

目 录

一、业绩变动真实合理性及可持续性·····	第 1-32 页
二、销售真实性、收入确认准确性及核查充分性·····	第 32-87 页
三、财务内控规范性及整改有效性·····	第 87-111 页

关于湖南恒兴新材料科技股份有限公司 公开发行股票并在北交所上市申请文件的第二轮 审核问询函中有关财务事项的说明

天健函〔2026〕2-7号

北京证券交易所:

由财信证券股份有限公司转来的《关于湖南恒兴新材料科技股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的第二轮审核问询函》(以下简称审核问询函)奉悉。我们已对审核问询函所提及的湖南恒兴新材料科技股份有限公司(以下简称恒兴股份公司或公司)财务事项进行了审慎核查,现汇报如下。

除另有标注外,本说明的金额单位为万元;本说明中部分合计数与各项目直接相加之和可能存在尾数差异,这些差异是由四舍五入造成的。

如无特别说明,本说明使用的简称与《湖南恒兴新材料科技股份有限公司招股说明书(申报稿)》中的释义相同。

一、业绩变动真实合理性及可持续性

(1) 业绩变动真实合理性。根据申请文件及问询回复:①报告期内,发行人营业收入分别为 65,233.27 万元、75,509.24 万元、87,903.68 万元和 41,269.72 万元;扣非归母净利润分别为 4,716.13 万元、11,254.07 万元、12,101.61 万元和 5,848.67 万元。自 2023 年以来发行人业绩增长较快,主要系 2023 年后国内的 PVC 地板、板材主要制造商的产能得到充分释放,对公司 UV 涂料的采购需求迅速增加,以及部分主要客户逐渐开始在境外设立厂房,公司也随之开拓境外业务,外销收入迅速增长。②2022 年到 2024 年,发行人与可比公司飞凯材料、广信材料业绩变动趋势不一致,主要系不同应用领域市场需求存在差异。请发行人:①结合报告期内国内主要 PVC 地板、板材厂商产能利用情

况、经营业绩表现、行业需求变动等说明发行人 2023 年起经营业绩快速增长的合理性。②结合主要客户境外扩产的原因、计划、进度等，说明发行人 2023 年起业绩快速增长的趋势与主要客户境外产能开拓是否匹配。③结合前述原因量化分析发行人报告期内营业收入增长的主要来源，结合成本费用情况，量化说明报告期内营业收入增长率保持稳定的情况下 2023 年起扣非归母净利润大幅提升的原因及合理性。④说明发行人经营业绩变动趋势与同行业可比公司同类业务经营情况变动趋势是否存在较大差异及合理性。

(2) 业绩增长可持续性。根据申请文件及问询回复：①2025 年 1-6 月，发行人营业收入同比变动-5.09%，扣非归母净利润同比变动-16.07%，与同行业可比公司变动趋势不一致，主要系发行人下游 PVC 地板行业本期需求没有出现明显增长，且发行人产品平均销售价格略有下降所致。②报告期内，发行人与部分主要客户未签署合作框架协议，发行人认为与主要客户合作可持续，短期内被替代的风险较低。③2025 年 6 月 30 日，发行人在手订单含税金额为 1,759.81 万元，占 2025 年 1-6 月含税收入的比例为 3.83%，在手订单规模较小。④报告期内，发行人与部分主要客户协商后下调了产品价格，且主要客户价格下降滞后于与原材料价格变动。⑤发行人产品主要应用于 PVC 地板生产，下游终端产品主要出口至美国、欧洲等国家或地区。⑥报告期内，发行人外销收入金额分别为 7,283.38 万元、11,784.24 万元、22,809.03 万元和 13,264.71 万元，占比分别为 11.17%、15.61%、25.95%和 32.14%，发行人外销收入增长较快，但未购买出口信用保险。请发行人：①结合下游各领域及主要客户需求变动、主要客户扩产进程、公司产品均价变动、调价情况、成本费用构成等，说明 2025 年 1-6 月营业收入、扣非归母净利润均同比下降且扣非归母净利润下降幅度高于营业收入的原因及合理性，发行人业绩是否存在进一步下滑的风险。②说明发行人仅与少数主要客户签署框架协议是否符合行业惯例，结合发行人向报告期内主要客户销售金额占其同类产品采购金额及采购总额的占比，说明主要客户中是否存在该类产品主要向发行人采购的情形，发行人是否存在被替代的风险。③结合发行人报告期各期末在手订单金额、同行业可比公司期末订单储备等，说明报告期末发行人在手订单数量和金额相对较少是否符合行业惯例及发行人销售流程特点；结合订单一般执行周期、可执行程度等，说明发行人订单储备

是否充足，能否支撑发行人业绩增长。④说明 2023 年起树脂、助剂等原材料价格大幅下降的情况下发行人产品价格未见明显下降的合理性，原材料价格变动与主要客户售价下降之间的时滞长度，结合截至目前发行人与主要客户的调价情况，说明后续是否存在客户大规模要求发行人降价的可能，发行人是否存在期后业绩进一步下滑的风险；补充测算原材料价格上涨 10%和 15%对发行人业绩的影响。⑤结合发行人产品在下游 PVC 地板等中的成本占比、主要客户经营业绩、关税承担情况等，说明发行人是否还存在价格及毛利率的下降空间，前述情形是否会对发行人业绩持续性产生重大不利影响。⑥说明发行人外销收入增长较快的情形下未购买出口信用保险的原因，发行人是否具备面对境外合同中断、合同纠纷等风险敞口的应对能力。⑦请发行人结合实际情况充分揭示业绩下滑风险并作重大事项提示。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见，说明核查方法、范围、过程及结论。（审核问询函问题 1）

（一）业绩变动真实合理性

1. 结合报告期内国内主要 PVC 地板、板材厂商产能利用情况、经营业绩表现、行业需求变动等说明公司 2023 年起经营业绩快速增长的合理性

公司 2023 年起国内销售收入的增长主要来自 PVC 地板、板材厂商需求的增加

（1）公司 2023 年国内销售收入的增长变化情况

公司 2023 年国内分应用领域销售收入的变动情况如下：

项 目	2023 年度		2022 年度
	金额	增长额	金额
PVC 地板	49,556.36	3,757.82	45,798.54
PVC 封边条	6,928.66	148.60	6,780.06
木器	5,100.44	1,612.28	3,488.16
消费、汽车类	523.31	265.55	257.76
其他	1,616.22	-9.15	1,625.37
合 计	63,725.00	5,775.11	57,949.89

2023 年公司国内销售收入较 2022 年增加 5,775.11 万元，其中 PVC 地板领

域增加 3,757.82 万元，木器领域增长 1,612.28 万元。因此，2023 年公司国内销售收入的增加主要来自 PVC 地板、板材厂商需求的增加。

1) 2023 年 PVC 地板客户需求增加的合理性分析

2023 年公司向国内 PVC 地板涂料销售收入增加的主要客户销售情况与其产能利用情况、经营业绩表现、行业需求变动分析如下：

项 目	2023 年度		2022 年度	客户产能、收入变动情况	合理性分析
	金额	增长额	金额		
爱丽家居	2,711.85	965.64	1,746.21	2022、2023 年，爱丽家居营业收入分别为 79,895.01 万元、117,597.19 万元，境内产能未披露	客户销售收入增加，向公司采购金额相应增长
晶通集团	3,701.15	918.17	2,782.98	2024 年境内产能无变化，2022、2023 年境内工厂 PVC 地板相关收入分别为*元、*元；	客户市场需求增加，境内产能无变化，通过提高产能利用率实现收入增长，与向公司采购规模变动趋势相匹配
劲嘉集团	2,149.08	624.13	1,524.96	近年境内产能无变化，2022 年、2023 年境内工厂 PVC 地板相关收入为*元、*元	全球公共卫生事件结束后，欧美市场需求快速增长，通过提高境内工厂产能利用率满足市场需求，向公司采购金额较快增长
财纳福诺	1,507.00	504.16	1,002.84	近年境内产能无变化，2022 年、2023 年境内工厂 PVC 地板相关收入为*元、*元；	全球公共卫生事件结束后，欧美市场需求快速增长，通过提高境内工厂产能利用率满足市场需求，向公司同类产品采购比例从*增长到*，采购金额较快增长
中鑫家居	679.98	379.37	300.61	境内产能*万平方米，近年无变化；2022 年、2023 年境内工厂 PVC 地板相关收入为*元、*元	全球公共卫生事件结束后，欧美市场需求快速增长，通过提高产能利用率满足市场需求，向公司同类产品采购比例从*增长到*，采购金额较快增长
合 计	10,749.06	3,391.47	7,357.60		

资料来源：根据外部查询及访谈资料整理

注 1：爱丽家居境内主体为爱丽家居科技股份有限公司；晶通集团境内主体包括浙江晶通新材料集团股份有限公司、浙江晶顺建材科技有限公司；劲嘉集团

境内主体包括上海劲嘉建材科技有限公司、上海石塑建材有限公司、昆山盈嘉建材科技有限公司；财纳福诺境内主体包括财纳福诺家居（中国）有限公司、湖南岳盛新型材料有限公司；中鑫家居境内主体为江苏中鑫家居新材料股份有限公司。

2023 年公司 PVC 地板领域销售收入增加 3,757.82 万元，其中对上表中的客户销售收入增加 3,391.47 万元，系公司 2023 年 PVC 地板领域国内销售收入增加的主要客户。

美国和欧洲是 PVC 地板的主要消费市场，我国是全球 PVC 地板的主要生产国。2022 年，受公共卫生事件影响，欧美市场需求疲软，国内 PVC 地板生产企业产能利用率较低。2023 年，随着公共卫生事件的结束，消费市场复苏，欧美消费市场对 PVC 地板的需求量增加。由于 2020 年 8 月开始，美国对我国包括 PVC 地板在内的多个行业恢复加征 25%关税，国内大型 PVC 地板厂商依托资金实力，纷纷在东南亚的越南和泰国建立新的生产线，其在国内的产能保持稳定。2023 年公司国内 PVC 地板涂料销售收入增加的客户，通过提高产能利用率的方式，增加 PVC 地板的产量，对公司产品的需求相应增加，具有合理性。

2) 2023 年板材厂商需求增加的合理性分析

2023 年国内板材涂料销售收入增加的主要客户的销售情况与其产能利用情况、经营业绩表现、行业需求变动如下：

项 目	2023 年度		2022 年度	客户概况	变动原因
	金额	增长额	金额		
贵港汉邦木业有限公司（简称“贵港汉邦”）	556.76	556.76		该公司是一家竹木地板、家具生产商，成立于 2019 年，注册资本 8,000 万元，年度销售规模为 7~8 亿元人民币，系全国房建供应链 TOP500 首选供应商、全国木地板前 10 强供应商佛山和邦盛世家居有限公司的同一下控制下企业和生产基地之一，工厂占地 13 万平方米	新增客户，客户产能无变化，公司所占份额增加
湖州可木其木业有限公司	417.95	412.75	5.20	该公司成立于 2017 年 1 月，具备年产实木地板 20 万平方米和实木复合地板 30 万平方米的产能，年产值可达 2 亿元左右	2022 使用公司产品后，2023 年大幅增加了对公司的采购，公司所占份额增加
美述家智	226.24	226.24		该公司成立于 2018 年 7 月，主营	新增客户，客户

项 目	2023 年度		2022 年度	客户概况	变动原因
	金额	增长额	金额		
能家居有限公司				木制家居和地板的生产和销售,其品牌“美术家”2025 年获得中国地板匠心品牌,年产值 3.5 亿元左右	产能无变化, 公司所占份额增加
湖州卓联家居科技有限公司	210.24	210.24		该公司成立于 2021 年 1 月, 主营业务为地板、木材的生产和销售, 销售规模超过 1 亿元	新增客户, 客户产能无变化, 公司所占份额增加
浙江世友木业有限公司	546.66	204.31	342.35	该公司成立于 2003 年 1 月, 主要生产实木地板、实木复合地板、强化地板等产品, 该公司曾三次获得地板行业全国质量奖, 拥有 4 大生产基地, 占地面积 500 亩, 年产能超过 5000 万平方米, 年产值 15 亿元左右	市场需求增加, 客户产能无变化, 向公司采购比例从 25%增长到 30%左右
合 计	1,957.85	1,610.30	347.55		

2023 年公司国内木器领域销售收入增加 1,612.28 万元, 其中对上表中的板材厂商销售收入增加 1,610.30 万元, 系公司 2023 年国内木器领域销售收入增加的主要客户。

近年来, 公司加大了对木器领域的业务拓展, 2023 年板材领域销售收入增长的客户, 除浙江世友木业有限公司及湖州可木其木业有限公司外, 其余均为公司当年拓展的新客户, 公司对上述客户的销售收入与客户的经营规模相匹配, 具有合理性。

(2) 公司 2023 年起国内销售收入的增长变化情况

公司 2024 年国内分应用领域销售收入的变动情况如下:

项 目	2024 年度		2023 年度
	金额	增长额	金额
PVC 地板	49,430.26	-126.10	49,556.36
PVC 封边条	7,138.56	209.89	6,928.66
木器	5,784.61	684.16	5,100.44
消费、汽车类	885.47	362.16	523.31
其他	1,855.76	239.54	1,616.22
合 计	65,094.65	1,369.65	63,725.00

2024 年公司国内销售收入较 2023 年增加 1,369.65 万元，其中 PVC 地板领域略有下滑，木器领域增长 684.16 万元，主要是向贵港汉邦销售收入的增长。贵港汉邦成立于 2019 年，主要生产销售木地板，用于国内建筑物施工。2022 年至 2024 年，贵港汉邦经营情况较为稳定，实现年均收入约为 7-8 亿元。公司 2023 年替代贵港汉邦原有涂料供应商，2023 年公司向贵港汉邦销售 556.76 万元，占其同类采购的比例为 50%，2024 年向贵港汉邦的销售为 858.74 万元，占其同类采购的比例上升到 80%，2024 年贵港汉邦向公司采购份额增加，采购额随之增长，具备合理性。

综上，公司 2023 年国内销售收入的增长主要是由于公共卫生事件结束后，欧美市场需求恢复增长，主要客户产能利用率提高，带动公司收入增长；2024 年市场需求相对稳定，主要客户产能无显著变化，公司境内收入增长幅度相应较小；公司收入变动情况与客户产能变动、经营业绩表现、行业需求变动相匹配，公司 2023 年起经营业绩快速增长具备合理性。

