或农资品牌

### ①中和农服（北京）农业科技有限公司

根据公开资料，中和农服（北京）农业科技有限公司成立于 2017 年 10 月 12 日，注册资本 5,000 万元人民币，系中和农信农业集团有限公司（H1903.HK）旗下子公司。中和农信作为中国领先的综合助农服务商，通过提供技术驱动的综合性和服务赋能小农户和农村小微企业。2022 年，中和农信在河北、山东启动集“耕、种、防、收”于一体的农业生产社会化服务试点，推出“一站式”种植服务。该客户各报告期末无应收账款，资信情况良好，不涉及重大诉讼且未被列为失信被执行人，报告期内信用风险未发生显著变化，信用风险较小。

### ②中化化肥控股有限公司（0297.HK）

根据公开资料，中化化肥控股有限公司成立于 1994 年 8 月 3 日，股本为 831,600 万港元。中化化肥控股有限公司为港股上市公司，为中国最大的化肥供应商，2024 年实现营业收入 212.65 亿元，净利润 10.61 亿元。该客户各报告期末无应收账款，资信情况良好，不涉及重大诉讼且未被列为失信被执行人，报告期内信用风险未发生显著变化，信用风险较小。

### ③云天化集团有限责任公司（旗下子公司云天化 600096.SH）

根据公开资料，云天化集团有限责任公司成立于 1997 年 3 月 18 日，注册资本为 449,706.39 万元人民币。云天化集团有限责任公司是以化肥及现代农业为主业，多元发展的国有综合性产业集团，在行业内具有较高的知名度，2024 年实现营业收入 810.41 亿元，净利润 48.26 亿元。该客户各报告期末无应收账款，资信情况良好，不涉及重大诉讼且未被列为失信被执行人，报告期内信用风险未发生显著变化，信用风险较小。

### ④黑龙江倍丰农业生产资料集团有限公司



根据公开资料，黑龙江倍丰农业生产资料集团有限公司成立于 2004 年 12 月 27 日，注册资本为 66,322.90 万元人民币。该集团下设 39 家控股企业，年经营农资 550 万吨、粮食 200 万吨，销售总额 200 亿元，农资经营规模位居中国前三。该客户各报告期末无应收账款，资信情况良好，不涉及重大诉讼且未被列为失信被执行人，报告期内信用风险未发生显著变化，信用风险较小。

⑤广东天禾农资股份有限公司（002999.SZ）

根据公开资料，广东天禾农资股份有限公司成立于 2009 年 3 月 26 日，注册资本为 34,759.2 万元人民币。该公司主要从事化肥、农药等农资产品的销售并提供专业的农业社会化服务，2024 年实现营业收入 144.55 亿元，在全国农资流通企业具有较强的综合竞争力。该客户各报告期末无应收账款，资信情况良好，不涉及重大诉讼且未被列为失信被执行人，报告期内信用风险未发生显著变化，信用风险较小。

（3）经销商及贸易商客户

①喀喇沁旗赛通农资门市

根据公开资料，公司经销商客户喀喇沁旗赛通农资门市为 2020 年 11 月 4 日注册成立的个体工商户，主要经营种子、化肥、农膜等零售。此客户为发行人的经销商，经营及资信情况良好，各报告期末无应收账款，不涉及重大诉讼且未被列为失信被执行人，报告期内信用风险未发生显著变化，信用风险较小。

②展鹏國際集團有限公司

根据公开资料，公司贸易商客户展鹏國際集團有限公司成立于 2007 年 10 月 29 日，注册地址在香港，主营业务为肥料销售。该公司经营及资信情况良好，主要采用信用证付款，不涉及重大诉讼且未被列为失信被执行人，报告期内信用风险未发生显著变化，信用风险较小。

③泰安罗森化工有限公司

根据公开资料，公司贸易商客户泰安罗森化工有限公司成立于 2022 年 5 月 5 日，注册资本为 500 万元人民币，主营业务为肥料等化工产品的销售。该公司



经营及资信情况良好，各报告期末无应收账款，不涉及重大诉讼且未被列为失信被执行人，报告期内信用风险未发生显著变化，信用风险较小。

#### ④江苏中赞贸易有限公司

根据公开资料，公司贸易商客户江苏中赞贸易有限公司成立于2015年12月10日，注册资本为2,000万元人民币，主营业务为化工产品、建材产品等的销售。该公司经营及资信情况良好，各报告期末无应收账款，不涉及重大诉讼且未被列为失信被执行人，报告期内信用风险未发生显著变化，信用风险较小。

#### ⑤烟台市诺瀚商贸有限公司

根据公开资料，公司贸易商客户烟台市诺瀚商贸有限公司成立于2024年9月29日，注册资本为500万元人民币，主营业务为化工产品、五金工具等的销售。该公司经营及资信情况良好，各报告期末无应收账款，不涉及重大诉讼且未被列为失信被执行人，报告期内信用风险未发生显著变化，信用风险较小。

综上，由于公司与经销商、贸易商及非政府类直销客户交易均主要采用先款后货的结算模式，发行人各报告期前五名客户应收账款均主要来源于邮政集团且以1年以内账龄为主。除个别经销及贸易商客户外，公司主要客户由邮政集团和大型肥料生产企业或农资品牌构成，经营及资信情况良好，不涉及重大诉讼且未被列为失信被执行人，信用风险较小，不存在应单项计提坏账未计提的情形。

### （五）模拟测算按照可比公司汉和生物和红四方坏账计提比例补充计提对公司经营业绩的影响，是否仍满足上市条件

公司与同行业可比公司汉和生物和红四方按账龄组合的坏账计提政策对比如下：

公司名称	1年以内	1至2年	2至3年	3至4年	4至5年	5年以上
汉和生物	5%	20%	50%	100%	100%	100%
红四方	5%	20%	50%	100%	100%	100%
农大科技	5%	10%	30%	50%	80%	100%

数据来源：上市公司/挂牌公司定期报告、招股说明书。

如上表，汉和生物和红四方按账龄组合的坏账计提政策一致，发行人按照可



比公司汉和生物、红四方模拟测算坏账金额如下：

单位：万元

年度	账龄	应收账款期末余额	原计提坏账金额	模拟坏账金额	差异
2025年 1-6月	1年以内	22,612.86	1,130.64	1,130.64	
	1至2年	5,806.66	580.67	1,161.33	580.66
	2至3年	5,452.75	1,635.82	2,726.38	1,090.56
	3至4年	3,454.77	1,727.38	3,454.77	1,727.39
	4至5年	1,083.93	867.15	1,083.93	216.78
	5年以上	241.10	241.10	241.10	
	合计	38,652.08	6,182.77	9,798.15	3,615.38
2024年度	1年以内	18,763.41	938.17	938.17	
	1至2年	5,666.78	566.68	1,133.36	566.68
	2至3年	8,028.46	2,408.54	4,014.23	1,605.69
	3至4年	2,348.56	1,174.28	2,348.56	1,174.28
	4至5年	194.00	155.20	194.00	38.80
	5年以上	262.70	262.70	262.70	
	合计	35,263.91	5,505.57	8,891.02	3,385.45
2023年度	1年以内	18,905.42	945.27	945.27	
	1至2年	10,130.27	1,013.03	2,026.05	1,013.03
	2至3年	2,676.08	802.82	1,338.04	535.22
	3至4年	368.75	184.37	368.75	184.37
	4至5年	225.01	180.01	225.01	45.00
	5年以上	39.83	39.83	39.83	
	合计	32,345.35	3,165.33	4,942.94	1,777.62
2022年度	1年以内	27,235.50	1,361.78	1,361.78	0.00
	1至2年	3,759.75	375.97	751.95	375.97
	2至3年	513.39	154.02	256.69	102.68
	3至4年	235.19	117.59	235.19	117.59
	4至5年	36.52	29.21	36.52	7.30
	5年以上	31.92	31.92	31.92	0.00
	合计	31,812.26	2,070.49	2,674.04	603.55

如上表，发行人如按照可比公司汉和生物和红四方的坏账计提政策模拟计算报告期坏账，各报告期的应收账款坏账准备金额分别为 2,674.04 万元、4,942.94



万元、8,891.02 万元和 **9,798.15 万元**，如果发行人按照可比公司坏账政策延续计算坏账准备，各报告期对利润相关金额影响情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
信用减值损失增加金额	<b>229.93</b>	1,607.83	1,174.07	454.44
营业利润影响金额	<b>-229.93</b>	-1,607.83	-1,174.07	-454.44
递延所得税费用影响额	<b>12.79</b>	248.91	180.35	69.18
净利润影响额	<b>-217.14</b>	-1,358.92	-993.72	-385.26
原净利润	<b>12,564.94</b>	14,528.27	10,122.45	10,116.35
模拟后净利润	<b>12,347.80</b>	13,169.35	9,128.73	9,731.09

如上表，按照同行业坏账计提政策模拟计算坏账后，各报告期对净利润的影响金额分别为-385.26 万元、-993.72 万元、-1,358.92 万元和 **-217.14 万元**，占净利润的比例分别为-3.81%、-9.82%、-9.35%和 **-1.73%**，对各期经营业绩影响比例均不超过 10%。公司模拟后净利润金额分别为 9,731.09 万元、9,128.73 万元、13,169.35 万元和 **12,347.80 万元**，具备良好的盈利能力，仍满足发行上市条件。

（六）结合发行人与上下游的结算方式、信用期等情况，说明经营活动产生的现金流量净额大幅波动且与净利润差异较大的原因及合理性

### 1、发行人与上下游的结算方式及信用期情况

基于行业特性，公司与上游化肥原料供应商结算采用先款后货的结算方式，通常无信用期。公司面向经销商、种植户、生产商或品牌农资及贸易商销售均以先款后货为主，根据客户规模及合作历史情况酌情给予较短的信用期；政府类直销客户和邮政渠道以先货后款为主，信用期通常不超过1年。

### 2、经营活动产生的现金流量净额大幅波动且与净利润差异较大的原因分析

报告期各期，公司净利润与经营活动现金流匹配情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
净利润①	<b>12,564.94</b>	14,528.27	10,122.45	10,116.35
加：资产减值准备	<b>536.26</b>	788.03	480.86	558.94
信用减值损失	<b>-294.82</b>	2,684.76	1,914.91	990.38



项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
固定资产折旧、油气资产折旧、生产性生物资产折旧、投资性房地产折旧	2,107.96	3,846.37	3,332.16	2,714.43
使用权资产折旧	10.87	21.75	63.17	71.46
无形资产摊销	135.99	263.88	207.98	191.27
长期待摊费用摊销	-	-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“-”号填列）	-	0.75	-48.59	-2.14
固定资产报废损失（收益以“-”号填列）	70.85	104.17	261.97	22.68
公允价值变动损失（收益以“-”号填列）	-	-	-	-
财务费用（收益以“-”号填列）	208.76	702.71	1,435.90	1,113.53
投资损失（收益以“-”号填列）	-68.56	-145.02	-175.91	-102.74
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	-110.05	-131.19	108.7	-561
递延所得税负债增加（减少以“-”号填列）	-11.20	-0.75	-74.86	67.66
存货的减少（增加以“-”号填列）	6,463.78	2,764.87	403.73	5,785.60
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	-384.16	-992.93	21,141.18	-22,915.29
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	-10,630.83	-11,651.74	-15,384.04	24,123.77
其他	-	-	175.86	-73.27
经营活动产生的现金流量净额②	10,599.80	12,783.93	23,965.48	22,101.63
差异②-①	-1,965.14	-1,744.35	13,843.03	11,985.28

据上表，报告期各期，公司实现净利润分别为 10,116.35 万元、10,122.45 万元、14,528.27 万元和 12,564.94 万元，2022 年度至 2023 年度相对平稳，2024 年度大幅提高；经营活动产生的现金流量净额分别为 22,101.63 万元、23,965.48 万元、12,783.93 万元和 10,599.80 万元，2022 年度至 2023 年度远高于净利润，2024 年度、2025 年 1-6 月略低于利润水平。期间波动主要与年初年末备货量、资产负债表日特定时点往来款项收付相关。具体分析如下：

2022 年度，公司经营活动产生的现金流量净额高于净利润 11,985.28 万元，主要系当期存货的减少及经营性应付项目的增加所致。因 2022 年春节较早，加之 2021 年肥料价格持续上行，公司提前备货排产，期初存货余额较高具有合理性；同时，在下游客户经历当年旺季肥料供不应求及进而导致的价格高企境况后，为避免类似情况重演对次年春耕的不利影响，较早向公司付款预订，期末经营性合同负债余额较期初显著增加。



2023 年度，公司经营活动产生的现金流量净额高于净利润 13,843.03 万元，主要系经营性应收项目的减少所致。受上年度行情大幅波动影响，整体市场备货季节提前，2023 年期初预付款项余额较高并结转于当期；受当期主要原材料价格下跌且预期未来行情下行影响，公司谨慎备货，期末预付款余额较低。

2024 年度，公司经营活动产生的现金流量净额略低于净利润 1,744.35 万元，主要系信用减值损失及经营性应付项目的减少所致。受往年合作的政府客户因地方财政压力等因素回款情况不及预期，尚有较高余额且账龄增加影响，公司应收账款坏账准备金额大幅增加；同时，受肥料市场下行行情的持续影响，公司经营性合同负债金额较期初大幅减少。

2025 年 1-6 月，公司经营活动产生的现金流量净额略低于净利润 1,965.14 万元，主要受公司预收账款节奏影响。经销商客户通常于年末向公司支付款项，为下游大规模春季施肥提前做准备，防止旺季订货困难。而 6 月末秋季肥订货尚未全面开启，经营性合同负债金额较期初有所减少，使得上半年公司经营活动产生的现金流量净额略低于净利润。

综上，发行人经营活动产生的现金流量净额与净利润差异主要系资产负债表日特定时间点前后的备货策略、款项收付导致存货、往来款项存量耗用的结果等，与上下游的先款后货为主的结算方式实际匹配，年度间波动具备合理性。

## 二、关于其他应收款

（一）说明 2023 年底核销钟祥市楚钟磷化有限公司往来款但未核销湖北京襄化工有限公司往来款的具体原因，结合交易背景、欠款方、账龄、回款情况等，说明沃博特生物科技有限公司往来款于 2025 年度核销的原因，以前年度是否存在应核销但未核销的情形

### 1、2023 年底核销钟祥市楚钟磷化有限公司往来款但未核销湖北京襄化工有限公司往来款的具体原因

京襄化工为楚钟磷化下属子公司，二者系同一控制下企业，主要业务为磷酸一铵的生产、销售，曾为公司供应商并自对方建厂开始合作。上述两家供应商因自身经营不善，对公司预付款无法履约发货。2019 年，公司出于节约诉讼成本

及获得清偿可能性考虑，仅对钟祥市楚钟磷化有限公司提起诉讼，于 2020 年对 2 家公司的往来款项计提坏账。

基于钟祥市楚钟磷化有限公司货款拖欠 5 年以上事实及查无财产可供执行的诉讼执行裁定书，发行人于 2023 年度核销对其往来款，并由税审机构出具《企业财产损失所得税税前扣除鉴证报告》在当年度汇算清缴报告中进行税前扣除。对湖北京襄化工有限公司，由于未获取任何法院判决书、仲裁机构仲裁书或裁定终（中）止执行的法律文书，且京襄化工为存续状态，不存在注销、吊销、破产清算、双方债务重组情况，加之金额较大，不符合税法上的坏账核销标准，公司前期一直未予核销。

2024 年度，管理层考虑确无回收可能性，重新对京襄化工提起诉讼没有实际意义，仅会增加诉讼成本。由于税务上因为没有确切外部有力证据，发行人未作为坏账损失处理调减当期应纳税所得额，仅在会计上作为坏账损失处理。考虑处于上市申报期，发行人清理确实无法收回的往来款项具有合理性，且符合相关企业会计准则和税务处理规定。

## 2、沃博特生物科技有限公司往来款于 2025 年度核销的原因

2022 年度及 2023 年度，公司向外协厂商沃博特采购金额分别为 751.19 万元、1238.70 万元，结算方式为预付 30%-70% 货款。2023 年 6 月，沃博特出现资金链断裂，供货出现不及时的情况，2023 年 9 月，沃博特向湖南省汉寿县人民法院申请破产重整并获得受理，发行人判断其财务状况恶化，于 2023 年 11 月进行债权人申报，2023 年末将预付货款转入其他应收款并全额计提坏账，对应账龄均在一年以内。

根据湖南省汉寿县人民法院民事裁定书批准的《沃博特生物科技有限公司重整计划草案》，普通债权清偿率最终按经人民法院裁定所认定的普通债权额的 11% 左右予以公平清偿，其余全部予以豁免；对于普通债权人，按 3% 清偿率计算清偿额于重整计划经人民法院裁定批准执行后 1 年内一次性给付完毕，清偿期限最长不超过 5 年。重整投资人接管后，沃博特更名为“湖南超壤新肥科技有限公司”。

根据重整后经营规模情况，管理层判断剩余 11% 清偿比例获得清偿的概率较低，遂于 2025 年 3 月 17 日召开董事会审批通过了核销决议，在 2024 年度财务报表中对沃博特生物科技有限公司全部债权予以核销，但税务上仅就 89% 明确无法获得清偿的部分申报坏账损失，剩余 11% 比例因税法上未达到核销标准未作为坏账损失申报调减应纳税所得额。公司核销上述坏账具有合理依据且符合会税规定。

## （二）说明资金拆借款的形成背景、利息计提情况、期后回款情况，是否构成关联方资金占用或其他潜在利益安排

山东恒基新型材料有限公司（以下简称“恒基新材”）成立于 2011 年，主要从事普通货运，新型节能高耐蚀复合板材生产、销售，钢板销售，成立最初几年效益良好，相关部门组织当地规模较大企业向其借款以支持其二期建设投产。

基于上述背景，发行人 2013 年 8 月与恒基新材签订六个月月息 1%，金额为 1,500 万元的《借款协议》；2014 年 3 月，恒基新材未能如期还款，双方续签借款协议，延期半年；期满后恒基仅归还 500 万元本金及对应利息，2014 年 9 月，双方就剩余 1,000 万元借款本金及利息约定还款日期及数额，但此后恒基新材仅归还 50 万元，剩余款项因为资金链断裂停产多次催告未予归还。发行人就其中 950 万元本金和法院于 2015 年判决应由恒基偿还的 27.28 万元代理律师费确认为其他应收款；除 2014 年度将恒基首次还款支付的利息 47.60 万元计入当期损益外，未额外计提相应利息收入。考虑确无收回可能，公司于 2016 年全额计提坏账准备并于 2023 年进行核销，对报告期内公司利润情况不构成影响。

截至本回复签署日，发行人已核销恒基新材资金拆借款且无最新回款情况。发行人及其关联方与恒基新材不存在关联关系或其他潜在利益安排。

## 三、核查程序及核查意见

### （一）核查程序

1、访谈销售负责人并查阅合同台账，了解发行人各业务模式客户信用政策及报告期内变动情况，核查是否存在放松信用政策增加收入的情况；

2、获取发行人应收账款明细，结合不同渠道信用政策及合作情况，分析逾



期金额增长、账龄变长、公司应收账款周转率下降、经销应收账款周转率快速上升的原因；

3、获取发行人应收账款明细，结合账龄、逾期情况、客户结构、主要客户合作情况、可回收性、坏账实际核销情况分析实质坏账风险；查阅同行业可比公司公告，了解其坏账计提方法、计提情况等，分析公司坏账计提是否符合行业特征及与同行业可比公司差异的合理性；

4、获取发行人报告期内收入明细表，对主要客户进行公开资料查询，了解主要客户报告期内经营状况、资信情况、是否涉及重大诉讼和是否被列为失信被执行人情形，是否存在应单项计提坏账准备的客户；

5、根据同行业公司较为严格的坏账计提比例，模拟测算补充计提对发行人经营业绩的影响，分析是否仍满足上市条件；

6、访谈发行人销售及采购业务负责人并查阅相关合同，了解发行人与上下游结算方式、信用期等情况，结合净利润与经营活动现金流量匹配情况分析差异及变动的合理性；

7、获取发行人与楚钟磷化合同纠纷案的民事判决书、执行裁定书、税审机构出具的《企业财产损失所得税税前扣除鉴证报告》及发行人核销决议文件；访谈发行人财务负责人，了解合作背景、诉讼历史及未同时核销的原因；

8、获取报告期内公司向沃博特采购明细及购销合同、采购入库单据、发票、付款单据等交易凭证，核实 2023 年预付款项因供应商经营异常未及时履行合同转入其他应收款的真实性；获取 2024 年度沃博特生物科技有限公司破产重整案民事裁定书及重整计划（草案），分析坏账核销的合理性；

9、访谈发行人法务部负责人，了解恒基新材资金拆借款的形成背景，获取公司与该单位签订的借款协议；获取公司明细账及银行流水，核查利息计提和期后回款情况。

## （二）核查意见

经核查，申报会计师认为：



1、报告期内，公司收入规模相对稳定，公司针对客户的信用政策、结算条件及方式未发生重大变化且执行情况良好，不存在通过放松信用政策增加收入的情形；

2、公司应收账款逾期金额增长、账龄变长主要系政府部门因地方财政压力较大，回款情况不及预期所致；公司 2023 年应收账款周转率大幅下降，主要系公司销售规模的扩大，同时受政府及邮政渠道客户回款较慢影响，2022 年期末应收账款较期初形成较大幅度增长所致；**2023 年、2024 年**经销应收账款周转率上升，主要系该渠道以先款后货为主，同时公司加强应收账款管理，2024 年末、2023 年末经销渠道应收账款较往年显著下降所致；

3、鉴于公司应收账款主要来源于邮局及政府客户，合作具有商业合理性且可回收性良好，长账龄及逾期应收账款均主要来自政府类客户，形成实质坏账的风险较小，同时报告期内公司坏账核销情形极少，坏账准备计提金额可以覆盖实际坏账损失，公司坏账准备计提充分；经对比，公司的坏账准备计提政策符合行业特点，采用了相对合理、谨慎的坏账计提政策；

