

关于安徽富印新材料股份有限公司  
公开发行股票并在北交所上市申请文件审核问询函  
有关财务问题回复的专项说明

**关于安徽富印新材料股份有限公司  
公开发行股票并在北交所上市申请文件审核问询函  
有关财务问题回复的专项说明**

中汇会专[2025]11728 号

北京证券交易所：

我们根据贵所 2025 年 7 月 22 日出具的《关于安徽富印新材料股份有限公司公开发行股票并在北京证券交易所上市申请文件的审核问询函》(以下简称问询函)的要求，对问询函有关财务问题进行了审慎核查程序，并出具了《关于安徽富印新材料股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件审核问询函有关财务问题回复的专项说明》(中汇会专[2025]10763 号)。因贵所 2025 年 11 月 12 日出具的《关于安徽富印新材料股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的第二轮审核问询函》，我们相应作了追加核查，现回复如下：

如无特别说明，本回复中的简称或名词释义与招股说明书中“释义”部分所定义的词语或简称具有相同的涵义。

本回复中的字体代表以下含义：

问询函所列问题	黑体（不加粗）
对问询函所列问题的引用	宋体（加粗）
对问询函所列问题的回复	宋体（不加粗）
涉及申请文件的修改和补充披露	楷体（加粗）

在本问询函回复中，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。

## 目录

问题 2.进一步说明业绩增长的合理性及持续性 .....	1
问题 3.关于报告期内大额资产采购情况 .....	33
问题 4.关于应收账款 .....	60
问题 5.其他问题 .....	78

## 问题 2.进一步说明业绩增长的合理性及持续性

根据申请及回复文件：（1）2023 年，发行人业绩呈增长趋势，与主要终端品牌客户全球出货量变动趋势不一致。（2）发行人直接客户主导模式下收入逐年增加，报告期内部分直接客户收入呈上涨趋势，部分直接客户收入存在波动，部分新增客户合作次年即停止合作。（3）存在部分贸易商成立当年即与发行人产生合作的情形。

请发行人：（1）结合报告期内终端 ODM 厂商或终端品牌客户的收入变动情况、发行人新增及原有通过终端客户认证的产品型号/样号的数量及对应收入情况或发行人在终端客户中的份额变化情况等，说明发行人 2023 年业绩变动趋势与终端品牌客户出货量变动趋势不一致的原因及合理性，2023 年间接客户主导模式下收入增长的原因及合理性。（2）进一步说明安闻科技、纳能科技及其他直接客户主导模式下收入大幅增长的客户收入增加的原因及合理性，是否与客户收入规模或发行人在客户中的份额变动趋势相符。（3）区分直接客户及间接客户主导模式，结合新老客户数量及对应收入、产品复购率、发行人与相应客户合同签订方式、发行人主要竞争优势及发行人厂区配套客户情况等，说明收入增长是否具有持续性，是否存在期后业绩下滑风险，并视情况作风险提示。（4）说明部分贸易商成立当年即与发行人产生合作的原因及合理性；说明报告期各期前十大贸易商向发行人采购金额占其总采购额的比例，是否存在专门为发行人设立的贸易商，如存在，说明相应终端客户及通过贸易商交易的原因及合理性；结合前述情况，说明发行人是否存在向贸易商压货情形，相应产品是否实现终端销售。

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）说明对贸易商的函证情况，包括但不限于函证金额及比例，回函相符、回函不符及未回函的金额及比例，未回函原因，针对回函不符、未回函所采取的替代措施及有效性；说明是否核查贸易商进销存，针对贸易商终端销售核查的程序、方法及结论，并对发行人是否存在向贸易商压货情形发表明确意见。（3）说明对境内外客户进行视频访谈的原因及核查程序有效性。（4）说明对供应商函证及走访情况。

回复：

一、结合报告期内终端 ODM 厂商或终端品牌客户的收入变动情况、发行人新增及原有通过终端客户认证的产品型号/样号的数量及对应收入情况或发行人在终端客户中的份额变化情况等，说明发行人 2023 年业绩变动趋势与终端品牌客户出货量变动趋势不一致的原因及合理性，2023 年间接客户主导模式下收入增长的原因及合理性

（一）结合报告期内终端 ODM 厂商或终端品牌客户的收入变动情况、发行人新增及原有通过终端客户认证的产品型号/样号的数量及对应收入情况或发行人在终端客户中的份额变化情况等

报告期内，结合数据的可获得性，对发行人间接服务的 ODM 厂商和终端品牌客户收入变动情况统计如下：

单位：亿元

项目	2025 年 1-9 月	2024 年	2023 年	2022 年
华勤技术	1,288.82	1,098.78	853.38	926.46
闻泰科技	297.69	735.98	612.13	580.79
龙旗科技	313.32	463.82	271.85	293.43
APPLE	20,868.38	28,143.08	27,322.26	26,220.97
发行人	5.71	7.24	5.35	4.53

注：数据来源于公开披露的定期报告，其中境外客户数据根据其公布的季度数据及历史汇率汇总调整了各年度数据，数据来源 wind；发行人 2025 年 1-9 月数据经审阅、未经审计。

报告期内，发行人直接和间接服务的主要终端客户营业收入整体保持增长趋势，与发行人的收入增长趋势一致。闻泰科技 2025 年 1-9 月营业收入显著下滑，主要因其于 2025 年 3 月 20 日签订股权及资产转让协议将其旗下产品集成业务资产包（产品集成业务主要从事各类电子产品的研发设计和生产制造）整体转让出售，受此影响收入显著下降。

报告期内，发行人新取得下游间接客户产品认证情况良好。发行人间接客户主导模式下各期实现销售的新认证产品型号数量分别为 106 个、302 个、273 个和 226 个，产品得到下游 ODM 厂商或终端厂商的认证情况良好，新认证产品在报告期各期实现销售收入金额分别为 2,255.23 万元、8,228.77 万元、20,397.10 万元、11,618.57 万元，占间接客户主导模式下主营业务收入的比例分别为 12.12%、35.00%、57.76%、68.99%，新认证产品在通过客户认证后实现销售情况良好。

报告期内，发行人产品系列不断丰富，产品矩阵不断扩大和完善，发行人原已通过认证的成熟产品和报告期内新通过认证的产品能够持续匹配满足下游品牌客户的产品迭代需求。

报告期内，在间接客户主导模式下，发行人销售的认证产品型号数量、销售收入金额、新认证产品型号数量、收入金额及占比情况统计如下：

项目	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
认证产品型号总数（个）	331	405	466	259
认证产品收入金额（万元）	16,840.18	35,315.43	23,508.55	18,602.29
新认证产品型号数量（个）	226	273	302	106
新认证产品收入金额（万元）	11,618.57	20,397.10	8,228.77	2,255.23
新认证产品收入占比（%）	68.99	57.76	35.00	12.12

注：新认证产品为报告期内新增通过下游间接客户认证的产品。

报告期内，发行人新取得下游间接客户的产品认证情况良好。报告期各期，发行人间接客户主导模式下各期实现销售的新认证产品型号数量分别为 106 个、302 个、273 个和 226 个，产品得到下游 ODM 厂商或终端厂商的认证情况良好，新认证产品在报告期各期实现销售收入金额分别为 2,255.23 万元、8,228.77 万元、20,397.10 万元、11,618.57 万元，占间接客户主导模式下主营业务收入的比例分别为 12.12%、35.00%、57.76%、68.99%，新认证产品在通过客户认证后实现销售情况良好。

在间接客户主导模式下，发行人的产品在下游终端客户应用中属于认证准入类材料产品。一方面，发行人并非唯一指定材料供应商，下游间接客户往往出于材料供应安全保障考虑而准入包括发行人在内的多家功能材料供应商，认证通过的不同供应商的同类材料产品之间为替代关系，发行人直接客户如精密模切厂商在合格材料范围内，结合价格、服务、交付及时性等因素，根据其自身需求而按需向具体材料供应商采购，因此，发行人产品在下游终端客户中不存在固定份额。另一方面，由于为下游终端客户提供精密模切服务和精密器件产品供应商的厂商众多，且发行人的卷材产品（按照面积计量）经过精密模切加工为精密器件片材（PCS 计量）后经模组厂商或 ODM 厂商使用而用于终端产品，生产过程属于减材加工，且产品形态发生变更，不同的产品结构设计、不同精密模切方案使得不同精密模切服务厂商的材料利用效率存在差异。因此，受上述原因的影响，

无法直接统计发行人产品在终端客户中的份额及其变化。

作为替代性分析，测算发行人在间接客户主导模式下对主要客户销售收入占该间接客户营业成本规模的相对比例如下：

单位：%

项目	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
华勤技术	已豁免	已豁免	已豁免	已豁免
闻泰科技	已豁免	已豁免	已豁免	已豁免
龙旗科技	已豁免	已豁免	已豁免	已豁免
Apple	已豁免	已豁免	已豁免	已豁免

注：客户营业成本数据来源 wind。

发行人作为精密功能材料供应商，经营规模较下游终端客户差距较大，主要因精密功能材料在下游客户的成本结构中占比较小，且发行人目前整体经营规模较 3M、德莎、日东以及已上市的同行业可比公司相对较小。发行人营业收入增长趋势与主要下游间接客户的营业成本变动趋势一致，对下游主要间接客户的收入规模占客户成本规模的相对比例存在一定波动，对华勤的相对比例有所下降，主要因该客户自身收入规模随电脑业务的快速增长而大幅增长，而发行人对其业务主要集中于手机智能终端领域；对 Apple 的相对比例提高，主要因发行人产品得到该客户认可，逐步放量增长。由于发行人收入规模较终端客户经营规模差距较大，且终端客户业务结构为多元化结构，上述相对比例测算并非份额变动数据，仅作为发行人与终端客户的业绩变动趋势一致性分析的参考。

综上，报告期内发行人主要终端 ODM 厂商或终端品牌客户收入整体呈增长趋势，客户经营情况整体良好，发行人持续经营的外部商业环境良好；发行人新取得下游间接客户产品认证情况良好，间接客户主导模式下，各期销售的新认证产品型号数量分别为 106 个、302 个、273 个和 226 个，新认证产品在报告期各期实现销售收入金额分别为 2,255.23 万元、8,228.77 万元、20,397.10 万元、11,618.57 万元，占间接客户主导模式下主营业务收入的比例分别为 12.12%、35.00%、57.76%、68.99%，新认证产品在通过客户认证后实现销售情况良好；受到发行人并非相关材料的独家供应商、材料在下游使用中形态和计量单位发生变化、下游产业链较长等多重原因影响，无法直接统计发行人产品在终端客户中的份额及其变化，根据发行人在间接客户主导模式下对主要客户销售收入占该间

接客户营业成本规模的相对比例模拟测算分析，发行人在主要间接客户中的销售份额保持良好。

（二）说明发行人 2023 年业绩变动趋势与终端品牌客户出货量变动趋势不一致的原因及合理性，2023 年间接客户主导模式下收入增长的原因及合理性

根据公开查询，发行人间接客户主导模式下主要品牌以及全球总计智能手机出货量在 2022 年第一季度至 2024 年第一季度的季度数据统计如下：

单位：百万台

品牌	2022 年 Q1	2022 年 Q2	2022 年 Q3	2022 年 Q4	2023 年 Q1	2023 年 Q2	2023 年 Q3	2023 年 Q4	2024 年 Q1
华为	6.00	6.40	8.60	8.00	6.40	7.40	12.38	10.23	11.70
荣耀	16.00	15.10	14.20	14.00	11.20	14.10	14.81	16.50	10.50
VIVO	25.12	25.50	26.00	23.40	21.30	20.60	22.16	24.00	10.84
三星	74.40	62.50	64.30	58.30	60.50	53.50	59.50	53.10	60.10
Realme	14.60	13.40	14.00	11.00	8.20	10.10	11.40	12.10	10.10
小米	38.50	39.10	40.20	32.70	30.40	32.90	41.50	40.70	40.80
Moto	12.00	12.70	11.00	11.00	10.50	10.40	11.20	12.50	13.00
全球总计	314.10	286.00	301.90	300.30	268.60	265.30	303.90	326.10	300.30

数据来源：IDC、Omdia 的统计数据以及公开报道。

按照分季度数据对比来看，发行人下游主要终端品牌客户的出货量以及全球总出货量主要自 2023 年 3 季度开始恢复增长。由于消费电子产业链较长，消费电子品牌商一般会根据销售需要提前进行生产备货，上游材料及组件的需求往往至少提前于终端出货量 1 个季度以上变动。假如按照终端出货量提前 1 个季度模拟测算下游主要品牌及全球智能手机出货量数据，2023 年较 2022 年，发行人间接客户主导模式下对上述主要品牌的销售收入变动与上述主要品牌的出货量变动趋势对比如下：

单位：百万台、万元、%

品牌	出货量			发行人间接客户主导模式下主营业务收入				
	2023年	2022年	同比变动	2023年	2022年	同比变动	变动金额	变动占比
品牌 1	豁免	豁免	豁免	4,283.79	3,397.46	26.09	886.33	18.07
品牌 2	豁免	豁免	豁免	2,699.54	3,734.67	-27.72	-1,035.13	-21.10
品牌 3	豁免	豁免	豁免	3,254.79	2,010.13	61.92	1,244.66	25.37
品牌 4	豁免	豁免	豁免	2,770.15	2,380.02	16.39	390.13	7.95

品牌	出货量			发行人间接客户主导模式下主营业务收入				
	2023年	2022年	同比变动	2023年	2022年	同比变动	变动金额	变动占比
品牌 5	豁免	豁免	豁免	2,579.41	1,155.37	123.25	1,424.04	29.02
品牌 6	豁免	豁免	豁免	1,909.32	1,057.17	80.61	852.15	17.37
品牌 7	豁免	豁免	豁免	1,554.29	880.77	76.47	673.52	13.73
全球总计	1,195.60	1,156.80	3.35	23,508.55	18,602.29	26.37	4,906.26	100.00

注：出货量数据按照提前 1 个季度重新模拟计算，即 2022 年出货量为 2022 年 Q2-2023 年 Q1 合计，2023 年出货量为 2023 年 Q2-2024 年 Q1 合计。

上表对比来看，发行人间接客户主导模式下主营业务收入的变动趋势与品牌 2、品牌 4、品牌 5、品牌 6、品牌 7 以及全球出货量变动趋势一致，与品牌 1、品牌 3 的变动趋势存在差异，主要原因为：①品牌 1 和品牌 3 均为国产知名消费电子品牌，2023 年以来，在经历了社会公共卫生事件和全球贸易摩擦影响，国产品牌对国产功能材料的认可度和采购需求显著提高，进口替代因素使得上述品牌增加了对发行人材料的需求；②发行人在品牌 1 下实现销售的认证产品型号数量由 2022 年的 65 个上升至 2023 年 90 个，在品牌 3 下实现销售的认证产品型号数量由 2022 年的 62 个上升至 94 个，随着发行人产品逐步得到终端品牌客户的认可，实现销售的认证产品型号数量提高，导致公司 2023 年对品牌 1 和品牌 3 的销售收入提高。

综上分析，结合下游终端品牌客户的备货周期因素分析，发行人 2023 年业绩变动趋势与主要终端品牌客户出货量变动趋势整体一致，与品牌 1 和品牌 3 变动趋势存在差异具有合理原因，发行人 2023 年间接客户主导模式下收入增长合理。

二、进一步说明安闻科技、纳能科技及其他直接客户主导模式下收入大幅增长的客户收入增加的原因及合理性，是否与客户收入规模或发行人在客户中的份额变动趋势相符

报告期内，直接客户主导模式下各期前 10 大客户的销售收入情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
1	T 客户	1,816.16	2,522.00	1,697.99	1,772.77
2	安闻科技集团股份有限公司	1,058.14	2,126.91	548.42	20.99

序号	客户名称	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
3	重庆凯成科技股份有限公司	848.87	593.67	457.86	1,020.87
4	深圳市纳能科技有限公司	804.06	384.65	4.51	-
5	漳州睿新特汽车零部件有限公司及其关联方	461.32	988.42	991.54	1,143.67
6	恒颢光电科技（昆山）有限公司及其关联方	442.3	590.94	340.41	417.74
7	广东格兰仕集团有限公司	331.12	834.42	909.71	603.02
8	积业精密材料（上海）有限公司	311.26	413.45	442.3	495.78
9	惠州市俊源新锐科技有限公司及其关联方	263.93	605.05	349.79	227.37
10	立讯精密工业股份有限公司	250.73	281.58	-	-
11	合力泰科技股份有限公司	245.42	631.81	412.72	384.85
12	Panamax Tapes International	189.88	402.48	377.42	900.27
13	佛山市富一胶粘制品有限公司	181.7	372.91	460.99	398.94
14	深圳市富印鑫材料科技有限公司	176.39	390.79	578.17	346.71
15	北京亚泰大诺粘合制品有限公司	170.2	562.58	323.64	80.61
16	东莞市富晟新材料有限公司	161.71	358.48	215.95	404.49
17	深圳市乐清合兴电子有限公司	107.94	327.69	425.42	256.58
18	圣戈班汇杰（安徽）新材料有限公司及其关联方	44.96	209.32	465.54	449.31
19	贵州达沃斯光电有限公司	41.01	244.18	417.06	574.18
20	东莞市东灿运动用品有限公司	-0.47	543.21	-	-

报告期内，直接客户主导模式下收入快速增长的客户及其增长原因如下：

序号	客户名称	收入增长主要原因
1	T 客户	主要增长原因为发行人在客户中的份额增加以及客户自身收入规模的增长。发行人向该客户销售收入自 2024 年大幅增长，发行人向该客户销售的产品主要为亚克力胶带产品，销售收入逐年增长主要系公司的亚克力产品质量逐步得到客户认可，同时，2024 年该客户提升供应商管理要求，对于规模较小或资质较差的供应商进行了规范清理，进而增加对发行人的采购份额所致。另外，根据公开查询，2024 年该客户苏州工厂实现营业收入较 2022 年增长 10.38%。
2	安闻科技集团股份有限公司	主要增长原因为该客户收入规模快速增长且发行人在客户中的份额增加。发行人向该客户销售收入自 2023 年起逐年增长，该客户为国内汽车舒适系统头部企业，为整车厂提供高端配套，业务遍及全球，公司与该客户于 2022 年建立合作关系，随着双方交易合作的逐步深入以及汽车行业智能化发展趋势日趋明显，公司与该客户的交易额不断提高。该客户自身发展趋势良好，收入规模增长，并于 2025 年启动 IPO 上市辅导。
3	重庆凯成科技股份有限公司	主要变动原因为该客户自身收入规模的变化。发行人向该客户销售收入 2023 年下降、2024 年恢复，公司向该客户销售产品主要用于其自

序号	客户名称	收入增长主要原因
	公司	身生产过程中的制程保护，属于生产耗材，其使用无须经过终端客户的认证指定。2023 年下降主要系因该客户所服务的下游品牌客户需求波动，导致该客户对制程保护材料需求下降，公司对其销售额下降。2024 年起随着公司其他功能胶粘材料等产品逐步通过客户认可，2024 年对其销售额出现回升。
4	深圳市纳能科技有限公司	主要变动原因为发行人在客户中的份额增加以及客户自身需求增长。发行人与该客户 2023 年建立合作，2024 年起销售收入大幅增长。该客户为热管理服务商，其采购公司的产品主要用于新能源电池和储能电站领域，下游客户主要为大型储能电站集成商。2024 年起销售收入快速增长，主要因随着新能源产业的不断发展，双方合作不断深入，该客户服务的下游客户中标大型储能电站项目，2025 年初进入集中交付期，因此对公司相关防火隔热类功能材料产品需求增加。
5	东莞市东灿运动用品有限公司	主要变动原因为该客户自身需求变动。发行人向该客户销售的精密功能材料产品主要用于人体工学护腰坐垫。近年来人体工学护腰坐垫市场热度较高，消费市场需求增长较快。作为 3C 电子、汽车、家电之外的运动保健类新的产品应用场景，2024 年公司较为看中与该客户的战略合作，并将人体工学护腰坐垫应用场景作为公司精密功能胶粘材料的战略新场景之一，因此 2024 年公司与其交易额较大。后由于在具体合作过程中产品功能性能与具体应用场景的适配效果未达预期，导致双方于 2025 年终止合作。

注：主要收入快速增长的客户标准为各期增幅超过 20%且增长金额超过 500 万元。

综上分析，直接客户主导模式下，发行人对收入大幅增长的主要直接客户收入增加具有合理原因，客户因自身经营规模扩大而增加采购规模或因自身需求而增加对发行人的采购份额，与客户收入规模或发行人在客户中的份额变动趋势相符。

三、区分直接客户及间接客户主导模式，结合新老客户数量及对应收入、产品复购率、发行人与相应客户合同签订方式、发行人主要竞争优势及发行人厂区配套客户情况等，说明收入增长是否具有持续性，是否存在期后业绩下滑风险，并视情况作风险提示