2. 结合主要客户境外扩产的原因、计划、进度等，说明公司 2023 年起业绩快速增长的趋势与主要客户境外产能开拓是否匹配

自 2020 年 8 月开始，美国对我国包括 PVC 地板在内的多个行业恢复加征 25% 关税。为避免可能存在的贸易摩擦风险，公司下游客户纷纷在境外地区设立生产基地。2023 年起，随着全球公共卫生事件的结束，美国和欧洲消费市场复苏，对 PVC 地板的需求量快速增加，同时，公司主要客户的境外生产基地也纷纷建成投产，境外 PVC 地板的产能快速增加，对公司产品的需求量快速增长，公司 2023 年起境外销售收入快速增长。

2023 年，公司境外销售收入同比增加 4,500.86 万元，其中增长较大的客户扩产情况及与公司销售收入的匹配情况如下表所示：

项 目	2023 年度		2022 年度	变动原因
	销售金额	增长额	销售金额	
越南锐升	2,596.61	1,328.54	1,268.07	越南锐升 2021 年年底投产，产能*平方米，2023 年产能处于爬坡阶段，2022 年、2023 年 PVC 地板产量分别为*平方米、*平方米，向公司采购金额相应增长
狮核实业	1,750.50	1,247.45	503.05	狮核实业 2022 年投产，年产能 2,200 万平方米，年产值可达 14 亿元，2023 年产能处于爬坡阶段，2022 年、2023 年 PVC 地板产量分别为*平方米，*平方米，向公司采购金额相应增长

华丽集团	1,239.84	1,239.84		越南工厂 2023 年投产，产能*平方米，年产值可达 6 亿元；2022-2023 年，华丽集团向公司境外采购金额分别为*万元、*万元，具备合理性
财纳福诺	690.49	524.16	166.33	北美工厂 2023 年扩产，向发行人的境外采购量相应的上升
永裕家居	991.05	245.52	745.53	越南工厂年产能 3,000 万平方米，年产值最高可达 18 亿元左右。公司设立越南子公司后，永裕家居越南工厂向公司采购规模稳定增长，2022 年、2023 年向公司同类产品采购比例约为*
合 计	7,268.49	4,585.51	2,682.98	

注 1： 以上信息来自公开网站信息、客户走访了解情况

注 2： 2022 年越南锐升、狮核实业、永裕家居销售金额（不含税）已包括鑫恒越（合并）销售的金额；

注 3： 永裕家居境外主体为 CÔNG TY TNHH SẢN NHÀ VĨNH DỤ VIỆT NAM（越南永裕）；财纳福诺境外主体为 CFL.USA.LLC（美国财纳）；华丽集团境外包括越南华丽、泰国华丽及美国华丽三家主体。

2023 年，公司境外销售收入增加 4,500.86 万元，其中上述客户销售收入增加 4,585.11 万元，占 101.88%，公司对上述客户销售收入的增加与客户的扩产相匹配。

2024 年，公司主要客户境外扩产情况及与公司收入增长的匹配情况如下：

项 目	2024 年度		2023 年度	变动原因
	销售金额	增长额	销售金额	
华丽集团	3,917.41	2,677.57	1,239.84	越南工厂 2023 年投产，产能*万平方米，年产值可达 6 亿元；泰国工厂 2024 年投产，年产能*平方米，年产值可达 20 亿元；2024 年华丽集团境外工厂产能仍处于爬坡阶段，向公司采购金额增长具备合理性
越南锐升	4,311.78	1,715.17	2,596.61	越南锐升 2021 年年底投产，产能*平方米，2024 年仍处于产能爬坡阶段，2023 年、2024 年 PVC 地板产量分别为 *平方米，*平方米，向公司采购金额相应增长
劲嘉集团	1,995.92	1,047.05	948.87	劲嘉集团 2020 年在越南建立工厂，年产能*平方米，年产值可达 18 亿元；2024 年仍处于产能爬坡阶段，采购量有所增长，在合理范围内
亚美实业	1,384.47	977.17	407.30	亚美实业 2020 年进入 SPC 地板生产行业，年产能 3,000 万平方米，年产值最高可达 18 亿元左右，2023 年、2024 年处于产能爬坡阶段，2024 年向公司采购比例从*增长至*，采购金额大幅增加
狮核实业	2,706.43	955.94	1,750.50	狮核实业 2022 年投产，年产能 2,200 万平方米，年产值可达 14 亿元；2024 年仍处于产能爬坡阶段，向公司采购金额相应增长

项 目	2024 年度		2023 年度	变动原因
	销售金额	增长额	销售金额	
财纳福诺	1,609.88	919.39	690.49	越南工厂 2024 年扩建后年产能达 1,500 万平方米,年产值最多可达 12 亿元左右;北美工厂 2023 年扩建后年产能 1,000 万平方米,年产值最多可达 8 亿元左右;近年来该客户境外工厂业务发展良好,产能持续扩张,对公司产品需求呈增长趋势
新晋股份	1,048.33	648.38	399.95	年产能*平方米,2023 年、2024 年产量均为*平方米左右,向公司同类产品采购比例分别为*
越南海帆新材料有限公司	267.51	267.51		2024 年新拓展的客户,主要从事 PVC 地板生产经营,年产能*平方米,产值可达*元
永裕家居	1,199.42	208.37	991.05	年产能 3,000 万平方米,年产值最高可达 18 亿元左右。公司设立越南子公司后,永裕家居越南工厂向公司采购规模稳定增长,2023 年、2024 年向公司同类产品采购比例分别为*
合 计	18,441.16	9,416.56	9,024.60	

资料来源：根据公开查询及访谈资料整理

注 1： 劲嘉集团境外主体为 JINKA CONSTRUCTION MATERIAL TECHNOLOGY COMPANY LIMITED；永裕家居境外主体为 CÔNG TY TNHH SẢN NHÀ VĨNH DỤ VIỆT NAM（越南永裕）；

注 2： SPC 地板全称为石塑复合地板，是 PVC 地板的分支，核心材质是 PVC+天然石粉（碳酸钙），经高温挤压成型，无胶水、无木质成分。

2024 年，公司境外销售收入增加 11,024.79 万元，其中上述客户销售收入增加 9,416.56 万元，占 85.41%，公司对上述客户销售收入的增加与客户的产能及扩产相匹配。

综上所述，自 2020 年 8 月开始，为避免可能存在的贸易摩擦风险，公司下游客户纷纷在境外地区设立生产基地，公司 2023 年起业绩快速增长的趋势与主要客户境外产能开拓相匹配。

3. 结合前述原因量化分析公司报告期内营业收入增长的主要来源，结合成本费用情况，量化说明报告期内营业收入增长率保持稳定的情况下 2023 年起扣非归母净利润大幅提升的原因及合理性

（1）公司报告期内营业收入增长的主要来源

报告期内，公司营业收入分别为 65,233.27 万元、75,509.24 万元、87,903.68

万元及 41,269.72 万元，2023 年度、2024 年度及 2025 年 1-6 月分别同比增加 10,275.97 万元、12,394.44 万元及-2,212.53 万元。2022-2024 年度处于增长趋势，2025 年 1-6 月有所下滑。

2023 年公司销售收入较 2022 年增加 10,275.97 万元，其中来自境内的销售收入增加 5,775.11 万元，主要来自境内主要 PVC 地板的需求量增长、产能利用率提高，以及公司新拓展的板材客户。来自境外的销售收入增加 4,500.86 万元，主要来自境外客户新增产能的释放。2024 年公司销售收入较 2023 年增加 12,394.44 万元，其中境外销售收入增加 11,024.79 万元，主要来自境外客户新增产能的持续释放，境内销售收入增加 1,369.65 万元，境内客户市场需求基本保持稳定。

综上，公司报告期内营业收入增长主要来自境内外客户新增产能、提升产能利用率，从而对公司产品需求的增加

(2) 结合成本费用变动情况，量化说明报告期内营业收入增长率保持稳定的情况下 2023 年起扣非归母净利润大幅提升的原因及合理性

2022 年-2024 年，公司营业收入、成本、费用变动情况对扣非归母净利润的影响如下表所示：

项 目	2024 年度	变动额	变动幅度	2023 年度	变动额	变动幅度	2022 年度
营业收入	87,903.68	12,394.44	16.41%	75,509.24	10,275.97	15.75%	65,233.27
营业成本	55,520.13	7,389.97	15.35%	48,130.16	-934.66	-1.90%	49,064.82
综合毛利	32,383.55	5,004.47	18.28%	27,379.08	11,210.63	69.34%	16,168.45
期间费用	16,329.30	4,030.50	32.77%	12,298.80	2,471.77	25.15%	9,827.03
扣非归母净利润	12,101.61	847.55	7.53%	11,254.07	6,537.94	138.63%	4,716.13

2022 年-2024 年，公司营业收入分别 65,233.27 万元、75,509.24 万元、87,903.68 万元。2023 年受欧美市场 PVC 地板需求增加因素影响，公司下游客户产能增加，公司销售收入较上年增长 15.75%，受原材料采购价格下降因素影响，同期营业成本下降 1.90%，营业收入增加且成本下降，带动综合毛利增加 11,210.63 万元，扣非归母净利润增加 6,537.94 万元，增幅为 138.63%，增幅较大。2024 年公司下游客户市场需求继续保持增长，公司销售收入较上年增长 16.41%，同期原材料采购价格趋稳，营业成本增长 15.35%，增幅与营业收入的

增幅相当。受销售收入增长因素影响，2024 年公司扣非归母净利润增长 7.53%。

2023 年以来，公司扣非归母净利润增长均来源于营业收入增长及营业成本变动。在营业收入增长率保持稳定的情况下，扣非归母净利润大幅提升的原因主要是由于公司销售均价变动幅度较小，而产品单位成本下降幅度相对较大。公司主要产品销售均价及单位成本变动情况如下：

1) UV 涂料

UV 涂料	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额
单位成本（元/kg）	26.92	-2.96%	27.74	-16.77%	33.33
其中：单位直接材料成本（元/kg）	24.45	-3.51%	25.34	-16.62%	30.39
销售均价（元/kg）	43.59	-1.65%	44.32	-0.76%	44.66

② PUR 热熔胶

UV 涂料	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额
单位成本（元/kg）	19.47	-6.93%	20.92	-12.40%	23.88
其中：单位直接材料成本（元/kg）	17.36	-7.22%	18.71	-15.11%	22.04
销售均价（元/kg）	26.90	-5.28%	28.40	-1.93%	28.96

报告期内，受原材料采购价格下降因素影响，公司 UV 涂料及热熔胶产品的单位成本均呈下降趋势。其中，2023 年 UV 涂料及热熔胶产品单位成本变动分别为-16.77%、-12.40%，产品销售均价变动仅为-0.76%及-1.93%，产产品销售均价下降幅度远小于产品单位成本的下降幅度，导致当年综合毛利较上年大幅增加，扣非归母净利润相应大幅增长。2024 年 UV 涂料及热熔胶产品单位成本变动分别为-2.96%、-6.93%，产品销售均价变动为-1.65%及-5.28%，产品单位成本及销售均价变动幅度差异相对较小，扣非归母净利润主要受销售收入增长因素影响，增速相应放缓。

2) 产品单位成本下降的合理性

2022 年度至 2024 年度，公司直接材料成本占营业成本的比重分别为 91.30%、91.15%、90.70%，是公司产品成本构成中最重要的组成部分。公司原材料按照市场价格采购，采购价格主要受上游行业产品周期、产品供求关系影响。2022 年

度至 2024 年度，公司各类原材料采购价格变动情况如下：

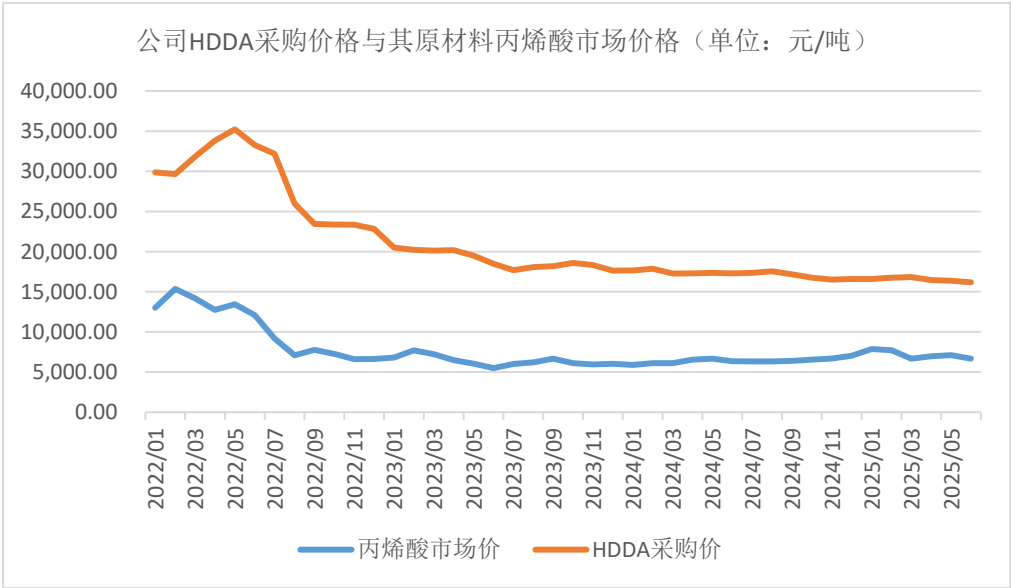
单位：元/吨

名称	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	平均单价	变动比例	平均单价	变动比例	平均单价
树脂	20,549.86	-3.95%	21,395.97	-26.27%	29,021.10
助剂	37,550.96	0.19%	37,478.69	-8.40%	40,917.68

2023 年树脂采购单价较 2022 年下降了 26.27%，2024 年树脂采购单价基本保持稳定；2023 年助剂采购单价较 2022 年度下降了 8.40%，2024 年助剂采购单价亦基本保持稳定。