4、报告期内，发行人主要客户经营及资信状况良好，不存在被列为失信被执行人和涉及重大诉讼的情况，信用风险较低，不存在应单项计提未计提的情形；

5、通过模拟可比公司较为严格的坏账政策重新计算发行人的应收账款坏账准备，对各报告期内净利润的金额影响较小，发行人具备良好的盈利能力，仍然满足发行上市条件；

6、发行人经营活动产生的现金流量净额与净利润差异主要系受行情波动影响，资产负债表日特定时间点前后的备货策略、款项收付导致存货、往来款项存量耗用的结果等，与上下游的先款后货为主的结算方式实际匹配，年度间波动具备合理性；

7、2023 年度，发行人基于税务扣除原因仅对楚钟磷化坏账核销；2024 年度，发行人清理确实无法收回的京襄化工往来款项，相关处理符合企业会计准则和税法规定；

8、2023 年度，沃博特因资金链断裂无法履约发货，公司就沃博特欠付款项



依法进行债权申报后全额计提坏账准备；2024 年度，沃博特敲定破产重整计划，公司管理层判断获得清偿的概率较低，遂予核销，相关处理符合企业会计准则和税法规定；

9、发行人与恒基新材的资金拆借系特定时代背景下地区内企业间的短期融资行为，具有合理依据；由于拆借行为发生时间较早且已于 2016 年全额计提坏账，公司后续未予进行利息计提，亦未于期后获得偿付，对报告期内利润情况不构成影响；发行人及其关联方与恒基新材不存在关联关系或其他潜在利益安排。

### （三）结合主要客户走访、函证情况，说明是否存在回款风险较大的客户

#### 1、主要客户走访情况

实施对客户的实地走访、访谈程序，结合应收账款函证询证相关的交易额、关联关系、主要合同及订单等信息选取样本，对报告期内各年度主要客户进行访谈，访谈情况详见“问题 4.业绩变动合理性及收入确认准确性”之“三、（三）8、实施对客户访谈程序”相关回复内容。

通过访谈程序，各报告期可确认收入金额比例能达到 60% 以上。

#### 2、主要客户函证情况

对报告期内客户的应收账款、预收款项、销售收入金额进行函证，确认营业收入的准确、完整，应收账款和预收款项的存在性，具体发函比例和回函可确认比例详见“问题 4.业绩变动合理性及收入确认准确性”之“三、（三）7、实施函证程序”相关回复内容。

通过回函情况和替代测试，报告期内各科目可确认金额比例能达到 85% 及以上。

综上，通过函证和访谈程序，报告期内各科目可确认金额比例较高，同时通过了解发行人各类客户的信用政策、资信情况、经营状况等，结合客户账龄明细表和期后回款明细表，公司各报告期主要客户期后回款良好，不存在回款风险较大的客户。

### 问题 9. 大额存货合理性及减值计提充分性

根据申请文件，（1）报告期各期末，公司存货账面价值分别为 33,472.70 万元、31,268.31 万元和 27,721.86 万元，存货跌价准备计提金额分别为 566.99 万元、531.23 万元和 661.60 万元，计提比例分别为 1.67%、1.67%和 2.33%。公司存货主要由原材料、库存商品和委托加工物资构成，产品保质期以长期有效为主。（2）2021 年至 2024 年末，委托加工物资账面余额分别为 2,721.09 万元、623.94 万元、475.82 万元和 1,040.67 万元。（3）报告期各期末，公司预付款项账面余额分别为 21,712.16 万元、4,902.68 万元和 6,444.22 万元，2023 年末同比降幅 77.42%，2024 年末同比增幅 31.44%。

请发行人：（1）结合采购及生产周期、备货政策、在手订单支持率、需求季节性波动等，说明库存商品、原材料与采购生产情况、在手订单的匹配性，存货账面价值逐年下降、预付款项波动较大的原因及合理性。（2）按照产品类型说明各期末原材料、库存商品的具体构成（数量、单价、金额）及库龄情况，说明长库龄存货的具体构成及形成原因、期后结转情况，说明存货的存储条件及保质期情况，是否具备长期有效保存原材料、库存商品的能力。（3）结合市场行情、存货库龄及周转率、期后结转情况、可比公司存货跌价计提等，说明存货（尤其是原材料、库存商品）减值计提的充分性，跌价计提比例是否低于可比公司。（4）说明对各存货项目进行盘点的情况，包括盘点范围、方法、时间、地点、金额、比例等，执行盘点的部门与人员，是否存在账实差异及其原因、处理结果。（5）说明委托加工物资仓储保管责任划分、费用承担、仓储分布情况，如何对委托加工物资进行管理，确定每月实际使用量的方式、频率和时点，是否影响成本费用归集的准确性。（6）说明各期前五大预付款项对象与发行人合作背景、合作内容、预付金额与合同约定的付款进度是否匹配，是否存在锁价安排，说明 2024 年末晋能控股装备制造集团有限公司预付款项大额增加的合理性，预付账款变动相关表述是否准确完整。

请保荐机构及申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见。（2）说明针对各类存货（尤其是委托加工物资）的监盘、函证情况，核查程序及核查比例，是否账实相符。

**【回复】**



一、结合采购及生产周期、备货政策、在手订单支持率、需求季节性波动等，说明库存商品、原材料与采购生产情况、在手订单的匹配性，存货账面价值逐年下降、预付款项波动较大的原因及合理性。

### （一）采购及生产周期、备货政策、在手订单支持率、需求季节性波动

#### 1、采购及生产周期

公司对原材料执行“以产定采为主，战略采购补充”的采购模式。采购部门根据生产部门提供的生产计划，结合原料的市场行情、库存量、供应商报价、供货周期等制订具体采购计划，下达采购订单。为了降低采购成本，公司对部分原料适度采取淡季低价储备，错季采购的策略。公司采购周期主要受运输距离和运输方式影响，正常采购情况下，自下达采购订单日起，陆运方式下 5-7 天到货，水运方式下 15-25 天到货，进口方式下 20-30 天到货，加急采购情况下，自下达采购订单日起 3 天即可到货。

公司采取以销定产与适量库存相结合的生产管理模式。生产部门根据公司年度销售计划并结合行业季节性特点编制相应生产计划，全面组织调度生产，同时根据销售情况、库存情况及时对生产计划进行动态调整。公司产品生产周期短，生产效率高，投料后数小时即可产出成品。

#### 2、需求季节性波动及备货政策

由于农业生产的季节性规律，公司产品的生产销售具有明显季节性，通常情况下，每年 3 月-6 月（春夏肥）、8 月-10 月（秋肥）为农业生产用肥旺季，同时也是公司产品生产销售旺季。为避免用肥旺季产能不足，保证销售旺季产品供应，公司需要提前 1-2 月开始采购及生产备货。

#### 3、在手订单支持率

报告期各期末，公司在手订单情况如下：

单位：万元

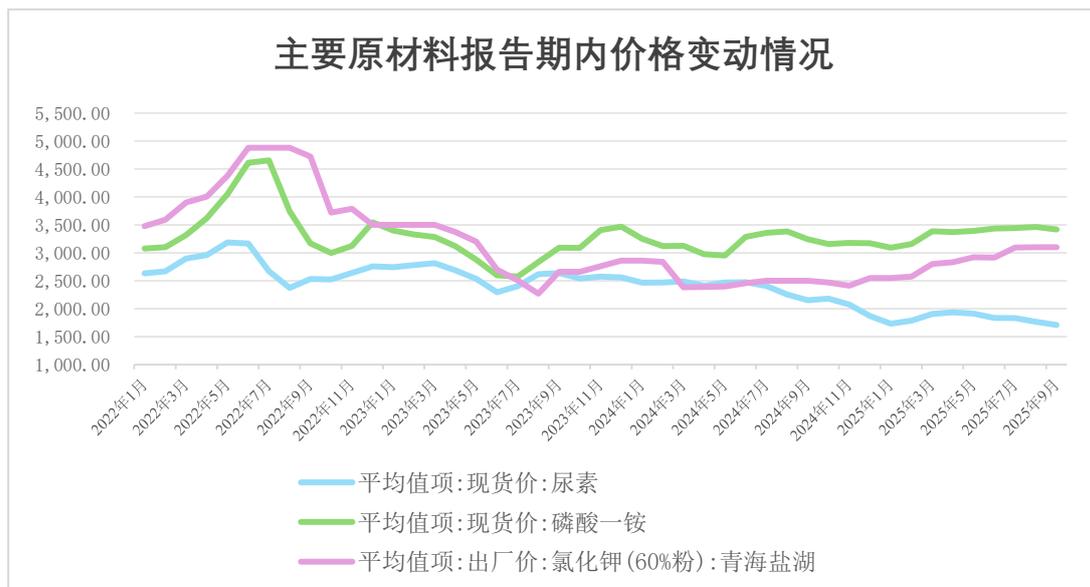
项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
存货余额	21,340.14	28,383.46	31,799.54	34,039.70
期末在手订单金额	14,030.48	33,205.62	47,042.61	62,906.01



项目	2025年6月30日	2024年12月31日	2023年12月31日	2022年12月31日
扣除税金毛利后订单金额	10,620.69	24,727.53	36,667.34	50,053.57
存货余额在手订单支持率	49.77%	87.12%	115.31%	147.04%

注：在手订单支持率=（期末订单金额-税金）\*（1-销售毛利率）/存货余额。

报告期各期末，公司存货余额在手订单支持率分别为 147.04%、115.31%、87.12%和 49.77%，虽有所下滑，但整体处于较高水平。2022 年，上半年受上游原材料价格剧烈上涨及下游大量用肥需求的影响，化肥价格一路上涨，第三季度受益于原料端供给改善、下游需求减少等因素，化肥价格回落，为规避旺季供不应求、化肥价格再次上涨的风险，客户与公司订立合同支付预付款意愿强烈，使得期末公司存货余额在手订单支持率较高。2023 年全年原材料价格呈震荡下行趋势，年末市场普遍预期化肥价格将进一步下降，客户与公司订立合同支付预付款意愿较弱，订单获取情况不及预期。2024 年末化肥价格基本下降至历史低点，客户与公司订立合同支付预付款意愿进一步减弱，在手订单支持率较以前年末下滑。2025 年 6 月末，春夏肥生产销售旺季基本结束，且未来原材料价格不确定性较强，下游支付预付款意愿均较弱；与此同时，公司需为秋季肥市场储备一定安全库存，使得在手订单支持率较以前年末偏低。



数据来源：ifind

## （二）说明库存商品、原材料与采购生产情况、在手订单的匹配性



## 1、库存商品、原材料与采购生产情况的匹配性

报告期各期末，公司存货账面余额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2025年6月30日		2024年12月31日		2023年12月31日		2022年12月31日	
	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比
原材料	10,524.48	49.32%	13,603.11	47.93%	14,790.88	46.51%	18,560.34	54.53%
在产品	19.35	0.09%	107.35	0.38%	40.89	0.13%	187.36	0.55%
库存商品	9,672.88	45.33%	13,297.54	46.85%	16,122.32	50.70%	13,914.52	40.88%
发出商品	115.80	0.54%	135.53	0.48%	176.10	0.55%	708.01	2.08%
合同履约成本	202.79	0.95%	199.26	0.70%	193.53	0.61%	45.53	0.13%
委托加工物资	804.85	3.77%	1,040.67	3.67%	475.82	1.50%	623.94	1.83%
合计	21,340.14	100.00%	28,383.46	100.00%	31,799.54	100.00%	34,039.70	100.00%

报告期各期末，公司库存商品账面余额分别为 13,914.52 万元、16,122.32 万元、13,297.54 万元和 **9,672.88 万元**，原材料账面余额分别为 18,560.34 万元、14,790.88 万元、13,603.11 万元和 **10,524.48 万元**，库存商品和原材料占存货比例合计超过 90%，各期末库存商品和原材料余额较大、占比较高。

一方面，为避免用肥旺季产能不足，满足春肥销售需要，公司于年末提前进行采购和生产备货，保持一定的库存商品和原材料库存。报告期各期，公司第一季度主营业务收入分别为 74,567.62 万元、79,239.54 万元、61,794.77 万元和 **69,381.57 万元**，远高于期末存货余额，存货结转情况良好。

另一方面，由于公司产品众多、客户需求多样，公司保持一定的原材料库存，能够满足生产旺季原材料多样化的需求，充分利用自身生产能力并发挥产品生产灵活的优势，更有针对性地满足客户需求。

2025 年 6 月末，正值年中用肥淡季，公司原材料和库存商品余额较年末余额偏低，但存货整体规模与去年同期基本保持一致。为避免秋季肥需求增加集中，在年中需求淡季，公司保持一定的安全库存具有商业合理性。

综上所述，报告期各期末公司库存商品和原材料余额较大且占比较高与采购生产情况具有匹配性。



## 2、库存商品、原材料与在手订单的匹配性

报告期各期末，公司存货余额在手订单支持率分别为 147.04%、115.31%、87.12%和 **49.77%**。2022 年末和 2023 年末在手订单支持率超过 100%，2024 年末受化肥价格基本下降至历史低点影响，客户与公司订立合同支付预付款意愿较弱，期末在手订单金额较小，在手订单支持率不足 100%但仍处于较高水平。**2025 年 6 月末，化肥市场处于淡季，期末在手订单金额较小，在手订单支持率相较于年度期末偏低。**

报告期各期末，公司存货期后结转情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
期末存货余额	21,340.14	28,383.46	31,799.54	34,039.70
期后结转金额	15,654.09	26,874.44	31,225.34	33,934.82
期后结转比例	73.36%	94.68%	98.19%	99.69%

注：期后指报告期各年度次年 1 月 1 日至 2025 年 9 月 30 日。

据上表，截至 2025 年 9 月 30 日，公司各期末存货期后结转比例分别为 **99.69%**、**98.19%**、**94.68%**和 **73.36%**，整体结转情况良好。公司主要客户综合实力强，市场地位高，双方业务规模稳定，2024 年末虽受化肥价格基本下降至历史低点影响，客户支付预付款意愿较弱，但期后客户付款及发货情况稳定，存货结转情况良好。**2025 年 6 月末，公司存货期后结转比例相对较低，主要系华北、华东等地持续阴雨天气，玉米等作物秋收推迟，耕种困难，使得用肥季节推迟，进而影响存货期后结转比例。**

综上所述，报告期各期末公司库存商品、原材料余额与在手订单具有匹配性。

### （三）说明存货账面价值逐年下降、预付款项波动较大的原因及合理性

报告期各期末，公司存货价值逐年下降，主要受原材料行情波动、原材料单位均价降低、**存货数量减少**影响；预付款项波动较大主要受公司期末存货数量及下游客户预收款项金额等因素影响。

#### 1、存货账面价值逐年下降受原料行情波动，原材料单位均价降低以及库存商品和原材料数量减少影响



报告期内，公司存货主要由原材料及库存商品构成，各期末合计占比均在90%以上。报告期各期末，公司原材料、库存商品合计金额、数量及单位货值情况如下：

项目	2025/6/30	2024/12/31	2023/12/31	2022/12/31
账面余额（万元）	<b>20,197.36</b>	26,900.65	30,913.20	32,474.86
数量（万吨）	<b>8.37</b>	14.21	14.54	11.47
平均货值（元/吨）	<b>2,414.13</b>	1,892.87	2,125.95	2,831.18

报告期各期末，公司主要存货库存数量为 11.47 万吨、14.54 万吨、14.21 万吨和 8.37 万吨。2022 年末至 2024 年末，存货账面价值逐年下降，主要系公司经营所需原材料包括尿素等大宗原料，其市场价格在 2022 年年中达到阶段性高点后持续走低，使得平均货值逐年下滑所致。2025 年 6 月末，公司存货账面价值持续降低，主要系春夏季肥销售接近尾声，秋季肥一般在 8 月以后启动销售，且销量较春夏季肥料较少，公司仅保持一定的安全库存，使得存货数量较低。

2025 年 6 月末，公司存货平均货值较高，主要系受用肥季节性影响，小麦等作物对肥料磷含量要求相对较高，公司原材料主要以单价较高的磷肥及钾肥为主，占主要生产原材料库存比例接近 60%，尿素等氮肥价格较低的库存比例相对降低所致。

## 2、预付账款波动较大受到存货、预收款项规模联动影响

化肥为大宗商品，其价格波动较大，公司通过向下游客户预收款项（合同负债）来缓解旺季产能不足，并通过平衡预收、存货及预付款项协同供销关系，有效地将原料价格波动风险向上下游传导。

报告期各期末，公司合同负债、存货及预付账款金额如下：

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日		2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日
	金额	变动	金额	变动	金额	变动	金额
合同负债①	<b>13,519.00</b>	<b>-52.15%</b>	28,254.28	-22.51%	36,460.36	-26.01%	49,280.47
存货②	<b>20,726.96</b>	<b>-25.23%</b>	27,721.86	-11.34%	31,268.31	-6.59%	33,472.70



项目	2025年6月30日		2024年12月31日		2023年12月31日		2022年12月31日
	金额	变动	金额	变动	金额	变动	金额
预付账款③	5,004.72	-22.34%	6,444.22	31.44%	4,902.68	-77.42%	21,712.16
预计备货规模 ④（④=②+③）	25,731.69	-24.69%	34,166.08	-5.54%	36,170.99	-34.45%	55,184.86

因市场普遍预期原料价格呈现下行趋势，公司2023年末合同负债余额、预计备货规模分别较2022年末下降26.01%和34.45%，2024年末分别较2023年末下降22.51%和5.54%，2025年6月末，公司合同负债余额、预计备货规模分别较2024年末下降52.15%和24.69%，2024年6月末金额为13,222.78万元、21,070.82万元，变动比例为2.24%、-1.63%，与同期水平保持基本一致。合同负债余额、预计备货规模趋势保持一致。报告期内，因原材料行情变化，公司需根据合同负债规模和库存情况，及时向上游支付价款，锁定产能，使得预付款项有所波动。同时，预收款项与预计备货规模总体差异较小，其差异主要系公司根据自身对未来行情判断及下游备货需求适当调整采购规模所致。

综上所述，受主要原材料价格下降、平均货值降低以及数量减少影响，公司存货账面价值逐年下降。另外结合存货、预付款规模与预收款联动情况，公司预付款项波动较大具有一定的合理性。

二、按照产品类型说明各期末原材料、库存商品的具体构成（数量、单价、金额）及库龄情况，说明长库龄存货的具体构成及形成原因、期后结转情况，说明存货的存储条件及保质期情况，是否具备长期有效保存原材料、库存商品的能力。

（一）按照产品类型说明各期末原材料、库存商品的具体构成（数量、单价、金额）

报告期各期末，公司原材料、库存商品的具体构成（数量、单价、金额）情况如下：

单位：吨、元/吨、万元

年度	存货类别		数量	均价	金额
2025年6月30日	库存商品	普通肥料	9,223.25	2,317.48	2,137.47
		新型肥料	25,301.12	2,273.61	5,752.50



年度	存货类别		数量	均价	金额
		新型肥料中间体	8,912.99	2,000.36	1,782.91
		小计	43,437.35	2,226.86	9,672.88
	原材料	生产用原材料	40,225.58	2,319.11	9,328.75
		其他	-	-	1,195.73
		小计	40,225.58	-	10,524.48
		合计	83,662.93	-	20,197.36
2024年12月31日	库存商品	普通肥料	10,632.54	2,077.77	2,209.20
		新型肥料	46,134.56	1,962.38	9,053.36
		新型肥料中间体	8,150.80	2,496.67	2,034.98
		小计	64,917.90	2,048.36	13,297.54
	原材料	生产用原材料	77,197.74	1,494.97	11,540.80
		其他	-	-	2,062.31
		小计	77,197.74	-	13,603.11
		合计	142,115.64	-	26,900.65
2023年12月31日	库存商品	普通肥料	9,331.43	2,227.05	2,078.15
		新型肥料	41,302.87	2,303.96	9,516.00
		新型肥料中间体	16,458.25	2,751.31	4,528.17
		小计	67,092.55	2,403.00	16,122.32
	原材料	生产用原材料	78,316.23	1,777.64	13,921.78
		其他	-	-	869.10
		小计	78,316.23	-	14,790.88
		合计	145,408.78	-	30,913.20
2022年12月31日	库存商品	普通肥料	4,821.77	2,740.31	1,321.31
		新型肥料	37,050.98	2,723.86	10,092.16
		新型肥料中间体	6,825.97	3,664.01	2,501.04
		小计	48,698.72	2,857.27	13,914.52
	原材料	生产用原材料	66,005.44	2,649.22	17,486.32
		其他	-	-	1,074.02
		小计	66,005.44	-	18,560.34
		合计	114,704.16	-	32,474.86

公司库存商品主要由普通肥料、新型肥料、新型肥料中间体组成，原材料主要由生产用原材料和其他组成，其他主要包括包装物、备品备件及宣传品。报告



期各期末，公司库存商品和生产用原材料数量合计分别为 114,704.16 吨、145,408.78 吨、142,115.64 吨和 **83,662.93 吨**，2023 年末较 2022 年末明显上升，2024 年末较 2023 年末略有下降，**2025 年 6 月末较 2024 年末明显下降**，与公司当期销量规模变动趋势相近，**与公司生产销售季节性特征相匹配**。报告期内，公司原材料、库存商品均价呈先下降后上升的趋势，符合大宗原材料行情变动趋势。

## （二）说明各期末原材料、库存商品的库龄情况、长库龄存货的具体构成及形成原因、期后结转情况

### 1、各期末原材料、库存商品的库龄情况

报告期各期末，公司原材料、库存商品的库龄情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日		2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日	
	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比
1 年以内	<b>19,527.28</b>	<b>96.68%</b>	26,329.77	97.87%	30,592.02	98.96%	31,718.37	97.67%
1-2 年	<b>431.70</b>	<b>2.14%</b>	424.17	1.58%	237.35	0.77%	662.19	2.04%
2 年以上	<b>238.38</b>	<b>1.18%</b>	146.71	0.55%	83.83	0.27%	94.30	0.29%
合计	<b>20,197.36</b>	<b>100.00%</b>	<b>26,900.65</b>	<b>100.00%</b>	<b>30,913.20</b>	<b>100.00%</b>	<b>32,474.86</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期末，公司原材料、库存商品中库龄一年以上存货比例分别为 2.33%、1.04%、2.13% 和 **3.32%**，长库龄存货比例极低，公司存货周转速度较快，生产经营状况良好。