（一）区分直接客户及间接客户主导模式，新老客户数量及对应收入、产品复购率、发行人与相应客户合同签订方式、发行人主要竞争优势及发行人厂区配套客户情况

1、区分直接客户及间接客户主导模式，新老客户数量及对应收入、产品复购率

报告期内，区分直接客户及间接客户主导模式下，新老客户数量及对应收入、产品复购率情况如下：

单位:万元

模式	年度	客户类型	客户数量	收入	占比
直接客户主导	2025 年 1-6 月	老客户	839.00	19,204.43	99.04%
		新客户	107.00	185.96	0.96%
		合计	946.00	19,390.38	100.00%
	2024 年度	老客户	856.00	33,757.04	91.49%
		新客户	333.00	3,139.68	8.51%
		合计	1,189.00	36,896.71	100.00%
	2023 年度	老客户	764.00	28,112.72	93.96%
		新客户	301.00	1,805.69	6.04%
		合计	1,065.00	29,918.40	100.00%
	2022 年度	老客户	1,019.00	26,598.26	100.00%
		新客户	-	-	-
		合计	1,019.00	26,598.26	100.00%
间接客户主导	2025 年 1-6 月	老客户	234.00	16,773.52	99.60%
		新客户	28.00	66.66	0.40%
		合计	262.00	16,840.18	100.00%
	2024 年度	老客户	242.00	34,738.13	98.37%
		新客户	96.00	577.29	1.63%
		合计	338.00	35,315.43	100.00%
	2023 年度	老客户	238.00	23,285.25	99.05%
		新客户	73.00	223.30	0.95%
		合计	311.00	23,508.55	100.00%
	2022 年度	老客户	262.00	18,602.29	100.00%
		新客户	-	-	-
		合计	262.00	18,602.29	100.00%

注：新老客户的划分以报告期内交易为基准，“新客户”统计口径为本期与发行人开始交易、但上期及前期与发行人无业务往来的客户；“老客户”统计口径为本期及上期及前期与发行人均存在业务往来的客户。

直接客户主导下的老客户收入分别为 26,598.26 万元、28,112.72 万元、33,757.04 万元和 19,204.43 万元，复购率分别为 100.00%、93.96%、91.49%和 99.04%。间接客户主导下的老客户收入分别为 18,602.29 万元、23,285.25 万元、34,738.13 万元和 16,773.52 万元，复购率分别为 100.00%、99.05%、98.37%和 99.60%。直接客户主导下和间接客户主导下发行人客户复购率均较高，间接客户

主导模式下复购率更高，发行人与主要客户合作具有较高的粘性和稳定性，主要得益于公司产品功能品质的可靠性、稳定性以及高效的响应能力和客户服务能力优势。同时，发行人重视新客户开发拓展工作，不断加强新客户开发，直接和间接战略客户资源不断拓展和积累，不断扩大的客户资源是发行人业绩增长的重要支撑。

2、发行人与相应客户合同签订方式

报告期内，不同业务模式下发行人与相应客户合同签订方式对比如下：

模式名称	间接客户主导	直接客户主导
合同定价	间接客户与公司基于市场机制共同协定指导价，由直接客户遵循指导价，或在指导价基础上参考市场价格与公司协商确定最终订单交易价格	直接客户与公司基于市场机制共同协定交易价格
合同签订/结算模式	由直接客户与公司签署合同，一般为“框架合同+订单”模式，按照双方具体合同或订单约定账期独立开具发票、结算货款	

无论在直接客户主导或间接客户主导模式下，公司均与直接交易的客户平等友好合作，双方遵循独立市场交易机制原则，独立签署合同/订单、独立结算和交易，合同签订方式均主要以“框架合同+订单”方式签订。

3、发行人主要竞争优势及发行人厂区配套客户情况等

(1) 发行人主要竞争优势

发行人主要竞争优势集中体现在发行人凭借掌握核心技术及创新能力、不断丰富产品矩阵体系、能够精准快速响应下游客户需求，概括而言，发行人主要竞争优势如下：

①发行人掌握从设备工艺改进、基材及离型材料研发生产、功能涂层配方开发、产品结构设计、精密涂布到生产工艺流程嫁接再造的完整产业链技术能力，全产业链生产拓展可以有效保证产品功能和品质稳定，降低生产成本。

②发行人产品覆盖精密功能胶粘材料、精密功能膜材和精密功能泡棉材料三大领域，产品品类丰富，覆盖领域广泛，最大程度的满足客户对于功能材料的综合需求，有利于提高客户认可度和合作粘性。

③发行人核心技术主要定位于消费电子、汽车、家电等中高端精密应用场景，产品主要通过下游精密功能器件的形式进入终端产品，对终端产品的功能和性能

实现具有重要作用，因此，产品的功能要求和质量性能要求较高。

④发行人具有快速响应的综合服务优势，主动服务各类规模的国内本土客户，能够快速响应各领域客户的个性化需求，精准定制、精确设计、精密开发、精细生产、精诚服务，为客户提供一站式的功能性材料解决方案。

经过多年积累，发行人掌握了包括胶水合成配方技术、聚合物改性技术、多种发泡技术等在内的多项关键核心技术，成功开发出具有自主知识产权的胶带、泡棉、膜材等功能性复合材料，多款产品达到国际头部材料厂商的高端产品性能和品质，是目前国内民族企业中品牌信誉良好、产品技术成熟、可以直接面向国际化竞争的企业之一。

**(2) 发行人厂区配套客户情况**

报告期内，公司主营业务按销售区域分类的销售收入情况如下：

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	主营收入占比	主营业务收入	主营收入占比	主营业务收入	主营收入占比	主营业务收入	主营收入占比
国内销售	34,832.68	96.14	69,581.18	96.36	51,147.79	95.73	41,988.04	92.89
其中：华南地区	24,506.12	67.64	50,699.23	70.21	38,809.50	72.64	29,580.75	65.44
华东地区	6,560.29	18.11	12,189.36	16.88	10,063.25	18.84	11,011.51	24.36
其他地区	3,766.27	10.39	6,692.58	9.27	2,275.04	4.25	1,395.78	3.09
国外销售	1,397.89	3.86	2,630.97	3.64	2,279.16	4.27	3,212.52	7.11
合计	36,230.57	100.00	72,212.14	100.00	53,426.95	100.00	45,200.55	100.00

由上表可知发行人的销售区域集中在我国的华南和华东地区，报告期内，上述区域收入占公司主营业务收入的比例分别为 89.80%、91.48%、87.09%和 85.75%。发行人的主要生产基地为安徽生产基地和广东生产基地，分别位于华东和华南地区，发行人厂区配套与客户所处区域配套良好。同时，发行人主营业务产品主要为功能材料卷材，产品运输便利，主要以公路运输为主，并非体积和重量大、不便于长距离运输的产品，因此不存在刚性的销售半径约束。

（二）说明收入增长是否具有持续性，是否存在期后业绩下滑风险，并视情况作风险提示

报告期内，发行人主营业务收入持续增长，随着功能材料国产化浪潮的不断加深，发行人收入增长的持续性空间良好，持续经营的外部、内部环境良好，具有良好的持续经营能力，发行人期后 2025 年 7-9 月业绩情况良好。

发行人具有良好的持续研发能力和持续经营能力，作为国产精密功能材料厂商，发行人通过多年的探索、积累和研发攻关，掌握了从基材研发生产、功能涂层配方开发、产品结构设计与精密涂布到生产工艺流程嫁接再造的完整产业链技术能力。持续研发能力是发行人不断进行产品功能推陈出新、产品品质不断提升、生产工艺技术不断改进、持续降本增效的重要基础，是发行人持续经营能力的重要支撑和驱动因素之一。

除了持续研发能力因素，发行人持续经营能力还体现在不断向好的行业环境及产业政策、国产材料逐步被认可、稳定的战略客户资源、产品在下游应用场景的不断扩宽、持续增长的经营业绩等因素。

具体体现分析如下：

1、持续研发能力

（1）稳定的研发投入与人才基础

2022 年至 2025 年 1-6 月，公司研发投入金额累计 1.04 亿元人民币，最近三年一期平均研发投入占营业收入为 5.03%。发行人最近三年（2022 年-2024 年）研发投入合计占营业收入比例为 5.14%，最近三年平均研发投入金额为 2,935.31 万元，最近一年（2024 年）研发投入金额 2,888.60 万元，最近三年研发投入复合增长率为 2.88%。公司近年保持较高的研发投入水平，使得公司核心及主要产品的研发进度顺利推进，产品和技术的市场竞争力得以保持和不断加强。报告期内，公司研发投入及其占营业收入的比例如下：

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
研发投入（万元）	1,629.44	2,888.60	3,188.03	2,729.31
研发投入占营业收入的比例	4.49%	3.99%	5.95%	6.03%

发行人业绩增长与研发能力整体保持正向相关关系，二者相互促进、相互加

强。发行人根据市场的需求及客户的具体要求对产品进行研发、设计和生产，通过发行人不断的产品研发和迭代，逐渐与主要客户形成紧密的合作，在和知名企业长期战略合作的过程中，发行人伴随客户共同成长，产品和研发能力得到客户的一致认可，客户粘性不断提升，通过多年的研发产出了诸多研发成果并形成了发行人的核心技术。上述因素共同影响，有助于推动发行人经营业绩的增长，业绩收入增长与研发投入的相关关系较为显著。

2024 年（最近一年）平均研发人员数量 56 人，平均研发人员占员工总数的比例为 6.96%。公司经过多年发展，组建了一批精密功能材料研发领域富有经验和创新精神的专家技术骨干团队，全面覆盖胶粘材料、泡棉材料、膜材的产品结构设计、配方、精密涂布工艺、设备设计等关键技术环节，具备从研发到产业化的成熟经验。公司研发人员专业涉及材料、化学等，具备在精密功能材料领域研发和生产等方面的丰富经验。

## （2）完善的研发创新体系与机制

发行人建立了以研发管理中心为核心的研发机构，建立了结构合理、职责清晰、流程规范、保障有力的技术创新体系，确保研发活动的有效开展与成果转化。研发管理中心承接公司战略，根据公司战略安排负责开展研发工作，核心工作职能包括但不限于新产品开发与推荐管理、既有产品升级、项目导入评审与研发立项、产品成本分析与销售报价协同、产品质量管理和品质控制、专利开发以及知识产权维护、技术培训等，职责范围覆盖技术和工艺创新、新功能研究、新工艺开发、新设备设计、新应用场景研究等。

发行人制定了完善的管理和激励制度，明确权责、成果归属及奖励措施，有效激发员工创新积极性。公司坚持培养、引进、用好人才，优化环境待遇，着力建设结构合理、创新能力强的科技人才队伍。公司建立了科技成果转化的组织实施与激励奖励制度且有效执行多年，针对董事、高级管理人员以及重要岗位的关键员工等实施股权激励。发行人重视研发人员的长效激励，按照股权激励首次集中授予时间，发行人分别于 2019 年 11 月、2020 年 6 月、2023 年 12 月实施过三次股权激励，历次股权激励中均包含符合条件的研发人员，研发人员尤其是核心技术人员是主要激励对象之一，公司核心研发人员团队稳定，对研发人员的长效

激励机制效果良好。公司此举有利于吸引与保留优秀的技术骨干和经营管理人才，有利于稳定核心人员和完善公司的经营状况，进一步增强公司的竞争力，对公司未来的财务状况及经营成果有着积极的影响，有利于促进公司的持续快速发展。

发行人建立了适应下游行业发展与需求的高效研发机制。发行人下游产品主要应用于 3C 消费电子领域，行业下游品牌客户具备科技创新性高、产品更新迭代快、材料功能需求多样化等特点。发行人研发活动主要围绕精密功能材料的功能属性展开，以客户需求、市场趋势为导向，密切关注下游市场发展动态和客户需求，建立起了精准导向、灵活快速的研发机制。以此为导向，公司建立了专业的研发团队及研发实验室，支持公司对功能性材料的性能研发，并根据下游客户产品功能需求与行业发展趋势不断进行自主研发、设计、储备功能性材料关键技术，以此实现灵活快速的研发响应机制。

发行人不断加强研发成果保护，对研发成果及时申请知识产权保护，对在研项目通过签署保密协议、合理分工管理、持续培训教育等综合措施严防技术外泄。

### **(3) 掌握功能材料产业链的核心技术**

电子相关精密功能材料呈现进入门槛高，中高端功能性材料市场长期由美国 3M 公司、日本日东、德国德莎、美国罗杰斯、日本井上等国际龙头材料厂商所主导，曾一度是我国消费电子产业链中尚未完全具备自主生产能力的薄弱细分领域。发行人是国内企业中为数不多的实现了高端胶水自制、高端泡棉自主发泡、高端功能膜材自主精密涂布、设备自主定制开发为一体的企业，具有从基材研发生产、功能涂层配方开发、产品结构设计与精密涂布到生产工艺流程嫁接再造的完整产业链技术能力，其中，高分子聚合物的合成与改性、微胶囊发泡、涂布模組的选配、涂布工艺的全流程管控等工艺技术均系决定产品质量的关键技术因素。公司基于多年深耕精密功能材料领域和服务客户个性化需求的丰富经验，对前述核心技术不断积累、总结、调整、升级和创新，掌握了业内领先的高分子聚合固化技术和产品制造工艺，所生产的精密功能材料具有优异的性能，可以根据客户的个性化需求，满足其对不同场景下的粘接力、内聚力、导热率、导电率、透光性、绝缘性、拉伸度、耐候性等性能指标的要求。

### **(4) 不断增强的研发实力及其成果**

报告期内，发行人始终坚持自主创新和技术研发，研发实力不断增强，被工信部认定为国家级专精特新“小巨人”企业，公司及子公司东莞富印、鑫玺源均被认定为“高新技术企业”。自成立以来，公司不断深耕精密功能材料的配方研发和工艺改进，日积月累掌握了多项关键核心技术，截至 2025 年 9 月 30 日，已取得授权专利 115 项，其中发明专利 20 项。近年来，随着公司行业影响力不断增强，公司取得了“安徽省战略性新兴产业企业”、“安徽省专精特新冠军企业”、“安徽省企业技术中心”等多项荣誉。

发行人取得来自国家级和省部级的创新资质认可情况如下：

科技奖励的奖项名称	证书编号	授予时间	主管机关级别及管辖范围
专精特新“小巨人”企业	-	2022 年 7 月	工业和信息化部
高新技术企业	GR202334004237	2023 年 10 月	安徽省科学技术厅、安徽省财政厅、国家税务总局安徽省税务局
专精特新中小企业	-	2021 年 12 月	安徽省经济和信息化厅

**（5）前瞻性的技术储备与在研项目**

发行人重视未来技术布局，积极推进关键领域研发项目，涵盖现有产品的功能迭代、品质升级与技术工艺的开发，确保核心技术领先性与持续创新能力。发行人报告期内累计组织开展 101 项研发项目，期末在研项目 22 个，研发项目主要面向精密材料的功能属性，涉及各类精密功能材料的制备方法、功能和性能开发、技术工艺创新等等，在核心技术的不断强化升级基础上，战略储备了生物基环保技术、原位聚合及点击化学技术、双固化一体技术、高性能环保亚克力技术、用胶囊、丙烯酸和聚氨酯的灭火膜技术等前瞻性技术。

截至报告期末，发行人在研项目情况如下：

在研项目名称	具体研发内容及拟达到的目标
一款极限窄边粘接用高性能泡棉胶及其制备方法的研究	本项目研发的极限窄边粘接用高性能泡棉胶，在普通泡棉胶的基础上，通过进行结构和配方调整，提升耐高低温性能及抗跌落性能，适配于 1.0mm 以下窄边平板 TP 屏和中框粘接。
一种可低温施工的高粘性加强胶及其制备方法的研究	本项目研究的加强胶改善为特殊功能性加强胶，特别是适合于低温下贴合施工，贴合后具有高黏着力和剥离强度，耐水性、耐高温、耐低温老化后，具有稳定的粘接强度，不脱落、不分层。
一种专用于车载 OCA 光学胶的离型膜及其制备方法的研究	本项目研发的一种专用于车载 OCA 光学胶涂布的离型膜产品的研究，采用精密涂布技术在光学 PET 基材的表面均匀涂覆一层具有低析出物的有机硅涂层，重离型膜的离型力达到 14-22g 标准，轻离型膜的离型力达到 4-8g 标准，残余率很高的离型膜，在 OCA 光学胶

在研项目名称	具体研发内容及拟达到的目标
	涂布后，能够很好的保护好 OCA 光学胶体，同时确保光学胶透光率和雾度极高，清晰度极高。
阻燃灰色亚克力双面胶及其制备方法的研究	本项目研发的阻燃深灰色亚克力双面胶，采用环保无卤阻燃剂，阻燃效果达到 UL94 V0 等级、机械强度高、拉伸强度好，稳定性好。
一种曲面屏用二次 UV 全贴合 OCA 及其制备方法的研究	本项目研发的曲面屏用全贴合 OCA 具有模量高、粘结性强、高透光率、低雾度、低黄变、优异的粘接强度和良好的耐候性稳定性，着重解决了曲面屏边缘弯折处贴合耐候测试后容易返泡的问题。
膨胀胶带基材研发及其在电解液中的应用	本项目的的主要内容是研发一种应用于新能源汽车电池固定的溶胀胶带，该胶带具有优异的拉伸性能、且膨胀倍率高，对电池起到良好的固定作用。
3D 半固化保护膜及其制备方法的研究	本项目立项研发一种 3D 半固化保护膜及其制备方法，以解决保护膜贴附后老化后易起翘，表面不耐刮不耐磨，指甲印严重，成品热稳定性差，量产的稳定性较差，且其生产工艺流程繁琐，产品使用寿命短等问题。
耐高温高湿高强度泡棉的研究和制备	本项目研发的用于电子显示屏的封装，作为大屏幕封装所用复合胶带中的结构层，起到缓冲减压的作用；满足在日常环境条件下的长久持续使用，即使在高温高湿的特定环境下，不破坏泡棉结构，具有优异的机械强度。
一种用于音响缓冲减震泡棉的开发和制备	本项目开发的泡棉机械强度高，拉伸性能优异，兼具柔软与慢回弹效果，具有良好的热压塑形特征。在高温压塑加工的过程中，能够稳定塑成多样的形状，并且保持使用中具有缓冲减震的效果。
一种含有硅氧烷改性聚酯材料的超厚防翘边离型膜及其制备工艺	硅氧烷的疏水性也赋予了聚酯材料更好的耐化学试剂性。这种改性材料在多个都展现出了广阔的应用前景，目的是改善材料内部的应力分布不均和凭平整度，降低制造成本。
一种高导热石墨压延离型膜及其制备方法的研发	该膜具有高热导率、良好的柔韧性和易于加工的特点，能够紧密贴合在电子元件表面，有效传递热量，降低元件温度，提高电子产品的稳定性和使用寿命。
一种智能静电吸附一体化复合网格离型膜的研发	本实用新型增设静电层形成静电场以诱导被贴合物表面出相反电荷，从而产生静电吸引力（库仑力），减少贴膜工序中因机械振动或外力导致的移位，使贴膜精度更高。
一种高效排气型竖纹透气离型膜的研发	离型膜需要在结构设计上具备良好的透气性，通过透气结构将离型膜与物体表面之间的微小气泡中的气体顺利排出。
一种双阻隔层硅油防转移离型膜的研发	本实用新型的目的在于提供一种双阻隔层硅油防转移离型膜，旨在解决现有技术中的两侧离型力差异较大的双面离型膜受到应力后离型剂转移的技术问题。
一种 PET 基材-网格层复合透气离型膜的研发	本实用新型属于离型膜技术领域，尤其涉及一种 PET 基材-网格层复合透气离型膜，网格层采用 PET 层，本身具有较高的强度，同时网格单元之间通过加强条连接，以及第一边、第二边、第三边的合理设计，使整个网格层在纵向和横向都具有较好的结构强度，能够承受一定的外力拉扯和挤压，不易发生变形，保证离型膜在使用过程中的稳定性。
一款耐高温高湿亚克力加强胶及其制备方法的研究	基材主要是通过丙烯酸酯类单体、引发剂、交联剂、粉料等种类和比例的调整及精准控制，构建更加稳定且合理的交联网络结构，减少分子链的滑移与溶胀，使耐温耐湿效果得到提升，同使基材的特殊结果保证了其良好的缓冲性能；两面再涂覆高粘高内聚的改性丙烯酸压敏胶，进一步提升粘接和剪切性能。最终通过基材和面胶的结构搭配制成一款亚克力加强胶带，具备优异的耐高温高湿性、抗震缓冲性、高粘接性。