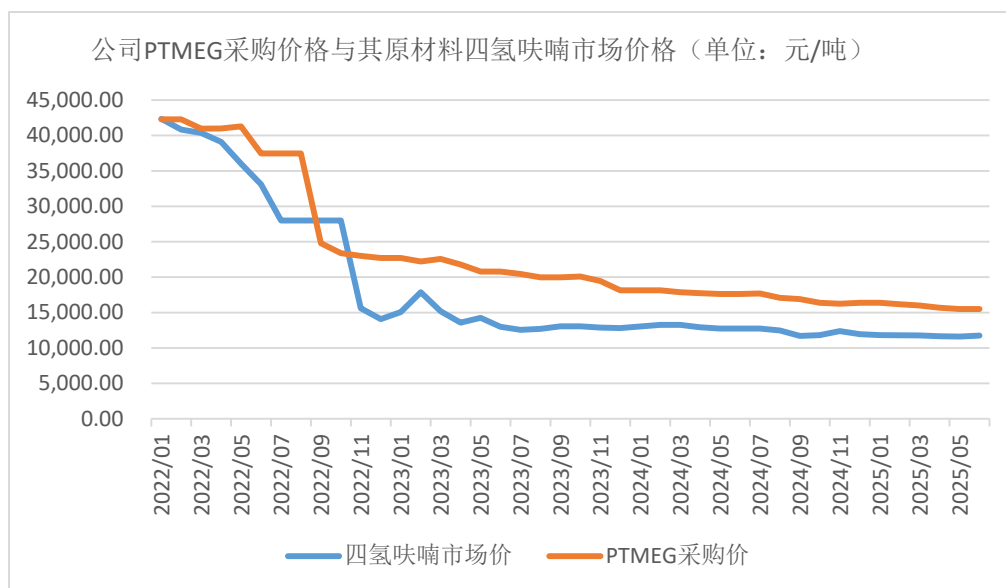
① 原材料上游大宗商品市场价格情况

以公司采购的典型品种 HDDA 和 PTMEG（聚四氢呋喃）为例，其核心原材料分别为“丙烯酸”和“四氢呋喃”，报告期内相关产品采购价格和对应原材料公开市场价格变动趋势对比如下：



注：数据来源于 Wind

如上图所示，报告期内，公司 HDDA 采购价格与其原材料丙烯酸的公开市场价格变动趋势基本保持一致。



注：数据来源于 Wind，少部分月份无公开市场价格或公司未进行采购，默认该月价格与上月一致

如上图所示，报告期内，公司 PTMEG（聚四氢呋喃）采购价格与其原材料四氢呋喃的公开市场价格变动趋势基本保持一致。

② 与同行业可比公司同类原材料采购价格比较情况

同行业可比公司中，松井股份未披露其原材料采购价格，飞凯材料原材料名称用代码表示，无法识别具体原材料类别或名称，鉴于数据可获取性，将公司报告期内树脂采购均价和广信材料树脂采购均价对比如下：

单位：元/KG

公司名称	原材料类别	2024 年度	2023 年度	2022 年度
广信材料	树脂	22.58	25.30	31.25
恒兴股份公司	树脂	20.55	21.40	29.02

注：数据来源于广信材料年度报告，其年度报告中仅披露上半年和下半年采购平均价格，年度平均采购价格以上半年和下半年平均价格算术平均值为参考值

如上表所示，报告期内广信材料树脂采购价格变动趋势与公司保持一致。因公司产品和广信材料产品应用领域不同，具体采购的原材料树脂品种及指标参数均存在一定差异，采购价格存在一定的差异具有合理性。

综上，2022 年-2024 年，公司主要原材料市场价格呈下降趋势，公司采购价格与市场价格及同行业可比公司变动趋势一致，公司主要产品单位成本变动具备合理性。

综上，2023 年以来，公司下游欧美市场需求增长，境内客户提高产能利用率、境外客户持续扩产，是公司营业收入增长的主要来源；公司在营业收入增长率保持稳定，销售均价变动幅度较小的情况下，扣非归母净利润大幅提升的原因在于主要原材料采购价格下跌，产品单位成本下降，具备合理性。

4. 说明公司经营业绩变动趋势与同行业可比公司同类业务经营情况变动趋势是否存在较大差异及合理性

(1) 销售收入

公司与同行业可比公司的 UV 涂料业务收入比较如下：

公司名称	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	收入	变动幅度	收入	变动幅度	收入
松井股份	71,255.90	29.66%	54,955.01	18.47%	46,388.50
广信材料	18,482.75	8.08%	17,101.49	-8.44%	18,678.33
飞凯材料	61,488.20	-3.64%	63,810.65	-3.74%	66,286.74
恒兴股份公司	78,000.31	16.06%	67,206.21	12.54%	59,719.31

同行业可比公司中，松井股份、广信材料的涂料主要应用于消费电子、汽车领域，飞凯材料的涂料产品主要应用于光纤光缆领域，公司的产品主要应用于 PVC 地板、封边条领域，由于不同应用领域市场需求的差异，导致其相关业务收入变动趋势与公司存在一定差异。2022 年到 2024 年，松井股份与公司同类业务收入业绩呈增长趋势，与公司一致；飞凯材料及广信材料与公司同类业务收入变动较小，主要系其产品与公司的应用领域及客户群体不同。

(2) 营业成本

公司与同行业可比公司的 UV 涂料业务成本比较如下：

单位：万元，万元/吨

公司名称	2024 年度			2023 年度			2022 年度	
	成本	单位成本	单位成本变动	成本	单位成本	单位成本变动	成本	单位成本
松井股份	36,625.83	3.58	-0.68%	28,170.14	3.60	-14.39%	23,501.32	4.21
广信材料	11,509.03	1.92	-4.56%	10,640.79	2.02	-41.15%	12,975.27	3.42
飞凯材料	40,048.54	2.87	-11.77%	42,272.91	3.25	-7.80%	45,850.26	3.53
恒兴股份公司	48,175.30	2.69	-2.92%	42,062.27	2.77	-16.77%	44,558.72	3.33

直接材料成本是公司产品成本构成中最重要的组成部分，树脂是生产 UV 涂料的主要原材料，2023 年，由于树脂市场价格下降，同行业可比公司生产成本均有所下降，与公司变动趋势一致。其中，飞凯材料的树脂是其公司内部生产，在原材料价格下降前期需消耗前期采购成本较高的树脂，成本下降幅度较小；松井股份产品单位成本降幅与公司相当，分别为-14.39%和-16.77%。2024 年，公司及同行业可比公司产品单位成本降幅趋缓，公司成本降幅与松井股份及广信材料接近，而飞凯材料随着前期采购的原材料逐步消耗，树脂市场价格下降的影响显现，产品单位成本降幅最大。

公司与同行业可比公司同类原材料采购价格比较情况详见本问题回复“（一）业绩变动真实合理性”之“3. 结合前述原因量化分析公司报告期内营业收入增长的主要来源，结合成本费用情况，量化说明报告期内营业收入增长率保持稳定的情况下 2023 年起扣非归母净利润大幅提升的原因及合理性”之“（2）结合成本费用及均价变动情况，量化说明报告期内营业收入增长率保持稳定的情况下 2023 年起扣非归母净利润大幅提升的原因及合理性”之回复。

（3）扣非归母净利润

报告期内，公司与同行业可比公司扣非归母净利润比较如下：

公司名称	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额	同比增长	金额	同比增长	
松井股份	7,901.46	7.18%	7,372.00	4.65%	7,044.62
飞凯材料	23,994.58	379.65%	5,002.47	-88.45%	43,302.83
广信材料	-3,009.39	-11943.57%	25.41	-100.70%	3,616.30
公司	12,101.61	7.53%	11,254.07	138.63%	4,716.13

由于经营产品应用领域及经营效率的差异，同行业可比公司经营业绩变动趋势差异较大。其中，飞凯材料、广信材料 UV 涂料业务在其总体业务中所占比例较低，受各业务板块经营情况的综合影响，总体经营业绩波动较大。松井股份 2024 年扣非归母净利润增幅与公司基本相当，2023 年增幅低于公司，主要原因在于松井股份产品主要应用于消费电子领域，产品毛利率水平高，2023 年受市场竞争的影响，采取了根据产品成本同步下调产品价格的策略，维持了稳定的毛利率水平，故其扣非归母净利润增幅较小，而公司产品销售价格相对稳定，故公

司扣非归母净利润增幅较大。

公司及可比上市公司 2022 年-2024 年产销售均价变动情况如下：

单位：万元/吨

公司名称	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	均价	均价变动	均价	均价变动	均价
松井股份	6.96	-0.95%	7.03	-15.39%	8.31
广信材料	3.09	-4.63%	3.24	-34.29%	4.93
飞凯材料	4.41	-10.25%	4.91	-3.74%	5.10
恒兴股份公司	4.36	-1.65%	4.43	-0.76%	4.47

从产品销售均价来看，及同行业可比公司销售均价均呈下降趋势。受各公司产品下游应用领域市场竞争情况及市场影响力差异的影响，各公司下降幅度各有差异。公司为 PVC 地板应用领域的优势企业，竞争对手主要为阿克苏诺贝尔、PPG、宣伟等知名度高的外资品牌公司，外资品牌由于其核心技术团队远在海外，对于本土下游客户的技术服务诉求响应速度较慢，由于全球定价策略及产品成本等原因其产品销售价格较高。在主要原材料价格下降的背景下，公司产品平均销售价格虽然未发生大的变动，但与竞争对手相比，仍有一定的价格优势。故公司采取了相对稳定的产品价格策略，产品销售价格调整较小，具备合理性。

综上，松井股份与公司同类业务收入呈增长趋势，与公司一致；由于不同应用领域市场需求的差异，广信材料和飞凯材料相关业务收入变动趋势与公司存在一定差异，具备合理性。产品成本方面，公司及可比公司相关产品成本总体变动趋势一致，其中飞凯材料由于自身生产树脂，其成本变动滞后于可比公司，具备合理性。公司经营业绩变动趋势与同行业可比公司同类业务经营情况变动趋势存在一定差异，具有合理性。

（二）业绩增长可持续性

1. 结合下游各领域及主要客户需求变动、主要客户扩产进程、公司产品均价变动、调价情况、成本费用构成等，说明 2025 年 1-6 月营业收入、扣非归母净利润均同比下降且扣非归母净利润下降幅度高于营业收入的原因及合理性，公司业绩是否存在进一步下滑的风险

2025 年 1-6 月，公司营业收入、成本同比变动情况对扣非归母净利润的影响如下表所示：

序号	项目	2025 年 1-6 月	2024 年 1-6 月	变动值	变动幅度
1	营业收入	41,269.72	43,482.24	-2,212.53	-5.09%
2	营业成本	26,035.59	26,930.66	-895.07	-3.32%
3	综合毛利	15,234.13	16,551.59	-1,317.45	-7.96%
4	所得税费用	946.90	1,170.52	-223.62	-19.10%
5	影响数（5=3-4）	14,287.23	15,381.06	-1,093.83	-7.11%
6	扣非归母净利润	5,848.67	6,968.92	-1,120.25	-16.07%

2025 年 1-6 月，公司营业收入变动-5.09%，而营业成本变动-3.32%，变动幅度略低于营业收入变动幅度，使得公司综合毛利同比下降 1,317.45 万元，剔除企业所得税的影响后，综合毛利变动金额与公司扣非归母净利润净变动值基本相当，故公司扣非归母净利润的下降主要是由于营业收入及综合毛利率均有所下降导致的。

(1) 公司产品市场需求稳定，产品销售均价下降是公司 2025 年 1-6 月营业收入下降的主要原因

2025 年 1-6 月，公司主要产品销售同比变动情况如下表所示：

单位：万元，吨，元/千克

UV 涂料	2025 年 1-6 月	2024 年 1-6 月	变动幅度
销售收入	36,446.50	38,486.07	-5.30%
销量	8,540.95	8,614.85	-0.86%
销售均价	42.67	44.67	-4.49%
热熔胶	2025 年 1-6 月	2024 年 1-6 月	变动幅度
销售收入	4,199.04	4,354.62	-3.57%
销量	1,623.45	1,578.15	2.87%
销售均价	25.86	27.59	-6.26%

2025 年 1-6 月，公司 UV 涂料销量同比变动-0.86%，相对于上年同期基本稳定，热熔胶销量同比增长了 2.87%，公司主要产品总体市场需求基本稳定。从销售均价来看，UV 涂料和热熔胶分别同比下降 4.49%和 6.26%。总体来看，公司 2025 年 1-6 月销量相比上年同期基本保持稳定，销售收入的变动主要是由于受市场竞争的影响，销售均价有所下降。

(2) 公司产品成本下降趋缓，下降幅度低于销售均价的下降幅度是 2025 年

1-6 月扣非归母净利润下降幅度高于营业收入的主要原因

2025 年 1-6 月，公司主要产品单位成本变动情况如下表：

单位：元/千克			
UV 涂料	2025 年 1-6 月	2024 年 1-6 月	变动幅度
单位成本	26.47	27.07	-2.22%
热熔胶	2025 年 1-6 月	2024 年 1-6 月	变动幅度
单位成本	18.21	19.58	-7.00%

从产品成本来看，公司 UV 涂料的产品成本相对 2024 年同期下降 2.22%，降幅低于销售均价的降幅，与原材料价格下降趋缓，而产品价格受市场竞争的影响仍有所下调有关，具备合理性。热熔胶产品单位成本下降 7.00%，降幅大于产品价格降幅，主要是由于公司改善了部分热熔胶产品的配方，使得其产品成本下降有关。总体来看，由于 UV 涂料销售收入远大于热熔胶销售收入，公司 2025 年 1-6 月产品单位成本降幅总体低于销售均价的降幅，使得公司综合毛利率从 2024 年 1-6 月的 38.07%下降至 2025 年 1-6 月的 36.91%，进而导致公司扣非归母净利润下降幅度高于营业收入降幅。

综上，2025 年 1-6 月，公司下游市场需求未发生明显变化，公司产品销量基本保持稳定，营业收入受价格下调的影响同比有所下滑，而原材料市场价格下相对稳定，原材料价格下降幅度低于产品销售价格下降幅度，使得公司扣非归母净利润下降幅度高于营业收入，具备合理性。

(3) 公司经营业绩进一步下滑的风险较小

中国涂料工业协会统计数据显示，2024 年度，中国涂料工业总产量为 3,534.1 万吨。据此测算，2024 年度国内 UV 涂料占涂料总产量的比例仅为 0.62%，占比较低。UV 涂料未来仍有较大的发展空间。2022 年到 2024 年，公司销量、销售收入逐年增加。

美国是 PVC 地板的主要消费国。2025 年 4 月，美国对所有贸易伙伴设 10% 最低基准对等关税，对贸易逆差大的经济体实施个性化更高的对等关税，受美国关税政策的影响，PVC 地板对美国的出口量降幅较大，2025 年 10 月，随着越南、泰国等国与美国达成互惠贸易协定框架，这些国家对美国的出口恢复，受此因素影响，预计 2025 年公司的销售量与上年基本持平。目前公司产品境内外市场需求较为稳定，公司下游主要客户为应对关税政策风险，在境外产能布局已基本建