### 2、长库龄存货的具体构成及形成原因、期后结转情况

报告期各期末，公司长库龄存货的具体构成及期后结转情况如下：

单位：万元

年度	存货类别	1 年以上余额	期后结转金额	期后结转比例
2025 年 6 月 30 日	库存商品	<b>161.81</b>	<b>55.65</b>	<b>34.39%</b>
	原材料	<b>508.28</b>	<b>48.96</b>	<b>9.63%</b>
	合计	<b>670.08</b>	<b>104.61</b>	<b>15.61%</b>
2024 年 12 月 31 日	库存商品	144.00	<b>107.05</b>	<b>74.34%</b>
	原材料	426.88	<b>143.95</b>	<b>33.72%</b>
	合计	<b>570.88</b>	<b>251.00</b>	<b>43.97%</b>



年度	存货类别	1年以上余额	期后结转金额	期后结转比例
2023年12月31日	库存商品	62.64	62.07	99.09%
	原材料	258.54	151.72	58.68%
	合计	321.18	213.78	66.56%
2022年12月31日	库存商品	485.53	479.97	98.86%
	原材料	270.96	226.10	83.44%
	合计	756.49	706.08	93.34%

注：期后指报告期各期末次日至2025年8月31日。

报告期各期末，公司库龄一年以上的库存商品主要为新型肥料和新型肥料中间体，库龄一年以上的原材料主要为回机料、生产辅料和包装物。

新型肥料和新型肥料中间体中部分季节性产品应季销售时间较短，过季后暂时无法对外销售，出现季节性滞销的情况，存货周转速度较慢，形成长库龄存货，季节性产品应季时可正常对外销售，期后结转比例相对较高。

回机料和生产辅料需特定配方产品使用，且单次使用量较少，消耗速度较慢，形成长库龄存货且期后结转比例较低。部分包装物由于产品配方调整、更换版面设计等原因需经印刷车间印刷后使用，消耗较慢，形成长库龄存货且期后结转比例较低。

### （三）说明存货的存储条件及保质期情况

公司原材料、库存商品中除极少数需要罐体存储或单独存储外，绝大多数存货存储于室内或户外硬化区域加盖篷布遮挡即可。

报告期各期末，公司原材料、库存商品保质期情况如下：

单位：万元

年度	存货类别	账面余额	有效期			长期有效占比
			长期有效	24个月	36个月	
2025年6月30日	库存商品	9,672.88	9,343.08	177.55	152.25	96.59%
	原材料	10,524.48	10,471.40	12.61	40.47	99.50%
	合计	20,197.36	19,814.48	190.16	192.72	98.10%
2024年12月31日	库存商品	13,297.54	12,915.48	291.50	90.56	97.13%
	原材料	13,603.11	13,565.16	9.44	28.51	99.72%
	合计	26,900.65	26,480.64	300.94	119.07	98.44%



年度	存货类别	账面余额	有效期			长期有效占
2023年12月31日	库存商品	16,122.32	15,706.34	258.51	157.47	97.42%
	原材料	14,790.88	14,747.92	23.40	19.56	99.71%
	合计	<b>30,913.20</b>	<b>30,454.26</b>	<b>281.91</b>	<b>177.03</b>	<b>98.52%</b>
2022年12月31日	库存商品	13,914.52	13,337.58	417.35	159.59	95.85%
	原材料	18,560.34	18,557.71	0.82	1.81	99.99%
	合计	<b>32,474.86</b>	<b>31,895.29</b>	<b>418.17</b>	<b>161.40</b>	<b>98.22%</b>

公司原材料、库存商品中除少量微生物相关产品和原料有 24 个月或 36 个月的保质期外，绝大多数存货的保质期为长期有效，不存在存货超过保质期失效而跌价的风险。

#### （四）说明是否具备长期有效保存原材料、库存商品的能力

公司原材料、库存商品包括产成品、半成品、原材料、生产辅料、包装物、备品备件、宣传品以及其他零星存货，其中瓶装、桶装、箱装产成品、半成品、原材料和生产辅料、包装物、备品备件、宣传品以及其他零星存货数量较少且占用空间较小，存放于单独的仓库或区域；吨包装（1 吨、1.5 吨）、袋装（40KG、50KG）产成品、半成品、原材料数量较多且占用空间较大，需根据采购和生产情况合理安排货位。

报告期各期末，公司分区域、分存货种类吨包装（1 吨、1.5 吨）、袋装（40KG、50KG）库存商品、原材料期末结存量和最大存储量情况如下：

日期	区域	存货种类	期末结存量 (吨)	最大存储量 (吨)	期末结存量占最大存储量比例
2025年6月30日	肥城	产成品库	41,428.27	56,021.00	73.95%
	肥城	原料库	40,401.34	51,493.28	78.46%
	吉林	产成品库	537.12	14,424.00	3.72%
	吉林	原料库	697.04	14,504.00	4.81%
	漯河	产成品库	284.12	650.00	44.48%
	漯河	原料库	4.98		
	新疆	产成品库	1,588.20	4,104.00	38.70%
	新疆	原料库	1,090.88	3,362.00	32.45%
		合计		86,031.95	144,558.28



日期	区域	存货种类	期末结存量 (吨)	最大存储量 (吨)	期末结存量占最 大存储量比例
2024 年 12 月 31 日	肥城	库存商品	53,827.51	56,021.00	96.08%
	肥城	原材料	51,166.57	51,493.28	99.37%
	吉林	库存商品	12,121.54	14,424.00	84.04%
	吉林	原材料	13,460.46	14,504.00	92.81%
	漯河	库存商品	142.93	650.00	40.06%
	漯河	原材料	117.46		
	新疆	库存商品	502.58	4,104.00	12.25%
	新疆	原材料	2,546.33	3,362.00	75.74%
	合计		<b>133,885.36</b>	<b>144,558.28</b>	<b>92.62%</b>
2023 年 12 月 31 日	肥城	库存商品	60,603.55	65,231.00	92.91%
	肥城	原材料	52,283.90	62,698.00	83.39%
	吉林	库存商品	6,349.53	6,776.00	93.71%
	吉林	原材料	9,327.46	9,912.00	94.10%
	漯河	库存商品	338.96	650.00	70.94%
	漯河	原材料	122.18		
	新疆	库存商品	210.79	700.00	30.11%
	新疆	原材料	772.45	3,362.00	22.98%
	合计		<b>130,008.82</b>	<b>149,329.00</b>	<b>87.06%</b>
2022 年 12 月 31 日	肥城	库存商品	46,370.63	56,021.00	82.77%
	肥城	原材料	63,760.31	71,908.00	88.67%
	吉林	库存商品	1,608.65	6,776.00	23.74%
	吉林	原材料	875.65	7,412.00	11.81%
	漯河	库存商品	580.91	650.00	97.12%
	漯河	原材料	50.35		
	新疆	库存商品	209.10	5,000.00	56.11%
	新疆	原材料	2,596.51		
	合计		<b>116,052.11</b>	<b>147,767.00</b>	<b>78.54%</b>

综上，公司在生产经营旺季、库存水平处于高位时，仓储能力仍能满足仓储需要，公司具有长期有效保存原材料、库存商品的能力。

三、结合市场行情、存货库龄及周转率、期后结转情况、可比公司存货跌价计提等，说明存货（尤其是原材料、库存商品）减值计提的充分性，跌价计



提比例是否低于可比公司。

报告期各期末，公司存货跌价计提情况如下：

单位：万元

日期	项目	金额	占总体比例	跌价	跌价计提比例
2025/6/30	原材料	10,524.48	49.32%	388.26	3.69%
	在产品	19.35	0.09%	0.00	0.00%
	库存商品	9,672.88	45.33%	199.30	2.06%
	发出商品	115.80	0.54%	0.30	0.26%
	合同履约成本	202.79	0.95%	0.00	0.00%
	委托加工物资	804.85	3.77%	25.32	3.15%
	合计	21,340.14	100.00%	613.18	2.87%
2024/12/31	原材料	13,603.11	47.93%	415.97	3.06%
	在产品	107.35	0.38%	-	0.00%
	库存商品	13,297.54	46.85%	227.43	1.71%
	发出商品	135.53	0.48%	-	0.00%
	合同履约成本	199.26	0.70%	-	0.00%
	委托加工物资	1,040.67	3.67%	18.20	1.75%
	合计	28,383.46	100.00%	661.60	2.33%
2023/12/31	原材料	14,790.88	46.51%	261.00	1.76%
	在产品	40.89	0.13%	-	0.00%
	库存商品	16,122.32	50.70%	243.97	1.51%
	发出商品	176.10	0.55%	-	0.00%
	合同履约成本	193.53	0.61%	-	0.00%
	委托加工物资	475.82	1.50%	26.27	5.52%
	合计	31,799.54	100.00%	531.23	1.67%
2022/12/31	原材料	18,560.34	54.53%	180.64	0.97%
	在产品	187.36	0.55%	-	0.00%
	库存商品	13,914.52	40.88%	372.48	2.68%
	发出商品	708.01	2.08%	3.18	0.45%
	合同履约成本	45.53	0.13%	-	0.00%
	委托加工物资	623.94	1.83%	10.69	1.71%
	合计	34,039.70	100.00%	566.99	1.67%

报告期各期末，公司存货跌价计提比例分别为 1.67%、1.67%、2.33% 和 2.87%，



2023 年末存货跌价计提比例和 2022 年末一致，2024 年末存货跌价计提比例较 2023 年末略有上升，**2025 年 6 月末较 2024 年末存货跌价计提比例略有上升，主要系尿素等原材料价格整体呈现下行趋势。**发生跌价的存货主要是原材料和库存商品，报告期各期末，公司原材料跌价计提比例分别为 0.97%、1.76%、3.06% 和 **3.69%**，库存商品跌价计提比例分别为 2.68%、1.51%、1.71% 和 **2.06%**。

**（一）结合市场行情，说明存货（尤其是原材料、库存商品）减值计提的充分性**

2022 年上半年，受上游原材料价格剧烈上涨及下游大量用肥需求的影响，化肥价格一路上涨，自第三季度，受益于原料端供给改善、下游需求减少等因素，化肥价格稍有回落。受前期高价库存的影响，部分存货发生减值。

2023 年度，原材料价格呈震荡下行趋势，年末公司产品价格、原材料和库存商品成本均处于低位，存货成本与可变现净值匹配情况与上年末相比未发生重大变化，存货跌价计提比例与上年末保持一致。

2024 年度，原材料价格继续走低，年末原材料价格基本下降至历史低点，存货跌价计提比例较上年末略有上升。

**2025 年 1-6 月，尿素等原材料价格在一季度上涨后，二季度持续下行，存货跌价计提比例较上年末略有上升。**

**（二）结合存货库龄及期后结转情况，说明存货（尤其是原材料、库存商品）减值计提的充分性**

报告期各期末，公司存货库龄及期后结转情况如下：

单位：万元

日期	项目	金额	库龄			期后结转金额	期后结转比例
			1 年以内	1-2 年	2 年以上		
2025/6/30	原材料	10,524.48	10,016.21	302.70	205.57	7,561.54	71.85%
	在产品	19.35	19.35	-	-	19.35	100.00%
	库存商品	9,672.88	9,511.07	129.00	32.81	7,508.82	77.63%
	发出商品	115.80	115.80	-	-	115.80	100.00%
	合同履约成本	202.79	7.47	195.32	-	-	0.00%



日期	项目	金额	库龄			期后结转 金额	期后结转比 例
			1年以内	1-2年	2年以上		
	委托加工物资	804.85	764.82	20.95	19.07	448.58	55.74%
	合计	21,340.14	20,434.71	647.97	257.46	15,654.09	73.36%
2024/12/31	原材料	13,603.11	13,176.22	287.70	139.19	12,816.06	94.21%
	在产品	107.35	107.35	-	-	107.35	100.00%
	库存商品	13,297.54	13,153.55	136.47	7.52	13,000.48	97.77%
	发出商品	135.53	135.53	-	-	135.53	100.00%
	合同履约成本	199.26	5.73	193.53	-	-	0.00%
	委托加工物资	1,040.67	980.48	60.2	-	955.82	91.85%
	合计	28,383.46	27,558.86	677.89	146.71	27,015.23	95.18%
2023/12/31	原材料	14,790.88	14,532.34	174.71	83.83	14,475.27	97.87%
	在产品	40.89	40.89	-	-	40.89	100.00%
	库存商品	16,122.32	16,059.68	62.64	-	16,085.75	99.77%
	发出商品	176.10	176.10	-	-	176.10	100.00%
	合同履约成本	193.53	193.53	-	-	-	0.00%
	委托加工物资	475.82	475.82	-	-	454.56	95.53%
	合计	31,799.54	31,478.36	237.35	83.83	31,232.57	98.22%
2022/12/31	原材料	18,560.34	18,289.38	188.57	82.4	18,465.20	99.49%
	在产品	187.36	187.36	-	-	187.36	100.00%
	库存商品	13,914.52	13,429.00	473.62	11.91	13,907.36	99.95%
	发出商品	708.01	708.01	-	-	708.01	100.00%
	合同履约成本	45.53	45.53	-	-	45.53	99.99%
	委托加工物资	623.94	608.32	9.74	5.88	623.94	100.00%
	合计	34,039.70	33,267.59	671.94	100.18	33,937.40	99.70%

注1：期后指报告期各期末次日至2025年9月30日；

注2：合同履约成本余额2023年末193.53万元、2024年末199.26万元、2025年半年末202.79万元，期后结转率均为0.00%，系由于公司承接“2022年山东省第三次土壤普查省级土壤样品库建设项目”尚未完成。

报告期各期末，公司库龄一年以上存货占比分别为2.27%、1.01%、2.91%和4.24%，存货期后结转比例分别为99.70%、98.22%、95.18%和73.36%，长库龄存货占比极低，且期后结转情况良好，存货周转速度快、变现能力强，存货跌价风险较低。



（三）结合可比公司存货周转率及存货跌价计提，说明存货（尤其是原材料、库存商品）减值计提的充分性，说明跌价计提比例是否低于可比公司

报告期内，公司存货周转率与同行业对比情况如下：

公司名称	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
史丹利	5.17	4.70	5.90	5.84
芭田股份	4.82	3.93	5.00	5.31
新洋丰	4.52	4.17	4.34	4.65
红四方	7.79	6.98	8.04	8.64
汉和生物	5.25	4.40	4.06	4.37
可比公司平均	5.51	4.84	5.47	5.76
农大科技	10.18	6.50	6.92	6.35

数据来源：可比公司定期报告、招股说明书；

注1：存货周转率=营业成本/（（期初存货账面价值+期末存货账面价值）/2）；

注2：半年度周转率已年化处理

报告期内，公司存货周转率分别为6.35次、6.92次、6.50次和10.18次，存货周转水平比较稳定且优于可比公司平均，2025年1-6月存货周转率较2024年度有所提高，主要系受行业季节性及各客户区域结构影响，公司销售业务主要发生在上半年，且每年7月为用肥淡季，使得6月末存货账面价值相对较低所致。公司生产管理、采购及库存管理能力较强，存货跌价风险较低。

报告期各期末，公司存货跌价计提比例与同行业对比情况如下：

公司名称	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
史丹利	0.08%	0.15%	0.16%	0.47%
芭田股份	4.66%	5.22%	5.15%	4.17%
新洋丰	0.30%	0.27%	0.44%	0.07%
红四方	0.32%	0.69%	0.42%	0.49%
汉和生物	5.40%	5.94%	6.65%	3.36%
可比公司平均	2.15%	2.45%	2.56%	1.71%
农大科技	2.87%	2.33%	1.67%	1.67%

报告期各期末，公司存货跌价准备计提比例分别为1.67%、1.67%、2.33%和2.87%，整体高于史丹利、新洋丰和红四方，低于芭田股份和汉和生物，处于同行业合理区间。



综上所述，公司存货跌价计提比例与存货实际状况相符，能够体现公司存货跌价风险较低的风险水平，跌价计提比例位于同行业合理区间，存货（尤其是原材料、库存商品）减值计提充分。

四、说明对各存货项目进行盘点的情况，包括盘点范围、方法、时间、地点、金额、比例等，执行盘点的部门与人员，是否存在账实差异及其原因、处理结果。

（一）说明对各存货项目进行盘点的情况，包括盘点范围、方法、时间、地点、金额、比例等，执行盘点的部门与人员

根据公司《存货管理制度》，财务中心每年6月底和12月底各组织一次存货盘点，对在盘点过程中发现的存货盘盈、盘亏、毁损等问题，及时查明原因，在次月6日前出具盘点报告并报送公司领导及运营中心，根据签批结果进行相应账务处理，减少存货积压，降低减值风险。

报告期各期末，公司存货盘点情况概述如下：

项目	2025年6月30日	2024年12月31日	2023年12月31日	2022年12月31日
盘点范围	肥城库、异地子分公司库以及部分委外库的原材料、库存商品、委托加工物资等。			
盘点方法	对于以“瓶”“桶”“箱”“个”“条”“张”等计量的存货采用清点计数的方法进行盘点，对于以“千克”“升”“米”计量的存货采用测量计算的方法进行盘点，对于以吨包装（1吨、1.5吨）、袋装（40KG、50KG）计量的存货采用清点计数和抽样称重结合的方法进行盘点。			
盘点时间	2025年6月29日 -2025年7月1日	2024年12月26日 -2025年1月1日	2023年12月27日 -2024年1月1日	2022年12月27日 -2023年1月2日
盘点地点	肥城库、异地子分公司库以及部分委外库			
盘点金额	19,303.97万元	26,618.04万元	30,980.99万元	31,079.60万元
盘点比例	90.46%	93.78%	97.43%	91.30%
执行盘点部门	公司财务部、物管部			
执行盘点人员	公司财务人员、物管人员			

公司对除无法进行盘点的发出商品和在途物资以及部分存放于委外库的金额不重大的存货以外的其他存货进行全面盘点，各存货项目具体盘点金额及盘点比例如下：

单位：万元



日期	项目	账面余额	盘点金额	盘点比例
2025/6/30	原材料	10,524.48	8,953.48	85.07%
	在产品	19.35	19.35	100.00%
	库存商品	9,672.88	9,515.34	98.37%
	发出商品	115.80	-	0.00%
	合同履约成本	202.79	202.79	100.00%
	委托加工物资	804.85	613.01	76.17%
	合计	21,340.14	19,303.97	90.46%
2024/12/31	原材料	13,603.11	12,664.59	93.10%
	在产品	107.35	107.35	100.00%
	库存商品	13,297.54	13,265.81	99.76%
	发出商品	135.53	-	0.00%
	合同履约成本	199.26	199.26	100.00%
	委托加工物资	1,040.67	381.02	36.61%
	合计	28,383.46	26,618.04	93.78%
2023/12/31	原材料	14,790.88	14,402.35	97.37%
	在产品	40.89	40.89	100.00%
	库存商品	16,122.32	16,042.62	99.51%
	发出商品	176.1	-	0.00%
	合同履约成本	193.53	193.53	100.00%
	委托加工物资	475.82	301.60	63.39%
	合计	31,799.54	30,980.99	97.43%
2022/12/31	原材料	18,560.34	16,545.54	89.14%
	在产品	187.36	187.36	100.00%
	库存商品	13,914.52	13,892.83	99.84%
	发出商品	708.01	-	0.00%
	合同履约成本	45.53	-	0.00%
	委托加工物资	623.94	453.87	72.74%
	合计	34,039.70	31,079.60	91.30%

## （二）说明是否存在账实差异及其原因、处理结果

各次存货盘点均存在账实差异，主要是由于盘点表导出至实际盘点之间发生的存货收发以及 ERP 流程未流转完成导致的差异。公司财务人员已就盘点过程



中发现的账实差异取得线下纸质单据或线上 ERP 流程截图作为支持证据，并要求相关部门在结账前流转完成相关流程，确保账面存货记录真实准确。

综上所述，公司存货盘点相关内部控制设计运行有效，能够确保库存准确、避免库存积压，为公司生产经营决策提供可靠依据，降低库存成本的同时提高管理效率。

五、说明委托加工物资仓储保管责任划分、费用承担、仓储分布情况，如何对委托加工物资进行管理，确定每月实际使用量的方式、频率和时点，是否影响成本费用归集的准确性。

（一）说明委托加工物资仓储保管责任划分、费用承担、仓储分布情况

1、委托加工物资仓储保管责任划分、费用承担

委托加工物资经委外供应商验收合格入库后，仓储保管责任由公司转移至委外供应商，公司无需向委外供应商支付仓储保管费用，相关费用由委外供应商承担，符合行业惯例。

2、委托加工物资仓储分布情况

报告期各期末，公司委外物资余额前五大委外供应商仓储地址分布情况如下：

单位：万元

日期	委外供应商名称	委外物资余额	占总体委外物资的比例	仓储地址
2025年6月30日	湖南超壤新肥科技有限公司	518.25	64.39%	湖南省常德市
	山东加利福肥料科技有限公司	46.26	5.75%	山东省聊城市；山东省德州市
	阿克苏嘉邦肥业有限公司	46.11	5.73%	新疆维吾尔自治区阿克苏市
	新疆苏丰创联科技有限公司	31.84	3.96%	新疆维吾尔自治区阿克苏市
	山东鲁抗中和环保科技有限公司邹城分公司	26.23	3.26%	山东省济宁市
	合计	668.69	83.09%	
2024年12月31日	吉林省鸿源农业科技发展有限公司	466.83	44.86%	吉林省辽源市
	湖南超壤新肥科技有限公司	292.82	28.14%	湖南省常德市



日期	委外供应商名称	委外物资余额	占总体委外物资的比例	仓储地址
	阿克苏嘉邦肥业有限公司	74.83	7.19%	新疆维吾尔自治区阿克苏市
	山东加利福肥料科技有限公司	26.27	2.52%	山东省聊城市；山东省德州市
	山东仙坛生物科技有限公司	27.41	2.63%	山东省烟台市
	<b>合计</b>	<b>888.16</b>	<b>85.34%</b>	
2023年12月31日	吉林省鸿源农业科技发展有限公司	236.71	49.75%	吉林省辽源市
	常德顶峰肥业有限公司	36.52	7.68%	湖南省常德市
	山东加利福肥料科技有限公司	31.68	6.66%	山东省聊城市；山东省德州市
	阿克苏嘉邦肥业有限公司	29.20	6.14%	新疆维吾尔自治区阿克苏市
	张家港南光化工有限公司	20.16	4.24%	江苏省苏州市
	<b>合计</b>	<b>354.27</b>	<b>74.47%</b>	
2022年12月31日	吉林省鸿源农业科技发展有限公司	423.31	67.85%	吉林省辽源市
	阿克苏嘉邦肥业有限公司	46.58	7.47%	新疆维吾尔自治区阿克苏市
	湖南超壤新肥科技有限公司	26.34	4.22%	湖南省常德市
	山东加利福肥料科技有限公司	25.12	4.03%	山东省聊城市；山东省德州市
	阳谷祥雨生物科技有限公司	18.50	2.97%	山东省聊城市
	<b>合计</b>	<b>539.86</b>	<b>86.54%</b>	