在研项目名称	具体研发内容及拟达到的目标
一款银幕背板用单面网点印刷胶带及其制备方法的研究	利用凹版印刷涂布在 PI 膜上涂覆油墨开发具有特定 Gu 值、L/a/b 值的印刷膜。通过对凹版辊网孔图形、开口率和深纵比，在 PI 基材上涂覆均匀图形的网点胶层。
一种高硬度 6H 硬化膜的制备方法	本项目立项研发一种 6H 保护膜，通过优化涂布工艺和配方，旨在解决翘曲技术问题。通过增加硬化层涂布厚度至 20 微米，实现 6H 的硬度；通过在硬化树脂中加入膨胀粒子，利用膨胀来抵消硬化树脂的收缩，有效控制成品的翘曲。产品将广泛应用于电子显示屏保护、家电外壳、汽车内饰等领域，产品具有高硬度、高耐磨、高水滴角等特点，提升用户体验，在手机屏保市场上具有广阔的市场前景。
耐高温无基材易拉胶带制备方法的研究	主要通过热塑性弹性体、树脂、填充油、助剂等的配方调配，制备一款无基材耐高温的易拉胶，须同时达到高的粘接力、高拉伸强度和断裂伸长率高剪切耐高温等性能，以满足粘接可靠性与返工的应用需求。
一种盲孔 OCA 的制备方法及研究	本项目研发的盲孔 OCA，能够在一般加压条件下，贴合填充 70% 自身厚度比例的盖板盲孔。并在高温高湿、高温低压等环测后不产生气泡、黄变等异常。可以满足绝大多数手机平板等电器的数显需要。
一款极限窄边粘接用高性能泡棉 UV 胶及其制备方法的研究	本项目研发的极限窄边粘接用高性能泡棉 UV 胶以 PE 泡棉为基材，两面涂覆 UV 型丙烯酸酯压敏胶，具有极高的粘接性能，优异的耐高低温性能、抗震和缓冲性能，可用于仅 0.7mm~0.8mm 极窄边框设计的手机、平板边框的固定，具有广阔的市场前景。
一种适配塑料面板贴合 OCA 的制备方法与研究	本项目研发的适配塑料面板贴合 OCA，主要适用于多种塑料材质显示屏与模组的固定。具有高透光率，低雾度，匹配多种塑料材质，耐候性高等优点。普遍应用于车载屏或阅读器等显示领域。

综上，发行人凭借稳定的研发投入与不断加强的人才基础、已建立起完善的研发创新体系与管理机制，研发实力不断增强，研发成果不断涌现，自身的综合实力极大提升，通过前瞻性的技术储备与研发项目实施，强化产品的功能迭代创新、品质升级与技术工艺的开发，持续强化核心技术领先性与持续创新能力。

## 2、行业环境及产业政策不断向好

功能材料行业是国家鼓励的战略性行业，国产功能材料不断被市场认可。在国家政策支持及市场驱动下，我国功能新材料产业经过“十三五”期间的发展，不论是产业规模还是年均增长速度，都保持了世界领先的发展地位，当前，中国功能性新材料已进入到了高速发展的快车道，前沿研究正迈向世界的前列。

《“十四五”原材料工业发展规划》和《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》明确了我国新材料产业发展目标，包括：到 2025 年，新材料产业规模持续提升，占原材料工业比重明显提高，供给高端化水平不断提高，到 2035 年，成为世界重要原材料产品的研发、生产、

应用高地，新材料产业竞争力全面提升。“十三五”期间我国新材料产业年均增速保持在 25%左右。据工信部数据显示，我国新材料市场规模从 2012 年约 1 万亿元增加到 2022 年的 6.8 万亿元，10 年复合增长率 21.15%。

功能性新材料产业作为新材料产业的重要组成部分，是材料行业中较具活力和发展潜力的新领域，代表着未来材料的发展方向，为新材料产业未来发展提供了有效的参考。与传统材料相比，功能性新材料具有功能复合多样、性能优异、功能性强、技术含量高、附加值高等特点。

目前，中国功能性新材料产业已初步形成了较齐备的研发、设计、生产和应用体系，成为全球新材料领域不可忽视的力量。

### ① 功能胶粘材料行业

精密功能胶粘材料在各类电子设备领域具有丰富的应用场景，在智能手机、笔记本电脑、平板电脑、电视和显示器、显示屏、可穿戴设备、OLED 柔性屏、配件等终端产品的结构装配中起到关键作用，能为各类消费电子、智能控制产品提供可靠、优异的粘接性能，并能满足如屏蔽电磁干扰和射频干扰、光学透明粘贴等其他功能。主要应用于各类电子设备领域的精密功能胶粘材料可进一步细分为功能性胶粘材料、PET 双面胶、亚克力胶带、OCA 光学胶、导电胶带、导热胶带、返工胶带、易拉胶带等。

精密功能胶粘材料逐渐成为各新兴领域实现轻量化、高粘接、提质增效的重要产品，市场规模快速放大。根据贝哲斯咨询的数据，2023 年全球胶粘剂市场容量达到 243.84 亿元人民币，并预测至 2029 年，全球胶粘剂市场规模将会达到 294.6 亿元人民币，预测期间内将以 3.13%的年均复合增长率增长。据 Marketsand Market 数据显示，2024 年全球电子胶粘剂市场规模已达 78 亿美元，年复合增长率 9.2%。

随着全球产业转移，亚洲整体经济的崛起，亚洲逐步成为全球胶粘剂市场的核心。从消费地区分布情况来看，亚洲是全球最大的胶粘剂需求区域，区域需求总量占比为 52%，北美地区占比 21%，欧洲地区占比 21%，拉美及其他地区占比 7%。亚太地区胶粘剂市场年复合增速达 5%-6%，可预见未来还将保持增长。

受益于国家战略，我国胶粘剂市场未来增长空间较大。根据中国胶粘剂和胶

粘带工业年会资料显示，“十四五”期间，我国胶粘剂的发展目标是产量年均增长率为 4.2%，销售额年均增长率为 4.3%，力争到 2025 年末，改变国产产品高端不足、低端过剩的局面，使行业高附加值产品产值的比例达到 40%以上。

国内电子级胶粘剂整体市场空间超百亿，而国产产品市场占有率目前不到 50%，国产产品发展空间较大。随着国内移动电子产业蓬勃发展，国内功能性胶粘材料生产企业将随之迎来重大发展机遇，国内厂商市占率有望不断提升。

## ②功能泡棉行业

公司精密功能泡棉材料广泛应用于消费电子产品领域，例如手机喇叭、LCD、电铃、麦克风、笔记本电脑键盘等处，起到阻隔灰尘、吸收冲击、防止杂音等作用。另外，在汽车制造业中，亦可起到保温、防水、防震、隔音及内装饰等多种用途。随着高分子泡棉产品在消费电子、汽车、家电、精密仪器、体育用品等领域的广泛应用，我国高分子发泡行业处于快速发展阶段。其中，聚氨酯（PU）发泡材料是中国发泡材料占比最大的产品。

发泡剂是生产泡棉材料的关键成分。在泡棉材料的制造过程中，向聚合物混合物中加入发泡剂，通过化学或物理的方式产生气泡，引起材料的膨胀形成泡沫。从而使得泡棉具有轻质、柔软、弹性、以及良好的缓冲性能。发泡剂的选择和使用比例对泡棉胶带的性能（如厚度、密度、弹性和持久性）有直接的影响，因此发泡剂在泡棉胶带产品的质量控制在起着决定性的作用。据共研产业研究院预计，2024 年，全球聚氨酯发泡剂市场规模已达到 814 亿美元，预测到 2029 年聚氨酯发泡剂市场规模将增至 1,120 亿美元。

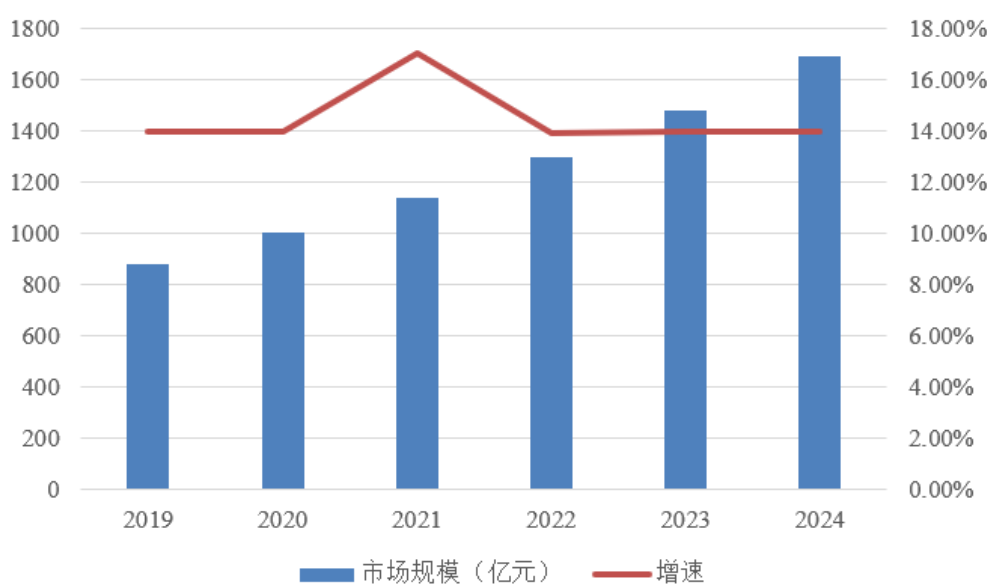
## ③功能膜材行业

近年来中国电子信息制造业作为重要的战略性新兴产业发展迅猛，技术创新水平不断提升，产业规模持续扩大。除消费电子领域外，精密功能膜材料还广泛应用于汽车、家电、新能源汽车锂电池组件、医药、航空航天等众多领域。功能膜材料行业属于国家重点扶持和发展的战略性新兴产业，在国家经济中占有重要位置。

受益于消费电子、新能源等行业的快速发展，未来高性能膜材料还将拥有更大的发展潜力。中国是功能性膜材料最大的消费市场，2023 年市场规模 1,481 亿

元，增长率达 14.00%；2024 年，中国功能膜材料市场规模达 1,690.50 亿元，2018-2024 年复合增长率达到 14.48%。随着新能源汽车、新型显示等下游领域需求的持续增加，未来市场规模将继续扩大。根据共研网《2024-2030 年中国离型膜行业市场现状分析及市场前景评估报告》，2024 年全球离型膜市场规模约 200 亿美元，市场将在全球范围内持续增长。根据头豹研究院相关研究，2021 年-2024 年，消费电子保护膜行业市场规模由 79.5 亿美元增长至 108 亿美元，期间年复合增长率 10.75%。

2019-2024 年中国功能膜材料市场规模



资料来源：赛迪顾问、前瞻产业研究院、iFind 数据库

公司未来发展前景广阔。近年来，在制造业产业升级的宏观经济背景下，电子信息制造业等产业作为战略性新兴产业发展迅猛，技术创新水平不断提升。功能性材料也随着下游行业的发展而不断升级，除了 3C 消费电子、汽车、家电等行业外，亦逐步探索在新能源、军工、轨道交通、生物医药、航空航天、高端装备等领域的应用。

综上，发行人所处行业市场空间具体测算如下：

主营业务类别	市场空间(2024 年度)（亿元）	测算依据
精密功能胶粘材料	555.49	据 MarketsandMarket 数据显示，2024 年全球电子胶粘剂市场规模已达 78 亿美元，年复合增长率 9.2%。
精密功能泡棉	5,797.05	根据共研产业研究院研究分析，2024 年全球聚氨酯发泡剂市场规模已达到 814 亿美元，预测到 2029 年聚氨酯发

主营业务类别	市场空间(2024年度) (亿元)	测算依据
		泡剂市场规模将增至 1,120 亿美元。
精密功能膜材	2,193.48	根据共研网《2024-2030 年中国离型膜行业市场现状分析及市场前景评估报告》，2024 年全球离型膜市场规模约 200 亿美元，市场将在全球范围内持续增长。 根据头豹研究院相关研究，2021 年-2024 年，消费电子保护膜行业市场规模由 79.5 亿美元增长至 108 亿美元，期间年复合增长率 10.75%。
合计	8,546.02	-

注：外币按照中国人民银行公布的 2024 年人民币对美元平均汇率中间价折算

### 3、稳定的战略客户资源

发行人长期服务于众多国内外知名品牌客户，与下游战略客户建立了长期稳定的合作关系，长期服务并满足客户对功能性复合材料的需求。报告期内，公司直接或间接服务于 VIVO、OPPO、小米、华为、联想、华勤、闻泰、龙旗、富士康、领益智造、立讯精密、鼎佳精密、格兰仕、美的、澳柯玛、比亚迪、广汽、上汽、王力安防等众多知名客户以及苹果、三星、亚马逊等知名海外客户，受到了客户群体的广泛认可，享有良好的市场声誉。

丰富的长期战略客户资源是公司持续经营的重要基础，未来随着发行人与战略客户合作的不断深化，产品应用领域不断拓宽，可以为公司的持续经营提供有力支撑。

### 4、产品在下游应用场景的不断扩宽

报告期内，发行人产品主要应用于 3C 消费电子领域，消费电子行业是发行人所处的下游主要行业。发行人在消费电子领域的销售规模稳步增长，同时，亦不断探索拓展在汽车、家电、家居、新能源、交通等国民经济领域的应用，产品终端应用场景除了智能手机、笔记本电脑、平板电脑等，还不断在汽车电子、汽车内外饰、家电、电梯、智能门锁、新能源等领域探索拓展。

报告期内，公司主营业务的产品应用领域变化情况如下：

单位：万元、%

行业领域	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
消费电子	25,684.60	70.89	51,678.71	71.57	38,215.41	71.53	30,999.05	68.58

行业领域	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
汽车行业	5,942.94	16.40	8,773.95	12.15	5,678.89	10.63	4,853.24	10.74
其他行业	4,603.03	12.71	11,759.48	16.28	9,532.66	17.84	9,348.27	20.68
合计	36,230.57	100.00	72,212.14	100.00	53,426.95	100.00	45,200.55	100.00

报告期内，发行人在汽车、家电等非消费电子领域的销售规模稳步提升。

5、报告期内及期后业绩增长情况

报告期内，公司成长性良好，营业收入快速增长，下游客户及产品市场不断增加，并在国内市场形成了对国外进口材料的替代效应。公司最近三年营业收入复合增长率为 26.43%，公司具备良好的持续经营能力，未来成长性良好。

发行人期后经营业绩情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-9 月		2024 年 1-9 月
	金额	同比变动	金额
营业收入	57,118.39	10.02%	51,915.54
净利润	8,146.90	43.61%	5,672.86
归属于母公司所有者的净利润	7,177.81	38.18%	5,194.37

注：2025 年 1-9 月数据经审阅、未经审计。

公司期后业绩增长良好，经营发展的内部和外部环境未发生重大不利变化。

综上所述，发行人具有良好的持续研发能力和持续经营能力。

尽管发行人持续经营能力良好，但发行人所处的精密功能材料行业竞争激烈，在材料国产化浪潮机遇下和激烈的市场竞争环境中，精密功能材料产品在功能性能、技术工艺、成本价格等方面的竞争愈发激烈，如果发行人在非直接客户的供应商准入管理、合格功能材料的认证认可管理过程中遭遇竞争不利，则将直接影响发行人新客户拓展、新产品认证以及销售订单数量，从而可能会给发行人的业绩带来不利影响。

对此，发行人已在招股说明书“第三节风险因素”之“一、经营风险”之“（五）市场竞争风险”进行了风险提示。

四、说明部分贸易商成立当年即与发行人产生合作的原因及合理性；说明报告期各期前十大贸易商向发行人采购金额占其总采购额的比例，是否存在专门为发行人设立的贸易商，如存在，说明相应终端客户及通过贸易商交易的原因及合理性；结合前述情况，说明发行人是否存在向贸易商压货情形，相应产品是否实现终端销售

（一）说明部分贸易商成立当年即与发行人产生合作的原因及合理性

报告期内，发行人贸易商客户成立当年即与发行人产生合作情况及原因说明如下：

序号	客户名称	情况说明
1	东莞市富原胶粘制品有限公司	由自然人徐云伟创立并持股 100%的企业，徐云伟在创立东莞市富原胶粘制品有限公司前长期从事胶粘制品的个人贸易业务，随着业务规模增长和经营发展需要，其于 2019 年 11 月创立公司东莞市富原胶粘制品有限公司并通过公司继续开展业务，因此，公司成立当年即与公司开展合作具有合原因。
2	东莞市富晟新材料有限公司	由离职员工徐庆元创立并持股 100%的企业，徐庆元于 2018 年 11 月离职，2019 年 4 月创办东莞市富晟新材料有限公司，主要从事电子材料、功能膜材、光学胶带等材料的销售。徐庆元离职前从事相关功能材料产品的推广销售工作，积累了下游客户和行业资源，离职并创立公司后即开展业务合作具有合理性。
3	惠州市俊源新锐科技有限公司及其关联方	包括惠州市俊源新锐科技有限公司（2022 年 10 月设立）及惠州市威西特科技有限公司（2017 年 3 月设立），惠州市俊源新锐科技有限公司由自然人林小海设立并担任法定代表人、执行董事，惠州市威西特科技有限公司由林俊铠持股 59%并担任经理。林小海、林俊铠均长期从事精密功能材料业务，因其自身业务发展需要，先后通过上述主体与发行人开展业务合作。
4	东莞市顺源新材料有限公司	东莞市顺源新材料有限公司设立于 2020 年，在设立东莞市顺源新材料有限公司前，其创始人已长期从事功能材料业务多年，根据其自身业务发展需要，新设东莞市顺源新材料有限公司开展功能材料贸易业务，具有合理背景。

注：主要贸易商范围为各期前 10 名贸易商客户。

综上，部分贸易商客户成立当年即与发行人开展业务合作，主要因贸易商客户的创始人、股东及其关联方在设立公司前即长期从事功能材料产品相关业务，具有良好的从业背景和业务资源，因其发展需要设立公司并通过公司经营、与发行人开展业务合作具有合理的商业背景。

（二）说明报告期各期前十大贸易商向发行人采购金额占其总采购额的比例，是否存在专门为发行人设立的贸易商，如存在，说明相应终端客户及通过贸易商交易的原因及合理性

报告期内，发行人各期前十大贸易商向发行人采购金额占其总采购额的比例情况如下：

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
客户 1	约 9%	约 8%	约 5%	约 5%
客户 2	约 10-15%	约 10-15%	约 10-15%	约 10-15%
客户 3	约 40%	约 30%	无交易	无交易
客户 4	约 10%	约 20%	约 20%	约 40%
客户 5	未获取	未获取	未获取	未获取
客户 6	约 3-5%	约 10%	约 5%	小于 3%
客户 7	约 15%	约 25%	约 25%	约 20%
客户 8	约 10%	约 40%	约 90%	约 95%
客户 9	约 25%	约 35%	约 25%	约 40%
客户 10	约 55%	约 55%	约 50%	约 40%
客户 11	无交易	约 50%	未获取	未获取
客户 12	约 15%-20%	小于 5%	约 10%	约 25%

综上，发行人报告期各期前十大贸易商向发行人采购金额占其总采购额的比例均低于 100%，不存在专门为发行人设立的贸易商。报告期内，发行人对贸易类客户的销售收入整体保持稳定，长期合作关系良好，部分期间小幅波动，主要系贸易类客户的自身下游客户需求、商业机会变化所致，具有合理性。

（三）结合前述情况，说明发行人是否存在向贸易商压货情形，相应产品是否实现终端销售

报告期内，发行人不存在向贸易商压货情形。根据贸易商客户对报告期各期末库存确认，其各期向发行人的采购均已基本实现销售，无存货结存或者仅有少量零星库存，不存在大额囤积的情况。贸易商客户通常服务其下游特定的行业或者企业客户，其根据下游需求按自身经营需要向发行人下单采购，一般不存在大规模提前备货。

报告期内，对贸易商客户的销售收入并非发行人实现主营业务收入的最主要

来源。报告期内，发行人下游客户以生产客户为主、贸易客户为辅，发行人对贸易类客户的收入金额及占比较小，对贸易商客户不存在重大依赖，贸易客户对发行人整体业绩变动及持续经营不存在重大影响。

**五、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）说明对贸易商的函证情况，包括但不限于函证金额及比例，回函相符、回函不符及未回函的金额及比例，未回函原因，针对回函不符、未回函所采取的替代措施及有效性；说明是否核查贸易商进销存，针对贸易商终端销售核查的程序、方法及结论，并对发行人是否存在向贸易商压货情形发表明确意见。（3）说明对境内外客户进行视频访谈的原因及核查程序有效性。（4）说明对供应商函证及走访情况

**（一）核查上述事项并发表明确意见**

**1、核查程序**

申报会计师执行了如下核查程序：

（1）获取发行人销售明细，分析报告期内主要终端 ODM 厂商或终端品牌客户情况，了解及公开查询相关客户的收入变动情况；

（2）取得并查阅发行人报告期内的产品销售明细，了解报告期各期发行人原已认证、新取得、停售产品型号/样号认证情况及销售情况，了解认证产品销售与各类主要品牌客户及其产品的对应关系，了解发行人产品迭代情况；

（4）结合发行人对主要终端客户的销售收入及主要终端客户的经营信息，测算分析发行人在终端客户中的份额变化情况；

（5）查询主要终端品牌客户出货量数据，对比分析发行人 2023 年业绩变动趋势与终端品牌出货量关系，分析发行人 2023 年间接客户主导模式下收入增长的原因及合理性；

（6）结合走访核查资料、公开查询信息及进一步核查了解，对安闻科技、纳能科技及其他直接客户主导模式下收入大幅增长的客户收入增加的原因及合理性进行分析；

（7）取得发行人销售明细，区分直接客户及间接客户主导模式，分析发行

人新老客户数量及对应收入、产品复购率、发行人与相应客户合同签订方式、发行人主要竞争优势及发行人厂区配套客户情况等，分析发行人收入增长是否具有持续性，是否存在期后业绩下滑风险，并视情况作风险提示；