成并将继续扩产，未来若不发生贸易摩擦等不可抗力风险，公司产品销售收入能保持稳定。

产品销售价格方面，UV 涂料涂布于物体表面形成薄膜，具有保护、装饰或其他特殊功能（美观、防滑、防霉、耐热等），对提升客户产品的性能具有重要的影响，同时，涂料成本占下游客户 PVC 地板、木器产品的生产成本的比例不超过 5%，因此下游客户在选择 UV 涂料供应商时，首要关注的是产品性能和及时响应的服务质量，并通过对产品性能、服务质量、价格、品牌等方面进行综合评判后确定。公司与客户的销售合同未约定销售价格与产品成本间的调整机制，公司产品销售价格主要受市场竞争因素影响。市场上公司同类产品生产企业有阿克苏诺贝尔、PPG、宣伟等知名度高的外资品牌公司和国内中小企业。外资品牌产品性能和各项技术指标均有优势，但由于全球定价策略及产品成本等原因，其产品销售价格普遍较高，而国内中小企业由于产品性能和各项技术指标的差距，产品价格普遍较低。公司产品性能和各项技术指标与外资品牌相近，相比外资品牌核心技术团队远在海外，难以为企业提供及时全面的技术支持，公司的技术团队分布在客户所在地，可以及时为客户提供全面的技术支持，同时，产品性能和各项技术指标优于国内中小企业，因此，公司的产品销售价格处于市场中间位置。2023 年起，随着原材料采购价格的下降，UV 涂料生产企业盈利能力上升，市场价格竞争更加激烈，公司也相应下调了产品销售价格。原材料采购价格自 2023 年大幅下降后，2024 年、2025 年基本保持稳定。由于国内中小企业通过几轮降价后，其盈利空间较小，未来继续大幅降价的可能性较低，预计公司产品销售价格未来能基本保持稳定。

产品成本方面，公司产品成本主要是原材料成本，占公司生产成本的 90%左右，原材料采购价格是影响原材料成本的主要因素。树脂是公司的主要原材料，其价格与生产树脂的主要原材料丙烯酸价格高度相关。

根据 Wind 数据，近十年丙烯酸的价格趋势如下：



2021 年至 2022 年，全球公共卫生事件导致供应链紧张，推高了丙烯酸价格。2023 年供应链恢复，同时，江苏三木、广西华谊等新增产能入市，市场供应量大幅增加，叠加 2023 年房地产市场深度调整，涂料需求萎缩，导致 2023 年丙烯酸价格较 2022 年高位大幅回落。

从 2015 年至今，除 2021 年和 2022 年丙烯酸价格有大幅上涨外，其余年度价格波动幅度较小。因此，从丙烯酸历史上价格变动情况看，公司主要原材料树脂未来大幅上涨，进而导致公司生产成本大幅增加的可能性较低。

综上，受美国关税政策及市场竞争导致产品销售价格下调因素影响，预计公司 2025 年销售收入较上年下降 6%左右，扣非归母净利润下降 10%左右。未来公司下游客户产品境内外市场需求不会发生重大不利变化，公司主要客户为应对关税政策风险，在境外产能布局已基本建成并将继续扩产，公司产品销售价格不存在大幅下降空间，主要原材料采购价格波动幅度较小，公司经营业绩进一步下滑的风险较小。公司已在招股说明书“第三节 风险因素”部分，完整披露了公司未来经营可能存在的以下风险：

“一、经营风险”披露“（一）主要原材料价格波动的风险”“（二）国际贸易形势变化的风险”“（三）市场竞争风险”“（四）境外销售风险”及“（五）经营业绩下滑风险”。具体如下：

“（一）主要原材料价格波动的风险

公司主要原材料为树脂、助剂等化工产品，市场供应充足，但价格容易受到宏观经济周期、货币政策、市场需求和汇率波动等因素的影响，价格波动幅度较大。报告期各期，公司直接材料成本占营业成本的比重分别为 91.30%、91.15%、

90.70%及 90.68%，直接材料价格的波动对公司的营业成本影响较大。报告期内，在其他条件不变的情况下，若原材料价格上涨 1%，测算公司净利润将分别下降 8.51%、3.30%、3.77%及 3.28%；若原材料价格上涨 5%，公司净利润将分别下降 42.56%、16.49%、18.86%及 16.42%；若原材料价格上涨 10%，测算公司净利润将分别下降 85.12%、32.99%、37.73%及 32.84%；若原材料价格上涨 15%，公司净利润将分别下降 127.68%、49.48%、56.59%及 49.25%。如未来原材料市场价格大幅波动，而产品销售价格未能及时调整，公司经营业绩将随之大幅波动，给公司带来一定经营风险。

（二）国际贸易形势变化的风险

报告期内，公司下游客户生产的 PVC 地板大部分出口销售至美国和欧洲市场。近年来，全球贸易受到了主要经济体贸易政策变化、主要发达国家经济增长放缓等因素的影响，全球贸易摩擦明显增多，国际经济体之间的贸易摩擦时有发生。若未来贸易摩擦进一步加剧、国际贸易形势变动较大，各种不确定、不稳定因素频现，或公司下游客户产量因关税政策大幅变动而受到重大影响，进而加剧公司产品的市场竞争，导致公司产品价格及毛利率下降，可能对公司业绩持续性产生重大不利影响。

（三）市场竞争风险

随着 UV 涂料行业的快速发展，行业竞争情况加大，行业内存量企业或新进入者对公司的挑战将加大；竞争可能导致公司产品销售压力增大，产品价格下调，盈利能力降低，各种不确定、不稳定因素可能对公司业务产生不利影响。

（四）境外销售风险

受国际贸易政策的影响，近年公司主要客户纷纷到东南亚地区建厂生产，公司相应在越南和泰国建立了子公司，境外销售的比例逐年提高。报告期内，公司境外销售金额分别为 7,283.38 万元、11,784.24 万元、22,809.03 万元及 13,264.71 万元，占营业收入的比例分别为 11.17%、15.61%、25.95%及 32.14%；公司境外销售结算货币为美元及当地货币；若当地经营环境、国际贸易形势或外币汇率发生不利变化，公司可能因此而承受损失。

（五）经营业绩下滑风险

经初步核算，公司预计 2025 年营业收入为 78,000.00 万元至 83,000.00 万

元，同比下降 11.27%至 5.58%；归属于母公司所有者净利润为 11,000.00 万元至 12,000.00 万元，同比下降 3.04%至上升 5.78%；归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润为 10,400.00 万元至 11,000.00 万元，同比下降 14.06%至 9.10%。若未来受到市场竞争加剧、原材料价格持续上涨、国际贸易形势、境外经营环境发生不利变化，且公司未能采取有效措施及时应对上述变化，公司可能面临经营业绩下滑的风险。”

2. 说明公司仅与少数主要客户签署框架协议是否符合行业惯例，结合公司向报告期内主要客户销售金额占其同类产品采购金额及采购总额的占比，说明主要客户中是否存在该类产品主要向公司采购的情形，公司是否存在被替代的风险

报告期内，公司与华丽集团、爱丽家居、张家港保税区易乐国际贸易有限公司、晶通集团、贝美集团 5 个主要客户签订了框架协议，截至报告期末，前述主要客户与公司签订最新的框架协议情况如下：

序号	客户名称	合同内容	合同有效期
1	华丽集团	UV 涂料	原框架合同延期生效（注）
2	爱丽家居	UV 涂料	2025.1.1-2025.6.30； 2025.7.1-2025.12.31
3	张家港保税区易乐国际贸易有限公司	UV 涂料	2025.1.2-2025.12.31
4	晶通集团	UV 涂料	2025.1.2-2026.1.1
5	贝美集团	UV 涂料	2025.2.17-2026.2.17

注：泰州华丽原框架协议合作期限 4 年，即自 2020 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日止。该框架协议约定：期满后，如泰州华丽继续向公司发出发货通知，并公司仍然按合同要求继续发货，视同合同自动延期生效。由于双方在框架合同期满后持续合作，该框架协议也自动延期生效

公司与主要客户的合作整体较稳定，公司与主要客户间是否签订框架协议主要取决于客户的交易习惯。具有签署框架协议交易习惯的客户，相关框架协议在期后均已续签或延期生效，公司不存在已签署的框架协议到期后不续签或延期生效的情形；其余客户与公司建立合作关系后，一直以持续订单的形式保持与公司间长期的合作关系，因此公司仅与少数主要客户签署框架协议符合行业惯例。

报告期内，公司向主要客户销售金额占其同类产品采购金额及总采购金额的

比例情况如下：

客 户	销售收入				同类占比	总采购占比
	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度		
华丽集团	5,430.41	7,829.07	6,178.62	5,563.64	*	10%以内
晶通集团	2,439.54	5,067.30	3,701.15	2,782.98	*	10%以内
易乐国际	2,441.33	4,333.58	4,662.76	5,675.54	*	10%以内
越南锐升	2,220.24	4,311.78	2,596.61	1,182.35	*	10%以内
劲嘉集团	1,362.97	3,901.71	3,097.95	3,144.44	*	10%以内
爱丽家居	1,300.90	3,631.11	2,711.85	1,746.21	*	10%以内
狮核实业	1,007.93	2,706.43	1,750.50		*	10%以内
财纳福诺	258.37	2,652.48	2,197.49	1,158.37	*	10%以内
肯帝亚	630.24	2,538.99	2,401.51	2,138.43	*	10%以内
江苏正永	961.33	2,277.36	1,839.54	1,531.99	*	10%以内
贝美集团	1,020.46	1,603.54	1,351.23	2,103.19	*	10%以内
亚美实业	870.08	1,384.47	407.30		*	未披露

UV 涂料涂布于物体表面形成薄膜，具有保护、装饰或其他特殊功能（美观、防滑、防霉、耐热等），对提升客户产品的性能具有重要的影响，同时，涂料成本占下游客户 PVC 地板、木器产品的生产成本的比例不超过 5%，因此下游客户在选择 UV 涂料供应商时，首要关注的是产品性能和及时响应的服务质量，并通过对产品性能、服务质量、价格、品牌等方面进行综合评判后确定。公司经过多年前瞻性研发，形成了丰富的配方库，能满足客户个性化需求，同时，公司强大的销售团队以技术人员为主，能及时解决客户在使用公司产品中可能遇到的问题，因此，报告期内，公司主要客户向公司采购数量占其同类采购的比例保持稳定或增长，公司不存在被替代的风险。

综上，公司仅与少数主要客户签署框架协议符合行业惯例，公司与主要客户的合作整体较稳定，主要客户中存在该类产品主要向公司采购的情形，公司在 PVC 地板领域拥有较高的市场占有率及较强的市场影响力，可快速响应客户的个性化需求，被替代的风险较低。

3. 结合公司报告期各期末在手订单金额、同行业可比公司期末订单储备等，

说明报告期末公司在手订单数量和金额相对较少是否符合行业惯例及公司销售流程特点；结合订单一般执行周期、可执行程度等，说明公司订单储备是否充足，能否支撑公司业绩增长

(1) 结合公司报告期各期末在手订单金额、同行业可比公司期末订单储备等，说明报告期末公司在手订单数量和金额相对较少是否符合行业惯例及公司销售流程特点

报告期各期末，公司在手订单分别为 763.90 万元、1,997.68 万元、2,176.20 万元及 1,759.81 万元。公司在手订单规模较小，主要原因为：公司产品 UV 涂料及 PUR 热熔胶生产周期短，一般不超过 8 小时，同时为保证快速交货，公司在客户集中区域设立了办事处和仓库，根据对客户需求的预测进行提前备货，因此，公司具备在接到客户订单后快速交货的能力。下游客户为控制原材料库存，会根据自身实时生产需要，以小批量、多批次、短周期的形式下单，国内订单周期通常在一周左右，境外订单周期通常在一个月左右。在手订单数量和金额相对较少，与公司的生产销售流程特点相符。

同行业可比公司普遍未披露报告期内在手订单具体情况。其中，同行业可比公司广信材料 2022 年向特定对象发行股票的第二轮审核问询函之回复显示：

“公司主要产品 PCB 油墨、专用涂料具有生产周期短、交付快的特点，客户下单后公司可以快速组织生产并交货。下游客户一般不大量备库存，而是根据其自身的实时生产需要量，以多批次、小批量的形式向公司下单，公司接到订单后组织生产和交货，油墨生产周期为 2-3 天，涂料生产周期不超过 24 小时，并在生产完成后安排运输交付。因此，虽然公司跟多数现有客户已经形成了长期、稳定的合作关系，但基于以上业务特点，公司在某一时点未交付的在手订单数量一般累积较少。截至 2022 年 6 月 25 日，公司 PCB 油墨产品在手订单金额为 330.30 万元，专用涂料产品在手订单金额为 546.91 万元。公司 PCB 油墨和涂料 2021 年的销量分别为 9,958.07 吨和 5,335.51 吨。”

公司在手订单签订模式与广信材料基本一致，报告期末在手订单数量和金额相对较少符合行业惯例及公司销售流程特点。

(2) 结合订单一般执行周期、可执行程度等，说明公司订单储备是否充足，能否支撑公司业绩增长

公司订单执行周期短，按照订单执行周期为 1 周，1 年 50 周交货日，以 2025 年 6 月末在手订单 1,759.81 万元估算，全年订单金额约为 8.8 亿元。公司在手订单储备相对较少，订单执行周期短，执行率高，与公司经营规模相匹配；公司与客户关系良好、产品销售稳定，未来销售预期不会发生重大不利变化。

4. 说明 2023 年起树脂、助剂等原材料价格大幅下降的情况下公司产品价格未见明显下降的合理性，原材料价格变动与主要客户售价下降之间的时滞长度，结合截至目前公司与主要客户的调价情况，说明后续是否存在客户大规模要求公司降价的可能，公司是否存在期后业绩进一步下滑的风险；补充测算原材料价格上涨 10%和 15%对公司业绩的影响

(1) 说明 2023 年起树脂、助剂等原材料价格大幅下降的情况下公司产品价格未见明显下降的合理性，原材料价格变动与主要客户售价下降之间的时滞长度，结合截至目前公司与主要客户的调价情况，说明后续是否存在客户大规模要求公司降价的可能，公司是否存在期后业绩进一步下滑的风险

UV 涂料涂布于物体表面形成薄膜，具有保护、装饰或其他特殊功能（美观、防滑、防霉、耐热等），对提升客户产品的性能具有重要的影响，同时，涂料成本占下游客户 PVC 地板、木器产品的生产成本的比例不超过 5%，因此下游客户在选择 UV 涂料供应商时，首要关注的是产品性能和及时响应的服务质量，并通过对产品性能、服务质量、价格、品牌等方面进行综合评判后确定，公司与客户签订的销售合同无 UV 涂料的销售价格与原材料价格联动的约定。2023 年起树脂、助剂等原材料价格大幅下降，公司部分竞争激烈的产品品种也相应降价，但公司当年推出的新产品、新品种调价幅度较小，同时，高端品种销售占比上升，导致公司产品平均销售价格未见明显下降，具有合理性。