公司开展委外业务的主要目的是弥补阶段性产能不足、靠近市场降低运输成本以及填补技术空白满足客户多样化需求，报告期各期末公司委外物资余额前五大委外供应商仓储地址分布符合上述商业逻辑，具有合理性。

## （二）说明如何对委托加工物资进行管理

报告期内，公司针对委托加工物资管理建立了严格的内控制度，主要包括：

### 1、明确委外物资权属

合同中订立有“甲方委托代储乙方的物资（包装等），乙方不得私自挪用，如乙方私自挪用甲方物资，应按代储货物市场价双倍赔偿甲方损失，如乙方有需求，应与甲方另行签订采销合同”或其他类似条款，明确委托加工物资权属归公

司所有。

## 2、派驻现场管理人员

委托加工模式下，即由公司提供生产所需的主要原材料，公司向委外供应商派驻现场管理人员，负责委托加工物资入库、出库、盘点等日常管理工作。

## 3、委托加工物资对账

公司于每月末向委外供应商发送空白委托加工物资对账单电子表格，要求委外供应商填列委托加工物资期初、收、发、存数量信息，打印盖章后回传电子扫描件，公司根据委外供应商回传的电子扫描件核对委托加工物资双方记录是否存在差异。

## 4、委托加工物资盘点

公司要求对所有委外供应商每年至少盘点一次，公司提供生产所需的主要原材料的可适当增加盘点次数，委外业务负责人可根据委外业务开展情况不定期实施盘点。

### （三）说明确定每月实际使用量的方式、频率和时点，是否影响成本费用归集的准确性

委外供应商按生产批次领用委托加工物资，领料时填写线下纸质领料单交委外业务负责人审核，审核通过后领料生产；根据产品重量将委托加工物资成本在该批次产品中进行分摊，月底结账之前，将当月委托加工物资领用及成本分摊信息录入 ERP。

公司实质上按生产批次归集和分摊委托加工物资成本，归集和分摊的频率和时点与生产安排相关，成本费用归集和分摊准确。

## 六、说明各期前五大预付款项对象与发行人合作背景、合作内容、预付金额与合同约定的付款进度是否匹配，是否存在锁价安排，说明 2024 年末晋能控股装备制造集团有限公司预付款项大额增加的合理性，预付账款变动相关表述是否准确完整。

### （一）说明各期前五大预付款项对象与发行人合作背景、合作内容、预付



## 金额与合同约定的付款进度是否匹配，是否存在锁价安排

化肥上游原材料行业一般采取低库存的运营模式，需要大量流动资金和对应订单维持日常生产经营，形成先款后货的行业惯例。由于预付款项金额较大，为保障公司资金安全，公司通常选择国资背景、上市公司等资金实力雄厚或者规模较大的供应商保持长期合作关系。

报告期各期末，公司前五大预付款项对象与公司的具体情况如下：



单位：万元

年度	公司名称	预付款项 余额	比例	合作背景	主要合作内 容	付款安排
2025年6 月30日	云天化集团有限 责任公司	1,626.74	32.50%	合作5年以上，国内主要磷肥生产商，集团拥有丰富的磷矿资源，产品具有价格优势，国资控股上市公司，产品质量高且稳定。	磷酸一铵、 磷酸二铵	根据合同约定或行业惯 例，先款后货，预付货款
	青海盐湖工业股 份有限公司	434.87	8.69%	合作5年以上，国内主要氯化钾生产商，产能占全国70%以上，国资背景，资金安全有保障。	氯化钾	根据合同约定或行业惯 例，先款后货，预付货款
	晋能控股装备制 造集团有限公司	376.12	7.52%	合作5年以上，子公司为山东省内主要尿素生产商，产品具有价格优势，运距短，运费低；2024年下半年大颗粒尿素项目陆续投产，采购规模激增。	尿素	根据合同约定或行业惯 例，先款后货，预付货款
	金昌正裕化工有 限公司	353.47	7.06%	2025年首次开展合作，国内磷酸二铵货源较少，作为磷酸二铵补充货源。	磷酸二铵	根据合同约定或行业惯 例，先款后货，预付货款
	四川龙蟒磷化工 有限公司	330.00	6.59%	合作5年以上，国内主要磷肥生产商，生产基地地处四川省绵竹市，磷矿资源丰富，产品具有价格优势，国资控股上市公司，产品质量高且稳定。	磷酸一铵	根据合同约定或行业惯 例，先款后货，预付货款
	合计	3,121.20	62.36%	—	—	—
2024年12 月31日	晋能控股装备制 造集团有限公司	2,233.78	34.66%	合作5年以上，子公司为山东省内主要尿素生产商，产品具有价格优势，运距短，运费低；2024年下半年大颗粒尿素项目陆续投产，采购规模激增。	尿素	根据合同约定或行业惯 例，先款后货，预付货款
	阿克苏嘉邦肥业有 限公司	899.46	13.96%	合作5年以上，委外生产商，为开辟新疆地区市场，新疆地区自有产能不足，从肥城调拨运费较高，对方单位有盈余产能，且产品质量稳定，在当地有一定的口碑。	外协	根据合同约定或行业惯 例，先款后货，预付货款



年度	公司名称	预付款项 余额	比例	合作背景	主要合作内 容	付款安排
	安徽辉隆农资集团 股份有限公司	879.80	13.65%	合作5年以上，国资控股，规模较大，品类齐全，具有价格优势，主要采购原材料。	尿素、氯化 钾、磷酸二 铵	根据合同约定或行业惯 例，先款后货，预付货款
	四川天农农资有限 公司	398.21	6.18%	合作5年以上，委外生产商，为开拓云贵川地区市 场，云贵川地区无自有产能，从肥城调拨运费较高， 对方单位有盈余产能，且产品质量稳定，在当地有 一定的口碑。	外协	根据合同约定或行业惯 例，先款后货，预付货款
	山东潼恩农业科技 有限公司	281.27	4.36%	2023年首次开展合作，实控人从业时间较长且在行 业内有一定口碑，资金雄厚，产品具有价格优势， 运距较短，运费低。	磷酸一铵、 磷酸二铵	根据合同约定或行业惯 例，先款后货，预付货款
	<b>合计</b>	<b>4,692.53</b>	<b>72.82%</b>	—	—	—
2023年12 月31日	宜昌东圣磷复肥有 限责任公司	1,071.96	21.86%	2021年首次开展合作，国内主要磷酸一铵生产商， 靠近磷矿石产地，原料资源丰富，产品具有较大的 价格优势，产品质量稳定，公司信誉较好；主要采 购60%磷酸一铵。	磷酸一铵	根据合同约定或行业惯 例，先款后货，预付货款
	钟祥市大生化工有 限公司	807.71	16.47%	合作5年以上，国内主要磷酸一铵生产商，靠近磷 矿石产地，原料资源丰富，产品具有较大的价格优 势，产品质量稳定，公司信誉较好；主要采购58% 磷酸一铵。	磷酸一铵	根据合同约定或行业惯 例，先款后货，预付货款
	阿克苏嘉邦肥业有 限公司	791.47	16.14%	合作5年以上，委外生产商，为开辟新疆地区市场， 新疆地区自有产能不足，从肥城调拨运费较高，对 方单位有盈余产能，且产品质量稳定，在当地有一	外协	根据合同约定或行业惯 例，先款后货，预付货款



年度	公司名称	预付款项 余额	比例	合作背景	主要合作内 容	付款安排
				定的口碑。		
	湖北宜化化工股份 有限公司	483.65	9.87%	2021年首次开展合作，国内主要磷酸二铵生产商，国有上市企业，产品质量稳定，货源充足且价格稳定，铁路发运量大，运费低。	磷酸二铵	根据合同约定或行业惯例，先款后货，预付货款
	商丘市豫东农业生 产资料有限公司	198.50	4.05%	2022年首次开展合作，货源稳定、有一定的价格优势、发货快；开始主要采购尿素，2024年末开始采购磷酸二铵。	尿素、磷酸二铵	根据合同约定或行业惯例，先款后货，预付货款
	<b>合计</b>	<b>3,353.29</b>	<b>68.39%</b>	—	—	—
2022年12 月31日	青海盐湖工业股份 有限公司	2,567.53	11.83%	合作5年以上，国内主要氯化钾生产商，产能占全国70%以上，国资背景，资金安全有保障。	氯化钾	根据合同约定或行业惯例，先款后货，预付货款
	湖北宜化化工股份 有限公司	2,328.57	10.72%	2021年首次开展合作，国内主要磷酸二铵生产商，国有上市企业，产品质量稳定，货源充足且价格稳定，铁路发运量大，运费低。	磷酸二铵	根据合同约定或行业惯例，先款后货，预付货款
	宜昌东圣磷复肥有 限责任公司	1,627.39	7.50%	2021年首次开展合作，国内主要磷酸一铵生产商，靠近磷矿石产地，原料资源丰富，产品具有较大的价格优势，产品质量稳定，信誉较好；主要采购60%磷酸一铵。	磷酸一铵	根据合同约定或行业惯例，先款后货，预付货款
	金正大生态工程集 团股份有限公司	1,479.41	6.81%	合作5年以上，国内主要磷酸一铵生产商，靠近磷矿石产地，原料资源丰富，产品具有较大的价格优势，产品质量稳定，信誉较好，产品发往新疆运距短、运费低。	磷酸一铵	根据合同约定或行业惯例，先款后货，预付货款



年度	公司名称	预付款项 余额	比例	合作背景	主要合作内 容	付款安排
	山东明辉新材料有 限公司	1,391.36	6.41%	合作 5 年以上，鲁中地区硫酸铵主要生产商，技术 先进，产品质量稳定，价格优势明显且供应稳定， 运距短，运费低。	硫酸铵	根据合同约定或行业惯 例，先款后货，预付货款
	合计	<b>9,394.26</b>	<b>43.27%</b>	—	—	—

公司与不同原材料供应商交易模式有所差异。因国内钾肥供小于求，公司会根据次月所需原料情况及时向钾肥供应商支付货款，保持货源稳定，不存在保价情况。磷肥因有较强的季节性，在市场需求疲软时，公司综合实际需求情况预付货款，部分磷肥供应商会对公司预付额度在一段时期内就低保价。氮肥市场波动较大，公司向上游预付款项可及时锁定上游产能及材料价格，以避免用肥旺季产能不足，保证产品供应。

报告期各期末，公司前五大预付款项对象与公司的具体合作情况符合上述特点，具有商业合理性。

## **（二）说明 2024 年末晋能控股装备制造集团有限公司预付款项大额增加的合理性**

公司与晋能控股装备制造集团有限公司（以下简称“晋能控股”）拥有 5 年以上的合作历史，其子公司山东晋控明水化工集团有限公司（以下简称“晋控明水”）、山东晋煤明升达化工有限公司（以下简称“山东明升达”）分别在章丘、宁阳设有生产基地，为山东省内主要尿素生产商，2024 年末晋能控股预付款项大额增加主要是由以下原因：

### **1、采购尿素具有明显区位优势**

公司自与晋能控股首次开展合作，双方建立了长期稳定的合作关系，其子公司晋控明水、山东明升达等为山东省内主要尿素生产商，产品质量稳定。同时运输距离较短，能够缩短采购周期并节约运输成本，向其采购尿素具有明显区位优势。

### **2、大颗粒尿素生产线规模扩大**

2024 年，随着晋能控股宁阳、章丘生产基地新建尿素产线陆续投产运行，现两地有超过 80 万吨的大小颗粒尿素产能。基于其产能优势，公司向其采购大颗粒尿素规模自 2024 年有所增加。

### **3、春肥备货大颗粒尿素需求量大，期后结转情况良好**

为保证春肥生产原材料供应，公司于年末开始采购备货，大颗粒尿素是化肥



生产，特别是控释肥生产所需的主要原材料，公司在春节需求量大，为提前锁定货源，根据合同约定和行业惯例，双方签订合同后，预付相应货款。

截至 2025 年 1 月末，公司对晋能控股子公司晋控明水期后采购含税金额为 2,710.85 万元，期后结转情况良好，能够完全覆盖晋能控股 2024 年末预付款项余额 2,233.78 万元。

#### 4、实施多元化采购策略降低采购风险

尿素行业集中度较低，可选供应商数量较多，尿素产品价格波动较大，价格风险较高，为有效应对采购风险，公司积极推行多元化采购策略，同时与多个供应商建立长期合作关系，在确保原材料稳定供应的同时，提高公司议价能力，有效应对尿素价格波动风险。

综上，2024 年末晋能控股装备制造集团有限公司预付款项大额增加具有合理性。

#### （三）说明预付账款变动相关表述是否准确完整

公司主要原材料为大宗商品，波动较大，上游一般采取先款后货的模式，同时公司为了保证原材料的供应，支付预付款向上游预定产能。同时，公司已在招股说明书“第八节 管理层讨论与分析”之“二、资产负债等财务状况分析”之“（九）其他资产负债科目分析”之“2.预付款项”中就变动原因进一步补充：

“同时，公司基于晋能控股产能扩大、区位优势较强等因素扩大合作规模，期末向其支付的尿素预付款有所提升，进一步导致了预付账款余额的增加。”

综上所述，预付账款变动相关表述准确完整。

### 七、核查程序及核查意见

#### （一）核查程序

1、访谈采购部门、生产部门负责人，了解采购与付款、生产与仓储基本情况；获取公司各期末在手订单情况，核查主要存货的订单支持率；获取公司报告期末存货数量金额明细，结合数量、单价变化分析存货账面价值变动原因，并结合预收款项变动情况，分析预付款项波动较大的原因；



2、获取公司报告期末存货库龄明细并访谈生产部门负责人，了解长库龄存货的形成原因；检查公司收发存明细，核查长库龄存货的期后结转情况；了解公司产品的存储条件和保质期情况，分析公司是否具备长期有效保存原材料、库存商品的能力；

3、检查公司存货跌价准备计提方法和计提比例与可比公司相比是否存在明显差异及合理性，获取存货跌价计提明细表，评价可变现净值相关参数取值是否合理，重新计算确认存货跌价准备计提金额是否准确；结合市场行情、存货库龄及周转率、期后结转情况，综合分析减值计提的充分性；

4、实施存货监盘，报告期各期末，存货监盘情况概述如下：

项目	2025年6月30日	2024年12月31日	2023年12月31日	2022年12月31日
监盘范围	肥城库、异地子分公司库以及部分委外库的原材料、库存商品、委托加工物资等。			
监盘时间	2025年6月29日 -2025年7月1日	2024年12月26日 -2025年1月1日	2023年12月27日 -2024年1月1日	2022年12月27日 -2023年1月2日
监盘地点	肥城库、异地子分公司库以及部分委外库			
监盘金额	19,115.47万元	25,267.63万元	30,575.92万元	27,208.96万元
监盘比例	89.58%	89.02%	96.15%	79.93%
监盘人员	申报会计师、公司 财务	申报会计师、公司 财务	申报会计师、公司 财务	申报会计师、公司 财务

各存货项目具体监盘金额及监盘比例如下：

单位：万元

日期	项目	账面余额	监盘金额	监盘比例
2025/6/30	原材料	10,524.48	8,793.91	83.56%
	在产品	19.35	19.35	100.00%
	库存商品	9,672.88	9,486.42	98.07%
	发出商品	115.80	-	0.00%
	合同履约成本	202.79	202.79	100.00%
	委托加工物资	804.85	613.01	76.17%
	合计	21,340.14	19,115.47	89.58%
2024/12/31	原材料	13,603.11	11,476.17	84.36%
	在产品	107.35	107.35	100.00%
	库存商品	13,297.54	13,103.82	98.54%
	发出商品	135.53	-	0.00%



日期	项目	账面余额	监盘金额	监盘比例
	合同履行成本	199.26	199.26	100.00%
	委托加工物资	1,040.67	381.02	36.61%
	<b>合计</b>	<b>28,383.46</b>	<b>25,267.63</b>	<b>89.02%</b>
2023/12/31	原材料	14,790.88	14,376.51	97.20%
	在产品	40.89	40.89	100.00%
	库存商品	16,122.32	15,663.39	97.15%
	发出商品	176.1	-	0.00%
	合同履行成本	193.53	193.53	100.00%
	委托加工物资	475.82	301.6	63.39%
	<b>合计</b>	<b>31,799.54</b>	<b>30,575.92</b>	<b>96.15%</b>
2022/12/31	原材料	18,560.34	14,554.04	78.41%
	在产品	187.36	187.36	100.00%
	库存商品	13,914.52	12,013.69	86.34%
	发出商品	708.01	-	0.00%
	合同履行成本	45.53	-	0.00%
	委托加工物资	623.94	453.87	72.74%
	<b>合计</b>	<b>34,039.70</b>	<b>27,208.96</b>	<b>79.93%</b>

监盘过程中发现的账实差异主要是盘点表导出至实际盘点之间发生的存货收发以及 ERP 流程未流转完成导致的，监盘人员已就盘点过程中发现的账实差异取得线下纸质单据或线上 ERP 流程截图作为支持证据，并要求公司在结账前流转完成相关流程，确保账面存货记录真实准确；

针对无法进行监盘的发出商品以及监盘比例较低的委托加工物资执行函证，具体如下：

(1) 发出商品函证具体执行情况

单位：万元

项目	2025/6/30	2024/12/31	2023/12/31	2022/12/31
期末金额	<b>115.80</b>	135.53	176.10	708.01
发函金额	<b>102.34</b>	115.82	174.73	541.75
发函比例	<b>88.38%</b>	85.46%	99.22%	76.52%
回函金额	<b>102.34</b>	115.82	174.73	541.75



项目	2025/6/30	2024/12/31	2023/12/31	2022/12/31
回函比例	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

## (2) 委托加工物资函证具体执行情况

单位：万元

项目	2025/6/30	2024/12/31	2023/12/31	2022/12/31
期末金额	804.85	1,040.67	475.82	623.94
发函金额	705.09	902.81	431.06	603.00
发函比例	87.61%	86.75%	90.59%	96.64%
回函金额	705.09	902.81	431.06	576.68
回函比例	100.00%	100.00%	100.00%	95.64%
替代金额	-	-	-	26.32
替代比例	0.00%	0.00%	0.00%	4.36%

注：对未回函委托加工物资函证，执行替代程序检查其调拨出库相关单据。

5、了解委托加工业务流程和相关内控制度，确定公司对委托加工物资是否享有控制权，了解委托加工物资各项成本归集和分摊方法，评价其合理性；

6、检查各期前五大预付款项对应合同，确认合同条款是否符合基本商业逻辑、是否符合行业惯例、预付金额与合同约定的付款进度是否匹配，检查各期前五大预付款项对应合同的期后到货情况，为期末大额预付款项的真实性提供证据。

## (二) 核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、报告期各期末库存商品、原材料余额较大且占比较高，与公司采购及生产周期、需求季节性波动及备货政策、在手订单支持率逐年下降的情况相匹配，报告期各期末存货账面价值逐年下降、预付款项波动较大具有合理性；

2、公司跌价计提方法与可比公司相比无明显差异，公司长库龄存货占比极低、存货期后结转情况良好、绝大多数存货为长期有效、存货周转率高于可比公司平均水平，公司跌价计提比例位于同行业合理区间，跌价计提充分；

3、公司在生产经营旺季、库存水平处于高位时，各区域各类型仓库仍能满足仓储需要，公司具有长期有效保存原材料、库存商品的能力；



4、公司存货盘点相关内部控制设计运行有效，能够确保库存准确、避免库存积压，为公司生产经营决策提供可靠依据，在降低库存成本的同时提高管理效率。申报会计师监盘程序执行有效，能够合理保证账面存货记录真实准确；

5、公司对委托加工物资的各项管理措施能够保持对委托加工物资的控制，委托加工物资各项成本归集和分摊方法合理准确；

6、公司前五大预付款项对象与公司的具体情况符合行业特点，具有商业合理性，预付款项波动较大以及 2024 年末晋能控股装备制造集团有限公司预付款项大额增加具有合理性。

## 问题 10. 其他财务问题

(1) 关于客户及供应商重合的合理性。根据申请文件，报告期内公司与云天化集团有限责任公司同时存在采购及销售情形。请发行人：①结合购销内容及金额、购销用途及时点，说明与前述企业同时存在采购、销售的背景及原因，是否构成委托加工、受托加工情形。②结合定价依据及其合理性、主要交易条款等，说明发行人与前述企业交易的公允性，是否存在利益输送等情形。

(2) 关于偿债能力及应付票据。根据申请文件，报告期各期末，发行人货币资金余额分别为 27,083.88 万元、26,772.29 万元和 20,443.35 万元，短期借款余额分别为 24,904.87 万元、16,677.95 万元和 9,159.91 万元，长期借款余额分别为 0 万元、6,310.00 万元和 3,770.00 万元，应付票据余额分别为 17,784.40 万元、16,235.42 万元和 12,353.00 万元，资产负债率分别为 79.56%、69.14%和 56.06%。2025 年 1 月公司拟利用闲置的不超过 20,000 万元自有资金进行委托理财投资。请发行人：①结合经营模式、行业特点、借款资金用途、偿债安排、还款资金来源、同行业可比公司等情况，说明长短期借款余额较高的原因及合理性，结合经营状况和现金流情况详细说明公司偿债能力，是否存在流动性风险，是否对生产经营构成重大不利影响，并进行风险揭示。②列示各期末应付票据前五大供应商基本情况、与采购额的匹配性，结合主要供应商的结算方式、结算频率等，说明应付票据期末余额减少的合理性，票据结算方式是否可持续，说明应付票据与各期末票据保证金的对应关系，是否符合票据开具银行的要求，说明应付票据到期付款情况。③说明存在大额货币资金并进行委托理财投资的情况下，大额长短期借款的必要性，是否符合公司的经营需要。