（8）核查各期前十大贸易商成立及与发行人合作历史，对成立当年即与发行人产生合作的原因及合理性进行进一步补充核查；核查报告期各期前十大贸易商向发行人采购金额占其总采购额的比例，核查是否存在专门为发行人设立的贸易商；核查发行人是否存在向贸易商压货情形，结合贸易商期末存货确认情况，核查相应产品是否实现终端销售。

## 2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、报告期内发行人主要终端 ODM 厂商或终端品牌客户收入整体呈增长趋势，客户经营情况整体良好，发行人持续经营的外部商业环境良好；发行人新取得下游间接客户产品认证情况良好，间接客户主导模式下，各期销售的新认证产品型号数量分别为 106 个、302 个、273 个和 226 个，新认证产品在报告期各期实现销售收入金额分别为 2,255.23 万元、8,228.77 万元、20,397.10 万元、11,618.57 万元，占间接客户主导模式下主营业务收入的比例分别为 12.12%、35.00%、57.76%、68.99%，新认证产品在通过客户认证后实现销售情况良好；受到发行人并非相关材料的独家供应商、材料在下游使用中形态和计量单位发生变化、下游产业链较长等多重原因影响，无法直接统计发行人产品在终端客户中的份额及其变化，根据发行人在间接客户主导模式下对主要客户销售收入占该间接客户营业成本规模的相对比例模拟测算分析，发行人在主要间接客户中的销售份额保持良好。

2、结合下游终端品牌客户的备货周期因素分析，发行人 2023 年业绩变动趋势与主要终端品牌客户出货量变动趋势整体一致，与部分品牌变动趋势存在差异具有合理原因，发行人 2023 年间接客户主导模式下收入增长合理。

3、发行人对主要直接客户主导模式下收入大幅增长的客户收入增加具有合理原因，客户因自身经营规模扩大而增加采购规模或因自身需求而增加对发行人的采购份额，与客户收入规模或发行人在客户中的份额变动趋势相符。

4、直接客户主导下和间接客户主导下发行人客户复购率均较高，间接客户主导模式下复购率更高，发行人与主要客户合作具有较高的粘性和稳定性。无论在直接客户主导或间接客户主导模式下，公司均与直接交易的客户平等友好合作，双方遵循独立市场交易机制原则，独立签署合同/订单、独立结算和交易，合同签订方式均主要以“框架合同+订单”方式签订。

5、发行人的销售区域集中在我国的华南和华东地区，发行人的主要生产基地为安徽生产基地和广东生产基地，分别位于华东和华南地区，发行人厂区配套与客户所处区域配套良好。

6、报告期内，发行人主营业务收入持续增长，随着功能材料国产化浪潮的不断加深，发行人收入增长的持续性空间良好，持续经营的外部、内部环境良好，具有良好的持续经营能力，发行人期后 2025 年 7-9 月业绩情况良好。尽管发行人持续经营能力良好，但发行人所处的精密功能材料行业竞争激烈，在材料国产化浪潮机遇下和激烈的市场竞争环境中，精密功能材料产品在功能性能、技术工艺、成本价格等方面的竞争愈发激烈，如果发行人在非直接客户的供应商准入管理、合格功能材料的认证认可管理过程中遭遇竞争不利，则将直接影响发行人新客户拓展、新产品认证以及销售订单数量，从而可能会给发行人的业绩带来不利影响。对此，发行人已在招股说明书“第三节风险因素”之“一、经营风险”之“（五）市场竞争风险”进行了风险提示。

7、部分贸易商客户成立当年即与发行人开展业务合作，主要因贸易商客户的创始人、股东及其关联方在设立公司前即长期从事相关功能材料产品业务，具有良好的从业背景和业务资源，因其发展需要设立公司并通过公司经营、与发行人开展业务合作具有合理的背景原因。发行人报告期各期前十大贸易商向发行人采购金额占其总采购额的比例均低于 100%，不存在专门为发行人设立的贸易商。报告期内，发行人不存在向贸易商压货情形。

（二）说明对贸易商的函证情况，包括但不限于函证金额及比例，回函相符、回函不符及未回函的金额及比例，未回函原因，针对回函不符、未回函所采取的替代措施及有效性；说明是否核查贸易商进销存，针对贸易商终端销售核查的程序、方法及结论，并对发行人是否存在向贸易商压货情形发表明确意见

1、说明对贸易商的函证情况，包括但不限于函证金额及比例，回函相符、回函不符及未回函的金额及比例，未回函原因，针对回函不符、未回函所采取的替代措施及有效性

报告期内，申报会计师对发行人贸易客户函证情况如下：

（1）发函回函情况

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
贸易商收入①	6,689.23	13,014.54	12,062.01	11,587.59
发函金额②	4,540.00	8,430.20	7,632.19	8,169.53
已回函金额总计③	3,400.80	8,192.28	7,010.52	7,478.92
发函比②/①	67.87%	64.78%	63.27%	70.50%
回函金额占比③/①	50.84%	62.95%	58.12%	64.54%
回函发函比③/②	74.91%	97.18%	91.85%	91.55%
回函相符金额	2,709.90	5,245.39	4,826.62	5,501.26
回函不符经调节可以确认金额	690.89	2,946.89	2,183.90	1,977.67
回函相符+经调节可以确认金额	3,400.80	8,192.28	7,010.52	7,478.92
未回函替代测试金额	1,139.21	237.93	621.68	690.61
收入确认比例	67.87%	64.78%	63.27%	70.50%

报告期内，发行人通过函证确认的贸易商客户收入比例均较高。

（2）客户未回函或回函不符的原因及合理性，采取替代核查程序及有效性

A、客户未予回函原因及合理性，采取替代核查程序及有效性

报告期内，贸易商客户未回函原因主要系：①部分贸易商客户认为回复函证并非其法定义务，对回函的配合性较低；②部分境外贸易商客户因商业文化习惯差异及基于财务数据保密性的考虑，回函意愿较低；③部分贸易商客户印章管理

严格，盖章审批流程繁杂，对回函的积极性不高。

对于未回函贸易商客户，申报会计师已执行了以下替代程序：①确认未回函贸易商客户营业收入的交易构成，检查对应的销售订单、经客户确认的对账单、报关单、签收单等资料，确认销售数据的真实性和准确性；②获取银行对账单等资料，核查未回函贸易商客户期后回款情况。

## **B、回函不符的原因及合理性**

回函不符主要原因包括：①发行人与部分贸易商在月末 20-25 日左右对账，对账日后至资产负债表日前的客户已办理签收手续但尚未对账的产品，部分客户不予记录，于次月对账后计入对账月份的采购额，由此产生的时间性差异；②部分客户记录采购金额时，按照当期收到的发票金额统计，暂估部分不予统计，由此产生的暂估时间性差异。

对于回函差异部分，申报会计师获取了经客户确认的对账单/签收单作为差异调节表的支撑文件，发行人以产品控制权的转移时点确认收入的实现，调节依据可靠，交易数据可以确认。

综上，申报会计师对发行人主要贸易商客户严格执行了函证程序，对于回函不符、未回函的，均核查不符原因或执行替代程序，获取了充分适当的证据论证相关销售收入的真实性、准确性、完整性，调节依据可靠。经核查，申报会计师认为发行人对贸易商客户的收入确认真实、准确。

## **2、说明是否核查贸易商进销存，针对贸易商终端销售核查的程序、方法及结论，并对发行人是否存在向贸易商压货情形发表明确意见**

发行人与贸易商的交易均为买断式交易，发行人与贸易商客户仅为普通的购销关系，对贸易商客户后续的经营无法实施管控，贸易商并非仅向发行人采购产品，因涉及贸易商的商业机密，发行人无法取得贸易商的具体销售信息如贸易商客户的进销存、贸易商对外销售的退换货情况、备货周期等。

经过多次磋商并积极沟通协商后，部分主要贸易商同意提供其期末库存销售情况。申报会计师向主要贸易商发送专项确认函了解其期末库存情况，并结合通过函证确认公司对其的销售情况，进而推断发行人主要贸易商的进销存情况等

信息，报告期各期，申报会计师通过获取的贸易商库存确认函及函证核实的贸易商进销存具体情况如下：

单位：万元

年度	确认金额	贸易商收入	比例
2025 年 1-6 月	2,213.96	6,689.23	33.10%
2024 年度	3,588.76	13,014.54	27.58%
2023 年度	2,990.40	12,062.01	24.79%
2022 年度	3,457.11	11,587.59	29.83%

综上，经核查，发行人不存在向贸易商压货情形。

**（三）说明对境内外客户进行视频访谈的原因及核查程序有效性**

发行人主要境外客户分布在印度、印度尼西亚、土耳其等国家地区，前期核查过程中因部分国家无法及时办理签证审批手续、客户办公场所较远交通极为不便等因素，综合考虑时间成本、沟通成本、重要性水平等因素选择视频访谈。

对于采取视频访谈形式的客户，为保证核查程序的有效性，申报会计师主要执行了如下关键环节控制程序：

- 1、视频访谈前通过检查发行人与境外客户的日常沟通记录等方式，确认境外客户指定受访人员身份，判断其是否有权接受本次访谈；
- 2、视频访谈过程中要求受访人员出示护照、名片或工卡等身份证明文件；
- 3、视频访谈过程中对受访人员位置、所处环境进行核实，要求受访人员展示其生产经营场所、与发行人相关库存等，进一步验证客户的真实性。对于不方便视频查看的客户，要求受访人员在视频访谈结束后将现场照片加盖公章或签字后随走访资料寄回；
- 4、对视频访谈全程录制。在访谈结束后，获取客户确认的访谈资料，并比对访谈资料的签章与日常业务往来的签章是否一致，进一步验证客户的真实性。

通过执行上述关键环节控制程序，申报会计师能保证视频访谈核查程序的有效性。另外，申报会计师已对部分前期视频访谈的客户进行了实地走访。

#### （四）说明对供应商函证及走访情况

##### 1、供应商函证情况

报告期内，申报会计师对发行人供应商函证情况如下：

##### （1）发函回函情况

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
采购金额①	18,171.85	35,793.23	28,314.48	21,865.64
发函金额②	14,957.96	29,720.46	23,717.30	19,138.06
已回函金额总计③	14,957.96	29,720.46	23,717.30	19,138.06
发函比例②/①	82.31%	83.03%	83.76%	87.53%
回函金额占比③/①	82.31%	83.03%	83.76%	87.53%
回函发函占比③/②	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
回函相符金额	12,603.28	25,512.76	19,576.61	17,754.57
回函不符经调节可确认金额	2,354.69	4,207.70	4,140.69	1,383.48
回函相符+经调节可确认金额	14,957.96	29,720.46	23,717.30	19,138.06
未回函替代测试金额	-	-	-	-
确认比例	82.31%	83.03%	83.76%	87.53%

报告期各期，供应商函证不存在未回函的情况，通过函证确认的供应商采购金额较高。

##### （2）回函不符情况及替代程序

回函不符主要原因包括：①供应商发货与发行人入库、退库时间性差异；②交易额统计口径差异，如税金差异等。

对于回函差异部分，申报会计师获取了供应商送货单、发票等作为差异调节表的支撑文件，调节依据可靠，交易数据可以确认。

##### 2、供应商走访情况

申报会计师对发行人主要供应商及新增供应商进行现场走访，对具体交易情况进行了核查。具体核查情况如下：

单位：万元

走访覆盖比例统计	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
覆盖采购金额合计	13,206.73	27,043.89	22,447.98	16,296.45
采购总额	18,171.85	35,793.23	28,314.48	21,865.64
覆盖比例	72.68%	75.56%	79.28%	74.53%

### 问题 3.关于报告期内大额资产采购情况

根据申请及回复文件：（1）发行人工程或设备的主要供应商包括太湖县刘羊建筑安装有限公司、渭南秦亚印刷包装机械有限责任公司、东莞市鑫亚凯富机械有限公司、深圳市利瑞环境控制工程有限公司等，前述供应商合计占公司报告期累计采购额的比例为 64.61%。报告期内主要工程和设备的供应商中，实际控制人徐兵曾持有东莞市鑫亚凯富机械有限公司 37%的股权，已于 2023 年 10 月退出。

（2）发行人向东莞市鑫亚凯富机械有限公司采购内容主要为生产设备和生产设备的技术改进。发行人生产设备属于定制化设备，涉及发行人产品和技术的核心商业秘密，因此发行人选择设备供应商时会同时考虑供应商的专业能力和商业保密能力。

请发行人：（1）说明截至报告期各期末，发行人各个在建工程建设进度及已发生建造成本的主要构成，并对照相关可行性报告，逐项分析是否存在差异及其产生原因。（2）说明报告期各期末在建工程具体情况，包括厂房的建筑面积、投入金额，采购各台机器设备的厂家、型号、规格、单价、数量、金额等。（3）说明其他非流动资产预付款对应的预付单位名称、各笔预付款转账金额、时间、对应采购设备名称、规格、单价、数量，与预付单位是否存在关联关系。（4）说明在建工程预算投入、计划建设周期、项目开始时间点、与预期差异的原因、工程进度、期初余额、本期增加额、期末余额、资金来源。

请保荐机构、申报会计师：（1）对上述事项核查并发表明确意见。（2）对在建工程进度、资金安排、逐笔资金流向的真实性以及工程造价的合理性做进一步核查并发表明确意见。

回复：

一、说明截至报告期各期末，发行人各个在建工程建设进度及已发生建造成本的主要构成，并对照相关可行性报告，逐项分析是否存在差异及其产生原因

报告期各期末，发行人主要在建工程情况如下：

单位：万元

年份	项目名称	工程类型	预算/合同金额 (不含税)	结存金额	完工进度	设备成本	施工成本	其他
2025 年 6 月 30 日	功能性膜材涂布设备项目	设备工程	2,690.27	2,690.27	100.00%	2,690.27		
	功能性高分子复合材料厂房建设工程项目	厂房工程	10,710.46	1,077.98	10.06%		1,077.98	
	研发中心建设工程项目	厂房工程	4,001.28	469.06	11.72%		469.06	
2024 年 12 月 31 日	功能性膜材涂布设备项目	设备工程	2,690.27	2,690.27	100.00%	2,690.27		
	PU 泡棉发泡设备项目	设备工程	575.22	575.22	100.00%	575.22		
	功能性膜材蓄热燃烧设备项目	设备工程	633.00	618.58	97.72%	618.58		
	功能性膜材车间装修工程项目	厂房工程	309.04	284.98	92.22%		284.98	
	功能性高分子复合材料厂房建设工程项目	厂房工程	10,710.46	538.99	5.03%		538.99	
	多功能涂布设备项目	设备工程	249.56	249.56	100.00%	249.56		
	PU 泡棉供料设备项目	设备工程	635.22	14.60	100.00%	14.60		
2023 年 12 月 31 日	功能性膜材厂房建设工程项目	厂房工程	4,292.66	2,273.93	52.97%		2,201.83	72.09
	功能性膜材涂布设备项目	设备工程	2,690.27	502.65	18.68%	502.65		
	PU 泡棉发泡设备项目	设备工程	575.22	575.22	100.00%	575.22		
2022 年 12 月 31 日	生产消防工程项目	厂房工程	170.64	119.45	70.00%		119.45	
	UV 光固化车间装修工程项目	厂房工程	905.43	30.25	3.34%		30.25	
	UV 光固化涂布设备项目	设备工程	1,064.97	544.70	84.01%	544.70		

注：工程类预算金额系可行性研究报告金额，设备类预算金额系合同金额；完工进度系累计发生成本占预算金额的比重，完工进度为 100%的设备工程系已到货但尚处于安装调试的设备工程。

1、厂房工程

发行人厂房工程项目主要为功能性膜材厂房建设工程、研发中心建设工程和功能性高分子复合材料厂房。上述厂房工程项目与可行性研究报告对比情况如下：

单位：万元

项目名称	累计发生额	可行性研究报告/合同金额(不含税)	项目状态	差异金额	差异比例
功能性高分子复合材料厂房建设工程项目	1,079.40	10,710.46	建设中	/	/
研发中心建设工程项目	469.06	4,001.28	建设中	/	/
功能性膜材车间装修工程项目	309.04	309.04	已完工	-	-
功能性膜材厂房建设工程项目	4,360.18	4,292.66	已完工	-67.52	-1.57%
生产消防工程项目	170.64	170.64	已完工	-	-
UV 光固化车间装修工程项目	905.43	905.43	已完工	-	-

功能性膜材厂房建设工程累计与可行性研究报告金额存在少量差异，系工程实际结算与预计金额存在的差异，具有合理性。截止2025年6月30日，功能性高分子复合材料厂房建设工程项目、研发中心建设工程项目尚处于建设中。

## 2、设备工程

发行人设备工程系尚处于安装调试中的设备工程，其结存金额与合同金额不存在差异，具体如下：

单位：万元

项目名称	累计发生额	合同金额 (不含税)	项目状态
功能性膜材蓄热燃烧设备项目	633.00	633.00	已完工
功能性膜材涂布设备项目	2,690.27	2,690.27	调试验收中
多功能涂布设备项目	249.56	249.56	已完工
PU 泡棉发泡设备项目	575.22	575.22	已完工
PU 泡棉供料设备项目	635.22	635.22	已完工
UV 光固化涂布设备项目	1,064.97	1,064.97	已完工

从上表可以看出，上述设备工程实际发生额与合同金额不存在差异。

二、说明报告期各期末在建工程具体情况，包括厂房的建筑面积、投入金额，采购各台机器设备的厂家、型号、规格、单价、数量、金额等

发行人报告期各期末在建工程具体情况如下：

单位：PCS、m²、万元

年份	项目名称	供应商	项目设备/名称	型号	建筑面积	合同约定数量	到货数量	单价	金额
2025 年 6 月 30 日	功能性膜材涂布设备项目	渭南秦亚印刷包装机械有限责任公司	涂布机	QYT-201300	/		2.00	502.65	1,005.31
			涂布机	QYT301350	/		2.00	564.60	1,129.20
			涂布机	QYT301310	/		1.00	555.75	555.75
	功能性高分子复合材料厂房建设工程项目	太湖县刘羊建筑安装有限公司	功能性高分子复合材料厂房建设项目（一期）±0.00以下工程	/	19,874.75		/	/	1,077.98
	研发中心建设工程项目	深圳市利瑞环境控制工程有限公司	研发实验室及中试平台	/	2,400.00		/	/	447.71
		其他供应商	其他配套设施	/	/		/	/	21.35
2024 年 12 月 31 日	功能性膜材涂布设备项目	渭南秦亚印刷包装机械有限责任公司	涂布机	QYT-201300	/		2.00	502.65	1,005.31
			涂布机	QYT301350	/		2.00	564.60	1,129.20
			涂布机	QYT301310	/		1.00	555.75	555.75
	功能性膜材蓄热燃烧设备项目	北人伯乐氛（西安）环境技术有限公司	RTO 蓄热燃烧装置	/	/		1.00	618.58	618.58
	PU 泡棉发泡设备项目	渭南秦亚印刷包装机械有限责任公司	涂布机	QYT-1350	/		1.00	575.22	575.22
	功能性高分子复合材料厂房建设工程项目	太湖县刘羊建筑安装有限公司	功能性高分子复合材料厂房建设项目（一期）±0.00以下工程	/	19,874.75		/	/	538.99
	功能性膜材车间装修工程项目	深圳市利瑞环境控制工程有限公司	厂房空调装修项目	/	/		/	/	284.77
		其他零星供应商		/	/		/	/	0.21

年份	项目名称	供应商	项目设备/名称	型号	建筑面积	合同约定数量	到货数量	单价	金额
	多功能涂布设备项目	东莞市工兴机械有限公司	涂布机	GX-T4B1.45M	/		1.00	249.56	249.56
	PU 泡棉供料设备项目	苏州中自韦尔控制工程有限公司	移动发泡机	/	/		1.00	14.60	14.60
2023 年 12 月 31 日	功能性膜材厂房建设工程项目	太湖县刘羊建筑安装有限公司	7 号、8 号、9 号厂房建设工程	/	23,072.44		/	/	2,201.83
		其他零星供应商		/	/		/	/	72.09
	PU 泡棉发泡设备项目	渭南秦亚印刷包装机械有限责任公司	涂布机	QYT-1350	/		1.00	575.22	575.22
	功能性膜材涂布设备项目	渭南秦亚印刷包装机械有限责任公司	涂布机	QYT-201300	/		1.00	502.65	502.65
2022 年 12 月 31 日	生产消防工程项目	安徽省盛云消防科技有限公司	消防改造工程	/	/		-	-	119.45
	UV 光固化涂布设备项目	东莞市鑫亚凯富机械有限公司	涂布机改造	XY-1450	/		/	/	176.99
			涂布机	XY-1700	/		1.00	336.28	336.28
			其他辅助设备	/	/		/	/	31.43
	UV 光固化车间装修工程项目	安徽锌诚环保通风设备有限公司等供应商	地坪项目等	/	/		/	/	30.25