2023 年原材料价格降幅较大，UV 涂料生产企业的盈利能力提升，市场价格竞争更加激烈，公司部分产品销售价格也相应下调。公司 UV 涂料、PUR 热熔胶的销售价格与原材料价格未直接挂钩，原材料价格小幅调整不会导致产品销售价格调整，但原材料价格调整幅度较大时，市场价格会在 6 个月内发生变动。因此，原材料价格变动与主要客户售价下降之间的时滞长度为 6 个月。

报告期内，公司 UV 涂料平均销售价格累计下降了 4.47%，部分竞争激烈的产品品种销售价格下降幅度超过 20%，高于原材料成本降幅。原材料采购价格自

2023 年大幅下降后，2024 年、2025 年基本保持稳定。UV 涂料生产企业通过几轮降价后，盈利空间受到大幅压缩，未来继续大幅降价的可能性较低，公司客户大规模要求降价的可能性也相应较低，公司不存在期后业绩大幅下滑的风险。

(2) 补充测算原材料价格上涨 10%和 15%对公司业绩的影响

报告期内，其他条件不变的情况下，公司原材料采购价格对于成本、毛利率及净利润的影响敏感性分析如下：

项 目		2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
原材料价格上涨 1%	直接材料成本	23,608.53	50,354.83	43,869.69	44,796.96
	直接材料成本变动金额	236.09	503.55	438.70	447.97
	综合毛利率变动	-0.57	-0.57	-0.58	-0.69
	净利润变动金额	-200.67	-428.02	-372.89	-380.77
	净利润变动幅度	-3.28	-3.77	-3.30	-8.51
原材料价格上涨 5%	直接材料成本	23,608.53	50,354.83	43,869.69	44,796.96
	直接材料成本变动金额	1,180.43	2,517.74	2,193.48	2,239.85
	综合毛利率变动	-2.86	-2.86	-2.90	-3.43
	净利润变动金额	-1,003.36	-2,140.08	-1,864.46	-1,903.87
	净利润变动幅度	-16.42	-18.86	-16.49	-42.56
原材料价格上涨 10%	直接材料成本	23,608.53	50,354.83	43,869.69	44,796.96
	直接材料成本变动金额	2,360.85	5,035.48	4,386.97	4,479.70
	综合毛利率变动	-5.72	-5.73	-5.81	-6.87
	净利润变动金额	-2,006.72	-4,280.16	-3,728.92	-3,807.74
	净利润变动幅度	-32.84	-37.73	-32.99	-85.12
原材料价格上涨 15%	直接材料成本	23,608.53	50,354.83	43,869.69	44,796.96

项 目		2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
	直接材料成本变动金额	3,541.28	7,553.22	6,580.45	6,719.54
	综合毛利率变动	-8.58	-8.59	-8.71	-10.30
	净利润变动金额	-3,010.09	-6,420.24	-5,593.39	-5,711.61
	净利润变动幅度	-49.25	-56.59	-49.48	-127.68

由上表可知，原材料单价上升将导致营业成本增长，进而降低公司综合毛利率以及净利润。若原材料价格上涨 1%，测算公司净利润将分别下降 8.51%、3.30%、3.77%及 3.28%；若原材料价格上涨 5%，公司净利润将分别下降 42.56%、16.49%、18.86%及 16.42%；若原材料价格上涨 10%，测算公司净利润将分别下降 85.12%、32.99%、37.73%及 32.84%；若原材料价格上涨 15%，公司净利润将分别下降 127.68%、49.48%、56.59%及 49.25%。

公司已在招股说明书“重大事项提示”之“四、特别风险提示”及“第三节风险因素”之“一、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。

5. 结合公司产品在下游 PVC 地板等中的成本占比、主要客户经营业绩、关税承担情况等，说明公司是否还存在价格及毛利率的下降空间，前述情形是否会对公司业绩持续性产生重大不利影响

公司产品在下游 PVC 地板中的成本占比不超过 5%，公司产品销售价格变动对下游客户生产成本的影响较小。2020 年 8 月开始，美国对我国包括 PVC 地板在内的多个行业恢复加征 25%关税，下游客户经营业绩普遍无法承担关税影响，主要通过产能转移方式规避美国关税政策的影响。由于公司下游产品 PVC 地板主要消费地区是美国和欧洲，未来如果上述两地的关税政策发生大的变动，虽然公司的产品占下游 PVC 地板生产企业的成本比例较低，不是关税的主要承担方，但下游企业的产量会因关税政策而受到重大影响，进而加剧公司产品的市场竞争，导致公司的价格及毛利率下降，对公司业绩持续性产生重大不利影响。公司已在招股说明书“第三节 风险因素”之“一、经营风险”披露“（二）国际贸易形势变化的风险”。具体如下：“

（二）国际贸易形势变化的风险

报告期内，公司下游客户生产的 PVC 地板大部分出口销售至美国和欧洲市场。近年来，全球贸易受到了主要经济体贸易政策变化、主要发达国家经济增长放缓等因素的影响，全球贸易摩擦明显增多，国际经济体之间的贸易摩擦时有发生。若未来贸易摩擦进一步加剧、国际贸易形势变动较大，各种不确定、不稳定因素频现，或公司下游客户产量因关税政策大幅变动而受到重大影响，进而加剧公司产品的市场竞争，导致公司产品价格及毛利率下降，可能对公司业绩持续性产生重大不利影响。

6. 说明公司外销收入增长较快的情形下未购买出口信用保险的原因，公司是否具备面对境外合同中断、合同纠纷等风险敞口的应对能力

出口信用保险是承保出口商在经营出口业务的过程中防止进口商的商业风险、进口地的政治风险而遭受损失的一种信用保险。

报告期内，公司主要境外客户基本情况如下：

序号	客户名称	基本情况	合作开始时间	说明
1	劲嘉集团	劲嘉集团包括上海劲嘉建材科技有限公司、上海石塑建材有限公司、昆山盈嘉建材科技有限公司、JINKA CONSTRUCTION MATERIAL TECHNOLOGY CO. LTD、JIN HO ASP INTERNATIONAL CO., LTD、EVER WEALTH TECHNOLOGY CO., LTD。劲嘉集团系公司国内长期合作的客户，是一家新兴的专业塑料地砖制造厂，近年来为了降低贸易摩擦风险而在境外设厂，向公司采购原材料。	2007 年	新兴的专业塑料地砖制造厂，其中上海劲嘉近年平均年销售规模 10 亿元左右
2	越南锐升	越南锐升全称 CÔNG TY TNHH RISESUN NEW MATERIAL VIỆT NAM，是越南一家专注于塑料地板产品的制造商，近年营收规模在 20 亿元左右，其基于自身需求与公司开展合作，采购公司产品用于生产 PVC 地板。	2022 年	具有一定市场地位，近年营收规模在 20 亿元左右
3	财纳福诺	财纳福诺包括湖南岳盛新型材料有限公司、财纳福诺家居（中国）有限公司、CFL. USA. LLC。财纳福诺是公司境内长期合作的客户，近年在境外设厂采购公司产品用于生产地板。	2015 年	名列前茅的木地板出口企业，在国内外具有重要的行业地位
4	狮核实业	狮核实业系越南一家较大型的塑料地板产品制造商，注册资本为 547,176,000,000 越南盾（约 1.5 亿元人民币），员工人数约为 1,200 人，其采购公司产品用于生产 PVC 地板。	2023 年	具有一定市场地位，员工人数约为 1,200 人
5	华丽集团	华丽集团包括泰州市华丽新材料有限公司、江苏富华新型材料科技有限公司、HUALI GROUP VIETNAM COMPANY LIMITED。华丽集团系公司国内长期合作的客户，是一家新兴的专业塑料地砖制造厂，近年来为了降低贸易摩擦风险	2009 年	国内规模最大的塑料地砖出口制造商之一

序号	客户名称	基本情况	合作开始时间	说明
		而在境外设厂，向公司采购原材料。		
6	永裕家居	永裕家居包括浙江永裕家居股份有限公司、CÔNG TY TNHH SẢN NHÀ VĨNH DỤ VIỆT NAM、CHI NHÁNH 3 - CÔNG TY TNHH SẢN NHÀ VĨNH DỤ VIỆT NAM。永裕家居是一家生产与销售SPC石晶地板等产品的现代化企业，注册资本9,188.2547万元，员工超过1,000人，近年来为了降低贸易摩擦风险而在境外设厂，向公司采购原材料。	2019年	具有一定市场地位，员工超过1,000人
7	亚美实业	亚美实业股份有限公司系越南本地市场领先的大型建材产业生产销售综合体，其传统产品为瓷砖，由于看好SPC地板的发展前景，该客户2020年进入SPC地板生产行业，投资设立了一个大型的SPC工厂，共9条生产线，年产能3,000万平方米，年产值最高可达18亿元左右。公司自2021年开始通过经销商向该客户供应产品，2023年在越南设立子公司后直接与该客户接洽，通过产品和服务优势，公司取得该客户的销售份额不断增加。同时，近年来该客户业务发展良好，对公司产品需求也呈增长趋势	2021年	大型建材生产销售企业

公司多数境外客户主要集中在东南亚地区，部分主要客户系国内客户的越南分子公司，经营实力及信用状况较好。境外销售客户均由公司业务员赴客户生产厂区进行实地考察评估，公司因进口商的商业风险而受损失的可能性较小。同时，公司与境外客户的合同周期通常在一个月以内，单次发货金额通常在二十万美元左右，境外合同中断、合同纠纷等风险敞口较低，公司具备相应的应对能力。

此外，公司产品的进口地主要是越南、泰国等国家，其政治经济环境相对稳定，公司因进口地政治风险而受损失的可能性较小。

综上，报告期内，公司未发生因进口商的商业风险或进口地的政治风险而遭受损失的情形，考虑到相关风险较低，公司报告期内未购买出口信用保险；公司面临境外合同中断、合同纠纷等风险敞口较低，公司具备相应的应对能力。

7. 请公司结合实际情况充分揭示业绩下滑风险并作重大事项提示

公司已在招股说明书“重大事项提示”之“四、特别风险提示”及“第三节风险因素”之“一、经营风险”之“（五）经营业绩下滑风险”补充披露如下：

经初步核算，公司预计2025年营业收入为78,000.00万元至83,000.00万元，同比下降11.27%至5.58%；归属于母公司所有者净利润为11,000.00万元至12,000.00万元，同比下降3.04%至上升5.78%；归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润为10,400.00万元至11,000.00万元，同比下降14.06%

至 9.10%。若未来受到市场竞争加剧、原材料价格持续上涨、国际贸易形势、境外经营环境发生不利变化，且公司未能采取有效措施及时应对上述变化，公司可能面临经营业绩下滑的风险。

（三）核查程序及结论

1. 核查方法、范围、过程

我们就上述公司业绩变动真实性及可持续性的相关问题实施了以下核查程序：

（1）对报告期内公司主要客户进行访谈，并查询网络公开信息，了解客户向公司采购产品的用途、报告期内需求变化情况及新增产能情况，确认相关客户的产能利用及经营业绩表现等情况与向公司的采购规模是否匹配；

（2）了解公司主要境外客户在越南、泰国等地投资建厂的具体情况及其境外厂房的需求变动、发展规划、产能利用等情况，确认相关客户在境外投资建厂并向公司采购金额大幅增加的合理性；

（3）获取公司报告期内的财务报表、销售明细表，分析公司收入、成本、利润的变化情况及原因，对主要产品的销售均价及单位成本变动情况进行复核，分析对比其对经营业绩变动的影响；

（4）查阅同行业可比公司定期报告，了解其报告期内产品销售均价及单位成本的变动趋势，并与公司变动情况进行比较，分析公司产品均价及产品成本变动的合理性；

（5）获取相关产品公开市场价格信息，并分析公司主要原材料采购价格及变动趋势与其是否存在显著差异；

（6）查阅公司与主要客户签订的框架协议，了解公司向主要客户销售产品的定价情况及调价机制；

（7）了解公司客户下单至收入确认的一般周期，获取并分析公司报告期末在手订单信息以及报告期内主要订单的执行情况；

（8）获取公司成本构成情况，对主要原材料价格变动对公司毛利率、利润影响进行敏感性分析；

（9）了解报告期内公司对主要客户的调价原因、调价幅度；

（10）查询了报告期内关税政策变化情况。

2. 核查结论

经核查，我们认为：

(1) 公司 2023 年销售收入的增长主要是由于公共卫生事件结束后，欧美市场需求恢复增长，主要客户产能利用率提高，带动公司收入增长；2024 年市场需求相对稳定，主要客户产能无显著变化，公司收入增长幅度相应较小；公司收入变动情况与客户产能变动、经营业绩表现、行业需求变动相匹配，公司 2023 年起经营业绩快速增长具备合理性；

(2) 自 2020 年 8 月开始，为避免可能存在的贸易摩擦风险，公司下游客户纷纷在境外地区设立生产基地，公司 2023 年起业绩快速增长的趋势与主要客户境外产能开拓相匹配；

(3) 2023 年以来，公司下游欧美市场需求增长，境内客户提高产能利用率、境外客户持续扩产，是公司营业收入增长的主要来源；公司在营业收入增长率保持稳定，销售均价变动幅度较小的情况下，扣非归母净利润大幅提升的原因在于主要原材料采购价格下跌，产品单位成本下降，具备合理性；

(4) 松井股份与公司同类业务收入呈增长趋势，与公司一致；由于不同应用领域市场需求的差异，广信材料和飞凯材料相关业务收入变动趋势与公司存在一定差异，具备合理性。产品成本方面，公司及可比公司相关产品成本总体变动趋势一致，其中飞凯材料由于自身生产树脂，其成本变动滞后于可比公司，具备合理性。公司经营业绩变动趋势与同行业可比公司同类业务经营情况变动趋势存在一定差异，具有合理性；

(5) 2025 年 1-6 月，公司下游市场需求未发生明显变化，公司产品销量基本保持稳定，营业收入受价格下调的影响同比有所下滑，而原材料市场价格相对稳定，原材料价格下降幅度低于产品销售价格下降幅度，使得公司扣非归母净利润下降幅度高于营业收入，具备合理性；公司经营业绩进一步下滑的风险较小；

(6) 公司仅与少数主要客户签署框架协议符合行业惯例，公司与主要客户的合作整体较稳定，主要客户该类产品主要向公司采购，公司在 PVC 地板领域拥有较高的市场占有率及较强的市场影响力，可快速响应客户的个性化需求，被替代的风险较低；