(3) 关于合同负债及优惠政策。根据申请文件，报告期各期末，公司合同负债余额分别为 49,280.47 万元、36,460.36 万元和 28,254.28 万元，以预收客户销售货款为主，发行人根据季节销售情况为抢占市场存在一定的保价政策，同时通过发货返利、打款优惠等政策激励经销商进行品牌推广及产品销售，优惠政策一般当季销售完成后核算金额，次一季度使用。请发行人：①说明合同负债收款安排、期后结转收入情况、剩余款项收回情况，是否存在虚构业务的

情形。②说明报告期内保价政策、发货返利、打款优惠政策的具体背景、内容、涉及金额、会计处理方法及对利润的影响情况，是否存在其他促销政策，优惠促销政策与公司以往习惯做法是否存在显著差异，与同期可比公司是否存在重大差异。③说明是否存在通过发货返利和保价政策刺激销售、调节业绩的情形。

(4) 关于固定资产及在建工程变动较大的合理性。根据申请文件，报告期各期末，公司固定资产账面价值分别为 27,230.36 万元、28,111.76 万元和 29,679.53 万元，公司在建工程账面价值分别为 1,068.42 万元、2,593.46 万元和 1,798.79 万元，报告期各期在建工程转固金额分别为 1,643.79 万元、1,030.79 万元和 2,472.37 万元。请发行人：①结合产线技改及新建情况、机器设备购置及安装情况、在建工程转固情况等，说明报告期内固定资产及在建工程金额变动较大的原因，是否与产能变化相匹配。②说明报告期内固定资产是否存在闲置、废弃、损毁和减值，结合对固定资产减值测试情况说明固定资产减值准备计提是否充分。③说明部分运输设备、机器设备成新率较低是否对经营存在不利影响，是否存在对现有主要设备进行更换或升级的需求，更换或升级相关设备对公司生产经营的影响。④说明购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金与固定资产、无形资产等长期资产各期原值增加额的勾稽关系。⑤说明报告期在建工程的具体情况，包括项目名称、内容、开始时间、建设时间、预算金额、各期实际投入金额、进度等，说明在建工程转为固定资产的时点是否符合《企业会计准则》的规定。⑥说明 2024 年产能利用率较低的原因，相关生产线是否正常运行，是否存在停产、间歇开工或闲置情形，涉及的固定资产是否存在减值情形，模拟测算按照可比公司固定资产折旧年限补充计提折旧对发行人经营业绩的影响金额及比例。

(5) 第三方回款的真实性和现金收款合理性。根据申请文件，报告期各期，公司第三方回款金额分别为 51,540.74 万元、40,546.32 万元和 43,669.05 万元，占各期营业收入比例分别为 19.26%、15.37%和 18.48%，现金收款金额分别为 160.36 万元、2.79 万元和 1.93 万元。请发行人：①说明第三方回款资金流、实物流与合同约定及商业实质是否一致，报告期内是否存在因第三方回款导致的货款归属纠纷，是否签署合同时已明确约定由第三方代付货款，是否存在未取得委托付款说明的情形。②说明部分第三方回款付款方为银行、客户直系亲



属或董事、监事、高级管理人员、发行人员工的原因及合理性，前述回款方的回款资金来源，是否存在资金体外循环、利益输送等情形，发行人与第三方回款相关的内控制度是否健全有效。③说明现金交易的发生背景及原因，涉及采购、销售业务的具体情况，是否存在个人卡收付，相关会计及涉税处理是否合规。④说明发行人针对相关财务不规范情况的整改措施、整改效果，发行人在防范财务舞弊、避免资金占用、确保财务独立性等方面采取的主要措施及有效性。

请保荐机构及申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见。（2）说明对发行人及相关方资金流水的具体核查情况，包括但不限于核查范围、核查账户数量、取得资金流水的方法、核查完整性、核查金额重要性水平、核查程序、异常标准及确定程序、受限情况及替代措施等。（3）结合资金流水核查情况就发行人内部控制是否健全有效、是否存在体外资金循环形成销售回款、代垫成本费用情形发表明确意见。

### 【回复】

#### 一、关于客户及供应商重合的合理性

（一）结合购销内容及金额、购销用途及时点，说明与前述企业同时存在采购、销售的背景及原因，是否构成委托加工、受托加工情形

云天化集团有限责任公司（以下简称“云天化集团”）是以化肥及现代农业、玻纤新材料为主业，石油化工、磷矿采选及磷化工、商贸及制造服务、产业金融等业务板块多元发展的国有综合性产业集团。报告期内，公司与云天化集团有限责任公司及同一控制下分子公司采购及销售交易情况如下：

单位：万元

期间	主体	主要采购内容	采购金额	主要销售内容	销售金额
2025年度	云南云天化农资连锁有限公司	磷肥	3,037.27	新型肥料	121.91
2024年度	云南云天化农资连锁有限公司	磷肥	2,505.30	-	-
		新型肥料	1,885.91		
	云南天腾化工有限公司	-	-	新型肥料	126.68
	吉林云天化农业发展有限公司	-	-	新型肥料	7.39



期间	主体	主要采购内容	采购金额	主要销售内容	销售金额
2023年度	云南云天化农资连锁有限公司	磷肥	2,005.61	-	-
	河南云天化国际化肥有限公司	新型肥料	712.02	新型肥料	1,955.58
	吉林云天化农业发展有限公司	-	-	新型肥料 中间体	1,847.94
				新型肥料	1.72
2022年度	云南云天化农业科技股份有限公司	磷肥	785.98	-	-
	云南云天化农资连锁有限公司	磷肥	467.99	新型肥料 中间体	81.47
		普通肥料	144.26	-	-
		钾肥	123.17	-	-
	河南云天化国际化肥有限公司	磷肥	4,496.46	新型肥料	2,435.35
		新型肥料	513.79		
	吉林云天化农业发展有限公司	钾肥	2,088.00	新型肥料 中间体	1,695.92
		磷肥	1,380.77	新型肥料	18.37
		新型肥料	166.40	-	-
		普通肥料	90.72	-	-

## 1、形成原因

### （1）与云天化集团不同主体交易

通过公司与云天化各主体合作情况可以看出，云天化集团作为国内大型知名化肥及现代农业集团，规模体量大，下属子公司较多，不同子公司会根据自身生产经营情况及市场需求与公司进行原材料及产成品相关的独立交易，从而形成其控股集团同为公司客户及供应商的情况。

### （2）购销的产品类型及时间差异

公司向云天化集团所采购磷肥、钾肥及新型肥料，其中新型肥料为含腐植酸的磷酸二铵，其在造粒过程中加入腐植酸的生产工艺更具优势，产品性能更加稳定、成本更低，本质上属于磷肥的初级加工产品。

而公司向云天化集团销售主要是新型肥料及新型肥料中间体，新型肥料为复合肥产品，新型肥料中间体为包膜尿素等，主要原材料为尿素。双方销售与采购



产品无前后对应生产关系。

## 2、具体情况分析

2025年1-6月，公司向云南云天化农资连锁有限公司采购磷酸一铵，销售腐植酸增效肥料。云天化作为国内知名磷肥生产企业，是公司磷肥采购的主要供应商，同时云天化作为大型的化肥生产企业，亦有复合肥的生产及使用需求，会向公司采购少量的腐植酸增效肥料。公司采购和销售产品在工艺上不存在前后勾稽关系，不存在委托加工情形，购销业务独立进行。

2024年度，公司向云南云天化农资连锁有限公司采购产品，向云南天腾化工有限公司、吉林云天化农业发展有限公司销售产品，属于集团内不同主体与公司独立交易。

2023年度，公司与云南云天化农资连锁有限公司、吉林云天化农业发展有限公司仅有单向的采购或销售业务，属于独立与集团内不同主体进行交易。公司与河南云天化国际化肥有限公司存在采购与销售重叠情况，且均存在新型肥料，在2023年全年公司持续向其销售新型肥料，且产品以缓控释肥为主，在2023年8月向其采购的新型肥料为含腐植酸的磷酸二铵，且当月入库，两者存在先销后采情形，且时间、工艺不存在前后勾稽关系，公司与其合作属于正常购销业务，不存在委托加工关系。

2022年度，公司向云南云天化农业科技股份有限公司采购磷肥，向云南云天化农资连锁有限公司采购磷肥、钾肥等，销售的新型肥料中间体，产品为包膜尿素，与采购的磷肥钾肥无对应生产关系。公司与河南云天化国际化肥有限公司、吉林云天化农业发展有限公司存在采购与销售重叠情况，向吉林云天化农业发展有限公司销售主要产品为包膜尿素，与采购的磷肥钾肥无生产对应关系。

2022年度，公司与河南云天化国际化肥有限公司存在采购与销售重叠情况，且均存在新型肥料。2022年全年公司持续向其销售新型肥料，且以缓控释肥为主，在2022年5月向其采购的新型肥料为含腐植酸的磷酸二铵，于5-6月份入账。公司与其购销时间存在先销后采情形，且时间、工艺不存在前后勾稽关系，公司与其合作属于正常购销业务，不存在委托加工关系。



云天化集团作为综合性产业集团，下属公司众多。公司与其下属企业产生的购销行为相互独立进行，购销背景具有合理性，采购付款与销售收款均独立进行，不存在收付相抵情况。上述交易符合《企业会计准则》的相关要求，不构成委托加工、受托加工情形。

（二）结合定价依据及其合理性、主要交易条款等，说明发行人与前述企业交易的公允性，是否存在利益输送等情形

### 1、采购价格的公允性

报告期内，公司向云天化采购产品主要以磷肥、钾肥及部分新型肥料为主，磷肥及钾肥为主要的的大宗原料化肥，其价格较为透明，主要受市场供求关系、季节性、国际价格波动等因素影响，此外所采购新型肥料为含腐植酸的磷酸二铵，其价格也直接与磷肥相挂钩，因此采购价格与原料化肥价格密切相关。因原料化肥交易价格的透明性等特点，公司向云天化采购价格均参照市场价格协商确定。

报告期内，公司向云天化采购产品以磷肥为主，主要为磷酸一铵，采购价格与其他磷肥主要供应商的采购价格差异较小，公司向云天化采购单价与其他主要磷肥供应商采购单价对比情况如下：

单位：元/吨

磷肥（磷酸一铵）	2025年 1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
向云天化采购单价	3,380.78	2,932.85	2,118.52	3,259.14
除云天化外主要磷肥供应商同期采购单价	3,136.66	2,845.86	2,216.57	3,162.04
差异率	7.22%	2.97%	-4.63%	2.98%

2025年1-6月，云天化较其他主要磷肥供应商采购均价高7.22%，主要系2025年磷肥价格回升，发行人在3-6月向其采购量占全年采购量的86.65%，该期间磷酸一铵价格处于高位所致。

报告期内，公司向云天化除采购磷肥外，还采购部分新型肥料，主要为含腐植酸的磷酸二铵，该产品主要原料为磷酸二铵及少量腐植酸增效剂，因此该产品价格与磷酸二铵价格密切相关。公司向云天化采购单价与其他主要磷肥供应商采购单价对比情况如下：

单位：元/吨



新型肥料（腐植酸磷酸二铵）	2025年 1-6月	2024年 年度	2023年 年度	2022年 年度
向云天化采购单价	-	3,119.53	2,385.32	3,308.75
除云天化外主要磷肥供应商磷酸二铵同期 采购单价	-	3,064.53	2,403.44	3,311.93
差异率	-	1.76%	-0.76%	-0.10%

2022年原料化肥价格处于上涨行情，因货源紧张，公司还向云天化采购少量钾肥，采购价格根据市场价格确定，对比情况具体如下：

单位：元/吨

钾肥（氯化钾）	2025年 1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
向云天化采购单价	-	-	-	4,346.68
出厂价：氯化钾（60%粉）：青海盐湖	-	-	-	4,197.14
差异率	-	-	-	3.44%

报告期内公司向云天化所采购产品价格主要根据原料市场价格确定，交易具有公允性。

## 2、销售价格的公允性

报告期内，公司向云天化销售产品主要为新型肥料及新型肥料中间体，其中新型肥料主要为缓（控）释肥，向云天化销售及向其他客户销售同类产品单价对比情况如下：

单位：元/吨

新型肥料—控释肥料	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
向云天化销售单价	<b>2,192.66</b>	2,158.01	2,170.76	3,600.48
向其他客户销售同类产品价格	<b>2,220.18</b>	2,165.48	2,320.50	3,473.89
差异率	<b>-1.26%</b>	-0.35%	-6.90%	3.52%

公司向云天化销售的新型肥料中间体主要为控释尿素，与向其他客户销售价格对比情况如下所示：

单位：元/吨

新型肥料中间体	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
向云天化销售单价	-	-	3,467.05	3,292.68
向其他客户销售同类产品价格	-	-	3,239.81	3,375.87
差异率	-	-	6.55%	-2.53%



报告期内，公司向云天化销售产品价格与向其他客户销售同类型产品价格基本一致，均为公司根据原料成本、生产成本及相关费用综合定价，销售价格具有公允性。

综上所述，公司与云天化购销业务均独立签订购销业务合同，不存在向云天化采购原材料作为向其销售产品所用原材料的条款。公司向云天化采购及销售产品价格均参照市场价格确定，按照双方所签订的交易合同条款进行交易，交易价格具有公允性，不存在利益输送等情形。

## 二、关于偿债能力及应付票据

（一）结合经营模式、行业特点、借款资金用途、偿债安排、还款资金来源、同行业可比公司等情况，说明长短期借款余额较高的原因及合理性，结合经营状况和现金流情况详细说明公司偿债能力，是否存在流动性风险，是否对生产经营构成重大不利影响，并进行风险揭示

### 1、长短期借款余额较高的原因及合理性

#### （1）公司经营模式及行业特点

公司主要原材料为大宗商品，价格波动较大。基于行业特点，公司与主要原材料供应商一般采用先款后货的结算模式，需要维持一定比例的货币资金用于按计划采购原材料。

与此同时，农业生产周期决定了化肥的消费具有一定季节性，为避免旺季产能不足、保证春季肥料供应，公司需要提前预备资金保障采购、生产，因此各期末长短期借款余额较高具有一定的合理性。

#### （2）公司借款资金用途及偿债安排

截至报告期末，公司借款资金用途、偿债安排、还款的资金来源及目前偿债进度如下：

单位：万元

序号	贷款银行	借款金额	借款日	还款日	借款利率 (注)	借款条件	借款用途	偿债资金	偿债安排	偿债进度
----	------	------	-----	-----	-------------	------	------	------	------	------



序号	贷款银行	借款金额	借款日	还款日	借款利率 (注)	借款条件	借款用途	偿债 资金	偿债 安排	偿债进 度
1	中国银行	1,000.00	2024/12/20	2025/7/1	2.90%	保证	采购原材料	自有资金	到期 偿还	已偿还
2	农业银行	1,900.00	2024/3/5	2026/2/19	3.10%	抵押、 保证	采购原材料	自有资金	到期 偿还	未到期
3	泰安银行	1,000.00	2024/12/18	2025/12/17	3.46%、 3.01%	保证	采购原材料	自有资金	到期 偿还	未到期
4	肥城农商行	925.00	2023/3/10	2026/2/20	5.2%、 3.4%、3.1%	保证	购买原材料 及日常周转	自有资金	到期 偿还	未到期
5	泰安银行	1,000.00	2024/7/2	2025/7/1	3.45%、 3.01%	保证	采购原材料	自有资金	到期 偿还	已偿还
6	肥城农商行	925.00	2023/3/10	2026/2/20	5.2%、 3.4%、3.1%	保证	购买原材料 及日常周转	自有资金	到期 偿还	未到期
7	邮储银行	1,000.00	2025/1/23	2025/7/18	2.95%	保证	采购原材料	自有资金	到期 偿还	已偿还
8	招商银行	2,000.00	2025/4/18	2026/4/18	3.05%	保证	支付原材料 货款	自有资金	到期 偿还	已偿还
9	肥城农商行	3,450.00	2025/4/28	2028/4/27	3.1%、 2.95%	抵押、 保证	采购原材料	自有资金	到期 偿还	未到期
10	肥城农商行	1,700.00	2025/6/25	2026/6/24	2.95%	抵押、 保证	采购原材料	自有资金	到期 偿还	未到期
合计		14,900.00	-	-	-	-	-	-	-	-

注：借款期间存在部分银行下调贷款利率的情形。

公司短期借款和长期借款主要用于购买原材料和日常资金周转，符合经营模式及行业特点。公司根据现有资金水平和未来的资金使用计划，通过自有资金到期偿还借款和利息。截至本回复签署日，公司已偿还期后已到期借款的本金和利息，公司具备良好的履约记录，未出现到期未偿还借款情况。

报告期各期末，同行业可比公司借款情况如下表所示：

单位：亿元

公司名称	借款余额合计 <sup>(注)</sup>				资产总额				借款余额占资产总额比率(%)			
	2025年	2024年	2023年	2022年	2025年	2024年	2023年	2022年	2025年	2024年	2023年	2022年
	6月末	末	末	末	6月末	末	末	末	6月末	末	末	末
史丹利	27.51	29.59	26.85	14.34	138.52	140.18	127.82	103.41	19.86	21.11	21.01	13.86
芭田股份	16.98	20.49	19.97	14.99	64.39	60.87	53.21	47.21	26.36	33.66	37.53	31.76
新洋丰	9.57	10.17	4.84	7.68	183.48	182.31	168.85	168.39	5.22	5.58	2.87	4.56
红四方	3.09	1.76	3.4	3.62	23.08	24.08	21.28	21.01	13.41	7.30	15.98	17.22
汉和生物	1.79	1.87	1.14	0.78	5.98	6.6	5.12	4.09	29.84	28.28	22.34	19.10



同行业可比公司平均	11.79	12.77	11.24	8.28	83.09	82.81	75.26	68.82	18.94	19.18	19.95	17.30
农大科技	3.00	2.81	4.13	4.56	12.93	12.88	13.63	15.54	23.20	21.79	30.28	29.33

注：借款余额为短期借款、应付票据、一年内到期的非流动负债和长期借款四项之和。

报告期各期末，公司借款余额占资产总额比率分别为 29.33%、30.28%、21.79% 和 **23.20%**，高于可比公司平均值。2024 年以来比例与同行业平均水平相对相近，低于芭田股份和汉和生物，处于同行业合理水平。

与同行业可比公司相比，公司正处于成长阶段，资产规模相对较小，营运资金需求高，同时融资渠道有限，主要通过银行渠道获取资金，因此公司的借款余额占自身资产总额的比例相对较高。

综上，公司长短期借款主要用于原料采购，符合公司采购模式及行业特征；公司借款的资产占比高于可比公司，符合现阶段规模水平特征及发展需要。

**2、结合经营状况和现金流情况详细说明公司偿债能力，是否存在流动性风险，是否对生产经营构成重大不利影响，并进行风险揭示**

报告期各期，公司主要经营及偿债能力指标如下表所示：

单位：万元

项目	2025.6.30/ 2025年1-6月	2024.12.31/ 2024年度	2023.12.31/ 2023年度	2022.12.31/ 2022年度
净利润	<b>12,564.94</b>	14,528.27	10,122.45	10,116.35
经营活动产生的现金流量净额	<b>10,599.80</b>	12,783.93	23,965.48	22,101.63
现金流量与负债比率（%）	<b>17.61</b>	17.71	25.43	18.87
资产负债率（%）	<b>46.53</b>	56.06	69.14	79.56
流动比率	<b>1.50</b>	1.30	1.11	0.98
速动比率	<b>1.01</b>	0.75	0.66	0.51

报告期各期，公司净利润分别为 10,116.35 万元、10,122.45 万元、14,528.27 万元和 **12,564.94 万元**，随公司经营规模扩大、盈利能力增强有所提升；公司经营活动现金流量净额分别为 22,101.63 万元、23,965.48 万元、12,783.93 万元和 **10,599.80 万元**，2022 年及 2023 年远高于净利润，2024 年有所降低主要系下行行情中客户订货付款积极性减弱所致，**2025 年 1-6 月，受下游订货节奏及销售季节性影响，略低于净利润，仍处于较高水平**。报告期各期，公司现金流量与负债比率分别为 18.87%、25.43%、17.71% 和 **17.61%**，偿付安全性较高。与此同时，

报告期内，公司流动比率、速动比率逐年提升，资产负债率逐年降低，长短期偿债能力均有所提高。

为改善经营活动现金流、降低流动性风险和提升偿债能力，发行人在提升盈利水平的同时，一方面将预付及应收管理作为重点工作之一，另一方面加强现金管理，优化资产负债结构，并积极拓展银行授信额度以保证流动资金需求，为公司提供较强的流动性资金保障。

综上，报告期内发行人经营稳健，偿债能力稳步提升，同时发行人已制定相关措施应对流动性风险，当前借款规模预计不会对生产经营构成重大不利影响。公司已在招股说明书“第三节 风险因素”之“五、财务风险”之“（四）偿债能力风险”之“（四）偿债能力风险”就上述相关风险进行充分提示，具体如下：

#### “（四）偿债能力风险

报告期各期末，公司资产负债率（合并）分别为 79.56%、69.14%、56.06% 和 46.53%，流动比率分别为 0.98 倍、1.11 倍、1.30 倍和 1.50 倍，速动比率分别为 0.51 倍、0.66 倍、0.75 倍和 1.01 倍，公司资产负债率较高。目前公司处于业务稳步扩张时期，对营运资金投入需求较高，银行借款是公司目前的主要融资途径，未来若公司不能有效进行资金管理并拓宽融资渠道，短期内将面临一定的资金压力和偿债风险。”

（二）列示各期末应付票据前五大供应商基本情况、与采购额的匹配性，结合主要供应商的结算方式、结算频率等，说明应付票据期末余额减少的合理性，票据结算方式是否可持续，说明应付票据与各期末票据保证金的对应关系，是否符合票据开具银行的要求，说明应付票据到期付款情况