注：上述金额均不含税；建筑面积系该项目总建筑面积。

发行人报告期各期末结存的厂房工程均处于建设中，设备安装调试工程均处于安装调试过程中。

三、说明其他非流动资产预付款对应的预付单位名称、各笔预付款转账金额、时间、对应采购设备名称、规格、单价、数量，与预付单位是否存在关联关系

报告期各期末，发行人预付长期资产购置款主要系在其他非流动资产里核算，具体如下：

单位：万元

项目	2025 年 6 月末	2024 年末	2023 年末	2022 年末
预付长期资产购置款	1,282.08	44.05	1,128.60	173.85

报告期内，公司 2023 年末、2025 年 6 月底预付长期资产购置款金额较大。具体原因如下：

2023 年期末预付长期资产购置款大幅增加，主要原因为：因三期厂房预计在 2024 年竣工验收，同步为扩大产能，发行人向渭南秦亚印刷包装机械有限责任公司采购涂布机以增加产线。因客户需要特定的产品，现有涂布机无法生产该类产品，发行人向湖北策鑫智造科技有限责任公司采购一条涂布线专用于研发该类产品。涂布线生产周期较长，截至 2023 年期末尚未交付，导致 2023 年预付长期资产购置款大幅增加。

2025 年 6 月底预付长期资产购置款大幅增加，主要因生产需要购置自动化生产线以及因产品更新升级需要对原涂布机进行升级改造，高端自动化多功能涂布线的设计及前期准备周期较长、升级改造周期较长，截至 2025 年 6 月末尚未交付或完成，导致 2025 年 6 月末预付长期资产购置款大幅增加。

公司 2023 年末、2025 年 6 月末，其他非流动资产预付款对应的预付单位名称、各笔预付款转账金额、时间、对应采购设备名称、规格、单价、数量，统计如下：

(1) 2023 年 12 月 31 日

单位：万元

供应商	采购内容	合同金额 (含税)	设备数量 (台)	已支付 金额	其他非流动 资产余额	其他流动 资产余额	支付比例 (%)	支付时间	支付 金额
渭南秦亚印刷包装机械 有限责任公司	QYT301350 型 UV+热风固化 多功能涂布机	1,276.00	2	638.00	638.00	0.00	50.00	2023/12/26	638.00
渭南秦亚印刷包装机械 有限责任公司	QYT301310 型印刷涂布机	628.00	1	314.00	277.88	36.12	50.00	2023/5/10	148.85
								2023/5/11	165.15
湖北策鑫智造科技有限 责任公司	PU 泡棉 750 涂布线（打样机）	260.00	1	78.00	78.00	0.00	30.00	2023/7/27	78.00

(2) 2025 年 6 月 30 日

单位：万元

供应商	采购内容	合同金额 (含税)	设备数 量（台）	已支付金额	其他非流动 资产余额	其他流动资 产余额	支付比 例（%）	支付时间	支付 金额
渭南秦亚印刷包装机械 有限责任公司	涂布机技改	528.00	1.00	264.00	264.00	-	50.00	2025/4/10	264.00
渭南秦亚印刷包装机械 有限责任公司	QYT101600 型 UV 固化 涂布机壹台	658.00	1.00	329.00	329.00	-	50.00	2025/4/10	329.00

报告期内，发行人向前述预付长期资产购置款供应商采购的主要具体内容为生产设备及设备技改，相关采购合同执行情况良好，款项支付对象、付款周期、建设进度与合同约定一致，与预付单位不存在关联关系。

#### **四、说明在建工程预算投入、计划建设周期、项目开始时间点、与预期差异的原因、工程进度、期初余额、本期增加额、期末余额、资金来源**

发行人设备工程主要系大型涂布机产线，其安装调试流程大致如下：1、设备安装，主要包括设备钢结构硬件安装、电控设备系统安装、外围动力能源安装（燃气、锅炉、电力）、环保设备安装(RTO)、设备空调系统安装；2、线体装修，主要包括主墙隔断施工、车间环境装修（含空调、地面）、车间环境净化验收；3、设备调试，主要包括设备清洁，烤箱清洗、设备主要配置核对确认、第一阶段走膜路径调试、机器设备与能源动力衔接适配度调试、产品工艺与设备匹配度调试；4、试生产；5、验收。由于相关设备的调试验收涉及车间环境及与其他配套设备的适配性，从厂房投建至产线投产一般周期在 2-3 年。根据查询同行业可比公司世华科技、斯迪克、晶华新材历史融资募集资金投资项目的建设规划情况，其厂房车间的建设及设备的安装调试，通常建设周期在 2-3 年，与发行人不存在较大差异。

报告期各期，发行人在建工程情况如下：

1、2025 年 1-6 月

单位：万元

项目名称	预算金额	项目开始时间点	计划建设周期	工程进度	期初	本期增加	本期减少	期末	资金来源
功能性膜材蓄热燃烧设备项目	633.00	2024 年 5 月	12 个月	100.00%	618.58	14.42	633.00	-	自有资金
功能性膜材车间装修工程项目	309.04	2024 年 12 月	6 个月	100.00%	284.98	24.05	309.04	-	自有资金
功能性膜材涂布设备项目	2,690.27	2023 年 12 月	18 个月	100.00%	2,690.27	-	-	2,690.27	自有资金
功能性高分子复合材料厂房建设工程项目	10,710.46	2024 年 6 月	24 个月	10.06%	538.99	540.41	1.42	1,077.98	自有资金
研发中心建设工程项目	4,001.28	2025 年 5 月	36 个月	11.72%	-	469.06	-	469.06	自有资金
多功能涂布设备项目	249.56	2024 年 5 月	12 个月	100.00%	249.56	-	249.56	-	自有资金
PU 泡棉发泡设备项目	575.22	2023 年 11 月	18 个月	100.00%	575.22	-	575.22	-	自有资金
PU 泡棉供料设备项目	635.22	2024 年 4 月	6 个月	100.00%	14.60	-	14.60	-	自有资金

注：工程类预算金额系可行性研究报告金额，设备类预算金额系合同金额；完工进度系累计发生成本占预算金额的比重，完工进度为 100%的设备工程系发行人在设备到货后即按照到货数量\*合同单价确认相应的在建工程，下同。

2、2024 年度

单位：万元

项目名称	预算金额	项目开始时间点	计划建设周期	工程进度	期初	本期增加	本期减少	期末	资金来源
功能性膜材厂房建设工程项目	4,292.66	2023 年 5 月	400 天	100.00%	2,273.93	2,086.25	4,360.18	0.00	自有资金+项目贷款
功能性膜材蓄热燃烧设备项目	633.00	2024 年 5 月	12 个月	97.72%	-	618.58	-	618.58	自有资金

项目名称	预算金额	项目开始时间点	计划建设周期	工程进度	期初	本期增加	本期减少	期末	资金来源
功能性膜材车间装修工程项目	309.04	2024 年 12 月	6 个月	92.22%	-	284.98	-	284.98	自有资金
功能性膜材涂布设备项目	2,690.27	2023 年 12 月	18 个月	100.00%	502.65	2,187.62	-	2,690.27	自有资金
功能性高分子复合材料厂房建设工程项目	10,710.46	2024 年 6 月	24 个月	5.03%	-	538.99	-	538.99	自有资金
PU 泡棉发泡设备项目	575.22	2023 年 11 月	18 个月	100.00%	575.22	-	-	575.22	自有资金
PU 泡棉供料设备项目	635.22	2024 年 4 月	6 个月	100.00%	-	635.22	620.62	14.60	自有资金
多功能涂布设备项目	249.56	2024 年 5 月	12 个月	100.00%	-	249.56	-	249.56	自有资金

3、2023 年度

单位：万元

项目名称	预算金额	项目开始时间点	计划建设周期	工程进度	期初	本期增加	本期减少	期末	资金来源
生产消防工程项目	170.64	2021 年 4 月	6 个月	100.00%	119.45	51.19	170.64	-	自有资金
UV 光固化车间装修工程项目	905.43	2023 年 2 月	6 个月	100.00%	30.25	875.19	905.43	-	自有资金
功能性膜材厂房建设工程项目	4,292.66	2023 年 5 月	400 天	52.97%	-	2,273.93	-	2,273.93	自有资金
UV 光固化涂布设备项目	1,064.97	2019 年 6 月	18 个月	100.00%	544.70	170.27	714.97	-	自有资金
功能性膜材涂布设备项目	2,690.27	2023 年 12 月	18 个月	18.68%	-	502.65	-	502.65	自有资金
PU 泡棉发泡设备项目	575.22	2023 年 11 月	18 个月	100.00%	-	575.22	-	575.22	自有资金

4、2022 年度

单位：万元

项目名称	预算金额	项目开始时间点	计划建设周期	工程进度	期初	本期增加	本期减少	期末	资金来源
生产消防工程项目	170.64	2021 年 4 月	6 个月	70.00%	85.32	34.13	-	119.45	自有资金
UV 光固化车间装修工程项目[注]	905.43	2023 年 2 月	6 个月	3.34%	-	30.25	-	30.25	自有资金
UV 光固化涂布设备项目	1,064.97	2019 年 6 月	18 个月	84.01%	886.74	7.96	350.00	544.70	自有资金

注：系该项目本期发生的前期费用。

截止 2025 年 6 月 30 日，发行人在建工程各项目累计投入金额、工程进度与预算金额、计划建设周期的对比情况如下：

单位：万元

项目名称	预算金额	累计发生成本	工程进度	金额差异情况	计划建设周期	实际建设周期	周期差异情况
功能性膜材蓄热燃烧设备项目	633.00	633.00	已完工	不存在	12 个月	13 个月	差异较小
功能性膜材车间装修工程项目	309.04	309.04	已完工	不存在	6 个月	4 个月	差异较小
功能性膜材涂布设备项目[注]	2,690.27	2,690.27	调试验收中	不存在	24 个月	建设中	不适用
功能性高分子复合材料厂房建设工程项目	10,710.46	1,079.40	建设中	不适用	24 个月	建设中	不适用
研发中心建设工程项目	4,001.28	469.06	建设中	不适用	36 个月	建设中	不适用
多功能涂布设备项目	249.56	249.56	已完工	不存在	12 个月	12 个月	无差异
PU 泡棉发泡设备项目	575.22	575.22	已完工	不存在	18 个月	19 个月	差异较小
PU 泡棉供料设备项目	635.22	635.22	已完工	不存在	6 个月	7 个月	差异较小

项目名称	预算金额	累计发生成本	工程进度	金额差异情况	计划建设周期	实际建设周期	周期差异情况
功能性膜材厂房建设工程项目	4,292.66	4,360.18	已完工	差异较小	400 天	15 个月	差异较小
生产消防工程项目	170.64	170.64	已完工	不存在	6 个月	30 个月	发行人在原有已验收消防工程的基础上,为进一步提高公司安全水平,优化了火灾报警系统和消防排烟系统、增加气体灭火系统,但受公共卫生事件的影响,施工材料到货时间、人员配备均受到影响,同时由于消防改造会破坏生产的无尘环境,造成生产线停线,为保证产能,本次消防改造利用节假日放假时间长时才能开展,从而导致本次消防改造周期较长。
UV 光固化车间装修工程项目	905.43	905.43	已完工	不存在	6 个月	8 个月	差异较小
UV 光固化涂布设备项目[注]	1,064.97	1,064.97	已完工	不存在	36 个月	52 个月	受社会公共卫生事件的影响未能如期调试,同时该设备调试过程中涉及了涂布机的改造,导致整体项目延期,该项目涉及多台涂布机,发行人已分批调试验收

注：该项目预期建设周期长于 2 年主要系多台涂布机分批到货并调试验收。

报告期内，发行人严格按照企业会计准则的规定在相关厂房、设备等单项资产达到预定可使用状态时转入固定资产，不存在提前或推迟结转固定资产的情形。

五、请保荐机构、申报会计师：（1）对上述事项核查并发表明确意见。（2）对在建工程进度、资金安排、逐笔资金流向的真实性以及工程造价的合理性做进一步核查并发表明确意见

（一）对上述事项核查并发表明确意见

1、核查程序

申报会计师执行了如下核查程序：

（1）了解、评价及测试与固定资产及在建工程采购相关的关键内部控制的设计和运行有效性；

（2）获取报告期内发行人固定资产及在建工程的明细，结合明细访谈发行人采购、设备相关负责人，了解新增固定资产的主要用途及固定资产、在建工程相关内部控制制度；

（3）查阅发行人项目可行性研究报告、访谈发行人相关人员，核查项目投资概况、建设进度及预计建设周期，并与实际进度、投资金额比对；

（4）与同行业可比公司、同区域造价进行比较分析，核实可比公司造价与发行人是否存在重大差异；

（5）对在建工程执行监盘程序，实地查看在建工程进度情况，观察其是否存在、资产状态、在建工程进度以及在建工程是否符合结转固定资产的条件等；

（6）查阅发行人支付工程款的资金明细，将付款进度与工程进度进行对比，以确认工程进度与付款进度是否匹配；

（7）选取在建工程主要供应商执行函证程序，函证内容包括合同金额、付款金额、开票金额、工程进度等信息，以证实交易发生情况；查阅工程进度监理报告，核实工程造价是否存在异常；

（8）查阅主要工程、设备供应商出具的资金支付记录及回单，核实是否存在体外支付的情况；

（9）访谈工程建造商、涂布机供应商，了解公司与其合作背景、定价依据及其价格与市场价格是否存在偏差。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

发行人厂房工程累计投入金额与可行性研究报告金额存在少量差异，系工程实际结算与预计金额存在的差异，具有合理性；发行人设备工程投入金额与合同金额不存在差异；发行人其他非流动资产主要供应商系非关联方，相关采购合同执行情况良好，款项支付对象、付款周期、建设进度与合同约定一致；发行人主要项目整体建设进度基本与预期建设进度匹配，少量项目建设周期略长于计划建设周期，主要系分批到货及产线改造等因素所致。

（二）对在建工程进度、资金安排、逐笔资金流向的真实性以及工程造价的合理性做进一步核查并发表明确意见

1、在建工程进度、资金安排、逐笔资金流向的真实性情况

报告期内，发行人的工程或设备的供应商主要为太湖县刘羊建筑安装有限公司、渭南秦亚印刷包装机械有限责任公司、东莞市鑫亚凯富机械有限公司和深圳市利瑞环境控制工程有限公司，上述供应商合计占公司报告期累计采购额的比例为 64.61%，故在核实资金流向的真实性时，主要对上述供应商进行核查。

（1）太湖县刘羊建筑安装有限公司

发行人功能性膜材厂房建设工程为混凝土结构多层厂房，建筑面积共计 23,072.44 m²。2023 年、2024 年 在建工程发生额、余额、完工进度，工程付款金额、余额、占工程预算比例情况如下：

单位：万元

时间	工程节点	累计完成工程进度	当期付款金额	累计付款余额	累计付款余额占工程预算比
2023 年度	地基基础梁完成，8 号、9 号车间一层、二层屋面浇筑完成	52.97%	992.80	992.80	21.52%
2024 年度	工程项目已完成并验收	100.00%	2,918.90	3,911.70	84.78%
2025 年 1-6 月	工程项目已完成并验收	100.00%	471.54	4,383.24	95.00%

发行人功能性高分子复合材料厂房建设工程 2024 年、2025 年 在建工程发生

额、余额、完工进度，工程付款金额、余额、占工程预算比例情况如下：

时间	工程节点	累计完成工程进度	当期付款金额	累计付款余额	累计付款余额占工程预算比
2025 年 1-6 月	地下工程项目完工并验收	100.00%	1,116.25	1,116.25	95.00%

注：功能性高分子复合材料厂房建设项目（一期）±0.00 以下工程为功能性高分子复合材料厂房建设工程项目下一子项目，该子项目截止 2025 年 6 月 30 日已完工。

由上述表格可见，报告期内，发行人工程款支付进度与总包合同约定的付款条件及监理报告所示完工进度基本匹配。发行人相关款项均系支付至太湖县刘羊建筑安装有限公司，具体情况如下：

单位：万元

年份	付款金额
2023 年度	992.80
2024 年度	2,918.90
2025 年 1-6 月	1,587.79
总计	5,499.49

经核查太湖县刘羊建筑安装有限公司出具的下游资金支付明细及对应单笔 10 万元以上的银行回单，其收到公司支付款项后主要流向如下：

单位：万元

年份	支付供应商货款	支付工资税费	合计
2023 年度	662.10	178.16	840.27
2024 年度	2,414.19	264.39	2,678.58
2025 年度	949.27	302.68	1,251.95
合计	4,025.56	745.24	4,770.79

经核查，其资金去向均用于支付供应商货款及支付工资税费，未流向发行人及其关联方、发行人客户或供应商。

（2）渭南秦亚印刷包装机械有限责任公司

发行人主要向渭南秦亚印刷包装机械有限责任公司采购涂布机等设备，发行人严格按照合同约定支付相应设备对应的发货款、验收款及质保金等。报告期内，发行人支付至渭南秦亚印刷包装机械有限责任公司的情况如下：

单位：万元

年份	付款金额
2023 年度	2,040.00

年份	付款金额
2024 年度	1,194.80
2025 年 1-6 月	717.60
总计	3,952.40

经核查渭南秦亚印刷包装机械有限责任公司出具的下游资金支付明细及对应单笔 10 万元以上的银行回单，其收到公司支付款项后主要流向如下：

单位：万元

年份	支付供应商货款	支付工资税费	合计
2023 年度	1,379.88	99.33	1,479.21
2024 年度	1,335.87	165.92	1,501.79
2025 年度	581.24	61.52	642.76
合计	3,296.99	326.76	3,623.76

经核查，其资金去向均用于支付供应商货款及支付工资税费，未流向发行人及其关联方、发行人客户或供应商。

### （3）东莞市鑫亚凯富机械有限公司

发行人主要向东莞市鑫亚凯富机械有限公司采购涂布机等设备，发行人严格按照合同约定支付相应设备对应的发货款、验收款及质保金等。报告期内，发行人支付至东莞市鑫亚凯富机械有限公司的情况如下：

单位：万元

年份	付款金额
2022 年度	1,122.48
2023 年度	243.96
2024 年度	101.66
2025 年 1-6 月	103.88
总计	1,571.97

经核查东莞市鑫亚凯富机械有限公司出具的下游资金支付明细及对应单笔 10 万元以上的银行回单，其收到公司支付款项后主要流向如下：

单位：万元

年份	支付供应商货款	支付工资税费	合计
2022 年度	917.90	193.11	1,111.01
2023 年度	179.87	71.85	251.72

2024 年度	42.14	55.27	97.42
2025 年度	76.18	25.64	101.81
合计	1,216.09	345.87	1,561.96

经核查，其资金去向均用于支付供应商货款及支付工资税费，未流向发行人及其关联方、发行人客户或供应商。

#### （4）深圳市利瑞环境控制工程有限公司

发行人主要向深圳市利瑞环境控制工程有限公司采购洁净厂房装修等，发行人严格按照合同约定支付进度款。报告期内，发行人支付至深圳市利瑞环境控制工程有限公司的情况如下：

单位：万元

年份	付款金额
2022 年度	362.85
2023 年度	1,080.58
2024 年度	640.80
2025 年 1-6 月	476.23
总计	2,560.45

经核查深圳市利瑞环境控制工程有限公司出具的下游资金支付明细及对应单笔 10 万元以上的银行回单，其收到公司支付款项后主要流向如下：

单位：万元

年份	支付供应商货款	支付工资税费	归还贷款	合计
2022 年度	73.51	284.25	-	357.76
2023 年度	604.20	365.63	-	969.83
2024 年度	423.17	233.72	-	656.89
2025 年度	82.74	206.22	192.31	481.26
合计	1,183.61	1,089.81	192.31	2,465.73

经核查，其资金去向均用于支付供应商货款、支付工资税费及归还贷款，未流向发行人及其关联方、发行人客户或供应商。

## 2、工程造价的合理性

### （1）设备类采购价格公允性

报告期内，发行人向东莞市鑫亚凯富机械有限公司、渭南秦亚印刷包装机械

有限责任公司，以及向其他供应商的采购的涂布设备情况如下：

单位：万元/台

供应商名称	涂布机名称	生产产品类型	单价
东莞市鑫亚凯富机械有限公司	XY-1450 双面胶涂布机	精密功能胶粘材料	149.56
	UV 光固化涂布机	精密功能胶粘材料	336.00
渭南秦亚印刷包装机械有限责任公司	QYT-201300 型多功能涂布机	精密功能胶粘材料	502.65
	QYT301350 型功能涂布机	精密功能胶粘材料	564.60
	QYT301310 印刷涂布机	精密功能胶粘材料	555.75
	QYT-1350 型发泡涂布机	精密功能泡棉	575.22
	YQT101600 型 UV 固化涂布机	精密功能胶粘材料	582.30
湖北策鑫智造科技有限责任公司	PU 泡棉 750 涂布线（打样机）	精密功能泡棉	230.09