(7) 公司报告期末在手订单数量和金额相对较少，符合行业惯例及公司销售

流程特点：公司订单执行周期短，执行率高，与公司经营规模相匹配；公司与客户关系良好、产品销售稳定，未来销售预期不会发生重大不利变化；

(8) 2023 年起树脂、助剂等原材料价格大幅下降，发行人部分竞争激烈的产品品种也相应降价，但公司当年推出的新产品、新品种调价幅度较小，同时，高端品种销售占比上升，导致发行人产品平均销售价格未见明显下降，具有合理性；原材料价格变动与主要客户售价下降之间的时滞长度通常为 6 个月；报告期内，公司产品价格进行了多轮降价，发行人客户大规模要求降价的可能性较低，发行人不存在期后业绩大幅下滑的风险；

(9) 公司产品在下游 PVC 地板中的成本占比不超过 5%，公司产品销售价格变动对下游客户生产成本的影响较小。未来若美国和欧洲的关税政策发生大的变动，导致公司下游客户的产量会因关税政策而受到重大影响，将加剧公司产品的市场竞争，进而导致公司的价格及毛利率下降，对公司业绩持续性产生重大不利影响；

(10) 公司未发生因进口商的商业风险或进口地的政治风险而遭受损失的情形，考虑到相关风险较低，公司报告期内未购买出口信用保险；公司面临境外合同中断、合同纠纷等风险敞口较低，公司具备相应的应对能力；

(11) 公司已在招股说明书补充披露经营业绩下滑风险。

二、销售真实性、收入确认准确性及核查充分性

(1) 销售真实性及核查充分性。根据申请文件及问询回复：①发行人 UV 涂料及 PUR 热熔胶产品主要应用于 PVC 地板生产，PVC 地板行业内竞争者规模普遍较大，小型厂商数量相对较少。报告期内发行人客户数量分别为 614 家、885 家、1,190 家和 801 家，其中销售金额 500 万元以上客户收入占比各期均超过 50%。②发行人 2025 年 1-6 月的第七八九大订单期后回款比例分别为 10.66%、0%和 0%；2024 年第四大订单为向常州贝美销售 UV 涂料产品，订单金额 509.00 万元，2024 年 2 月至 2024 年 5 月期间分批发货，共发 53 次，客户分批签收，共签 53 次。③发行人主要客户中上海益雅信息科技有限公司、长沙耀诚进出口贸易有限公司、成都奥格威新材料科技有限公司等实缴资本或参保人数较少。请发行人：①区分 UV 涂料和 PUR 热熔胶，说明不同产品类型下的客户金额分层

情况，不同层级内的主要客户名称及下游各应用领域（PVC 地板、PVC 封边条、木器等）的收入占比，销售情况是否符合行业特征。②说明发行人 2025 年 1-6 月第七八九大订单的期后回款情况，分多批次发货的订单如 2024 年第四大订单中发行人获悉客户发货需求的沟通方式，相关沟通记录是否均已留档，相关内控运行是否有效，是否存在订单实际执行情况与客户需求不一致的情形。③说明发行人向上海益雅信息科技有限公司、长沙耀诚进出口贸易有限公司等实缴资本或参保人数较少客户的销售金额与其经营能力是否匹配。

（2）收入确认准确性。根据申请文件及问询回复：①报告期内，发行人内销收入确认方式包括签收模式和结算模式，外销收入确认方式包括签收模式、结算模式、报关模式和非买断式经销模式。报告期各期发行人收入类型以签收模式为主，占比分别为 88.20%、89.05%、79.75%、73.50%。②发行人收入确认单据瑕疵主要两种情形，一类为收入单据缺少签收日期，报告期内占比分别为 6.24%、3.70%、2.72%、1.87%，一类为收入确认单据缺少签字及签收日期，报告期各内占比分别为 7.48%、3.67%、1.96%、1.10%。请发行人：①说明对不同客户采用不同收入确认方式的原因及合理性，发行人收入确认方式是否符合行业特征，与同行业可比公司是否存在较大差异。②说明 2022 年收入确认单据瑕疵比例较高的原因，发行人完善收入内控的整改措施及执行情况。

请保荐机构、申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见，说明核查方法、范围、过程及结论。（2）说明对发行人客户销售金额进行分层的标准及确定依据，区分内外销、UV 涂料及 PUR 热熔胶，完整列示不同层级下收入真实性的核查方式、核查过程、核查证据、核查比例、核查结论。（3）说明函证、走访及细节测试的样本选取标准及选取情况，各选取标准下的样本数量，是否充分考虑客户类别、层级、数量、规模、区域分布、异常变动（如新增或变化较大）等具体特点。（4）说明针对发行人与客户沟通分批发货相关事项的核查方法、核查过程及核查结论。（5）说明资金流水核查是否充分有效，是否符合《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》2-18 资金流水核查的要求，并同步完善资金流水核查报告。（6）结合前述情形对发行人销售收入真实性发表明确意见。（审核问询函问题 2）

（一）销售真实性及核查充分性

1. 区分 UV 涂料和 PUR 热熔胶,说明不同产品类型下的客户金额分层情况,不同层级内的主要客户名称及下游各应用领域(PVC 地板、PVC 封边条、木器等)的收入占比,销售情况是否符合行业特征

(1) 区分 UV 涂料和 PUR 热熔胶,说明不同产品类型下的客户金额分层情况

1) UV 涂料

区 间	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 (%)
大型客户(500 万元以上)	17,830.60	48.92	49,461.39	63.41	38,079.79	56.66	34,715.55	58.13
中型客户(100~500 万元)	9,738.29	26.72	17,866.61	22.91	17,916.45	26.66	16,228.50	27.17
小型客户(100 万元以下)	8,877.61	24.36	10,672.32	13.68	11,209.96	16.68	8,775.26	14.69
合 计	36,446.50	100.00	78,000.31	100.00	67,206.20	100.00	59,719.31	100.00

公司 UV 涂料业务大型客户收入占比高,中、小型客户收入占比依次减少,这是因为公司 UV 涂料主要应用于 PVC 地板行业,客户群体全面覆盖 PVC 地板领域内的大、中、小型厂商,而 PVC 地板行业存在“市场集中度高、头部竞争者规模较大”的行业特点,公司 UV 涂料大型客户收入占比高的销售情况符合行业特征。

2) PUR 热熔胶

区 间	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 (%)
大型客户(500 万元以上)	2,823.48	67.24	5,570.68	65.54	4,611.29	61.23	2,600.98	56.23
中型客户(100~500 万元)	765.31	18.23	1,760.61	20.71	1,998.23	26.53	1,766.00	38.18
小型客户(100 万元以下)	610.25	14.53	1,168.21	13.74	921.60	12.24	258.32	5.59
合 计	4,199.04	100.00	8,499.49	100.00	7,531.12	100.00	4,625.30	100.00

公司 PUR 热熔胶业务大型客户收入占比高的销售特征相对 UV 涂料更明显,这是因为公司 PUR 热熔胶业务的下游应用高度集中于 PVC 地板领域、各期 PVC 地板领域收入占比均超过 90%,受 PVC 地板行业市场集中度高、头部竞争者规模较大的行业特征影响更大。

(2) 不同层级内的主要客户名称及下游各应用领域(PVC 地板、PVC 封边条、木器等)的收入占比

在 PVC 地板领域，公司 UV 涂料系用于涂布地板的表面，公司 PUR 热熔胶产品系用于地板静音垫的粘贴，相关客户均以 PVC 地板生产商为主。

在 PVC 封边条领域，公司 UV 涂料系涂布于 PVC 封边条的表面，PUR 热熔胶产品系用于 PVC 封边条的粘贴，而 PVC 封边条则是用于覆盖和封闭木质家具的板材的断面。公司 UV 涂料在该领域的相关客户主要为专门生产 PVC 封边条的厂商，而 PUR 热熔胶在该领域的客户主要为中小型板材生产商。

在木器领域，公司 UV 涂料产品直接涂布于木制地板或家具的表面，相关客户主要为生产各种木制地板、家具的中小型厂商。公司 PUR 热熔胶产品在木器领域应用较少。

因此，除鑫恒越等个别经销商或贸易商涉及采购公司多领域产品的情况外，公司在 PVC 地板、PVC 封边条、木器三个领域的客户基本不重合。而在 PVC 地板领域，公司 UV 涂料与 PUR 热熔胶的客户群体则是高度重合。

公司 UV 涂料、PUR 热熔胶产品不同层级内主要客户名称及其下游应用领域情况如下：

1) 大型客户

① UV 涂料大型客户下游各应用领域的收入占比

下游行业	2025 年 1-6 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
	客户数量	收入	收入占比 (%)	客户数量	收入	收入占比 (%)	客户数量	收入	收入占比 (%)	客户数量	收入	收入占比 (%)
PVC 地板	14	17,755.42	99.58	27	47,230.29	95.49	22	35,762.11	93.91	19	32,953.96	94.93
PVC 封边条				1	797.14	1.61	2	1,222.16	3.21	2	1,434.50	4.13
木器				2	1,390.87	2.81	2	1,092.83	2.87		326.66	0.94
其他		75.18	0.42		43.08	0.09		2.69	0.01		0.43	
总体	14	17,830.60	100.00	30	49,461.39	100.00	26	38,079.79	100.00	21	34,715.55	100.00

注 1：在计算不同领域客户数量时，同一个客户涉及多个领域产品的，仅在其采购金额最大的领域中统计该客户数量，以下同

注 2：各期 UV 涂料收入大型客户存在部分其他领域收入，但其他领域相应的客户数量为 0，系部分大客户属于 PVC 地板领域客户，主要采购 PVC 地板领域的产品，同时也采购少量清洗剂、修复剂等其他领域产品；2022 年 UV 涂料收入 500 万元以上大型客户在木器领域存在收入，但 2022 年木器领域客户数量为 0，系经销商鑫恒越主要采购 PVC 地板领域产品，同时也采购部分木器、PVC 封边条产品

公司 UV 涂料大型客户相关收入均高度集中于 PVC 地板领域，报告期各期占比均超过 90%，主要是由于公司 UV 涂料在 PVC 地板领域具有较强的市场地位，成为了国内多数 PVC 地板头部大型厂商的供应商，大型客户收入占比高。

在 PVC 封边条、木器等领域，公司 UV 涂料的市场影响力不及 PVC 地板领域。PVC 封边条系家具板材制作的配件，市场规模较小，头部厂商规模不大，公司在该领域的大型客户数量较少、收入规模在大型客户中也相对较小。木器行业面向国内家具建材市场，市场规模较大，存在较多的大型头部厂商。虽然公司已成为贵港汉邦木业有限公司等少数木器领域大型厂商的供应商，但尚未进入该行业多数大型头部厂商的供应链，因此公司在木器领域的大型客户数量及收入占比也较少。

报告期各期，公司 UV 涂料大型客户主要客户及其下游应用领域如下：

期间	序号	客户名称	下游应用领域
2025 年 1-6 月	1	华丽集团	PVC 地板
	2	易华润东	PVC 地板
	3	晶通集团	PVC 地板
	4	越南锐升	PVC 地板
	5	爱丽家居	PVC 地板
	6	劲嘉集团	PVC 地板
	7	贝美集团	PVC 地板
	8	狮核实业	PVC 地板
	9	江苏正永	PVC 地板
	10	亚美实业	PVC 地板
2024 年度	1	晶通集团	PVC 地板
	2	易华润东	PVC 地板
	3	华丽集团	PVC 地板
	4	劲嘉集团	PVC 地板
	5	爱丽家居	PVC 地板
	6	越南锐升	PVC 地板
	7	狮核实业	PVC 地板
	8	财纳福诺	PVC 地板
	9	江苏正永	PVC 地板
	10	肯帝亚	PVC 地板
2023 年度	1	易华润东	PVC 地板
	2	晶通集团	PVC 地板
	3	劲嘉集团	PVC 地板
	4	爱丽家居	PVC 地板
	5	华丽集团	PVC 地板
	6	越南锐升	PVC 地板
	7	财纳福诺	PVC 地板

期间	序号	客户名称	下游应用领域
	8	江苏正永	PVC 地板
	9	狮核实业	PVC 地板
	10	浙江海象	PVC 地板
2022 年度	1	易华润东	PVC 地板
	2	劲嘉集团	PVC 地板
	3	鑫恒越	经销商
	4	华丽集团	PVC 地板
	5	晶通集团	PVC 地板
	6	贝美集团	PVC 地板
	7	爱丽家居	PVC 地板
	8	肯帝亚	PVC 地板
	9	江苏正永	PVC 地板
	10	浙江海象	PVC 地板

注：上表中鑫恒越除购买应用于 PVC 地板领域的产品外，还购买少量 PVC 封边条、木器领域的产品

公司报告期各期 UV 涂料大型客户中的主要客户均为 PVC 地板领域客户。其中，华丽集团、易华润东、晶通集团、越南锐升、爱丽家居、劲嘉集团等系 PVC 地板行业排名前列的大型厂商；2022 年的大型客户鑫恒越系公司的越南经销商，2022 年其终端客户中最大的三家分别为永裕家居越南生产基地、浙江海象越南生产基地、狮核实业，同样系 PVC 地板行业内知名的大型厂商。

② PUR 热熔胶大型客户下游各应用领域的收入占比

下游行业	2025 年 1-6 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
	客户数量	收入	收入占比(%)	客户数量	收入	收入占比(%)	客户数量	收入	收入占比(%)	客户数量	收入	收入占比(%)
PVC 地板	1	2,823.48	100.00	3	5,570.68	100.00	2	4,611.29	100.00	1	2,600.98	100.00
PVC 封边条												
木器												
消费、汽车类												
其他												
总体	1	2,823.48	100.00	3	5,570.68	100.00	2	4,611.29	100.00	1	2,600.98	100.00

公司 PUR 热熔胶系 2017 年开始发展的产品，依托 UV 涂料业务在 PVC 地板领域的市场资源及技术基础迅速发展，在 PVC 地板领域已经形成一定的市场影响力，发展了部分大型客户。而在 PVC 封边条等领域，公司 PUR 热熔胶业务发展时间相对较晚，尚未形成较大规模，仅服务于个别小型客户。因此公司 PUR 热熔胶大型客户均属于 PVC 地板领域。

报告期各期，公司 PUR 热熔胶的全部大型客户名称及下游应用领域如下：

期 间	序号	客户名称	下游应用领域
2025 年 1-6 月	1	华丽集团	PVC 地板
2024 年度	1	华丽集团	PVC 地板
	2	越南锐升	PVC 地板
	3	肯帝亚	PVC 地板
2023 年度	1	华丽集团	PVC 地板
	2	肯帝亚	PVC 地板
2022 年度	1	华丽集团	PVC 地板