1、列示各期末应付票据前五大供应商基本情况、与采购额的匹配性，结合主要供应商的结算方式、结算频率等，说明应付票据期末余额减少的合理性，票据结算方式是否可持续

#### （1）各期末应付票据前五大供应商基本情况、与采购额的匹配性

报告期各期末，公司应付票据前五大供应商采购情况如下：



年度	序号	供应商名称	期末应付 票据余额	本期应付 票据结算 额	本期含税 采购额	票据结算 金额占采 购额的比 例
2025年 1-6月	1	湖北聚旺化工有限公司	6,967.75	6,990.90	7,085.17	98.67%
	2	山东润银生物化工股份有限公司	2,150.00	2,150.00	3,613.16	59.50%
	3	湖北兴发化工集团股份有限公司	2,055.54	2,055.54	2,057.49	99.91%
	4	钟祥市大生化工有限公司	1,421.36	1,430.00	1,425.82	100.29%
	5	四川龙蟒磷化工有限公司	830.59	830.59	747.39	111.13%
	小计		13,425.24	13,457.03	14,929.03	90.14%
2024年	1	晋能控股装备制造集团有限公司	7,000.00	13,000.00	22,970.96	56.59%
	2	山东润银生物化工股份有限公司	3,100.00	8,325.00	8,419.30	98.88%
	3	成都云图控股股份有限公司	885.00	885.00	1,290.65	68.57%
	4	湖北聚旺化工有限公司	658.00	1,080.63	3,606.91	29.96%
	5	青海盐湖工业股份有限公司	400.00	6,790.00	7,007.88	96.89%
	小计		12,043.00	30,080.63	43,295.70	69.48%
2023年	1	宜昌东圣磷复肥有限责任公司	3,870.00	5,181.07	6,936.73	74.69%
	2	山东润银生物化工股份有限公司	3,850.00	6,400.00	16,076.18	39.81%
	3	青海盐湖工业股份有限公司	2,920.00	6,020.00	17,924.36	33.59%
	4	湖北聚旺化工有限公司	1,300.00	1,610.20	9,830.61	16.38%
	5	钟祥市大生化工有限公司	1,102.05	2,011.78	2,179.60	92.30%
	小计		13,042.05	21,223.05	52,947.47	40.08%
2022年	1	青海盐湖工业股份有限公司	5,134.00	5,570.50	13,473.46	41.34%
	2	山东润银生物化工股份有限公司	2,966.32	13,465.32	26,250.57	51.30%
	3	湖北祥云（集团）化工股份有限公司	2,471.18	2,471.18	4,560.20	54.19%
	4	湖北宜化化工股份有限公司	2,443.00	2,877.71	2,335.35	123.22%
	5	湖北聚旺化工有限公司	1,218.80	2,579.01	4,727.23	54.56%
	小计		14,233.30	26,963.72	51,346.80	52.51%

报告期内，公司与前五大供应商均采用先款后货的结算方式，一般采用银行转账或银行承兑汇票方式支付货款。报告期内，公司与应付票据前五大供应商票据结算金额占采购额的比例分别为52.51%、40.08%、69.48%和**90.14%**，**2022-2024**年票据与现金支付比例相对均衡，**2025年1-6月**比例有所提升。2022年比例较



高主要原因为票据支付湖北宜化化工股份有限公司预付款；2024年较2023年提高29.40个百分点，主要系在票据支付规模相对稳定的同时，公司向山东润银生物化工股份有限公司及青海盐湖工业股份有限公司采购额减少所致。2025年1-6月，基于业务安排晋能控股主动降低收取银行承兑汇票，湖北聚旺化工有限公司执行承兑与现汇同价，使得前五名票据供应商结算比例有所上升。因公司票据支付存在预付款，且受承兑及现汇价格差异、时点公司承兑额度限制等方面影响，与采购额不完全匹配具有合理性。

报告期各期末，上述应付票据前五大供应商基本情况如下：

供应商名称	登记状态	成立时间	注册资本	业务简介	首次合作时间
晋能控股装备制造集团有限公司	存续	1958/12/31	414,915.51万元	以能源装备制造为主，化肥板块涉及尿素类产品的生产与销售	2020年及以前
山东润银生物化工股份有限公司	在业	1993/11/8	16,320.00万元	主要生产尿素类氮肥产品，同时涉及合成氨等化工原料	2020年及以前
成都云图控股股份有限公司	存续	1995/8/31	120,772.38万元	肥料生产销售，包括复合肥、磷酸一铵、纯碱、黄磷、磷酸铁等	2020年及以前
湖北聚旺化工有限公司	存续	2019/5/23	1,500.00万元	依托磷矿资源，以磷肥制造为主	2020年及以前
青海盐湖工业股份有限公司	在业	1997/8/25	529,157.25万元	中国最大钾肥生产商，主要销售氯化钾，同时涉及锂盐等资源开发	2020年及以前
宜昌东圣磷复肥有限责任公司	存续	2003/12/23	10,200.00万元	依托磷矿资源，以磷复肥制造为主，如磷酸一铵、磷酸二铵、复合肥等	2021年
钟祥市大生化工有限公司	存续	2008/4/10	2,000.00万元	主营磷肥、复合肥及硫酸等化工产品，以磷铵类肥料为主	2020年及以前
湖北祥云（集团）化工股份有限公司	存续	1997/9/18	14,169.80万元	从事磷肥、复混肥料的生产 and 销售，包括磷酸一铵、工业磷酸二氢铵、磷酸二铵、复混肥料、氟硅酸钠等	2020年及以前
湖北宜化化工股份有限公司	存续	1993/9/6	108,250.97万元	化工化肥的生产、制造和销售，包括尿素、磷酸二铵、聚氯乙烯等	2021年
湖北兴发化工集团股份有限公司	存续	1994/8/17	111,172.47万元	磷化工系列产品生产、销售、进出口等	2020年及以前

上述应付票据供应商成立时间均较早，具有一定的经营规模，良好的经营状



况，均在化工及肥料行业具有较高的知名度，和公司交易年限均不低于3年，合作关系稳定良好。

（2）结合主要供应商的结算方式、结算频率等，应付票据期末余额减少的合理性，票据结算方式是否可持续

报告期内，公司与主要供应商均采用先款后货的结算方式，一般采用银行转账或银行承兑汇票方式支付货款。公司与主要供应商的结算频率以实际订单发生为准，无固定结算频率。

报告期内，公司应付票据支付及余额变动情况如下表：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
本期采购额（含税）	100,883.37	196,776.99	238,318.13	256,725.97
采购额同比增长	0.65%	-17.43%	-7.17%	-
本期应付票据支付额	16,350.90	42,211.83	35,134.29	48,738.78
票据支付额同比增长	0.71%	20.14%	-27.91%	-
期末应付票据余额	15,095.35	12,353.00	16,235.42	17,784.40
应付票据余额较上期末增长	22.20%	-23.91%	-8.71%	-

据上表，2023年较2022年，公司含税采购额、应付票据支付额和期末应付票据余额同时呈下降趋势，变动合理；2024年较2023年，含税采购额受原料价格下行及公司加强库存管理影响有所下降，应付票据支付额增加原因系公司信用额度提升，与主要供应商票据结算比例上升，期末应付票据余额下降主要受到期兑付影响。2025年1-6月，公司含税采购额及应付票据支付额同比保持稳定，期末余额较2024年末小幅上升。

综上，2022年-2024年应付票据期末余额减少的主要原因系票据到期兑付，与采购额、票据支付额不完全匹配具有合理性。票据使用情况与公司业务规模、银行授信额度、供应商现汇及承兑价差等因素相关，票据结算方式具有可持续性。

2、应付票据与各期末票据保证金的对应关系，是否符合票据开具银行的要求



公司开立的银行承兑汇票的保证金比例包括 0%、50%、52%和 100%，报告期各期末，公司其他货币资金中银行承兑汇票保证金与应付票据匹配情况如下：

单位：万元

项目	2025. 6. 30	2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
银行承兑汇票金额	15,095.35	12,353.00	16,235.42	17,784.40
其中：0%保证金比例对应银行承兑汇票金额	2,727.90	-	-	-
0%保证金比例对应留存在内部子公司的应付票据（合并口径已抵销应收票据）	-	-	-	-
50%保证金比例对应银行承兑汇票金额	6,490.38	12,023.00	14,119.99	16,784.40
50%保证金比例对应留存在内部子公司的应付票据（合并口径已抵销应收票据）	0.69	-	-	5,215.60
52%保证金比例对应银行承兑汇票金额	3,290.00			
52%保证金比例对应留存在内部子公司的应付票据（合并口径已抵销应收票据）	-	-	-	-
100%保证金比例对应银行承兑汇票金额	2,587.08	330	2,115.43	1,000.00
100%保证金比例对应留存在内部子公司的应付票据（合并口径已抵销应收票据）	-	-	-	-
银行承兑汇票保证金	7,543.41	6,341.50	9,175.43	12,000.00
其中：50%保证金比例对应银行承兑汇票保证金金额	3,245.53	6,011.50	7,060.00	11,000.00
52%保证金比例对应银行承兑汇票保证金金额	1,710.80			
100%保证金比例对应银行承兑汇票保证金金额	2,587.08	330.00	2,115.43	1,000.00
其他货币资金中银行承兑汇票保证金金额	7,543.41	6,341.50	9,190.50	12,013.52
差异	-	-	-15.07	-13.52

据上表，报告期各期末，公司银行承兑汇票保证金金额与其他货币资金中银行承兑汇票保证金金额差额分别为 13.52 万元、15.07 万元、0.00 万元和 0.00 万元，差异系保证金账户利息造成。

综上，公司按照票据开具银行的要求足额缴纳票据保证金，符合开具银行要求。

### 3、应付票据到期付款情况



截至 2025 年 8 月 31 日，公司 2022 年末、2023 年末和 2024 年末应付票据均已到期兑付，2025 年 6 月末应付票据余额 15,095.35 万元兑付情况如下：

单位：万元

类别	票据金额	占比	付款情况
已到期银行承兑汇票	7,026.72	46.55%	已全额兑付
未到期银行承兑汇票	8,068.63	53.45%	未兑付
合计	15,095.35	100.00%	

由上表可知，公司报告期内已到期的应付票据均已如期兑付。

（三）存在大额货币资金并进行委托理财投资的情况下，大额长短期借款的必要性，是否符合公司的经营需要

报告期各期末，公司货币资金和借款余额的具体情况如下：

单位：万元

项目	2025/6/30	2024/12/31	2023/12/31	2022/12/31
货币资金	24,308.97	20,443.35	26,772.29	27,083.88
去除其他货币资金的货币资金金额①	16,765.56	14,101.85	16,581.79	15,051.67
借款余额（注）②	30,009.00	28,066.88	41,299.67	45,623.31
非受限存贷比例①/②	55.87%	50.24%	40.15%	32.99%

注：借款余额为短期借款、应付票据、一年内到期的非流动负债和长期借款之和。

报告期各期末，公司货币资金余额分别为 27,083.88 万元、26,772.29 万元、20,443.35 万元和 24,308.97 万元，其中有相当一部分为买方信贷模式下，发行人向贷款银行存入的保证金，主要为银行承兑汇票保证金，去除该类其他货币资金后的余额为 15,051.67 万元、16,581.79 万元、14,101.85 万元和 16,765.56 万元，该部分资金因使用受限，无法自由支配用于日常生产经营。报告期各期末，公司非受限资金的存贷比例分别为 32.99%、40.15%、50.24%和 55.87%，货币资金保有量较为合理，为了维持公司正常经营，公司进行大额借款具备合理性。与此同时，公司在出现阶段性闲置资金时，会投资于可灵活申赎的理财产品，不存在通过提升负债规模补偿投资活动的流动性缺口情形。

公司存在大额货币资金并进行委托理财投资的同时对外借款的主要原因如下：

### （1）保证营运资金投入

公司采购的主要原材料为尿素、磷酸一铵、磷酸二铵、氯化钾等，原料受市场环境的影响，价格波动较大。鉴于行业特点，公司原材料采购主要采用预付款结算模式，因此公司需要维持一定比例的货币资金用于按计划采购原材料。每年春节前后为春肥的销售旺季，为了保证春季肥料的生产供应，公司需要提前备好资金保障采购、生产。同时公司应收账款余额较高，部分客户回款较慢，流动资金需求较大，因此需要从银行借款，以保证公司业务的正常运营。

### （2）维持融资渠道

公司目前融资较为依赖银行渠道，公司在经营过程中与当地多家银行保持了密切的合作关系。尽管报告期内公司货币资金相对充裕，但考虑到银行未来信贷政策存在收紧可能，若完全停止与银行的信贷业务，则当公司有突然大额资金需求时，再次从银行获取贷款资金存在一定风险。公司保持与银行的良好、可持续合作关系，可有效控制未来可能出现的资金风险。

### （3）加强抗风险能力

公司整体采取稳健谨慎的资金管理政策，以公司上下游产品价格波动较为频繁为所处行业特点，根据历史经营情况保有一定水平的货币资金有助于增强公司财务稳定性和抗风险能力，以应对外部环境波动带来的影响。

### （4）提高临时闲置资金的价值

公司根据日常款项收支情况及付款计划，适当利用临时闲置的资金购买银行或其他金融机构的短期理财产品，降低资金使用成本，配置高流动性理财产品以提升资产回报率。

综上，公司在保有一定比例货币资金并进行委托理财投资的同时保持较大金额对外借款具有必要性，符合公司的经营需要。

## 三、关于合同负债及优惠政策

（一）说明合同负债收款安排、期后结转收入情况、剩余款项收回情况，是否存在虚构业务的情形



公司合同负债由预收货款及优惠政策构成，其中预收货款金额占合同负债的95%以上。

公司合同负债余额主要来源于经销客户，公司与经销客户于新一销售年度（季度）开始之际签署经销合同，并约定目标交易量。经销商根据公司的价格政策，结合下游需求及预期市场判断情况向公司预付货款，后续提货时在系统内下单，公司接到销售订单后安排发货，并根据货物控制权转移相应确认销售收入。

报告期各期末，公司合同负债余额及期后结转收入、剩余款项收回情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
合同负债余额①	13,519.00	28,254.28	36,460.36	49,280.47
期后4个月 <sup>(注)</sup> 结转收入金额②	7,148.50	24,548.40	28,610.78	37,952.27
期后4个月结转收入金额占合同负债余额比例(%)②/①	52.88	86.88	78.47	77.01
截至2025年9月结转收入金额③	7,148.50	26,780.97	34,977.21	47,438.34
截至2025年9月期后退款金额④	305.85	689.25	1,018.02	1,438.07
考虑期后退款后累计结转比例(%)③/(①-④)	54.10	97.16	98.69	99.16

注：2025年6月末合同负债余额期后结转收入金额为期后3个月数据

由上表，各报告期的合同负债余额为预收客户货款和优惠账户组成，2022年、2023年、2024年末各期后4个月内结转收入占合同负债余额的比重均在75%以上，结转情况良好；2025年6月末期后3个月收入结转比例为52.88%，受用肥季节性<sup>(注)</sup>及下游备货节奏延后影响，结转比例相对较低具有一定的合理性。

截至2025年8月，期后退款金额较低，通常为个别客户因其自身资金压力或实际采购数量未达到预订时预期消耗能力而产生的退款。考虑期后退款后合同负债累计结转比例分别为99.16%、98.69%、97.16%和54.10%，以前年度剩余未结转收入金额主要为预收山东省农业农村厅的尚未达到收入确认条件的土壤库服务项目金额。

综上，2022年至2024年各期末，公司合同负债余额在期后4个月结转情况良好，期末合同负债余额并非虚增，期后退款金额较低，不存在虚构业务的情况。

（二）说明报告期内保价政策、发货返利、打款优惠政策的具体背景、内

容、涉及金额、会计处理方法及对利润的影响情况，是否存在其他促销政策，优惠促销政策与公司以往习惯做法是否存在显著差异，与同期可比公司是否存在重大差异

## 1、保价及返利政策的具体背景与内容

### （1）保价政策

公司对传统经销渠道、直销种植户采取预付款保价政策，为肥料行业通行做法，保价周期取决于客户预付款消化进度，最终销售价格原则上取自预付款打款时点至预付额度内产品发货时点公司产品报价的低值。

### （2）优惠政策

报告期内，公司根据区域市场营销渠道的成熟程度、市场竞争情况以及经销商在当地的布局等因素，综合制定销售年度或季度优惠政策，主要包括打款优惠、发货返利，具体如下：

#### ①发货返利

发货返利系发行人为保持老客户销量稳定增长、刺激新客户快速上量而制定的返利政策。发行人设定存量及增量目标及坎级对应奖励，根据经销商实际销量兑现返利政策；设定不同销量坎级的订金增值倍数，根据客户实际达成的情况予以兑现；同时，针对早于发货旺季提货的客户提供更为优惠的返利，有利于平滑旺季产能。

#### ②打款优惠

打款优惠系发行人为提前锁定客户货款而制定的预收款政策，针对预收款客户打款早于发货的时间长度兑现相应的奖励金额，有利于优先占有客户渠道。

上述发货返利及打款优惠政策兑现的主要方式均计入优惠账户（即合同负债），并在后期发货时根据一定规则使用，属于实物返利。

## 2、优惠政策涉及金额、会计处理方法及对利润的影响、其他促销政策情况

### （1）优惠政策涉及金额、会计处理方法及对利润的影响情况



报告期各期，公司合同负债优惠政策变动情况如下：

单位：万元

年度	期初余额	本期计提		本期兑付	期末余额
		发货返利	打款优惠		
2022 年	1,082.71	2,189.38	755.21	2,628.25	1,399.05
2023 年	1,399.05	2,754.61	1,367.08	3,942.53	1,578.21
2024 年	1,578.21	1,749.51	1,223.90	3,355.66	1,195.95
<b>2025 年 1-6 月</b>	<b>1,195.95</b>	<b>1,226.07</b>	<b>498.17</b>	<b>1,530.90</b>	<b>1,389.29</b>

2022 年，公司销售规模较上年度实现较大幅度提升，发货返利金额显著高于打款优惠；2023 年，公司在经营规模扩张的同时，加大北方市场开拓力度，同时受当地作物种植及收获季节性影响，为优先占有客户渠道，公司收款至发货周期较长，打款优惠政策金额实现较大幅度提升；2024 年，公司销量规模小幅降低，同时因发货集中，旺季产能基本饱和，政策力度较上年度降低具有合理性。

发行人建立了《营销政策管理规定》《优惠账户使用管理办法》等制度，对返利政策的适用对象、返利政策、审批程序、内控制度等进行了规定，并完善了返利的对账和复核制度。发行人经销商主要返利的方式为计入优惠账户，根据政策达成情况计提返利金额，后续发货时根据客户需求并按一定规则予以兑付，会计处理如下：

计提时：

借：营业收入

贷：合同负债

兑付时：

借：合同负债（使用返利部分）

    应收账款（正常结算部分）

贷：营业收入

根据《企业会计准则第 14 号—收入》规定，公司预期将退还给客户的款项，应当作为负债进行会计处理，不计入交易价格，即在销售时应按照预期将退还给



客户的款项冲减销售收入。因此，公司在确认销售当期计提返利金额并冲减相应销售收入符合《企业会计准则》的规定。

报告期内，发行人计提优惠政策对各期利润影响额分别为 2,944.59 万元、4,121.69 万元、2,973.40 万元和 **1,724.24 万元**，各期兑付与计提差额分别为 -316.34 万元、-179.16 万元、382.26 万元和 **-193.34 万元**，占各期净利润的比例分别为 -3.13%、-1.77%、2.63% 和 **-1.54%**，影响较小。

## （2）其他促销政策

除计入合同负债的优惠政策，公司还存在少量商业折扣，按照可变对价的相关规定，在销售当期按照因向客户转让商品而预期有权收取的对价金额确认收入。

## 3、优惠促销政策与同行业对比情况

肥料行业属于充分竞争市场，公司作为成长阶段的企业，为大力推广新型肥料产品，通过发货返利、打款优惠等政策激励经销商进行品牌推广及产品销售。返利政策在农资产品推广中较为常见，一方面，品牌厂商通过销量挂钩的奖励机制，推动经销商积极拓展市场，同时稳定渠道忠诚度，避免窜货乱价，确保厂商品牌在区域市场的占有率；另一方面，经销商将部分返利转化为终端优惠（如折扣、农技服务等），降低种植户用肥成本，增强购买意愿，实现良性循环。报告期内，公司根据区域市场营销渠道的成熟程度、市场竞争以及经销商在当地的布局等因素，综合制定优惠政策。

报告期内，公司优惠政策余额及占收入的比例与可比公司对比情况如下：

单位：万元

公司	2025年1-6月/末			2024年度/末			2023年度/末			2022年度/末		
	收入金额	销售返利余额	占比 (%)	收入金额	销售返利余额	占比 (%)	收入金额	销售返利余额	占比 (%)	收入金额	销售返利余额	占比 (%)
史丹利	639,079.87	5,838.49	0.91	1,026,252.86	5,935.47	0.58	999,134.95	5,439.64	0.54	903,834.93	7,379.11	0.82
新洋丰	939,791.69	未披露	-	1,556,341.47	未披露	-	1,509,986.90	未披露	-	1,595,773.29	未披露	-
红四方	181,386.54	112.55	0.06	348,546.84	171.84	0.05	389,943.81	369.95	0.09	417,008.72	561.55	0.13
芭田股份	254,317.79	未披露	-	331,311.41	未披露	-	324,352.72	未披露	-	285,534.30	未披露	-
汉和生物	52,704.09	未披露	-	81,344.89	未披露	-	67,811.12	未披露	-	61,013.01	未披露	-
农大科技	149,454.60	1,389.29	0.93	236,319.15	1,195.95	0.51	263,742.14	1,578.21	0.60	267,560.38	1,399.05	0.52

数据来源：可比公司定期报告、招股说明书。

据上表，可比公司新洋丰、芭田股份和汉和生物未在定期报告中披露返利信息；发行人各期末返利余额占当期营业收入的比例**与史丹利较为接近**，红四方返利占比较低系其存在一部分面向厂家的原料化肥业务，与复合肥促销推广模式存在一定差异。2023 年末，销售返利余额占营业收入的比重较高，主要系东北、华北市场开拓力度加强所致。

由此可见，发行人对经销商采取发货返利、打款优惠等销售政策符合行业惯例，与同行业公司相比不存在重大差异。

### （三）说明是否存在通过发货返利和保价政策刺激销售、调节业绩的情形

公司发货返利和保价政策等促销政策符合行业惯例，为复合肥推广业务的通行做法。公司建立了《优惠账户使用管理办法》等内部控制制度，对返利政策的适用对象、返利政策、审批程序等进行了严格的规定。