按照涂布机生产的产品类型进行划分，发行人报告期内购买的涂布机可分为精密功能胶粘材料涂布机和精密功能泡棉涂布机。精密功能胶粘材料涂布机仅具备涂布功能，而精密功能泡棉涂布机则可以实现发泡、涂布一体化。相比精密功能胶粘材料涂布机，精密功能泡棉涂布机的生产工艺通常更为复杂，国内专业供应商相对较少，门槛通常更高，因此，同规格配置的涂布机价格通常高于精密功能胶粘材料涂布机。

①精密功能胶粘材料涂布机采购单价比较

发行人向鑫亚凯富采购的 UV 光固化涂布机价格高于 XY-1450 双面胶涂布机，主要系于 XY-1450 双面胶涂布机为普通涂布机，且采用的为热固化工艺，而 UV 光固化涂布机为光固化涂布机，从制造成本角度来说，光固化的制造成本要高于热固化，因此 UV 光固化涂布机价格高于 XY-1450 双面胶涂布机。

发行人向鑫亚凯富采购的 XY-1450 双面胶涂布机和 UV 光固化涂布机与向渭南秦亚印刷包装机械有限责任公司采购的 QYT-201300 型多功能涂布机生产的产品均为精密功能胶粘材料。渭南秦亚印刷包装机械有限责任公司的设备采购单价高于鑫亚凯富，主要原因系发行人向渭南秦亚印刷包装机械有限责任公司采购的涂布机均为多功能高速生产线，技术工艺更为复杂，固化炉节数更多、线体更长，机器设备的生产效率更高，工艺设计更加创新，功能更强、更加综合。其中，QYT-201300 型多功能涂布机设计最高线速可达 120m/min，且配备有 2 个涂布头模组，QYT301350 型多功能涂布机同时具备 UV 光固化和热风固化功能，

QYT301310 印刷涂布机可实现正反面同时涂布功能。而公司向鑫亚凯富采购的涂布机为传统普通型涂布机，功能较为单一，设计最高线速仅为 50m/min，且技术工艺相对简单，仅配备 1 个涂布头模组。因此，导致公司向渭南秦亚印刷包装机械有限责任公司的设备采购单价高于鑫亚凯富，具有合理性。

发行人向渭南秦亚印刷包装机械有限责任公司采购的 QYT-201300 型多功能涂布机、QYT301350 型多功能涂布机 QYT301310 印刷涂布机和 YQT101600 型 UV 固化涂布机均为多功能高速涂布机，且为精密功能胶粘材料涂布机，但 QYT301350 型多功能涂布机、YQT101600 型 UV 固化涂布机和 QYT301310 印刷涂布机的价格高于 QYT-201300 型多功能涂布机，主要系 QYT301350 型多功能涂布机、YQT101600 型 UV 固化涂布机和 QYT301310 印刷涂布机配备的功能更多，设备性能更好，工艺设计创新较大。其中，QYT301350 型多功能涂布机同时具备 UV 光固化和热风固化功能，固化方式更多，固化效果更好，生产效率更高，因此价格更高。QYT301310 印刷涂布机可实现正反双面同时涂布功能，生产效率更高，产品质量更加稳定，设备功能更加强大，因此价格较高。YQT101600 型 UV 固化涂布机具备不同烘箱具备低压 UV+氮气保护和高压 UV+氮气保护，设备功能更加强大，因此价格较高。

由于涂布机因生产具体产品不同而存在高度定制化的特征，且技术工艺复杂，不同涂布机之间存在较大差异，因此无法直接比较市场价格。根据公开信息查询，发行人同行业可比上市公司采购同类型涂布机设备的平均单价情况统计如下：

涂布机类型	可比公司名称	价格区间	发行人采购单价
普通涂布机	晶华新材	230 万元/套	149.56 万元/套
	永冠新材	144.55-280 万元/套	
多功能涂布机	晶华新材	450 万元/套、500 万元/套、1000 万元/套	502.65 万元/套、564.60 万元/套、555.75 万元/套

注：晶华新材来源于 2017 年《招股说明书》、2022 年非公开发行股票募集说明书等相关公告；永冠新材来源于 2019 年《招股说明书》、2020 年公开发行可转换公司债券募集说明书等相关公告。

上表对比可知，普通涂布机价格方面，发行人的普通涂布机的采购价格在永冠新材的采购价格区间内，晶华新材的普通涂布机的采购价格高于公司，主要因为晶华新材的涂布机系 2017 年及以前年度购置的，该类涂布机在 2017 年及以前技术相对先进，在行业中处于发展初期，市场价格较高，因此购置成本较高。而

公司的涂布机系 2022 年购置，随着涂布机的工艺不断迭代升级，市场竞争日趋激烈，市场价格有所下降。

多功能涂布机价格方面，发行人多功能涂布机的采购单价在晶华新材的采购区间内，相比于同行业可比公司，发行人多功能涂布机采购价格与可比公司一致，不存在明显异常。

②精密功能泡棉涂布机采购单价比较

发行人向渭南秦亚印刷包装机械有限责任公司采购的 QYT-1350 型发泡涂布机和向湖北策鑫智造科技有限责任公司采购的 PU 泡棉 750 涂布线均属于精密功能泡棉涂布机，PU 泡棉 750 涂布线的采购单价低于 QYT-1350 型发泡涂布机，主要系 PU 泡棉 750 涂布线为小型涂布机，主要用于公司的研发打样活动，而 QYT-1350 型发泡涂布机为大型涂布机，主要用于生产活动，生产效率较高。就设备规格大小而言，QYT-1350 型发泡涂布机的大小为 PU 泡棉 750 涂布线的 2 倍以上，且生产用涂布线对设备运行效率、连续性、稳定性、精度等要求更高，因此，QYT-1350 型发泡涂布机价格高于 PU 泡棉 750 涂布线，具有合理性。

市场价格方面，由于上述泡棉涂布设备均属于定制化设备，发行人主要用于生产中高端 PU 精密功能泡棉，而高端 PU 功能性泡棉产品对性能要求高、技术难度大、生产工艺复杂，全球仅美国罗杰斯、日本井上等少数厂商具备相关技术能力，公司是国内成熟掌握 PU 泡棉发泡技术，且产品性能优异、实现量产化的企业之一。因此，公开市场上关于精密功能泡棉涂布机的公开报价信息较少，无法获取公开市场报价进行直接比较。

(2) 设备技改类采购价格公允性

公司向鑫亚凯富采购的 2 台涂布机技改服务，主要系发行人为拓展亚克力销售的市场，满足市场对于发行人亚克力胶带的需求以及提高公司亚克力产品的生产工艺，将公司的两台老旧的涂布机进行技术更新改进。相关设备技术改进的总体成本情况如下：

单位：万元

设备名称	老设备残值	配件及设备翻新	设备改造款	合计
UV 光固化涂布机	317.70	9.18	84.07	410.95

设备名称	老设备残值	配件及设备翻新	设备改造款	合计
UV 亚克力泡棉上胶机	89.27	203.78	84.07	377.12
合计	406.97	212.96	168.14	788.07
平均值				394.04

由于公司向鑫亚凯富采购的主要系设备更新改造服务，该项服务在公开市场上无直接可比的价格，由于机器设备通过技术改造后的机器设备在机器性能和使用寿命上与新设备接近。因此通过将技术改造后的设备与同行业上市公司同类设备的原值进行比较，通过论证技术改造后的设备价值的方式，间接论证设备更新改造服务价格的公允性。

UV 光固化涂布机和 UV 亚克力泡棉上胶机可用于生产 OCA 光学胶和亚克力胶带，与市场上生产 OCA 光学胶的涂布机属于同一类型涂布机。

根据公开信息查询，公司同行业可比上市公司采购同类型涂布机设备的平均单价情况如下：

可比公司名称	设备名称	项目名称	产品类型	数据来源	数量	原值（万元）	单价（万元/台套）
斯迪克	中山松德 1# 双面胶涂布复合机生产线		电子级胶粘材料（主要原材料为 PET 膜、硅胶和亚克力胶等）	2019 年招股说明书	1.00	464.10	464.10
	中山松德 5# 双面胶涂布复合机生产线				1.00	464.10	464.10
	中山松德 6# 双面胶涂布复合机生产线				1.00	464.10	464.10
	中山松德 2# 双面胶涂布复合机生产线				1.00	483.14	483.14
	中山松德 3# 双面胶涂布复合机生产线				1.00	493.75	493.75
	中山松德 4# 双面胶涂布复合机生产线				1.00	689.07	689.07

可比公司名称	设备名称	项目名称	产品类型	数据来源	数量	原值（万元）	单价（万元/台套）
	精密多功能胶带涂布机				1.00	220.00	220.00
	1700#35 米不带 UV 水平式涂布机				1.00	364.08	364.08
	1700#40 米不带 UV 水平式涂布机 1				1.00	578.59	578.59
	1700#40 米不带 UV 水平式涂布机 2				1.00	545.71	545.71
	合计						476.66
金张科技	UV 型 OCA 涂布机		OCA 光学膜胶带	2020 年招股说明书	1.00	386.32	386.32
	合计				1.00	386.32	386.32
晶华新材	光学膜（OCA）涂布机	OCA 光学膜胶带项目	OCA 光学膜胶带	2022 年上海晶华胶粘新材料股份有限公司与光大证券股份有限公司关于非公开发行股票申请文件的反馈意见的回复	3.00	2,400.00	800.00
	合计				3.00	2,400.00	800.00
永冠新材	涂硅机	江西连冠功能性胶膜材料产研一体化建设项目	车用胶粘新材料、消费电子胶粘材料、OCA 光学胶膜等功能性胶膜材料	2020 年上海永冠众诚新材料科技（集团）股份有限公司公开发行可转换公司债券募集说明书	1.00	300.00	300.00
	高档涂布机				2.00	2,400.00	1,200.00
	涂布机中型				1.00	500.00	500.00
	涂布机大型				1.00	1,500.00	1,500.00
	涂布机（原膜涂胶）				6.00	2,400.00	400.00
	VHB 涂布机（改造）				1.00	234.00	234.00
	1600mm 涂布机				10.00	3,000.00	300.00
	1300mm 涂布机（盖光膜胶带）				4.00	600.00	150.00
	1300mm 涂布				3.00	600.00	200.00

可比公司名称	设备名称	项目名称	产品类型	数据来源	数量	原值（万元）	单价（万元/台套）
	机（电子双面胶）						
	高速油性涂布机				2.00	1,000.00	500.00
	合计				31.00	12,534.00	404.32

由上表可知，斯迪克和晶华新材的涂布机平均购置价格高于公司的涂布机的价值，而永冠新材和金张科技的涂布机平均购置价格则与公司接近。

斯迪克的涂布机平均购置价格较高，主要系斯迪克出于长远的战略性考虑，提前部署国际规格更高、产量更高、更先进的精密涂布生产设备，通过引进、消化、吸收国际先进的精密涂布技术及科学化管理，提升功能性涂层复合材料的规模化生产及管理能力。进口机器设备投入较大，进口设备价值高、规格高，可以随时调试，进行更高阶、大批量产品生产。

晶华新材的涂布机平均购置价格较高，主要系晶华新材为“OCA 光学膜胶带项目”购置的涂布机主要系用于生产高端的 OCA 光学膜等产品，购置的涂布机可以满足晶华新材对于先进工艺（如三层贴合工艺）的大规模生产需求，与传统生产线相比，生产线在涂布核心装置的精度、张力控制系统、除尘装置和在线检测仪方面都有独特的设计，可以从品质稳定性控制、自动化程度、先进工艺应用等方面，满足终端制造商客户“零缺陷”的品质要求。因此晶华新材相关涂布机设备价格更高。

### （3）厂房建设及装修工程采购价格公允性

#### ①车间装修工程价格公允性

公司的车间装修服务主要系向深圳市利瑞环境控制工程有限公司采购，报告期内深圳市利瑞环境控制工程有限公司的装修服务主要系负责公司 2 号车间厂房的洁净生产环境装修。报告期内，公司上述装修工程的结转金额依据均系按照合同价/结算价，结转金额准确，相关装修单价合理，相关装修内容及金额真实。

对于厂房装修工程而言，由于不同厂房结构、装修设计、规格等级要求、材料选取存在差异，因此无法直接比较相关装修的市场价格。根据公开信息查询，公司同行业公司披露的同类车间的装修成本投资测算情况如下：

装修类型	可比公司名称	价格区间	发行人装修单价
车间装修	晶华新材	1,500.00 元/平方米	1,538.71 元/平方米
	永冠新材	1,200.00 元/平方米	

注 1：资料来源：晶华新材来源于 2022 年非公开发行股票募集说明书等相关公告；永冠新材来源于 2022 年公开发行可转换公司债券募集说明书等相关公告。

注 2：深圳市利瑞环境控制工程有限公司装修单价为=装修总价/装修厂房面积。

从上表可以看出，公司向深圳市利瑞环境控制工程有限公司采购的厂房装修工程单价与晶华新材接近，略高于永冠新材，价格与市场价格不存在重大差异，装修单价合理。

综上，公司相关装修单价合理，相关装修内容及金额真实。

## ②厂房建设工程价格公允性

报告期内，公司的厂房建设工程服务主要向太湖县刘羊建筑安装有限公司采购，主要建设项目为公司“7、8、9 号厂房建设”（三期厂房工程）。

公司针对厂房投资环节建立了相对完善的内部控制。公司“7、8、9 号厂房建设”在确定供应商之前，公司根据工程设计方案向第三方造价咨询公司按照设计图纸对项目造价进行专业审查咨询，并出具造价咨询报告。在遴选施工方环节，公司选取了多家建造商进行询价、比价。第三方公司工程咨询造价、各建造商报价情况如下：

单位：万元

项目	第三方工程咨询造价 预算价	询比价单位及报价		
公司名称	华联世纪工程咨询股份有限公司	太湖县刘羊建筑安装有限公司 (最终建造商)	安徽万三建筑工程有限公司	安徽泽森建设工程有限公司
报价金额	3,403.54	3,546.30	3,662.03	3,592.56

从上表对比可以看出，各家建造商报价差异不大，第三方预算价系按照材料清单市场最低价进行的预算测算，故低于各建造商报价。总体报价上，太湖县刘羊建筑安装有限公司略低于其他建造商，同时，发行人结合建造商的历史合作情况、资金实力、人员的稳定性、报价高低等因素综合考虑，最终选取太湖县刘羊建筑安装有限公司作为“7、8、9 号厂房建设”建造商，采购价格公允。

发行人“功能性膜材厂房建设工程”的工程预算结合工程规划、建设项目经

济评价方法与参数等规范性文件、现行的物价水平及区域建筑工程造价指数等综合确定，在建工程造价合理。具体分析如下：

根据安庆市建筑管理处发布的安庆市 2023 年 4 月（工程合同签署时点）部分结构类型单项工程造价平方米参考指标数据，当地厂房造价情况如下：

工程类型	结构类型	层数	平方米造价（元）	工程特征	发行人 7、8、9 号厂房建设实际造价（元/平方米）
厂房	框架	多层	1670-1970	基础、现浇主体结构、砌块填充墙，外墙真石漆，屋面防水、保温，卷闸门、铝合金窗，内墙天棚普通抹灰、乳胶漆，楼地面耐磨地坪，商品砼、预拌砂浆，简易水电、消防	1,536.90[注]
厂房	钢结构	单层	1340-1680	基础、钢柱、钢梁、钢檩条、钢屋架（无吊车梁），防火涂料，外墙、屋面彩钢瓦、铝合金窗、耐磨地面，简易水电、消防、檐高 8m	

注：主体工程造价，不含其他附属设施。

发行人 7、8、9 号厂房为钢混结构，除屋顶为钢结构外，其余为框架结构，实际平均造价位于安庆市建筑管理处发布的当地厂房造价市场指导区间范围内，公司“7、8、9 号厂房建设”工程建设采购价格公允。

与同行业上市公司再融资募投项目对比情况：

公司名称	项目	实施地点	单位造价（元/m²）
世华科技	光学显示薄膜材料扩产项目	江苏省苏州市	2,752.29
晶华新材	年产 6,800 万平方米电子材料扩建项目	江苏省苏州市	1,834.86
斯迪克	精密离型膜建设项目	江苏省苏州市	2,293.58
发行人	功能性膜材厂房建设工程	安徽省安庆市	1,889.78

注 1：资料来源：可比公司单位造价来源于可比公司非公开发行股票募集说明书等公开资料，相关造价已折算为不含税金额；

注 2：为保持可比，发行人单位造价包含主体建筑及附属设施。

由上表可见，发行人厂房单位造价处于同行业可比公司造价区间范围内，由于所处地区差异等原因与同行业可比公司有所差异，造价合理。

综上，报告期内发行人工程付款进度与在建工程进度基本匹配，发行人在建工程的工程造价合理；报告期内，发行人工程建设资金流出不存在体外资金循环

情况。

### **3、核查结论**

经核查，申报会计师认为：

报告期内，发行人支付主要工程或设备供应商的主要资金去向均用于支付供应商货款、支付工资税费及归还贷款，未流向发行人及其关联方、发行人客户或供应商。报告期内，发行人工程付款进度与在建工程进度基本匹配，发行人在建工程的工程造价合理。

#### 问题 4.关于应收账款

根据申请及回复文件：（1）发行人对深圳市泰润电子清胶制品有限公司、深圳市云海电子辅料有限公司、重庆凯成科技股份有限公司等客户存在 2024 年调整信用期的情形。（2）发行人对不同客户的信用期、应收账款周转率、回款周期存在差异，前五大客户前述各项指标存在差异。（3）发行人部分主要客户应收账款存在逾期的情况。（4）发行人应收账款占营业收入规模逐年增长且高于可比公司。

请发行人：（1）列示报告期各期信用期外主要款项对应客户、主要订单及其具体执行情况、具体逾期时间、坏账计提情况、最新回款情况，结合前述情况充分说明报告期各期信用期外相关应收账款坏账计提是否充分、是否存在给予客户信用展期以获取订单的情形。（2）对比同行业上市公司客户信用期管理情况，说明发行人报告期内对部分客户调整信用期是否符合行业惯例。结合不同主要客户所处行业情况，说明发行人前五大客户信用期、回款周期存在差异的原因及合理性。（3）说明截至问询回复日的期后回款情况。

请保荐机构、申报会计师结合《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》2-22 的要求核查上述事项，说明核查过程、核查范围，并对发行人应收款项准确性、坏账计提充分性等发表明确意见。

回复：

一、列示报告期各期信用期外主要款项对应客户、主要订单及其具体执行情况、具体逾期时间、坏账计提情况、最新回款情况，结合前述情况充分说明报告期各期信用期外相关应收账款坏账计提是否充分、是否存在给予客户信用展期以获取订单的情形

（一）报告期各期信用期外主要款项对应客户、主要订单及其具体执行情况、具体逾期时间、坏账计提情况、最新回款情况

报告期各期末，发行人应收账款逾期情况如下：

单位：万元

超出信用期时间	2025 年 6 月末		2024 年末		2023 年末		2022 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	6,904.93	88.86%	7,431.45	93.58%	5,313.52	95.25%	6,054.36	97.64%
其中：3 个月内	4,536.34	58.38%	4,496.76	56.62%	3,762.30	67.44%	4,810.88	77.59%
1-2 年	692.53	8.91%	349.24	4.40%	151.47	2.72%	129.36	2.09%
2-3 年	69.95	0.90%	94.42	1.19%	113.55	2.04%	16.70	0.27%
3 年以上	103.46	1.33%	66.21	0.83%	-	0.00%	-	0.00%
合计	<b>7,770.88</b>	<b>100.00%</b>	<b>7,941.31</b>	<b>100.00%</b>	<b>5,578.54</b>	<b>100.00%</b>	<b>6,200.42</b>	<b>100.00%</b>

由上表可知，报告期各期末，发行人信用期外主要应收账款超出信用期时间较短，主要集中在超出信用期 1 年以内。

报告期各期末，公司信用期外应收账款的主要客户情况、主要订单及其具体执行情况、具体逾期时间、坏账计提情况、最新回款情况如下如下：

单位：万元

2025 年 6 月 30 日								
客户名称	信用期外应收账款对应订单具体执行情况 (含税)	信用期外金额	超出信用期具体时间				期后回款 金额	坏账准备
			1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年 以上		
深圳市东上实业有 限公司	发行人 2024 年向其销售精密功能胶粘材料 等产品 1,733.53 万元，2025 年 1-6 月向其 销售精密功能胶粘材料等产品 287.81 万元	2,021.34	2,021.34	-	-	-	954.51	112.35
深圳市泰润电子轻 胶制品有限公司	发行人 2024 年向其销售精密功能胶粘材料 等产品 160.88 万元，2025 年 1-6 月向其销 售精密功能胶粘材料等产品 309.63 万元	470.51	470.51	-	-	-	470.51	23.53
东莞市俊宇电子有 限公司	发行人 2023 年向其销售精密功能膜材产品 215.97 万元，2024 年向其销售精密功能膜 材产品 248.05 万元	464.03	46.99	417.04	-	-	-	464.03
重庆凯成科技股份 有限公司	发行人 2024 年向其销售精密功能胶粘材料 等产品 57.42 万元，2025 年 1-6 月向其销售 精密功能胶粘材料等产品 263.30 万元	320.72	320.72	-	-	-	320.72	22.53
深圳市伟业鑫精密 科技有限公司	发行人 2024 年向其销售精密功能胶粘材料 等产品 2.72 万元，2025 年 1-6 月向其销售 精密功能胶粘材料等产品 263.47 万元	266.19	266.19	-	-	-	266.19	13.31
合计		3,542.79	3,125.75	417.04	-	-	2,011.93	635.74
2024 年 12 月 31 日								
客户名称	信用期外应收账款对应订单具体执行情况 (含税)	信用期外金额	超出信用期具体时间				期后回款 金额	坏账准备
			1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年 以上		
深圳市东上实业有 限公司	发行人 2023 年向其销售精密功能胶粘材料 等产品 231.54 万元，2024 年向其销售精密	1,893.75	1,893.75	-	-	-	1,893.75	103.03