注：PUR 热熔胶大型客户数量较少，上表已列示 PUR 热熔胶全部大型客户

报告期各期，公司 PUR 热熔胶大型客户数量较少，主要系该产品为公司自 2017 年开始新发展的业务，销售收入增长主要依靠抢占同类产品竞争对手的市场份额，由于起步较晚，大型客户数量仍较少。该项产品主要依托 UV 涂料在 PVC 地板领域的市场资源及技术基础拓展客户，因此公司报告期各期的 PUR 热熔胶大型客户均属于 PVC 地板领域，客户群体与 UV 涂料各期大型客户重合。

2) 中型客户

① UV 涂料中型客户下游各应用领域的收入占比

下游行业	2025 年 1-6 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
	客户数量	收入	收入占比 (%)	客户数量	收入	收入占比 (%)	客户数量	收入	收入占比 (%)	客户数量	收入	收入占比 (%)
PVC 地板	37	7,557.23	77.60	61	12,927.82	72.36	56	12,328.44	68.81	45	10,254.92	63.19
PVC 封边条	5	1,131.51	11.62	10	2,442.94	13.67	11	2,425.76	13.54	12	2,756.95	16.99
木器	7	992.89	10.20	11	1,878.37	10.51	13	2,630.85	14.68	12	2,257.78	13.91
消费、汽车类				2	240.64	1.35	1	177.36	0.99	1	226.86	1.40
其他		56.66	0.58	1	376.83	2.11	1	354.04	1.98	4	731.99	4.51
总体	49	9,738.29	100.00	85	17,866.61	100.00	82	17,916.45	100.00	74	16,228.50	100.00

UV 涂料中型客户各领域数量及收入占比相对大型客户更为分散，但 PVC 地板领域收入占比仍较高，报告期各期均超过 60%。这一方面是因为公司在 PVC 封边条、木器领域经过多年的技术和市场积累，已经发展了一批中等规模的客户群体，因此中型客户中封边条、木器领域客户数量及收入占比相对大型客户更高；另一方面是公司 UV 涂料在 PVC 地板领域品牌知名度高，客户群体覆盖范围广，已成为行业内较多的中型厂商的重要供应商，因此中型客户中 PVC 地板领域的收入规模及占比仍较高。

报告期各期，公司 UV 涂料中型客户中的主要客户名称及下游应用领域如下：

期 间	序号	客户名称	下游应用领域
2025 年 1-6 月	1	上海益雅信息科技有限公司	PVC 地板
	2	南京美高美新材料有限公司	PVC 地板
	3	东莞市华富立装饰建材有限公司	PVC 封边条
	4	浙江奕科新材料股份有限公司	PVC 地板
	5	常州凯盛新材料股份有限公司	PVC 地板
	6	安徽奥美塑胶有限公司	PVC 地板
	7	来威利控股有限公司	PVC 地板
	8	山东朝泰实业有限公司	PVC 封边条
	9	贵港汉邦木业有限公司	木器
	10	浙江世友木业有限公司	木器
2024 年度	1	河源奕好高分子科技有限公司	PVC 封边条
	2	张家港帝冠科技有限公司	PVC 地板
	3	卡曼集团	PVC 地板
	4	大自然地板有限责任公司	PVC 地板
	5	山东朝泰实业有限公司	PVC 封边条
	6	常州腾辰新材料科技有限公司	PVC 地板
	7	美述家智能家居有限公司	木器
	8	常州市永丰新材料科技有限公司	PVC 地板
	9	浙江禾运科技有限公司	PVC 地板
	10	湖州帝诺居木业有限公司	木器
2023 年度	1	浙江奕科新材料股份有限公司	PVC 地板
	2	浙江新瑞铭装饰材料有限公司	其他
	3	河源奕好高分子科技有限公司	PVC 封边条
	4	安徽奥美塑胶有限公司	PVC 地板
	5	常州远帆新材料科技有限公司	PVC 地板
	6	明和科技（唐山）股份有限公司	PVC 地板

期 间	序号	客户名称	下游应用领域
	7	浙江海利得地板有限公司	PVC 地板
	8	湖州可木其木业有限公司	木器
	9	亚美实业	PVC 地板
	10	新晋股份	PVC 地板
2022 年度	1	安徽奥美塑胶有限公司	PVC 地板
	2	浙江新瑞铭装饰材料有限公司	其他
	3	大块建材开发（江苏）有限公司	PVC 地板
	4	常州市零点木业有限公司	PVC 地板
	5	河源奕好高分子科技有限公司	PVC 封边条
	6	江苏升茂塑胶制品有限公司	PVC 地板
	7	江苏长隆装饰材料科技有限公司	PVC 地板
	8	浙江世友木业有限公司	木器
	9	江苏吉福新材料股份有限公司来安分公司	PVC 封边条
	10	安徽可尔海思新材料科技有限公司	PVC 地板

公司的 UV 涂料在 PVC 地板领域品牌知名度高，客户群体覆盖范围广，已成为行业内较多的中型厂商的重要供应商，包括南京美高美新材料有限公司、浙江奕科新材料股份有限公司、常州凯盛新材料股份有限公司、张家港帝冠科技有限公司、安徽奥美塑胶有限公司等，因此中型客户存在较多的 PVC 地板领域的客户。

公司 UV 涂料中型客户中的主要客户也存在部分专业的 PVC 封边条厂商、金属板材厂商及木制家具厂商，如：东莞市华富立装饰建材有限公司、河源奕好高分子科技有限公司、山东朝泰实业有限公司为专业的封边条生产商，浙江新瑞铭装饰材料有限公司为金属装饰材料生产商，贵港汉邦木业有限公司、美述家智能家居有限公司、湖州可木其木业有限公司、浙江世友木业有限公司为木制家具厂商。这主要是因为公司在 PVC 封边条、木器领域经过多年的技术和市场积累，已经发展了一批中等规模的客户群体。

② PUR 热熔胶中型客户下游各应用领域的收入占比

下游行业	2025 年 1-6 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
	客户数量	收入	收入占比 (%)	客户数量	收入	收入占比 (%)	客户数量	收入	收入占比 (%)	客户数量	收入	收入占比 (%)
PVC 地板	4	765.31	100.00	7	1,370.87	77.86	8	1,980.19	99.10	6	1,766.00	100.00
PVC 封边条				1	389.73	22.14						
木器												
消费、汽车类												
其他								18.04	0.90		-	-
总体	4	765.31	100.00	8	1,760.61	100.00	8	1,998.23	100.00	6	1,766.00	100.00

公司 PUR 热熔胶中型客户高度集中于 PVC 地板领域，是因为公司 PUR 热熔胶是 2017 年开始发展的产品，依托 UV 涂料业务在 PVC 地板领域的市场资源及技术基础，在 PVC 地板领域已发展出一批中型客户，在 PVC 封边条等领域则是主要服务于小型客户。

报告期各期，公司 PUR 热熔胶的全部中型客户名称及下游应用领域如下：

期 间	序号	客户名称	下游应用领域
2025 年 1-6 月	1	越南锐升	PVC 地板
	2	上海益雅信息科技有限公司	PVC 地板
	3	劲嘉集团	PVC 地板
	4	晶通集团	PVC 地板
2024 年 度	1	众合新材	PVC 封边条
	2	晶通集团	PVC 地板
	3	南京美高美新材料有限公司	PVC 地板
	4	劲嘉集团	PVC 地板
	5	东莞美哲	PVC 地板
	6	上海益雅信息科技有限公司	PVC 地板
	7	惠州伟康新型建材有限公司	PVC 地板
	8	万华生态新家装（菏泽）有限公司	PVC 地板
2023 年 度	1	长沙耀诚进出口贸易有限公司	PVC 地板
	2	越南锐升	PVC 地板
	3	成都奥格威新材料科技有限公司	PVC 地板
	4	惠州伟康新型建材有限公司	PVC 地板
	5	晶通集团	PVC 地板
	6	东莞美哲	PVC 地板
	7	江西辉鹏新材料有限公司	PVC 地板
	8	劲嘉集团	PVC 地板
2022 年 度	1	肯帝亚	PVC 地板
	2	南京美高美新材料有限公司	PVC 地板
	3	长沙耀诚进出口贸易有限公司	PVC 地板
	4	惠州伟康新型建材有限公司	PVC 地板
	5	晶通集团	PVC 地板
	6	东莞美哲塑胶制品有限公司	PVC 地板

注：PUR 热熔胶中型客户数量较少，上表已列示 PUR 热熔胶全部中型客户
报告期各期，公司 PUR 热熔胶中型客户数量较少，主要系该产品为公司自
2017 年开始新发展的业务，大中型客户数量仍较少。

报告期各期，公司除中合新材以外，公司 PUR 热熔胶中型客户群体中的前
10 名客户均为 PVC 地板领域客户，且与 UV 涂料的 PVC 地板业务客户重合。2024
年中型客户众合新材系 PVC 封边条行业生产商，因产能临时不足而与公司合作，
由公司代工生产了部分产品。

3) 小型客户

① UV 涂料小型客户下游各应用领域的收入占比

下游行业	2025 年 1-6 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
	客户数量	收入	收入占比 (%)	客户数量	收入	收入占比 (%)	客户数量	收入	收入占比 (%)	客户数量	收入	收入占比 (%)
PVC 地板	182	3,827.65	43.12	168	3,734.88	35.00	183	5,396.71	48.14	170	4,498.67	51.27
PVC 封边条	171	2,275.95	25.64	216	3,775.56	35.38	200	3,460.82	30.87	171	2,859.81	32.59
木器	110	1,465.39	16.51	148	1,856.46	17.40	106	1,422.89	12.69	87	1,133.11	12.91
消费、汽车类	90	1,132.04	12.75	63	607.86	5.70	32	345.84	3.09	9	30.89	0.35
其他	19	176.57	1.99	71	697.56	6.54	40	583.69	5.21	44	252.78	2.88
总体	572	8,877.61	100.00	666	10,672.32	100.00	561	11,209.96	100.00	481	8,775.26	100.00

UV 涂料小型客户各领域数量及收入占比相对较分散，主要系 PVC 封边条、木器行业小型厂商数量众多，公司在相关领域发展了较多的小型客户，使得小型客户中 PVC 封边条、木器领域相关的收入占比相较于大中型客户更高。

报告期各期，UV 涂料小型客户中的主要客户名称及下游应用领域情况如下：

期 间	序号	客户名称	下游应用领域
2025 年 1-6 月	1	张家港市唯诺地板有限公司	PVC 地板
	2	RONGTAIWOODCOMPANYNIGERIALIMITED	PVC 地板
	3	安徽可尔海思新材料科技有限公司	PVC 地板
	4	厦门艺闽工贸有限公司	PVC 封边条
	5	山东鹏程环保新材料有限公司	PVC 封边条
	6	合肥市美素装饰材料有限公司	PVC 封边条
	7	VN ECOFLOOR 股份公司	PVC 地板
	8	佛山市金轩发五金塑料有限公司	消费、汽车类
	9	惠州市益然圣诞礼品有限公司	消费、汽车类
	10	浙江品阁新材料科技有限公司	木器
2024 年度	1	CÔNGTYCỖPHÂNVIỆTCUMÓIHÀIPHÁT	PVC 地板
	2	河北聚诚塑胶有限公司	PVC 地板
	3	乐昌市泰瑞菲实业有限公司	PVC 封边条
	4	四川福兴伟业家居有限公司	木器
	5	MIKADO 地板股份有限公司	PVC 地板
	6	东阿县锆德高分子材料有限公司	PVC 地板
	7	常州瑞冉新材料科技有限公司	PVC 封边条
	8	江苏朗悦新材料科技有限公司	PVC 地板
	9	广州市明茂包装科技有限公司	消费、汽车类
	10	浙江华富立复合材料有限公司	PVC 封边条
2023 年度	1	江苏久诺新材科技股份有限公司	其他
	2	山东万丽装饰材料有限公司	PVC 地板
	3	山东隆起家居有限公司	PVC 地板
	4	浙江华富立复合材料有限公司	PVC 封边条
	5	江苏正军装饰材料有限公司	PVC 地板
	6	浙江兄奕橡塑制品有限公司	PVC 封边条

期 间	序号	客户名称	下游应用领域
	7	浙江冠峰新材料有限公司	PVC 地板
	8	无锡市中德装饰新材料有限公司	PVC 地板
	9	东莞市沐研木业有限公司	木器
	10	VN ECOFLOOR 股份公司	PVC 地板
2022 年度	1	浙江世晶新材料有限公司	PVC 地板
	2	安徽同心林塑胶科技有限公司	PVC 地板
	3	安吉吉满盛地板有限公司	PVC 地板
	4	东莞市众金家具有限公司	木器
	5	东莞市晨超实业有限公司	PVC 封边条
	6	长兴隆森进出口有限公司	PVC 地板
	7	镇江三阳装饰材料有限公司	PVC 地板
	8	安徽尚佳地板科技股份有限公司	木器
	9	河源市贯荣实业有限公司	PVC 封边条
	10	浙江瑞甲智能科技有限公司	PVC 封边条

报告期各期，公司 UV 涂料小型客户主要客户在 PVC 地板、木器、PVC 封边条、消费汽车及其他领域均有分布。这是因为公司 UV 涂料产品在 PVC 封边条、木器等行业的发展也已经取得一定成果，已经获得了较多的小型客户，使得小型客户收入分布较分散。

② PUR 涂料小型客户下游各应用领域的收入占比

下游行业	2025 年 1-6 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
	客户数量	收入	收入占比 (%)	客户数量	收入	收入占比 (%)	客户数量	收入	收入占比 (%)	客户数量	收入	收入占比 (%)
PVC 地板	49	523.44	85.77	106	949.31	81.26	59	786.38	85.33	22	213.66	82.71
PVC 封边条	19	32.56	5.34	77	94.36	8.08	10	85.81	9.31	2	2.44	0.94
木器												
消费、汽车类												
其他	24	54.25	8.89	28	124.54	10.66	23	49.41	5.36	8	42.22	16.34
总体	92	610.25	100.00	211	1,168.21	100.00	92	921.60	100.00	32	258.32	100.00

公司 PUR 热熔胶小型客户主要集中于 PVC 地板领域，是因为公司 PUR 热熔胶是 2017 年开始发展的产品，依托 UV 涂料业务在 PVC 地板领域的市场资源及技术基础，在 PVC 地板领域客户数量相对较多，在 PVC 封边条等领域的客户数量较少。