报告期各期末，公司优惠政策余额占销售收入比重较低，且年度间不存在较大波动，属于公司长期稳定政策。公司不存在通过该类销售政策刺激销售、调节业绩的情形。

## 四、关于固定资产及在建工程变动较大的合理性

（一）结合产线技改及新建情况、机器设备购置及安装情况、在建工程转固情况等，说明报告期内固定资产及在建工程金额变动较大的原因，是否与产能变化相匹配

1、结合产线技改及新建情况、机器设备购置及安装情况、在建工程转固情况等，说明报告期内固定资产及在建工程金额变动较大的原因

为进一步提升公司在行业内的竞争优势，提升产能及生产工艺水平，生产高品质化肥，公司在报告期内的在建工程主要为新建、改造产线项目，生产能力和生产自动化水平大幅提升。报告期各期末，公司固定资产账面价值分别为**27,230.36 万元、28,111.76 万元、29,679.53 万元和 30,430.92 万元**，随着经营规模扩大整体呈上升趋势；在建工程账面价值分别为**1,068.42 万元、2,593.46 万元、1,798.79 万元和 5,248.49 万元**，变动主要受新项目投建及转固影响。



**(1) 产线技改及新建增加及转固情况**

报告期内，公司主要产线技改及新建项目情况如下：



单位：万元

类别	项目	2025年6月30日	2025年1-6月		2024年12月31日	2024年度		2023年12月31日	2023年度		2022年12月31日	2022年度		2021年12月31日
			增加	转固		增加	转固		增加	转固		增加	转固	
产线新建	年产 30 万吨腐植酸智能高塔复合肥建设项目	3,280.56	3,057.03	-	223.53	223.53	-	-	-	-	-	-	-	-
	吉林绿色智能缓控释肥挤压车间建设项目	-	-	-	-	-	-	-	370.73	1,030.79	660.06	660.06	-	-
	吉林绿色智能缓控释肥生产项目	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	250.44	250.44	-
	绿色生物基缓控释肥建设项目控释肥一车间	43.72	18.91	-	24.81	111.15	1,341.87	1,255.53	1,255.53	-	-	-	-	-
	绿色生物基缓控释肥建设项目控释肥二车间	44.04	19.23	-	24.81	108.91	1,130.50	1,046.40	1,046.40	-	-	-	-	-
	年产 20 万吨水溶性肥料项目（二期建设）	-	221.53	797.11	575.58	575.58	-	-	-	-	-	-	-	-
	农大肥业科技（新疆）有限公司年产 10 万吨水溶肥料项目	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	307.68	307.68	-
	小计	3,368.32	3,316.70	797.11	848.73	1,019.17	2,472.37	2,301.93	2,672.66	1,030.79	660.06	1,218.18	558.12	-
产线	新水溶肥自动套袋包装成套设备技术改造	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6.40	223.45	217.05	-
技改	复合肥车间搭载挤压颗粒生产技术改造	-	31.70	40.26	8.56	410.62	419.66	17.60	17.60	-	-	-	-	-



挤压车间提高产能及新工艺 喷浆造粒、包膜工序改造	-	-	-	-	7.40	7.40	-	184.98	184.98	-	-	-	-
六车间挤压工艺项目技术改造 方案	-	12.31	23.61	11.29	325.10	313.81	-	-	-	-	-	-	-
五六车间粉体流冷却项目	0.08	-	-	0.08	102.57	102.49	-	-	-	-	-	-	-
年产 20 万吨滴/喷灌速效水溶 肥生产线-双辽复合肥一车间 改造	-	30.70	297.98	267.27	267.27	-	-	-	-	-	-	-	-
小计	0.08	74.72	361.85	287.20	1,112.96	843.36	17.60	202.58	184.98	-	6.40	223.45	217.05
合计	3,368.40	3,391.41	1,158.96	1,135.93	2,132.13	3,315.73	2,319.53	2,875.24	1,215.77	660.06	1,224.58	781.57	217.05



报告期内，在建工程金额变动较大的原因系公司新建产线或技术改造项目投入及进度差异。2023年末较2022年末，公司在建工程金额上升142.74%，主要系公司绿色生物基缓控释肥建设项目控释肥车间投建所致；2024年末较2023年末，公司在建工程金额下降30.64%，主要原因系公司绿色生物基缓控释肥建设项目控释肥车间及其配套设施基本完工转固；2025年6月末较2024年末，公司在建工程金额上升191.78%，主要系公司年产30万吨腐植酸智能高塔复合肥建设项目建设支出大幅增加所致。同时，在建工程验收完工，也引起固定资产规模的增加。

## （2）机器设备购置及安装情况

报告期内，公司机器设备购置及安装情况如下：

单位：万元

年度	期初余额	购置	在建工程转入	处置或报废	转入在建工程	期末余额
2025年1-6月	21,482.61	491.52	1,248.28	278.82	23.62	22,919.97
2024年度	18,808.29	567.36	2,367.49	253.23	7.30	21,482.61
2023年度	16,818.62	574.89	2,191.62	776.85	-	18,808.29
2022年度	13,120.04	398.18	3,353.03	52.63	-	16,818.62

据上表，报告期内，公司机器设备原值逐年增加，主要原因系相关在建工程项目完工转固。

综上，根据产线技改及新建项目实施进度、机器设备购置及安装情况，公司报告期内固定资产及在建工程变动具有合理性。

## 2、固定资产变动与产能的匹配性

报告期内，公司固定资产原值、产能情况如下：

项目	2025年6月30日 /2025年1-6月		2024年12月31日 /2024年度		2023年12月31日 /2023年度		2022年12月31日 /2022年度
	金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅	金额
固定资产原值 (万元)	53,860.26	5.06%	51,268.48	10.72%	46,302.63	8.21%	42,787.82
其中：机器设备 原值(万元)	22,919.97	6.69%	21,482.61	14.22%	18,808.29	11.83%	16,818.62
产能(万吨)	83.17	7.26%	140.92	11.91%	125.92	11.02%	113.42



2023 年末，公司生产用机器设备原值为 18,808.29 万元，较 2022 年末的 16,818.62 万元增长 11.83%；2023 年度，公司产能为 125.92 万吨，较 2022 年度的 113.42 万吨增长 11.02%，公司产能与机器设备等固定资产的变动趋势相配比。

2024 年末，公司生产用机器设备原值为 21,482.61 万元，较 2023 年末的 18,808.29 万元增长 14.22%；2024 年度，公司产能为 140.92 万吨，较 2023 年度的 125.92 万吨增长 11.91%，公司产能与机器设备等固定资产的变动趋势相配比。

2025 年 6 月末，公司生产用机器设备原值为 22,919.97 万元，较 2024 年末的 21,482.61 万元增长 6.69%；2025 年 1-6 月，公司产能为 83.17 万吨，同比增长 7.26%，公司产能与机器设备等固定资产的变动趋势相配比。

综上，公司报告期内产能与相关固定资产金额变动趋势相匹配。

## （二）说明报告期内固定资产是否存在闲置、废弃、损毁和减值，结合对固定资产减值测试情况说明固定资产减值准备计提是否充分

报告期各期末，公司根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》的相关规定并结合盘点情况来判断固定资产是否存在减值迹象，如存在减值迹象，则按公允价值减去处置费用的净额和资产预计未来现金流量现值两者中的较高者确定为可收回金额，若固定资产的可收回金额低于其账面价值，则按其差额计提减值准备并计入减值损失。资产减值损失一经确认，在以后期间不予转回。

报告期内对固定资产进行减值测试的具体方法及结果如下：

序号	会计准则相关规定	公司具体情况	是否存在减值迹象
1	资产的市价当期大幅度下跌，其跌幅明显高于因时间的推移或者正常使用而预计的下跌	公司固定资产销售价格未发生大幅下降的情况；公司固定资产均处于正常使用状态	否
2	企业经营所处的经济、技术或者法律等环境以及资产所处的市场在当期或者将在近期发生重大变化，从而对企业产生不利影响	公司产品市场较成熟且稳定，市场环境未发生重大不利变化	否
3	报酬率在当期已经提高，从而影响企业计算资产预计未来现金流量现值的折现率，导致资产可收回金额大幅度降低	市场利率或者其他市场投资报酬率未发生重大变化	否



序号	会计准则相关规定	公司具体情况	是否存在减值迹象
4	有证据表明资产已经陈旧过时或者其实体已经损坏	公司对资产及时进行更新换代，不存在陈旧过时的情形，公司对资产进行日常维保、盘点的过程中，将已经损毁的资产进行报废或处置，报告期末不存在已经陈旧过时或者其实体已经损坏的资产	否
5	资产已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置	2024年期末少部分固定资产暂时闲置，其他固定资产正常使用；在建工程均在正常推进中，不存在长期停工、闲置的情况，相关在建工程也不存在终止实施或计划处置情形	是
6	企业内部报告的证据表明资产的经济绩效已经低于或者将低于预期，如资产所创造的净现金流量或者实现的营业利润（或者亏损）远远低于（或者高于）预计金额等	报告期内，公司收入稳定，不存在资产的经济绩效已经低于或者将低于预期的情形	否
7	其他表明资产可能已经发生减值的迹象	不存在其他表明资产可能已经发生减值的迹象	否

报告期内，公司每年组织固定资产和在建工程盘点，对于无法满足使用条件的固定资产及时进行处置或报废，对正常使用的固定资产根据《企业会计准则第8号——资产减值》进行减值测试。将《企业会计准则》规定的可能存在减值迹象的情况与公司实际情况逐项进行比对，具体情况如下：

**2025年6月末，公司对2024年末暂时闲置的固定资产继续计提减值准备，涉及房屋建筑物原值8.86万元，累计折旧4.74万元，计提减值准备1.72万元；机器设备原值293.70万元，累计折旧201.55万元，计提减值准备6.94万元。**公司不存在无特殊原因长期闲置不用、不可使用、毁损的固定资产，也不存在生产出不合格产品的固定资产及其他已经不能再给公司带来经济利益的固定资产。同时，公司服务和销售业务获利情况良好，报告期内不存在应计提减值准备未计提的情形。

公司的机器设备主要为传输设备、配料设备、烘干设备、反应釜设备、除尘设备、包装设备、配电设备、热能设备等。公司机器设备的构成情况较为稳定，均可长期使用，目前技术性能良好，均正常运行。

综上所述，报告期内公司少部分固定资产发生减值，减值测试符合《企业会计准则》的规定，具有谨慎性及合理性。



（三）说明部分运输设备、机器设备成新率较低是否对经营存在不利影响，是否存在对现有主要设备进行更换或升级的需求，更换或升级相关设备对公司生产经营的影响

### 1、部分机器设备、运输设备成新率较低的原因

截至 2025 年 6 月 30 日，公司成新率较低的主要机器设备、运输设备基本情况如下：

类型	设备名称	原值 (万元)	账面价值 (万元)	成新率	折旧 年限	启用时间
机器设备	离心喷雾干燥机	272.59	87.00	31.92%	10	2018 年 4 月
机器设备	离心喷雾干燥机	255.67	101.84	39.83%	10	2019 年 2 月
机器设备	氨酸装置	252.16	12.61	5.00%	10	2010 年 12 月
机器设备	微生物液体发酵系统	266.06	44.84	16.85%	10	2016 年 8 月
机器设备	4000m3 污水池	232.59	109.22	46.96%	10	2019 年 11 月
机器设备	三效浓缩器	215.09	118.03	54.87%	10	2020 年 9 月
机器设备	浓缩膜设备	165.24	51.00	30.86%	10	2018 年 4 月
机器设备	盘式干燥机系统	131.92	61.95	46.96%	10	2019 年 11 月
机器设备	水、天然气、蒸汽管道	124.77	23.01	18.44%	5	2021 年 2 月
机器设备	强力粉碎干燥机	122.39	48.75	39.83%	10	2019 年 2 月
机器设备	TDCS9200 控制系统	111.11	35.46	31.91%	10	2018 年 4 月
机器设备	2.2×9 造粒机	102.84	5.13	5.00%	10	2012 年 12 月
机器设备	硫酸钾自控系统	102.56	9.19	8.96%	10	2015 年 11 月
运输设备	奔驰迈巴赫汽车	168.03	8.40	5.00%	6	2015 年 4 月
运输设备	新桥牌小型客车	73.01	35.44	48.54%	6	2022 年 3 月
运输设备	纯电动客车-班车	56.73	22.30	39.31%	6	2021 年 8 月
运输设备	奔驰汽车	55.42	2.77	5.00%	6	2015 年 4 月
运输设备	宝马小型轿车	38.58	18.73	48.54%	6	2022 年 3 月
运输设备	宝马小型轿车	38.58	18.73	48.54%	6	2022 年 3 月
运输设备	宝马小型轿车	38.58	19.75	51.19%	6	2022 年 5 月
运输设备	宇通客车	33.66	1.68	5.00%	6	2017 年 6 月

注：上表成新率较低的主要机器设备、运输设备选取标准分别为账面原值 100 万元以上、30 万元以上且成新率低于 60%。

由上表可知，部分运输设备、机器设备成新率较低，主要原因是固定资产建



设、购置及使用时间较长，而折旧年限相对较短。发行人机器设备使用状态良好，通过加强相关设备和工具维护、更换易损件等精细化管理方式能够持续保证设备的使用状态，现有设备状况能够满足发行人经营需要。

## 2、公司机器设备与运输设备成新率与同行业对比情况

报告期末，公司机器设备成新率与同行业公司的对比情况如下：

单位：万元

企业名称	原值	累计折旧	减值准备	账面价值	成新率
史丹利	248,657.87	69,297.31	2,962.92	176,397.63	70.94%
芭田股份	178,702.13	81,111.92	23.88	97,566.34	54.60%
新洋丰	551,817.40	227,659.12	319.59	323,838.69	58.69%
红四方	58,893.91	28,885.10	-	30,008.81	50.95%
汉和生物	4,310.47	1,274.49	-	3,035.98	70.43%
平均值	208,476.36	81,645.59	661.28	126,169.49	61.12%
农大科技	22,919.97	11,094.94	6.94	11,818.08	51.56%

数据来源：可比公司定期报告、招股说明书。

报告期末，公司运输设备成新率与同行业公司的对比情况如下：

单位：万元

企业名称	原值	累计折旧	减值准备	账面价值	成新率
史丹利	3,015.70	2,074.08	-	941.62	31.22%
芭田股份	2,286.20	1,606.28	-	679.93	29.74%
新洋丰	5,306.48	2,369.26	-	2,937.22	55.35%
红四方	316.81	170.13	-	146.69	46.30%
汉和生物	355.11	152.35	-	202.77	57.10%
平均值	2,256.06	1,274.42	-	981.64	43.94%
农大科技	2,200.36	1,233.85	-	966.51	43.93%

数据来源：可比公司定期报告、招股说明书。

据上表可知，公司运输设备的成新率与同行业公司平均水平基本一致，机器设备成新率略低于同行业公司平均水平，主要系史丹利、汉和生物 2024 年以来新增机器设备投资较多，拉高了同行业可比公司平均值。整体而言，公司上述固定资产成新率均位于同行业合理区间。

## 3、成新率较低对公司生产经营的影响情况



公司部分运输设备、机器设备成新率较低不会对经营存在不利影响，一方面系设备质量、先进性、稳定性较好，耐用性强，数量充足且运行良好，能够满足生产需求，保证了生产经营的有效运行；另一方面公司按设备管理制度对设备进行保养，并且定期检查，设备使用的操作人员严格按《设备操作指导书》操作设备，对设备进行日常检修及年度检修，检修完成后由设备部统一验收。因此通过定期维护保养、对易损部件进行及时更换，设备一直保持着良好的运行状态，能够保证生产经营的有效运行，设备成新率低不会对公司生产经营造成影响，零星部件的更换或升级属于正常经营行为，预计不会有大规模的主要设备更换或升级的需求。

综上所述，公司部分机器设备、运输设备成新率较低原因为购置时间较早，通过对设备的日常维护，实际使用年限长于计提折旧的年限所致；公司的运输设备和机器设备成新率跟同行业可比公司平均成新率相比并无显著异常，符合行业惯例。由于公司设备质量高，耐用性强，目前对设备的管理使得现有机器设备及运输设备性能能够满足日常生产经营需求，预计不会有大规模的集中设备更换或升级需求，零星设备更换或升级不会对公司生产经营产生较大影响。

#### （四）说明购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金与固定资产、无形资产等长期资产各期原值增加额的勾稽关系

报告期内，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金与固定资产、无形资产等长期资产各期原值增加额的勾稽关系如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	<b>6,745.66</b>	6,127.82	7,415.05	7,257.87
具体项目构成				
固定资产原值增加	<b>2,950.36</b>	5,526.09	4,474.49	7,035.86
在建工程余额增加	<b>3,434.67</b>	-794.67	1,525.04	-1,064.73
无形资产原值增加	<b>2.74</b>	217.92	2,404.13	1,037.02
其他非流动资产增加	<b>-127.42</b>	354.54	-401.93	367.47
购买长期资产支付的进项税	<b>253.92</b>	462.39	614.89	398.42
备品备件领用至固定资产	-	-	-1,319.80	-354.34



中兴华会计师事务所（特殊普通合伙）

应付长期资产款减少	231.39	361.55	118.24	-161.83
-----------	--------	--------	--------	---------

注：2024 年公司核算口径细化，固定资产用与生产用备品备件分别在购建固定资产所支付现金及购买商品所支付现金核算。

由上表可见，报告期内公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金与报表相关科目之间的勾稽一致。

（五）说明报告期在建工程的具体情况，包括项目名称、内容、开始时间、建设时间、预算金额、各期实际投入金额、进度等，说明在建工程转为固定资产的时点是否符合《企业会计准则》的规定

报告期内，公司主要在建工程项目具体情况如下：



单位：万元

项目	预算	主要内容	开始时间	建设完工时间	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
					当期实际投入	进度(%)	当期实际投入	进度(%)	当期实际投入	进度(%)	当期实际投入	进度(%)
分布式光伏发电项目二期	826.00	建设光伏，节能减排，增效降本	2022年8月	2023年5月			-	-	375.13	100.00	363.58	44.02
吉林绿色智能缓控释肥挤压车间建设项目	1,632.00	建设掺混肥和挤压肥生产线两条	2022年10月	2023年12月			-	-	370.73	100.00	660.06	40.44
绿色生物基缓控释肥建设项目控释肥一车间	2,460.00	建设一套(两条)聚合物包膜尿素生产线、一套聚合物硫包衣尿素生产线	2023年7月	2024年6月	18.91	100.00	111.15	100.00	1,255.53	93.57	-	-
绿色生物基缓控释肥建设项目控释肥二车间					19.23		108.91		1,046.40		-	-
绿色智能缓控释肥生产项目(成品库建设)	673.00	建设一套成品库及周边路面和货台，扩大原料存储量满足存货和销售需求	2024年10月	-	126.90	72.56	361.40	53.70	-	-	-	-
年产20万吨水溶性肥料项目(二期建设)	883.10	建设生产车间、消防水池及厂区消防和给排水系统，增加1套水溶肥生产线	2024年5月	2025年3月	221.53	100.00	575.58	65.18	-	-	-	-



年产 30 万吨腐植酸智能高塔复合肥建设项目	5,260.00	建设 30 万吨高塔复合肥生产车间和成品库	2024 年 9 月	-	3,057.03	62.37	223.53	4.66				
------------------------	----------	-----------------------	------------	---	----------	-------	--------	------	--	--	--	--

注：上表绿色生物基缓控释肥建设项目控释肥一车间、二车间工程已于 2024 年上半年达到预定可使用状态转固，后续发生零星工程目前尚未验收，待最终决算验收后调整工程原值。

报告期内，结合公司验收单、设备安装进程以及公司生产使用记录进行综合判断，当工程完工或设备安装调试完毕并达到预定可使用状态时，在建工程转入固定资产。报告期内，公司在建工程项目转固定资产相关会计处理符合企业会计准则规定，不存在提前或推迟结转固定资产的情形。

（六）说明 2024 年产能利用率较低的原因，相关生产线是否正常运行，是否存在停产、间歇开工或闲置情形，涉及的固定资产是否存在减值情形，模拟测算按照可比公司固定资产折旧年限补充计提折旧对发行人经营业绩的影响金额及比例

**1、2024 年产能利用率较低的原因，相关生产线是否正常运行，是否存在停产、间歇开工或闲置情形，涉及的固定资产是否存在减值情形**

2024 年产能利用率较低的原因主要系，一方面吉林厂区两条控释肥生产线建成投产，产能有所提升；另一方面受行情影响，产量较上一年度有所下滑，与销量变动相匹配。公司根据销售计划提前排产，不存在停产、间歇开工或闲置情形，生产线均正常运行；同时，公司未来将继续加大东北地区销售渠道的开拓，充分利用吉林厂区新增产能。

从行业角度看，化肥行业生产季节性波动明显，为保证忙季肥料供应，公司设计产能必须满足忙季峰值产出，化肥行业的企业产能利用率均不高。2022 至 2024 年度，公司与同行业可比上市公司复合肥产能利用率对比情况具体如下：

公司简称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
史丹利	41.86%	69.33%	51.28%
芭田股份	39.34%	42.24%	34.62%
新洋丰	55.49%	50.09%	49.23%
红四方	49.30%	49.47%	53.13%
平均值	<b>46.50%</b>	<b>52.78%</b>	<b>47.07%</b>
农大科技	<b>56.63%</b>	<b>68.72%</b>	<b>65.14%</b>

数据来源：可比公司定期报告、招股说明书；

注：史丹利产能利用率为其磷复肥（包括复合肥和磷酸一铵）平均产能利用率。

据上表，2022 至 2024 年度，公司产能利用率分别为 65.14%、68.72%和 56.63%，可比上市公司均值分别为 47.07%、52.78%和 46.50%，2022 至 2024 年度，公司产



能利用率均高于平均水平，且符合同行业先增后降的变动趋势。

综上所述，公司 2022 年、2023 年产能利用率达到 65% 以上，2024 年新增产线投产及产量减少导致产能利用率下滑，但总体产能利用率在行业中仍处于较高水平，相关生产线均正常运行，不存在停产、间歇开工或闲置情形。