	功能胶粘材料等产品 1,662.21 万元							
重庆凯成科技股份有限公司	发行人 2024 年向其销售精密功能胶粘材料等产品 599.59 万元	599.59	599.59	-	-	-	599.59	29.98
东莞市俊宇电子有限公司	发行人 2023 年向其销售精密功能膜材产品 215.97 万元，2024 年向其销售精密功能膜材产品 248.05 万元	464.03	394.06	69.97	-	-	-	464.03
深圳市云海电子辅料有限公司	发行人 2020 年向其销售精密功能胶粘材料等产品 1.01 万元，2024 年向其销售精密功能胶粘材料等产品 357 万元	358.01	357.00	-	-	1.01	357.00	18.86
深圳市乐清合兴电子有限公司	发行人 2024 年向其销售精密功能膜材产品 267.03 万元	267.03	267.03	-	-	-	267.03	13.35
合计		3,582.40	3,511.43	69.97	-	1.01	3,117.37	629.25
2023 年 12 月 31 日								
客户名称	信用期外应收账款对应订单具体执行情况 (含税)	信用期外金额	超出信用期具体时间				期后回款 金额	坏账准备
			1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年 以上		
深圳市东上实业有限公司	发行人 2023 年向其销售精密功能胶粘材料等产品 579.52 万元	579.52	579.52	-	-	-	579.52	28.98
重庆凯成科技股份有限公司	发行人 2022 年向其销售精密功能胶粘材料等产品 9.43 万元，2023 年向其销售精密功能胶粘材料等产品 406.26 万元	415.69	415.69	-	-	-	415.69	21.12
东莞微冠新材料有限公司	发行人 2022 年向其销售精密功能膜材产品 216.70 万元，2023 年向其销售精密功能膜材产品 178.49 万元	395.19	346.51	48.69	-	-	395.19	30.59
深圳市云海电子辅料有限公司	发行人 2020 年向其销售精密功能胶粘材料等产品 1.01 万元，2023 年向其销售精密功能胶粘材料等产品 348.73 万元	349.74	348.73	-	1.01	-	348.73	18.44

欧菲光集团股份有限公司	发行人 2022 年向其销售精密功能胶粘材料等产品 184.35 万元，2023 年向其销售精密功能胶粘材料等产品 72.87 万元	257.23	256.73	0.50	-	-	257.23	244.88
合计		1,997.37	1,947.17	49.19	1.01	-	1,996.36	344.01
2022 年 12 月 31 日								
客户名称	信用期外应收账款对应订单具体执行情况 (含税)	信用期外金额	超出信用期具体时间				期后回款 金额	坏账准备
			1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年 以上		
重庆凯成科技股份有限公司	发行人 2021 年向其销售精密功能胶粘材料等产品 290.45 万元，2022 年向其销售精密功能胶粘材料等产品 350.12 万元	640.57	640.57	-	-	-	640.57	46.54
深圳市云海电子辅料有限公司	发行人 2020 年向其销售精密功能胶粘材料等产品 1.01 万元，2022 年向其销售精密功能胶粘材料等产品 377.47 万元	378.47	377.47	1.01	-	-	377.47	19.18
东莞微冠新材料有限公司	发行人 2021 年向其销售精密功能膜材产品 10.74 万元，2022 年向其销售精密功能膜材产品 243.23 万元	253.98	253.98	-	-	-	253.98	13.24
欧菲光集团股份有限公司	发行人 2022 年向其销售精密功能胶粘材料等产品 159.62 万元	159.62	159.62	-	-	-	159.62	7.98
深圳市乐清合兴电子有限公司	发行人 2022 年向其销售精密功能膜材产品 149.05 万元	149.05	149.05	-	-	-	149.05	7.45
合计		1,581.69	1,580.68	1.01	-	-	1,580.68	94.39

注：期后回款金额为截至 2025 年 11 月 30 日的回款金额，如回款金额超过信用期外应收账款金额，以信用期外应收账款金额为限。

上述主要逾期客户中，深圳市东上实业有限公司金额较大。发行人收到的深圳市东上实业有限公司签发的远期支票后，由于未能进行账务处理，会作为逾期应收账款处理。2024 年 12 月末、2025 年 6 月末，在手支票的金额分别为 1,893.75 万元、2,021.34 万元，剔除后基本不存在逾期金额。

由上表,截至 2025 年 11 月 30 日,报告期各期主要信用期外应收账款客户期后回款比例分别为 99.94%、99.95%、87.02%和 56.79%;剔除已单项计提坏账准备的东莞市俊宇电子有限公司的影响,各期主要信用期外应收账款客户期后回款比例分别为 99.94%、99.95%、99.97%和 65.35%,随着时间推移,发行人信用期外应收账款能够实现逐步回收。

## （二）充分说明报告期各期信用期外相关应收账款坏账计提是否充分

### 1、信用期外应收账款超出信用期，但主要集中在 1 年以内

报告期各期末，发行人信用期外应收账款超出信用期时间主要集中在 1 年以内，占比分别为 97.64%、95.25%、93.58%和 88.86%，超出信用期较短。

### 2、报告期末信用期外应收账款主要为公司长期合作客户

发行人信用期外应收账款对应客户主要为公司长期合作的客户，历史信用状况良好，具备付款能力，应收账款回款风险较小。在客户款项发生逾期后，发行人会及时向客户催收，催收未果的，会及时提起诉讼流程，同时，发行人会积极评估客户的还款能力，并对还款能力不足的客户充分计提对其坏账准备。

截止 2025 年 6 月 30 日，发行人前五名信用期外应收账款客户所对应的信用期外应收账款占其全部信用期外应收账款的比例为 45.59%。具体如下：

单位：万元

客户名称	信用期外应收账款金额	比例	客户主要情况
深圳市东上实业有限公司[注]	2,021.34	26.01%	自 2010 年开始与发行人合作，既往回款良好，回款风险较低
深圳市泰润电子轻胶制品有限公司	470.51	6.05%	自 2020 年开始合作与发行人合作，既往回款良好，回款风险较低
东莞市俊宇电子有限公司	464.03	5.97%	发行人已对该客户款项进行了单项计提
重庆凯成科技股份有限公司	320.72	4.13%	自 2019 年开始与发行人合作，既往回款良好，回款风险较低
深圳市伟业鑫精密科技有限公司	266.19	3.43%	自 2017 年开始与发行人合作，既往回款良好，回款风险较低
合计	3,542.79	45.59%	

注：深圳市东上实业有限公司支付方式为远期支票，发行人将其计入信用期外应收账款。

### 3、信用期外应收账款期后回款情况良好

截至 2025 年 11 月 30 日，报告期各期主要信用期外应收账款客户期后回款比例分别为 99.94%、99.95%、87.02%和 56.79%；剔除已单项计提坏账准备的东莞市俊宇电子有限公司的影响，各期主要信用期外应收账款客户期后回款比例分别为 99.94%、99.95%、99.97%和 65.35%，随着时间推移，发行人信用期外应收账款能够实现逐步回收。

4、应收账款期后回款情况

报告期内，各期末应收账款期后回款情况统计如下：

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	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
期末应收账款余额	40,518.03	-	41,055.50	-	27,987.95	-	18,542.98	-
期后回款	33,062.21	81.60%	38,596.98	94.01%	27,081.51	96.76%	18,298.50	98.68%

注：期后回款统计时点截至 2025 年 11 月 30 日，包含以承兑汇票、应收账款债权凭证方式回款金额。

根据上表分析，报告期内，发行人应收账款期后回款情况良好。

综上，发行人报告期各期信用期外相关应收账款坏账计提充分。

（三）是否存在给予客户信用展期以获取订单的情形

报告期内，公司主要客户的信用政策如下：

客户全称	主要合作模式	信用期				是否展期
		2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	
深圳市泰润电子轻胶制品有限公司	间接客户主导	月结 120 天	月结 120 天	月结 90 天	月结 90 天	是
广东领益智造股份有限公司及其关联方	间接客户主导	月结 60-90 天	月结 60-90 天	月结 90 天	月结 90 天	否
深圳市东上实业有限公司	间接客户主导	月结 60-90 天	月结 60-90 天	月结 60-90 天	月结 60-90 天	否
T 客户	直接客户主导	月结 45-120 天	月结 45-120 天	月结 45-120 天	月结 45-120 天	否
深圳市乐清合兴电子有限公司	间接客户主导	月结 60-120 天	月结 60-120 天	月结 60-90 天	月结 60-90 天	是
深圳市云海电子辅料有限公司	间接客户主导	月结 60-120 天	月结 60-120 天	月结 60-90 天	月结 60-90 天	是
深圳市华中通用技术有限公司	间接客户主导	月结 60-90 天	月结 60-90 天	月结 60-90 天	月结 60-90 天	否
新纶新材料股份有限公司	间接客户主导	/	/	月结 60 天	月结 60-90 天	否
漳州睿新特汽车零部件有限公司及其关联方	直接客户主导	月结 60-120 天	月结 120 天	月结 120 天	月结 120 天	否
重庆凯成科技股份有限公司	间接客户主导、直接客户主导	月结 90-120 天	月结 30-120 天	月结 60-90 天	月结 90 天	是

如上表所示，报告期内，深圳市泰润电子轻胶制品有限公司、深圳市乐清合兴电子有限公司、深圳市云海电子辅料有限公司、重庆凯成科技股份有限公司存在信用期展期的情形，主要系该长期合作的客户向发行人提出申请要求，在发行人对主要客户信用期正常范围区间内进行的小幅适当调整，变动基本在一个月以内。

同时，深圳市泰润电子轻胶制品有限公司、深圳市乐清合兴电子有限公司、深圳市云海电子辅料有限公司与发行人的合作模式均系间接客户主导，重庆凯成科技股份有限公司与发行人的交易主要系间接客户主导，在间接客户主导模式下，双方交易额的大小取决于终端客户向直接客户下达的需求，发行人对直接客户信用期展期并不必然导致直接客户对公司订单增加。

综上，发行人对上述客户信用期展期主要系基于双方长期合作友好的基础上，不存在通过给予客户信用展期以获取订单的情形。

**二、对比同行业上市公司客户信用期管理情况，说明发行人报告期内对部分客户调整信用期是否符合行业惯例。结合不同主要客户所处行业情况，说明发行人前五大客户信用期、回款周期存在差异的原因及合理性**

**1、对比同行业上市公司客户信用期管理情况，说明发行人报告期内对部分客户调整信用期是否符合行业惯例**

发行人及同行业上市公司客户信用期管理情况：

可比公司	信用期管理情况
世华科技	主要客户信用期为 60 天至 120 天之间
斯迪克	主要客户信用期为开票日次月 90 天-120 天不等
晶华新材	对于直销客户，公司一般根据客户的规模、市场信誉、合作时间等因素，给予客户一般不超过 3 个月的信用期，对于电子类下游行业客户，由于行业特性，资金周转较慢，公司通常给予 3 个月到 6 个月的信用账期。对于经销商客户，公司制定了不同的收款政策：对于规模较小或合作时间较短的经销商，公司一般执行款到发货；对于合作情况良好、业绩稳定的经销商，公司给予一定的信用额度及一般不超过 2 个月的信用期。另外，公司根据经销商上一年度的销售业绩及合作情况进行考评，对于资质优良的经销商给予一定信用额度及信用账期；而对于业绩不理想、资质较差的经销商，取消其原有的信用额度及信用账期。
永冠新材	内销：对新客户实行款到发货的销售政策；对部分信誉较好的老客户实行当月发货，当月结算，次月开票收款的优惠措施，内销总的信用期大约在 25-35 天左右；外销：公司外销客户信用期主要在 30 天-120 天之间，同时以 60 天

可比公司	信用期管理情况
	居多。公司的主要外销客户大多为国际知名企业，信用良好，账款结算及时，未出现长期拖欠大额货款的情形，公司回款情况良好。
发行人	内销:主要客户信用期在 60-120 天之间;外销:公司外销客户信用期主要在 30 天-120 天之间，同时以 60 天居多。

从上表可以看出，发行人同行业可比公司主要客户的信用期集中在 25-180 天，与公司业务模式更接近的世华科技、斯迪克主要客户的信用期集中在 60-120 天，发行人主要客户的信用期集中在 30-120 天，发行人与同行业可比公司信用期管理不存在重大差异。

同行业可比公司中，永冠新材存在延长 3M、NAVILUX SA de CV 两家客户信用期的情况，主要系考虑到其与上述客户合作关系较为稳定，且上述客户均为国际知名企业，信用良好，永冠新材适当放宽其信用政策，以进一步稳固与客户的关系。

发行人调整部分客户信用期亦基于合作的客户信用良好，发行人适当放宽信用政策，以进一步稳固与客户的关系，且调整后该部分客户信用期均在发行人合理信用期区间范围内，且与同行业上市公司信用期间差异不大。

## 2、结合不同主要客户所处行业情况，说明发行人前五大客户信用期、回款周期存在差异的原因及合理性

报告期内，公司前五大客户信用期及所属行业情况如下：

客户全称	应用行业	信用期			
		2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
深圳市泰润电子轻胶制品有限公司	消费电子	月结 120 天	月结 120 天	月结 90 天	月结 90 天
广东领益智造股份有限公司及其关联方	消费电子	月结 60-90 天	月结 60-90 天	月结 90 天	月结 90 天
深圳市东上实业有限公司	消费电子	月结 60-90 天	月结 60-90 天	月结 60-90 天	月结 60-90 天
T 客户	汽车行业	月结 45-120 天	月结 45-120 天	月结 45-120 天	月结 45-120 天
深圳市乐清合兴电子有限公司	消费电子	月结 60-120 天	月结 60-120 天	月结 60-90 天	月结 60-90 天
深圳市云海电子辅料有限公司	消费电子	月结 60-120 天	月结 60-120 天	月结 60-90 天	月结 60-90 天
深圳市华中通用技术有限公司	消费电子	月结 60-90 天	月结 60-90 天	月结 60-90 天	月结 60-90 天
新纶新材料股份有限	消费电子	/	/	月结 60 天	月结 60-90 天

客户全称	应用行业	信用期			
		2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
公司					
漳州睿新特汽车零部件有限公司及其关联方	汽车行业	月结 60-120 天	月结 120 天	月结 120 天	月结 120 天
重庆凯成科技股份有限公司	消费电子	月结 90-120 天	月结 30-120 天	月结 60-90 天	月结 90 天

从上表可以看出，发行人主要客户采购的发行人产品主要应用于消费电子和汽车行业。其中，发行人对应用于消费电子行业的客户信用期一般在 60-90 天、对应用于汽车行业的客户信用期一般为 45-120 天。而 2024 年起，部分长期合作的消费电子行业的客户向发行人提出申请要求，在发行人对主要客户信用期正常范围区间内进行的小幅适当调整，导致 2024 年起，发行人对应用于消费电子行业的客户信用期变更为 60-120 天。

发行人前五大客户信用期、回款周期存在差异，发行人与上述客户协商的信用期不同，是基于客户所属行业、市场地位、合作战略及风险考量等因素综合形成的，是正常的商业安排，具有合理性。

### 三、说明截至问询回复日的期后回款情况

截至问询回复日的期后回款情况统计如下：

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	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
期末应收账款余额	40,518.03	-	41,055.50	-	27,987.95	-	18,542.98	-
期后回款	33,062.21	81.60%	38,596.98	94.01%	27,081.51	96.76%	18,298.50	98.68%

注：期后回款统计时点截至 2025 年 11 月 30 日，包含以承兑汇票、应收账款债权凭证方式回款金额。

根据上表分析，报告期内，发行人应收账款期后回款情况良好。

四、请保荐机构、申报会计师结合《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》2-22 的要求核查上述事项，说明核查过程、核查范围，并对发行人应收款项准确性、坏账计提充分性等发表明确意见

（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》2-22 的要求核查上述事项

1、根据预期信用损失模型，发行人可依据包括客户类型、商业模式、付款方式、回款周期、历史逾期、违约风险、时间损失、账龄结构等因素形成的显著差异，对应收款项划分不同组合分别进行减值测试

自 2019 年 1 月 1 日起，发行人按照财政部 2017 年 3 月 31 日发布的“新金融工具准则”相关要求，对于不含重大融资成分的应收款项，以组合为基础评估预期信用风险，按照相当于整个存续期内的预期信用损失计量损失准备。

（1）单项计提坏账准备

对于应收账款，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，发行人对该应收款项单项计提坏账准备。具体的选取依据包括：a.客户公司破产、注销；b.客户公司出现经营异常；c.客户公司成为失信被执行人；d.其他表明客户回款能力不足的迹象。

报告期各期末，发行人根据上述迹象，对客户的信用风险进行综合评估，对于识别出存在客观证据表明可回收性存在较大不明朗的款项，按照单项计提坏账准备。

（2）账龄组合

除单项计提坏账准备的应收款项外，发行人均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，编制应收款项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。

2、发行人评估预期信用损失，应考虑所有合理且有依据的信息，包括前瞻性信息，并说明预期信用损失的确定方法和相关参数的确定依据

对于划分为组合的应收账款，发行人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。

具体而言，发行人根据预期信用损失模型，结合上一年度的应收款项在本年度收回的情况，计算最近五年平均迁徙率，进而计算历史损失率，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，对历史信用损失率做出调整，以反映并未影响历史数据所属期间的当前状况及未来状况预测的影响，最终确定预期信用损失率。

(1) 第一步：确定历史数据集合

报告期各期末，公司应收账款（不包含单独计提坏账准备的应收账款）的账龄分布情况如下所示：

单位：万元

组合名称	2025 年 6 月 30 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例（%）
1 年以内（含 1 年）	38,734.46	1,936.72	5
1-2 年	951.87	95.19	10
2-3 年	5.11	1.53	30
3 年以上	49.39	49.39	100
合计	39,740.82	2,082.83	5.24
组合名称	2024 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例（%）
1 年以内（含 1 年）	39,621.45	1,981.07	5
1-2 年	328.40	32.84	10
2-3 年	14.33	4.30	30
3 年以上	44.17	44.17	100
合计	40,008.35	2,062.39	5.15
组合名称	2023 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例（%）
1 年以内（含 1 年）	27,064.38	1,353.22	5
1-2 年	348.42	34.84	10
2-3 年	93.42	28.03	30
3 年以上	11.14	11.14	100
合计	27,517.35	1,427.22	5.19

组合名称	2022 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)
1 年以内 (含 1 年)	18,034.35	901.72	5
1-2 年	434.85	43.49	10
2-3 年	15.91	4.77	30
3 年以上	10.11	10.11	100
合计	18,495.22	960.09	5.19

(2) 第二步：计算历史迁徙率

当年迁徙率为上年末该账龄余额至下年末仍未收回的金额占上年末该账龄余额的比重，将 5 年以上实际损失率假设为 100%。经计算，发行人各年度迁徙率结果如下：

账龄	编号	2020-2021 年度迁徙率	2021-2022 年度迁徙率	2022-2023 年度迁徙率	2023-2024 年度迁徙率	2024-2025 年 6 月迁徙率	平均迁徙率
1 年以内	A	3.09%	2.44%	2.95%	3.37%	4.00%	3.17%
1-2 年	B	19.66%	9.39%	22.27%	21.31%	6.42%	15.81%
2-3 年	C	40.47%	17.56%	60.94%	84.84%	90.66%	58.89%
3-4 年	D	100.00%	100.00%	58.01%	99.93%	20.03%	75.59%
4-5 年	E	0.00%	100.00%	100.00%	98.97%	22.87%	64.37%
5 年以上	F	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

(3) 第三步：计算历史损失率

账龄	计算公式	历史损失率
1 年以内	$A*B*C*D*E*F$	0.14%
1-2 年	$B*C*D*E*F$	4.53%
2-3 年	$C*D*E*F$	28.66%
3-4 年	$D*E*F$	48.66%
4-5 年	$E*F$	64.37%
5 年以上	$F$	100.00%

(4) 第四步：调整历史损失率

发行人基于当前可观察以及考虑前瞻性因素对第三步中所计算的历史信用损失率做出调整，以反映并未影响历史数据所属期间的当前状况及未来状况预测的影响。发行人基于以往经验和判断，参照我国近五年 GDP 的平均增长率，设