## 2、模拟测算按照可比公司固定资产折旧年限补充计提折旧对发行人经营业绩的影响金额及比例

按照可比公司的平均固定资产分类别当期实际折旧率，测算对公司报告期各期利润总额的影响，具体情况如下：

单位：万元

项目		2025 年 1-6 月	2024 年 度	2023 年 度	2022 年 度
房屋建筑物	发行人期初余额	<b>25,659.50</b>	23,676.82	22,403.69	20,654.78
	同行业平均实际年折旧率	<b>2.72%</b>	4.66%	6.79%	5.12%
	模拟测算发行人当期折旧计提金额	<b>697.48</b>	1,103.54	1,520.80	1,057.76
	发行人当期实际折旧计提金额	<b>641.09</b>	1,237.38	1,115.91	997.40
	差异金额	<b>56.39</b>	-133.84	404.89	60.36
机器设备	发行人期初余额	<b>21,482.61</b>	18,808.29	16,818.62	13,120.04
	同行业平均实际年折旧率	<b>4.25%</b>	9.21%	7.71%	7.50%
	模拟测算发行人当期折旧计提金额	<b>912.84</b>	1,732.33	1,296.17	984.09
	发行人当期实际折旧计提金额	<b>1219.26</b>	2,168.30	1,826.83	1,500.63
	差异金额	<b>-306.42</b>	-435.97	-530.66	-516.54
运输设备	发行人期初余额	<b>2,066.96</b>	1,886.76	1,779.40	1,367.81
	同行业平均实际年折旧率	<b>5.28%</b>	10.09%	7.63%	10.69%
	模拟测算发行人当期折旧计提金额	<b>109.18</b>	190.34	135.75	146.17
	发行人当期实际折旧计提金额	<b>124.44</b>	214.57	190.56	147.51
	差异金额	<b>-15.26</b>	-24.23	-54.81	-1.34
其他设备	发行人期初余额	<b>2,059.41</b>	1,930.77	1,786.11	856.61
	同行业平均实际年折旧率	<b>4.35%</b>	8.15%	10.56%	9.64%
	模拟测算发行人当期折旧计提金额	<b>89.65</b>	157.29	188.59	82.62



	发行人当期实际折旧计提金额	123.17	226.13	198.86	68.89
	差异金额	-33.52	-68.84	-10.27	13.73
	<b>差异金额合计</b>	<b>-298.81</b>	<b>-662.88</b>	<b>-190.85</b>	<b>-443.79</b>
	<b>折旧差异对利润总额的影响</b>	<b>2.02%</b>	<b>3.90%</b>	<b>1.67%</b>	<b>3.91%</b>

根据同行业可比公司固定资产折旧年限，对发行人的固定资产折旧进行分类别模拟测算，测算出的折旧计提金额与报告期各期发行人实际折旧计提金额差异分别为-443.79万元、-190.85万元、-662.88万元和**-298.81万元**，占当期利润总额的比例分别为3.91%、1.67%、3.90%和**2.02%**。发行人计提比例更为谨慎，模拟测算结果对公司报告期业绩不存在重大影响且有利于经营业绩的提升。

## 五、第三方回款的真实性和现金收款合理性

**（一）说明第三方回款资金流、实物流与合同约定及商业实质是否一致，报告期内是否存在因第三方回款导致的货款归属纠纷，是否签署合同时已明确约定由第三方代付货款，是否存在未取得委托付款说明的情形**

报告期内，公司涉及第三方回款的相关交易均基于真实的销售合同而开展，公司与客户之间根据销售协议进行款项支付、货物交付和对账结算。因公司下游客户类型较多，部分客户规模较小，针对实际付款人与合同签订方不一致的，公司要求客户和付款人提供身份证明、签字捺印和盖章的委托付款协议。公司第三方回款相关的销售合同、银行回单、第三方付款代付协议和关系说明、收货确认单等原始资料保存完整，通过销售台账可以追溯至相关原始资料，具有可验证性，公司涉及第三方回款的交易的资金流、实物流与合同约定及商业实质一致，报告期内不存在因第三方回款导致的货款归属纠纷。

公司在与经销商签署的合同中约定如下：“8.2 双方一致同意，本合同项下的货款必须由乙方（即客户）通过其自有银行账户支付至甲方（即公司）账户。如乙方为个人独资企业、个体工商户时，允许乙方通过经向甲方备案的法定代表人及其直系亲属账户回款，乙方需提供付款人与乙方关系证明（结婚证复印件或户口本复印件）：备案至公司 ERP 客户档案，并签订代付确认函；8.3 如乙方未按照 8.2 项约定支付货款，则甲方有权选择退回该笔货款，且不视为甲方违约。”涉及第三方回款的客户需向公司提供委托付款说明和相关身份证明。

（二）说明部分第三方回款付款方为银行、客户直系亲属或董事、监事、高级管理人员、发行人员工的原因及合理性，前述回款方的回款资金来源，是否存在资金体外循环、利益输送等情形，发行人与第三方回款相关的内控制度是否健全有效

### 1、第三方回款付款方为银行

报告期内，经销商贷款，即由银行直接向公司付款情形的具体金额如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
经销商贷款	419.56	5,870.62	5,751.90	8,543.55
不属于《上市业务规则适用指引第2号》2-12具体列示类型的第三方回款金额	680.25	7,625.32	7,670.38	11,993.83
占不属于《上市业务规则适用指引第2号》2-12具体列示类型的第三方回款金额比例	61.68%	76.99%	74.99%	71.23%
当期营业收入	149,454.60	236,319.15	263,742.14	267,560.38
占当期营业收入比例	0.28%	2.48%	2.18%	3.19%

经销商贷款报告期内回款金额为 8,543.55 万元、5,751.90 万元、5,870.62 万元和 419.56 万元，占不属于《上市业务规则适用指引第 2 号》2-12 具体列示类型的第三方回款金额（以下简称“《指引第 2 号》2-12 类型”）的比例分别为 71.23%、74.99%、76.99%和 61.68%，为未归类为《指引第 2 号》2-12 类型的最主要原因。同时，根据监管部门要求，自 2024 年 9 月起，相关银行需对经销商贷款进行线下签约双录，由于业务流程繁琐，2025 年 1-6 月经销商使用裕农贷支付货款的金额减少具有一定的合理性。

#### （1）回款资金来源

经销商贷款的回款来源为银行自有资金。

#### （2）第三方付款方为银行具有合理性

因公司下游经销商具有注册资本小、资金有限的特点，为缓解客户资金压力，公司与银行签署相关协议，约定由公司推荐符合银行条件的经销商（贷款申请人），由银行按照其内部标准独立完成贷款的审查、审批和放贷，贷款资金受托支付至公

司指定账户用于购买化肥。因化肥销售合同购买方为经销商，付款方为银行，构成第三方回款，该种模式符合公司所处行业的经营特点，具有合理性，不存在资金体外循环、利益输送等情形。

## 2、第三方回款付款方为非个人独资和个体工商户通过其法人直系亲属、董监高等人员回款

报告期内，第三方回款付款方为非个人独资和个体工商户通过其法人直系亲属、董监高回款情形的具体金额如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
客户公司的法人、董监高、股东或法人直系亲属回款	-	1.5	1.91	342.98
不属于《上市业务规则适用指引第2号》2-12具体列示类型的第三方回款金额	680.25	7,625.32	7,670.38	11,993.83
占不属于《上市业务规则适用指引第2号》2-12具体列示类型的第三方回款金额比例	0.00%	0.02%	0.02%	2.86%
当期营业收入	149,454.60	236,319.15	263,742.14	267,560.38
占当期营业收入比例	0.00%	0.00%	0.00%	0.13%

报告期内，第三方回款付款方为非个人独资和个体工商户通过其法人直系亲属、董监高等人员回款金额分别为 342.98 万元、1.91 万元、1.50 万元和 0 万元，占不属于《指引第 2 号》2-12 类型的比例为 2.86%、0.02%、0.02%和 0.00%，总体占比较低，2025 年 1-6 月已不再出现该类型回款。

### （1）回款资金来源

第三方回款付款方为非个人独资和个体工商户通过其法人直系亲属、董监高等人员回款的资金来源为其自有资金。

（2）第三方回款付款方为非个人独资和个体工商户通过其法人直系亲属、董监高等人员回款具有合理性

第三方回款付款方为非个人独资和个体工商户通过其法人直系亲属、董监高等人员回款。公司下游客户中个人独资企业普遍存在，该类客户往往经营规模较小，

股东与在其中任职的董事、监事、高级管理人员等存在亲属关系的情形较为常见，公户和个人户存在区分不明确的情形。从便利性考虑，部分客户回款时直接通过直系亲属转账，形成第三方回款。2022 年以后，公司开始逐步规范回款行为，该类型第三方回款金额自 2022 年度的 342.98 万元大幅降低至 1.91 万元和 1.50 万元，**2025 年 1-6 月已不再出现该类型回款**，内部控制管理较为有效。

第三方回款付款方为非个人独资和个体工商户通过其法人直系亲属、董监高等人员回款符合公司下游部分客户特点，第三方回款具有合理性，不存在资金体外循环、利益输送等情形

### 3、第三方回款付款方为发行人员工

报告期内，第三方回款付款方为发行人员工情形的具体金额如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
发行人员工代回款	-	2.20	-	2.97
不属于《上市业务规则适用指引第 2 号》2-12 具体列示类型的第三方回款金额	<b>680.25</b>	7,625.32	7,670.38	11,993.83
占不属于《上市业务规则适用指引第 2 号》2-12 具体列示类型的第三方回款金额比例	<b>0.00%</b>	0.03%	0.00%	0.02%
当期营业收入	<b>149,454.60</b>	236,319.15	263,742.14	267,560.38
占当期营业收入比例	<b>0.00%</b>	0.00093%	0.00%	0.00111%

#### (1) 回款资金来源

第三方回款付款方为发行人员工代回款来源为相关员工自有资金。

#### (2) 第三方回款付款方为发行人员工具有合理性

报告期内，发行人员工代为回款的情形分别为 2.97 万元、0 万元、2.20 万元和 0 万元，主要原因系公司召开订货会时，因个别客户未带足额资金，由公司业务人员代为缴纳订货款所致。报告期内发行人员工代为回款的第三方回款金额较低，公司已加强对回款的管理，**2025 年 1-6 月已不再出现该类型回款**。第三方回款付款方为发行人员工的情形符合公司的业务特点，具有合理性，不存在资金体外循环、利益输送等情形。

综上所述，部分第三方回款付款方为银行、客户直系亲属或董事、监事、高级管理人员、发行人员工的情形符合公司的下游客户特点，具有合理性，前述回款方的回款资金来源为自有资金，不存在资金体外循环、利益输送等情形，发行人与第三方回款相关的内控制度已建立并完善，第三方回款情形已逐步减少，整改较有成效。

（三）说明现金交易的发生背景及原因，涉及采购、销售业务的具体情况，是否存在个人卡收付，相关会计及涉税处理是否合规

### 1、现金收款

报告期内，公司现金收款情形如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
现金收款金额	0.17	1.93	2.79	160.36
营业收入	149,454.60	236,319.15	263,742.14	267,560.38
占比	0.0001%	0.0008%	0.0011%	0.0599%

公司2022年度收款主要来源于下游直销客户，出于交易便捷性考虑，2022年曾有公司在订货会等营销活动中直接收取客户现金定金的情形。公司逐步加强销售收款方面管理，2023年度、2024年度和2025年1-6月现金收款金额已有较大幅度降低，主要为废品收入收到的现金或销售给运输司机的塑料布零售收入。报告期内，公司不存在使用个人卡收款的情形，相关会计及涉税处理合规。

### 2、现金付款

报告期内，公司现金付款情形如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
现金付款	0.00	0.00	0.00	1.74
营业成本	123,320.07	191,817.87	224,085.38	232,056.72
占比	0%	0%	0%	0.0007%

2022年度，公司存在零星现金付款的行为，主要为零星设备现场安装时向安装人员现场支付的零件款等。随着公司加强现金管理，2023年度、2024年度和2025

年1-6月已不存在使用现金付款的情形。报告期内，公司不存在使用个人卡付款的情形，相关会计及涉税处理合规。

综上，报告期内，公司存在使用现金收付款项的情形，公司已加强现金使用管理，报告期末发行人收取现金数额已大幅降低，已不存在使用现金支付货款的情形；发行人不存在使用个人卡收付款的情形，相关会计及涉税处理合规。

**（四）说明发行人针对相关财务不规范情况的整改措施、整改效果，发行人在防范财务舞弊、避免资金占用、确保财务独立性等方面采取的主要措施及有效性**

为防范财务舞弊、避免资金占用、确保财务独立性，针对公司存在的第三方回款、现金收付款等财务不规范情形，发行人采取的主要措施及执行情况如下：

#### **1、建立了完善的公司治理制度和内部控制制度**

公司已经依照《公司法》《证券法》等相关法律法规和规范性文件及中国证监会、北京证券交易所及全国股转公司的监管要求，制定并完善了《公司章程》及公司治理、内部控制制度，具体包括《股东会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《信息披露事务管理制度》《对外投资管理制度》《关联交易管理制度》《对外担保管理制度》《关联方资金往来管理制度》《独立董事工作制度》《承诺管理制度》等公司治理制度以及《资金管理制度》《合同管理制度》等内控管理制度，对防范财务舞弊、避免资金占用、确保财务独立性等方面进行了详细的规定，上述制度能够从制度层面保证规范运作。

#### **2、公司构建了相互制衡的公司治理结构和内部监督部门，对公司经营行为进行有效监督**

公司已根据《公司法》《证券法》等有关法律法规、规范性文件的相关要求，建立了由股东会、董事会、监事会和管理层组成的公司治理结构，设置了独立董事、董事会秘书、董事会专门委员会等人员和机构，并持续有效运行。

公司设立了监事会，按照公司章程的规定对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督。公司成立了董事会审计委员会和内部审计部，财务人员在内部审

计部的监督下、在其职责范围内开展工作。

### 3、加强财务管理、规范资金管理

公司设立了独立的财务部门，配备了独立的财务人员，能够独立做出财务决策，具有规范的财务管理制度，拥有独立的财务核算体系，不存在与控股股东铭泉投资、实际控制人马学文和马克及其主要近亲属及其控制的其他企业共用银行账户的情形，财务人员在公司任职并领取薪酬，未在控股股东、实际控制人及主要近亲属及其控制的其他企业中兼职。

### 4、控股股东、实际控制人、实际控制人控制的其他股东、董事、监事、高级管理人员出具相关承诺

为更好地维护公司和其他股东的合法权益，避免未来可能出现的同业竞争、关联交易等影响财务独立性的情形，公司控股股东、实际控制人、实际控制人控制的其他股东出具了《关于消除或避免同业竞争的承诺》《关于不占用资金的承诺》；公司控股股东、实际控制人、5%以上股东和董事、监事、高级管理人员出具了《关于减少和规范关联交易的承诺》。

### 5、公司对截至报告期末的内部控制自我评价情况

根据内控规范的指导性规定，公司建立及实施了有效的内部控制。公司管理层对内部控制制度的完整性、合理性和有效性发表了自我评估意见，具体如下：“根据公司财务报告内部控制重大缺陷的认定情况，于评价报告基准日，不存在财务报告内部控制重大缺陷，董事会认为公司已按照企业内部控制规范体系和相关规定的要求在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。根据公司非财务报告内部控制重大缺陷的认定情况，于评价报告基准日，公司未发现非财务报告内部控制重大缺陷。”

综上，公司不存在资金占用、财务舞弊等情形，公司对于防范财务舞弊、避免资金占用、确保财务独立性等方面已采取了一系列措施并有效执行，对于报告期内出现的第三方回款、现金收付款等财务内控不规范情形均已得到有效整改。

### 六、核查程序及核查意见

## （一）核查程序

1、通过国家企业信用信息公示系统、企查查、公司网站及公告等，查询云天化主要工商信息，并对云天化进行实地走访和函证，了解公司与其业务合作的背景，确认交易的真实性。获取公司报告期内的销售与采购清单，了解采购、销售的内容及金额，了解公司向同一客商同时采购并向其销售的商业逻辑及合理性；

2、访谈发行人财务负责人，了解公司经营模式及行业特点，查阅公司借款台账及合同，核查借款用途及偿债情况，分析公司长短期借款余额较高的原因及合理性；查阅审计报告，计算公司主要偿债能力指标，并结合业绩及现金流指标分析公司的偿债能力、流动性风险及其对生产经营的影响；获取发行人票据台账并查阅公开资料，核查主要交易对手方基本情况，票据支付与采购额的匹配性等；查阅合同台账，了解与主要供应商的结算方式及频率，分析应付票据期末余额减少的合理性及票据结算方法的可持续性；结合其他货币资金及银行存款明细，核查应付票据与保证金对应关系是否符合银行要求及到期兑付情况；结合公司非受限货币资金金额、委托理财产品投资情况，并访谈发行人财务负责人，分析大额长短期借款的必要性；

3、访谈发行人销售负责人并获取发行人各期末合同负债明细、期后收入及收款明细，了解公司销售流程、预收及返利政策背景等，分析合同负债的期后结转及剩余款项收回情况，核查是否存在虚构业务的情形；获取发行人返利台账及政策文件，核查具体金额、会计处理方法及对利润的影响情况，查阅公开资料，对比与同行业习惯做法的差异情况；查阅公司与返利相关的内部控制制度，核查其报告期内执行情况，是否存在通过相关政策刺激销售、调节业绩的情形；

4、获取发行人固定资产及在建工程明细、产能统计表，核查固定资产及在建工程变动较大的原因及与产能的匹配情况；获取发行人固定资产台账并进行实地查看，核查固定资产是否存在闲置、废弃、损毁和减值情况，对公司减值迹象判断、减值测试的具体方法和结果进行复核；核查公司主要固定资产启用时间、折旧年限等，分析成新率较低的原因并与同行业进行对比，访谈发行人生产部门负责人，了解对生产经营的影响情况；对公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金与固定资产、无形资产等长期资产各期原值增加额的勾稽关系进行复核；根据公司固定资产明细及产能产量统计表，分析 2024 年产能利用率下滑的原因，查阅

公开资料，分析公司产能利用率的行业水平；

5、抽取涉及公司第三方回款客户的合同、签收单据、付款单据；查阅第三方回款客户提供的委托付款协议；查阅公司和公司关键人员报告期内银行流水，检查有无体外资金循环的情形；

## （二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、报告期内发行人与云天化的采购、销售行为相互独立，具有商业合理性且符合行业惯例，不构成委托加工、受托加工情形。双方合作交易价格按照市场价格来确定，交易价格具有公允性，不存在利益输送等情形；

2、公司长短期借款主要用于原料采购，符合公司经营模式及行业特征；公司借款的资产占比高于可比公司，符合现阶段规模水平特征及发展需要；报告期内发行人经营稳健，偿债能力稳步提升，同时已制定相关措施应对流动性风险，当前借款规模预计不会对生产经营构成重大不利影响。应付票据期末余额减少的主要原因系票据到期兑付所致，与采购额、票据支付额不完全匹配具有合理性；公司票据使用情况与业务规模、银行授信额度、供应商现汇及承兑价差等因素相关，票据结算方式具有可持续性；公司按照票据开具银行的要求足额缴纳票据保证金，符合开具银行要求，已到期应付票据均已如期兑付；为保证营运资金投入、维持融资渠道、加强抗风险能力并提高临时闲置资金的价值，公司在保持一定比例货币资金并进行委托理财投资的同时保持较大金额对外借款具有必要性，符合公司的经营需要；

3、报告期各期末，公司合同负债余额在期后结转情况良好，期后退款金额较低，不存在虚构业务的情况；公司保价及返利政策符合行业惯例，会计处理符合准则规定，对各期利润影响的情况较小；公司保价及返利政策属于长期稳定政策，公司已建立健全相关内部控制机制，不存在通过该类政策刺激销售、调节业绩的情形；

4、根据产线技改及新建项目实施进度、机器设备购置及安装情况，公司报告期内固定资产及在建工程变动具有合理性且与产能变动相匹配；报告期内，公司仅少部分固定资产发生减值，减值测试符合准则规定，具有谨慎性及合理性。公司部分机器设备、运输设备成新率较低原因为购置时间较早，通过对设备的日常维护，

实际使用年限长于计提折旧的年限所致，成新率经同与行业可比公司平均水平对比并无异常，不会对公司生产经营造成重大影响。报告期内，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金与报表相关科目之间的勾稽一致。公司 2024 年新增产线投产及产量减少导致产能利用率下滑，但总体产能利用率在行业中仍处于较高水平，相关生产线均正常运行，不存在停产、间歇开工或闲置情形；

5、第三方回款资金流、实物流与合同约定及商业实质一致，报告期内不存在因第三方回款导致的货款归属纠纷，签署合同时已明确约定如由第三方代付货款，需取得委托付款说明及其他证明材料。

**（三）说明对发行人及相关方资金流水的具体核查情况，包括但不限于核查范围、核查账户数量、取得资金流水的方法、核查完整性、核查金额的重要性水平、核查程序、异常标准及确定程序、受限情况及替代措施等**

发行人的申报会计师对发行人及相关方资金流水的具体核查情况，包括但不限于核查范围、核查账户数量、取得资金流水的方法、核查完整性、核查金额重要性水平、核查程序、异常标准及确定程序、受限情况及替代措施详见“问题 3.关于向合泰检测采购检测服务”之“七、说明对发行人及其关联方、核心员工等银行账户及资金流水的核查情况，详细列明核查范围、核查过程及获取资料的有效性和充分性，并发表明确意见”相关回复内容。

**（四）结合资金流水核查情况就发行人内部控制是否健全有效、是否存在体外资金循环形成销售回款、代垫成本费用的情形发表明确意见**

发行人的申报会计师针对结合资金流水核查情况就发行人内部控制是否健全有效、是否存在体外资金循环形成销售回款、代垫成本费用的情形相关问题的回复详见“问题 3.关于向合泰检测采购检测服务”之“七、说明对发行人及其关联方、核心员工等银行账户及资金流水的核查情况，详细列明核查范围、核查过程及获取资料的有效性和充分性，并发表明确意见”相关回复内容。



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报文件》《北京证券交易所股票上市规则（试行）》等规定,如存在涉及股票公开发行并在北交所上市要求、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。

**【回复】**

经申报会计师核查,除上述《审核问询函》问题涉及内容外,发行人不存在涉及股票公开发行并在北交所上市要求、信息披露要求以及影响投资者判断决策的其他重要事项。

（以下无正文）



中兴华会计师事务所（特殊普通合伙）

（此页无正文，为中兴华会计师事务所（特殊普通合伙）《关于山东农大肥业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审核问询函的专项说明》之签字盖章页）

中兴华会计师事务所（特殊普通合伙）



中国·北京

中国注册会计师  
（项目合伙人）：

吕建幕



中国注册会计师：

刁乃双



中国注册会计师：

于晓玉



2025年10月17日