定前瞻系数为 5%，调整后的预期信用损失率如下：

账龄	历史损失率 A	前瞻性系数 B	调整后的预期信用损失率 $C=A*(1+B)$	采用的预期信用损失率（坏账计提比例）
1 年以内	0.14%	5%	0.15%	5.00%
1-2 年	4.53%	5%	4.76%	10.00%
2-3 年	28.66%	5%	30.09%	30.00%
3-4 年	48.66%	5%	51.09%	100.00%
4-5 年	64.37%	5%	67.59%	100.00%
5 年以上	100.00%	5%	100.00%	100.00%

根据上表分析，发行人按照最近五年平均迁徙率计算的历史损失率小于发行人采用的预期信用损失率（坏账计提比例），发行人结合客户情况和前瞻性调整因子调整计算预期信用损失，以保证公司计提坏账准备的充分性和严谨性。

**3、如果对某些单项或某些组合应收款项不计提坏账准备，发行人应充分说明并详细论证未计提的依据和原因，是否存在确凿证据，是否存在信用风险，账龄结构是否与收款周期一致，是否考虑前瞻性信息，不应仅以欠款方为关联方客户、优质客户、政府工程客户或历史上未发生实际损失等理由而不计提坏账准备**

发行人不存在对某些单项或某些组合应收款项不计提坏账准备的情形。

**4、发行人重要客户以现金、银行转账以外方式回款的，应清晰披露回款方式**

报告期各期，发行人重要客户不存在以现金方式进行回款的情形，除以银行转账方式进行回款外，存在以银行承兑汇票、商业承兑汇票、债权凭证进行回款的情形。

发行人已在招股说明书之“第五节业务和技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务情况”之“（二）发行人的经营模式”之“3、销售模式”中披露回款方式情况。

5、发行人应清晰说明应收账款账龄的起算时点，分析披露的账龄情况与实际是否相符；应收账款初始确认后又转为商业承兑汇票结算的或应收票据初始确认后又转为应收账款结算的，发行人应连续计算账龄并评估预期信用损失；应收账款保理业务，如为有追索权债权转让，发行人应根据原有账龄评估预期信用损失

报告期各期，发行人应收账款账龄的起算时点与销售收入确认时点一致，即自销售收入确认时点开始计算应收账款账龄，与实际情况相符。对于应收账款初始确认后又转为商业承兑汇票结算的或应收票据初始确认后又转为应收账款结算的，发行人连续计算账龄并评估预期信用损失。

报告期各期，发行人不存在应收账款保理业务。

6、发行人应参考同行业可比公司确定合理的应收款项坏账准备计提政策；计提比例与同行业可比公司存在显著差异的，应在招股说明书中披露具体原因

报告期各期，发行人与同行业可比上市公司均根据“新金融工具准则”相关要求，以账龄组合为基础评估预期信用风险，按照相当于整个存续期内的预期信用损失计量损失准备，坏账准备计提政策一致。

项目	坏账准备计提政策				
	斯迪克	晶华新材	永冠新材	世华科技	本公司
6 个月内（含）	5%	5%	1%	2%	5%
7-12 个月	5%	5%	5%	5%	5%
1-2 年	10%	10%	20%	20%	10%
2-3 年	30%	30%	50%	50%	30%
3-4 年	100%	50%	100%	100%	100%
4-5 年	100%	80%	100%	100%	100%
5 年以上	100%	100%	100%	100%	100%

根据上表分析，发行人按照账龄组合确认的信用减值损失比例与可比公司不存在重大差异。

## （二）核查程序及核查范围

申报会计师执行了如下核查程序：

1、获取公司报告期各期末应收账款信用期内外明细表，分析信用期外主要客户、主要订单及其具体执行情况、具体逾期时间、坏账计提情况、最新回款情况；

2、获取报告期内公司主要客户信用期情况，分析是否存在给予客户信用展期以获取订单的情形；

3、查阅同行业可比上市公司定期报告和招股说明书等公开资料，对比分析发行人与同行业可比公司的应收账款坏账准备计提政策、应收账款账龄结构以及应收账款坏账准备计提比例，分析发行人坏账准备计提政策的恰当性；分析发行人主要客户信用期与同行业可比公司主要客户信用期是否存在重大差异；

4、检查主要应收账款对应的客户的销售合同，结合订单情况、收入确认时点及结算条款等信息检查是否出现债务违约，统计逾期应收账款以及占比情况；获取期后应收账款明细账，检查逾期应收账款期后回款情况。通过查询全国企业信用信息公示系统、天眼查等公开信息查询平台以及上市公司公告，了解主要收款对象经营及信用情况；

5、分析计算应收账款减值测试过程中按信用风险特征划分组合的合理性以及预期信用损失率估计的合理性，分析坏账准备计提政策的合理性和谨慎性；

6、结合公司前五大客户所属行业，分析信用期、回款周期存在差异的原因；

7、通过对发行人报告期主要客户执行访谈、函证程序，确认发行人与客户交易的真实性、期末应收款项的真实性。

### **（三）核查结论**

经核查，申报会计师认为：

报告期内，发行人报告期各期信用期外相关应收账款坏账计提充分；不存在给予客户信用展期以获取订单的情形；发行人调整部分客户信用期主要基于合作的客户信用良好，发行人适当放宽信用政策，以进一步稳固与客户的合作关系，且调整后该部分客户信用期均在发行人合理信用期区间范围内，且与同行业上市公司信用期间差异不大；发行人前五大客户信用期、回款周期存在差异，主要因客户所属行业、市场地位、合作战略及风险考量等因素综合形成，是正常的商业安排，具有合理性；报告期各期，发行人应收账款期后回款情况良好。

## 问题 5.其他问题

(1) 关于特殊投资条款。根据申请及回复文件，发行人、控股股东富印投资、实际控制人徐兵、富印贰号、富印叁号、富印肆号与海源海汇、旭创投资、许源渊、民生投资、汾湖勤合等投资者签署的协议中，存在现行有效的含特殊投资条款的协议，存在目前效力终止但未来可能恢复效力的含特殊投资条款的协议。实际控制人存在潜在的大额股份回购义务。请发行人：①在模拟测算全部涉及特殊投资条款的投资协议均恢复效力后，补充说明发行人、控股股东、实际控制人及其他承担义务的股东分别需履行的义务，说明实际控制人是否具备潜在股份回购义务的能力，发行人是否具有其他应对预案及有效性，是否具有其他保障控制权稳定性的替代方案。②逐项补充论证发行人控股股东、实际控制人与其他股东签署、现行有效的股份转让限制、投资者追随权、优先分红权等条款触发情形、控股股东与实际控制人需承担的义务及影响、对发行人股权结构、中小投资者权益保护可能产生的影响。③说明发行人及股东是否存在签署其他应披露未披露的含特殊投资条款协议的情形。

(2) 关于业务合规性。根据申请及回复文件，发行人存在未结诉讼完结情况，主要涉及商标权属纠纷；发行人存在客户供应商、关联方或实际控制人曾持股企业与发行人商标商号相近的情形。请发行人：①补充披露发行人期后完结诉讼对报告期内业绩、持续经营能力的影响，说明对报告期各期财务报表科目的具体影响。②说明发行人客户、供应商、关联方、实际控制人曾持股的企业使用与发行人相近商标、商号情形的具体情况，说明对发行人经营要素完整性的影响。③结合前述情况，说明发行人与前述主体间是否存在商标、商号权属及其使用范围相关权利义务的约定。④结合发行人现有商标的权属范围，说明发行人是否存在销售过程中使用现有商标、商号被诉侵权的风险，是否存在商标被撤销、宣告无效、诉讼等法律风险。

(3) 关于存货跌价准备。根据申请及回复文件，发行人存货跌价准备计提比例高于可比公司平均值。请发行人：结合存货库龄结构、可变现净值及确定依据、可比公司存货跌价准备计提情况等，说明发行人存货跌价准备计提比例高于可比公司平均值的原因及合理性，“公司的存货跌价准备计提策略更为谨慎”是

否严谨，是否存在与可比公司存货会计政策存在较大差异的情形，是否存在利用存货跌价准备转回进行利润调节的情形。

请保荐机构对上述事项进行核查并发表明确意见。请发行人律师核查（1）-（2）、申报会计师核查（3）并发表明确意见。

回复：

三、关于存货跌价准备

根据申请及回复文件，发行人存货跌价准备计提比例高于可比公司平均值。请发行人：结合存货库龄结构、可变现净值及确定依据、可比公司存货跌价准备计提情况等，说明发行人存货跌价准备计提比例高于可比公司平均值的原因及合理性，“公司的存货跌价准备计提策略更为谨慎”是否严谨，是否存在与可比公司存货会计政策存在较大差异的情形，是否存在利用存货跌价准备转回进行利润调节的情形

（一）结合存货库龄结构、可变现净值及确定依据、可比公司存货跌价准备计提情况等，说明发行人存货跌价准备计提比例高于可比公司平均值的原因及合理性，“公司的存货跌价准备计提策略更为谨慎”是否严谨，是否存在与可比公司存货会计政策存在较大差异的情形

1、存货库龄结构

报告期各期末，发行人存货库龄结构如下：

单位：万元

时间	账面余额	库龄 1 年以内		库龄 1-2 年		库龄 2 年以上	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
2025 年 6 月 30 日	10,462.16	8,771.57	83.84%	814.17	7.78%	876.43	8.38%
2024 年 12 月 31 日	10,419.44	8,728.51	83.77%	879.62	8.44%	811.30	7.79%
2023 年 12 月 31 日	10,434.08	9,018.90	86.44%	816.35	7.82%	598.84	5.74%
2022 年 12 月 31 日	8,575.41	6,981.94	81.42%	786.90	9.18%	806.56	9.41%

报告期各期末，发行人存货库龄集中在 1 年以内，占比分别为 81.42%、86.44%、83.77%和 83.84%，结构整体保持稳定，存货库龄结构良好。

## 2、可变现净值及确定依据

公司存货主要包括原材料、库存商品、在产品、自制半成品。

发行人根据《企业会计准则第1号——存货》及应用指南的要求，在资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量。当其可变现净值低于成本时，计提存货跌价准备。

可变现净值是指在日常活动中，存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。在确定存货的可变现净值时，以取得的确凿证据为基础，同时考虑持有存货的目的以及资产负债表日后事项的影响。

发行人根据期末存货成本与可变现净值孰低原则计价，存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提过程如下：

报告期末，发行人在对存货进行全面盘点的基础上，对于存货因遭受毁损、全部或部分陈旧过时或销售价格低于成本等原因，预计其成本不可收回的部分，提取存货跌价准备。

产成品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，其可变现净值按该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定；用于生产而持有的材料存货，其可变现净值按所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定。

报告期各期末，发行人存货的可变现净值确定的具体过程如下：

（1）对于库龄2年以上的存货，全额计提存货跌价准备；

（2）对于库龄2年以下的存货

①发出商品的可变现净值=合同价格-为实现该销售预计的费用；

②库存商品、半成品的可变现净值=预计售价（依据合同价格或各期末最近销售价格参考计算）-为实现该销售预计的费用和税金；

③原材料、在产品的可变现净值=产成品估计售价（参考产成品的预计售价）-至完工时将要发生的成本-为实现该销售预计的费用和税金。

### 3、发行人与同行业可比公司存货跌价准备的计提政策对比

发行人与同行业可比公司存货跌价准备的计提政策对比如下：

可比公司	存货跌价准备计提政策
世华科技	资产负债表日，存货按成本与可变现净值孰低原则计量。对于存货因遭受毁损、全部或部分陈旧过时或销售价格低于成本等原因，预计其成本不可收回的部分，提取存货跌价准备。存货跌价准备按单个存货项目的成本高于其可变现净值的差额提取。 对于库龄超过 3 年的原材料，除铜材等存在残值可直接对外销售、或公司可在后续生产过程中使用到的存在可变现价值的材料外，其余长库龄原材料公司对其全额计提跌价准备；对于库龄 3 年以上的库存商品和在产品及自制半成品，公司全额计提跌价准备。
斯迪克	资产负债表日按成本与可变现净值孰低计量，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。在确定存货的可变现净值时，以取得的可靠证据为基础，并且考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素。资产负债表日，公司按照单个存货项目计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备；与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，则合并计提存货跌价准备。
晶华新材	期末，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备，计入当期损益；以前减记存货价值的影响因素已经消失的，减记的金额应当予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备金额内转回，转回的金额计入当期损益。对于数量繁多、单价较低的存货，按存货类别计提存货跌价准备。
永冠新材	资产负债表日，存货按成本与可变现净值孰低原则计价。对于存货因遭受毁损、全部或部分陈旧过时或销售价格低于成本等原因，预计其成本不可收回的部分，提取存货跌价准备。
发行人	资产负债表日，存货按成本与可变现净值孰低原则计量。对于存货因遭受毁损、全部或部分陈旧过时或销售价格低于成本等原因，预计其成本不可收回的部分，提取存货跌价准备。存货跌价准备按单个存货项目的成本高于其可变现净值的差额提取。 对于库龄超过 2 年的存货，公司全额计提存货跌价准备。

注：同行业存货跌价准备计提政策来源于其定期报告、问询函回复等公开文件；

从上表可以看出，发行人与同行业可比公司的存货跌价准备计提会计政策不存在较大差异，发行人对于库龄 2 年以上的存货全额计提存货跌价准备，世华科技对于库龄 3 年以上的存货全额计提存货跌价准备，发行人整体较世华科技谨慎。

### 4、发行人存货跌价准备计提比例与同行业可比公司对比情况

报告期各期末，发行人及同行业可比公司存货跌价准备计提比例情况如下：

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
世华科技	8.07%	4.85%	3.38%	3.63%
斯迪克	8.67%	10.06%	4.56%	3.37%
晶华新材	1.10%	1.74%	1.42%	0.88%

永冠新材	1.62%	1.54%	1.22%	1.15%
可比公司平均	4.87%	4.55%	2.65%	2.26%
发行人	12.88%	13.50%	9.57%	16.55%

发行人存货跌价准备计提比例高于同行业可比公司平均水平，主要原因系发行人产品规格型号多，产品下游应用于多个行业，定制化程度较高，存货余额相对较大，库龄相对较长，发行人对长库龄存货的存货跌价准备计提比例较高。

报告期各期，2 年以上全额计提形成的存货跌价准备占存货跌价准备余额占比情况如下：

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
库龄 2 年以上的存货①	876.43	811.30	598.84	806.56
库龄 2 年以上存货占存货余额比重	8.38%	7.79%	5.74%	9.41%
库龄 2 年以上存货存货跌价准备计提金额②	876.43	811.30	598.84	806.56
库龄 2 年以上存货存货跌价准备计提比例②/①	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
存货跌价准备余额③	1,347.10	1,407.07	998.14	1,419.01
库龄 2 年以上的存货跌价准备占比②/③	65.06%	57.66%	60.00%	56.84%

从上表可以看出，报告期各期末，发行人 2 年以上的存货占存货余额的比重分别为 9.41%、5.74%、7.79%、8.38%，但其存货跌价准备金额占跌价准备余额的比例为 56.84%、60.00%、57.66%、65.06%，是发行人存货跌价计提比例高于同行业的主要原因。对于长库龄的存货，发行人对库龄 2 年以上的存货全额计提存货跌价准备，发行人同行业可比公司中，如世华科技，其针对库龄 3 年以上的存货全额计提存货跌价准备，发行人存货跌价准备计提更为谨慎。

综上所述，发行人存货跌价准备计提比例高于同行业可比公司平均水平，主要原因系发行人产品规格型号多，产品下游应用于多个行业，定制化程度较高，存货余额相对较大，库龄相对较长，发行人对长库龄存货的存货跌价准备计提比例较高所致，具有合理性。

## （二）是否存在利用存货跌价准备转回进行利润调节的情形

报告期内，发行人存货跌价准备转回或转销及对利润影响情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
存货跌价准备转回或转销金额	303.00	460.44	821.53	415.67
利润总额	5,789.54	10,222.79	6,974.82	1,700.28
存货跌价准备转回或转销金额占利润总额比例	5.23%	4.50%	11.78%	24.45%

从上表可以看出，报告期各期存货跌价准备转回或转销金额占利润总额比例分别为 24.45%、11.78%、4.50%和 5.23%，除 2022 年度利润总额较低导致相应比例较高外，发行人存货跌价准备转回或转销对当期利润总额影响较小。

同时，发行人对于存货跌价准备的计提、转回或转销均保持一贯的会计处理政策。因此不存在利用存货跌价准备转回进行利润调节的情形。

#### 四、请保荐机构对上述事项进行核查并发表明确意见。请发行人律师核查（1）-（2）、申报会计师核查（3）并发表明确意见

##### （三）关于存货跌价准备

##### 1、核查程序

申报会计师执行了如下核查程序：

（1）访谈公司财务总监，了解公司的存货管理模式、存货库龄、主要经营模式、存货跌价准备计提的具体方法等；

（2）了解存货跌价准备计提的具体计算方法、可变现净值的确定依据，分析存货跌价准备计提方法是否符合企业会计准则的规定；

（3）分析并复核发行人提供的存货跌价准备计算表的准确性；

（4）查阅同行业可比公司的招股说明书、审核问询函回复、定期报告等公开披露资料，分析发行人存货结构、存货跌价准备计提比例、存货跌价准备计提政策与同行业可比公司的差异及合理性，以及存货跌价准备计提的充分性；

（5）对存货执行监盘程序，实地观察其是否存在、资产状态。

##### 2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

发行人存货跌价准备计提比例高于同行业可比公司平均水平，主要系发行人产品规格型号多，产品下游应用于多个行业，定制化程度较高，存货余额相对较大，库龄相对较长，发行人对长库龄存货的存货跌价准备计提比例较高所致，具有合理性；发行人不存在与可比公司存货会计政策存在较大差异的情形；发行人不存在利用存货跌价准备转回进行利润调节的情形。



除上述问题外，请发行人、保荐机构、申报会计师、发行人律师对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票注册管理办法》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 46 号——北京证券交易所公司招股说明书》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 47 号——向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市申请文件》《北京证券交易所股票上市规则》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：**

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

（此页无正文，为中汇会计师事务所（特殊普通合伙）《关于安徽富印新材料股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件审核问询函有关财务问题回复的专项说明》之签字盖章页）



中国注册会计师：  

中国注册会计师：  

报告日期：2025 年 12 月 9 日



# 营业执照

统一社会信用代码

91330000087374063A (1/1)

扫描二维码登录“国家企业信用信息公示系统”了解更多登记、备案、许可、监管信息



(副本)

名称 中汇会计师事务所（特殊普通合伙）

类型 特殊普通合伙企业

执行事务合伙人 余强,高峰

出资额 贰仟壹佰捌拾万元整

成立日期 2013年12月19日

主要经营场所 浙江省杭州市上城区新业路8号华联时代大厦A幢601室

经营范围 审查企业会计报表、出具审计报告；验证企业资本，出具验资报告；办理企业合并、分立、清算事宜中的审计业务，出具有关报告；基本建设年度决算审计；代理记账；会计咨询、税务咨询、管理咨询、会计培训；法律、法规允许的其它业务活动。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。



仅供中汇会专[2025]11728号报告使用登记机关



2025年11月27日



# 会计师事务所 执业证书

名称：

中汇会计师事务所（特殊普通合伙）

首席合伙人：

主任会计师：高峰

经营场所：

杭州市上城区新业路8号华联大厦

大厦A幢601室

组织形式：

特殊普通合伙

执业证书编号：

33000014

批准执业文号：

浙财会〔2013〕54号

批准执业日期：

1999年12月28日设立，2013年12月4日转制



仅供中汇会专[2025]11728号报告使用

证书序号：0019879

## 说明

- 1、《会计师事务所执业证书》是证明持有人经财政部门依法审批，准予执行注册会计师法定业务的凭证。
- 2、《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的，应当向财政部门申请换发。
- 3、《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出租、出借、转让。
- 4、会计师事务所终止或执业许可注销的，应当向财政部门交回《会计师事务所执业证书》。

发证机关：

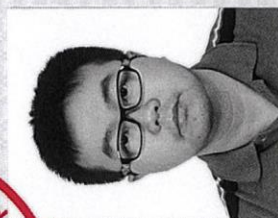


2024年12月3日

中华人民共和国财政部制



姓名	鲁立
Full name	
性别	男
Sex	
出生日期	1976年3月16日
Date of birth	
工作单位	中汇会计师事务所(特殊普通合伙)
Working unit	
身份证号码	330106197603164015
Identity card No.	



## 年度检验登记

### Annual Renewal Registration

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



证书编号： 310000062242  
No. of Certificate

批准注册协会： 浙江省注册会计师协会  
Authorized Institute of CPAs

发证日期： 2005 年 12 月 31 日  
Date of Issuance /y /m /d

年 月 日  
/y /m /d



姓名 秦林林  
Full name  
性别 男  
Sex  
出生日期 1990年7月23日  
Date of birth  
工作单位 中汇会计师事务所(特殊普通合伙)  
Working unit  
身份证号 410882199007238536  
Identity card No.



年度检验登记

Annual Renewal Registration

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

证书编号： 330000140595  
No. of Certificate

批准注册协会： 浙江省注册会计师协会  
Authorized Institute of CPAs

发证日期： 2022 年 10 月 31 日  
Date of Issuance /y /m /d

年 月 日  
/y /m /d