报告期各期，PUR 涂料小型客户中的主要客户名称及下游应用领域如下：

期 间	序号	客户名称	下游应用领域
2025 年 1-6 月	1	肯帝亚	PVC 地板
	2	东莞美哲	PVC 地板
	3	万华生态新家装（菏泽）有限公司	PVC 地板
	4	江山市远森胶业经营部（个体工商户）	其他
	5	张家港帝冠科技有限公司	PVC 地板
	6	惠州伟康新型建材有限公司	PVC 地板
	7	LHT 国际	PVC 地板
	8	南京美高美新材料有限公司	PVC 地板
	9	成都卓盾新材料有限公司	PVC 地板
	10	临沂启辰金属材料有限公司	PVC 地板
2024 年度	1	张家港帝冠科技有限公司	PVC 地板
	2	GLOBALFINEWOODSDNBHD	PVC 地板
	3	湖南特时龙新材料科技有限公司	PVC 地板
	4	泰州市恒富进出口贸易有限公司	PVC 地板
	5	湖南航天康达置业有限公司	其他
	6	重庆汇公机械制造有限公司	PVC 地板
	7	重庆任道木业有限公司	PVC 地板
	8	易门吉祥装饰建材有限公司	PVC 地板
	9	山东纳百川新型材料科技有限公司	其他
	10	江门市新畅意生态板业有限公司	PVC 地板
2023 年度	1	上海益雅信息科技有限公司	PVC 地板
	2	泰州市恒富进出口贸易有限公司	PVC 地板
	3	南京美高美新材料有限公司	PVC 地板
	4	GLOBALFINEWOODSDNBHD	PVC 地板
	5	湖南赫阳新材料有限公司	PVC 地板
	6	湖南航天康达置业有限公司	其他

期 间	序号	客户名称	下游应用领域
	7	众合新材	PVC 封边条
	8	重庆汇公机械制造有限公司	PVC 地板
	9	四川省瑞鑫美家装饰材料有限公司	PVC 地板
	10	张北京	PVC 地板
2022 年度	1	江苏地高美新材料有限公司	PVC 地板
	2	湖南九冠防火新材料科技有限公司	PVC 地板
	3	成都德蓝科技有限公司	PVC 地板
	4	张北京	PVC 地板
	5	广州市辰锦胶粘剂有限公司	PVC 地板
	6	湖南航天康达置业有限公司	其他
	7	宿迁通达塑业有限公司	其他
	8	常州双盛新型装饰材料有限公司	PVC 地板
	9	湖北九玄实业有限公司	PVC 地板
	10	劲嘉集团	PVC 地板

报告期各期，公司 PUR 热熔胶小型客户主要客户集中于 PVC 地板领域，这是因为公司 PUR 热熔胶系 2017 年新发展的业务，前期主要依托公司 UV 涂料业务在 PVC 地板领域的市场资源及技术基础进行发展，使得客户主要集中于 PVC 地板领域，在 PVC 封边条等领域客户数量相对较少。

(3) 销售情况是否符合行业特征

1) PVC 地板行业

PVC 地板行业终端产品主要面向欧美消费市场，在国内市场主要是应用于展览、酒店、医院等场景，市场相对较小。主要面向欧美消费市场的 PVC 地板厂商需要与全球厂商直接竞争，产品质量要求高，通常在欧洲、北美地区多个国家建立成熟的销售网络，此类厂商数量较少，但实力强劲、规模较大，市场占有率高。同时行业也存在数量较多中小型厂商，通过价格优势，抢占中低端市场，此类厂商数量较多，但规模较小，整体市场占有率较低。

公司 PVC 地板领域客户销售情况如下：

分 层	2025 年 1-6 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
	数量	收入	收入占比 (%)	数量	收入	收入占比 (%)	数量	收入	收入占比 (%)	数量	收入	收入占比 (%)
大型客户	15	20,578.90	61.89	30	52,831.32	73.60	24	40,478.60	66.51	20	35,673.20	68.22
中型客户	41	8,322.54	25.03	68	14,269.15	19.88	64	14,203.42	23.34	51	11,902.66	22.76
小型客户	231	4,351.09	13.08	272	4,683.39	6.52	240	6,183.09	10.16	191	4,712.33	9.01
合 计	287	33,252.52	100.00	370	71,783.85	100.00	328	60,865.11	100.00	262	52,288.19	100.00

注：上表各层级客户收入及数量系 UV 涂料、PUR 热熔胶相应层级客户的收入及数量之和。以下同

PVC 地板行业是公司重点拓展的应用领域，每年公司投入大量资金，针对 PVC 地板客户的需求进行研发，公司产品客户认可度高，市场占有率高。客户群体既包括行业的头部大型厂商，也包括一大批中小客户。公司 PVC 地板行业大型客户数量较少，但销售收入占比较高，中、小型客户数量较多，但销售收入占比较低。公司 PVC 地板行业销售情况符合“市场集中度高、头部竞争者规模较大”的行业特点。

2) PVC 封边条行业

PVC 封边条主要应用于家具木质板材断面的保护和美化，是木器生产的配件之一，生产企业以中、小企业为主，大型企业数量较少，市场占有率不高。

公司 PVC 封边条领域客户销售情况如下：

分 层	2025 年 1-6 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
	数量	收入	收入占比 (%)	数量	收入	收入占比 (%)	数量	收入	收入占比 (%)	数量	收入	收入占比 (%)
大型客户				1	797.14	10.63	2	1,222.16	16.99	2	1,434.50	20.34
中型客户	5	1,131.51	32.89	11	2,832.67	37.77	11	2,428.06	33.75	12	2,756.95	39.09
小型客户	1 90	2,308.51	67.11	292	3,869.92	51.60	210	3,544.32	49.26	173	2,862.25	40.58
合 计	1 95	3,440.02	100.0 0	304	7,499.73	100.0 0	223	7,194.55	100.0 0	187	7,053.70	100.0 0

公司 PVC 封边条客户中，大、中型客户数量较少，销售收入占比较低，小型客户数量较多，销售收入占比较高，公司 PVC 封边条领域销售情况符合行业特点。

3) 木器等行业

木器是 UV 涂料的重要应用领域。UV 涂料广泛应用于木制家具、木门、木地板等木器产品。木器领域产品种类较多，不同产品市场进入门槛高低不等，竞争者数量众多，既有大亚圣象、德尔未来、菲林格尔、大自然等大型企业，也有大量的中小型厂商通过价格优势参与竞争。

公司木器领域客户销售情况如下：

分 层	2025 年 1-6 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
	数量	收入	收入占比 (%)	数量	收入	收入占比 (%)	数量	收入	收入占比 (%)	数量	收入	收入占比 (%)
大型客户				2	1,390.87	27.14	2	1,092.83	21.23		326.66	8.79
中型客户	7	992.89	40.39	11	1,878.37	36.65	13	2,630.85	51.12	12	2,257.78	60.73
小型客户	109	1,465.39	59.61	148	1,856.46	36.22	106	1,422.89	27.65	87	1,133.11	30.48
合 计	116	2,458.28	100.00	161	5,125.71	100.00	121	5,146.57	100.00	99	3,717.55	100.00

公司前期发展重点在 PVC 地板领域，木器领域客户积累数量较少。近几年，公司加大向木器领域的拓展力度，报告期各期，木器领域的销售收入分别为 3,717.55 万元、5,146.57 万元、5,125.71 万元和 2,458.28 万元，呈增长态势。由于公司在木器领域拓展较晚，主要是逐步替代木器生产企业原有的 UV 涂料供应商，所以报告期木器领域大型客户数量较少，销售占比较低，中、小型客户数量较多，销售收入占比较高，公司木器领域销售情况具有合理性。

综上，公司 PVC 地板、PVC 封边条及木器领域的销售情况符合下游行业特征。

2. 说明公司 2025 年 1-6 月第七八九大订单的期后回款情况，分多批次发货的订单如 2024 年第四大订单中公司获悉客户发货需求的沟通方式，相关沟通记录是否均已留档，相关内控运行是否有效，是否存在订单实际执行情况与客户需求不一致的情形

(1) 2025 年 1-6 月第七八九订单的期后回款情况

客户名称	销售内容	含税合同金额	订单签订时点	截至 2025 年 6 月 30 日累计已确认收入的合同金额	截至 2025 年 12 月 31 日期后回款金额	期后回款比例
晶通集团	UV 涂料	275.10	2025.5.28	275.10	275.10	100.00%
张家港保税区易乐国际贸易有限公司	UV 涂料	374.34	2025.6.17	63.71	63.71	100.00%
越南锐升	UV 涂料	44.37 万美元	2025.6.23	27.08 万美元	27.08 万美元	100.00%

(2) 分多批次发货的订单如 2024 年第四大订单中获悉客户发货需求的沟通方式，相关沟通记录是否均已留档，相关内控运行是否有效，是否存在订单实际执行情况与客户需求不一致的情形

报告期内，公司部分客户订单周期为一个月或一个季度，合同采购数量为客戶订单期限内生产需求量，合同签订后，客户为保证合同期限内正常生产会通知公司分多批次发货。

1) 获悉客户发货需求的沟通方式

业务员通过微信、电话的沟通方式获悉客户需求，具体为：合同签订后，客户根据自身生产经营需求，通过微信、电话不定期向业务员提出发货需求，说明需要的产品型号、数量、包装要求以及要求送达的时间期限。

2) 相关沟通记录是否均已留档，相关内控运行是否有效

通过微信、电话方式沟通获悉的客户发货需求后，业务员填写《销售发货申

请单》记录客户要求的产品型号、数量、包装方式以及送达日期等沟通信息，并发送至销售内勤中心，由销售内勤中心进行审核。

销售内勤中心结合客户订单内容和历史发货情况，审核确认《销售发货申请单》所申请发货的产品型号及累计申请的发货数量在客户订单范围内，审核无误后在 ERP 系统中发起生产和发货流程；货物发出前，仓管员按《销售发货申请单》填写《销售发货单》并清点货物，核对无误后向客户发货。

货物发出后，业务员会及时跟进，与客户确认收货情况并保留客户签收凭证。

未保存业务员与客户之间的微信沟通截图、电话录音文件，但在《销售发货申请单》中记录了与客户沟通的发货需求信息，由销售内勤中心审核发货需求是否在相应的客户合同范围内，并予以归档保存，客户收到货物后，业务员会及时跟进，与客户确认收货情况并保留签收凭证。报告期内，相关内控运行有效，未发生发货与客户需求不一致、超出客户合同范围发货等情形。

3) 是否存在订单实际执行情况与客户需求不一致的情形。

公司存在单个订单多批次发货的情形，每批次发货的品种、数量均在订单约定的范围内，公司按客户通知分批次向客户发货，不存在订单实际执行情况与客户需求不一致的情形。

3. 说明公司向上海益雅信息科技有限公司、长沙耀诚进出口贸易有限公司等实缴资本或参保人数较少客户的销售金额与其经营能力是否匹配

公司报告期各期按产品类别划分的前十大客户中，其实缴资本或参保人数较少的客户相关情况如下：

公司名称	客户类型	注册资本	实缴资本	参保人数	实际员工人数	成立时间	交易金额				
							销售内容	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
上海益雅信息科技有限公司	贸易商	100 万元	100 万元	4	8	2020 年	UV 涂料	466.09	48.98		
							PUR 热熔胶	141.60	141.63	95.33	
							合 计	607.69	190.61	95.33	
长沙耀诚进出口贸易有限公司	贸易商	55 万元	55 万元	10	13	2006 年	UV 涂料				
							PUR 热熔胶			490.70	301.60
							合 计			490.70	301.60
成都奥格威新材料科技有限公司	贸易商	50 万元		2	2	2022 年	UV 涂料	0.25	15.83	8.41	
							PUR 热熔胶		13.09	323.47	
							合 计	0.25	28.92	331.88	

上述客户均为贸易类客户，贸易类客户的交易规模与其注册资本和实缴资本不存在直接对应关系，客户业务受资本规模影响较小，其注册资本及实缴资本较低符合行业惯例。

而参保人数低主要系贸易商的业务开展主要依赖于其长期建立的原有客户资源体系，凭借丰富的客户、渠道资源来争取具体业务订单，加之其业务开拓主要局限于当地，主要由贸易商客户的企业负责人负责主导下游客户开发活动，因此业务开拓活动需要的人力较少，且存在一定的社保缴纳不规范的情况，所以，企业参保人数与贸易商客户的经营规模不存在直接关系。

上海益雅信息科技有限公司采购公司产品后，主要销售客户为北美的生产工厂美国华丽，其于 2020 年开始投产，投资超过 2700 万美元，实力雄厚。综上，虽然上海益雅信息科技有限公司参保人数较少，但其客户规模较大，其采购公司产品具有合理性。

长沙耀诚进出口贸易有限公司 2022 年、2023 年采购公司 PUR 热熔胶产品，主要原因为 2022 年、2023 年公司 PUR 热熔胶境外业务需求相对较小，公司的 PUR 热熔胶生产主体恒旺新材没有办理进出口经营业务资质，无法直接对公司境外客户销售，公司选择与长沙耀诚进出口贸易有限公司合作，由其采购后再销售给公司境外客户。2024 年恒旺新材取得进出口经营业务资质后，中止了上述合作。因此，报告期长沙耀诚进出口贸易有限公司采购公司产品具有合理性。

成都奥格威新材料科技有限公司系贸易商，主要采购公司的 PUR 热熔胶产品，该公司采购公司产品后，销售给重庆汇公机械制造有限公司、四川省瑞鑫美装饰材料有限公司等客户。2024 年以后，该客户基于发展规划不再从事该业务，报告期公司对其销售具有合理性。

（二）收入确认准确性

1. 说明对不同客户采用不同收入确认方式的原因及合理性，公司收入确认方式是否符合行业特征，与同行业可比公司是否存在较大差异

（1）说明对不同客户采用不同收入确认方式的原因及合理性

公司主营业务为 UV 涂料、PUR 热熔胶等产品销售，公司根据与客户签订的销售合同或订单，针对不同客户交货方式公司制定了不同的收入确认方式，具体如下：

区域	收入确认类型	收入确认方式
境内	签收模式	境内公司按照与客户签订的合同、订单的相关要求将货物交付给客户或其指定的第三方，公司在取得客户签收单时确认收入
	结算模式	境内按照与客户签订的合同、订单的相关要求，将产品运送至客户或其指定的第三方，客户领用涂装后，公司在取得客户确认的结算单时确认收入
境外	签收模式	境外子公司按照与客户签订的合同、订单的相关要求将货物交付给客户或其指定的第三方，公司在取得客户签收单时确认收入
	结算模式	境外子公司按照与客户签订的合同、订单的相关要求，将产品运送至客户或其指定的第三方，客户领用涂装后，公司在取得客户确认的结算单时确认收入

区域	收入确认类型	收入确认方式
	报关模式	境内公司根据合同约定将产品报关离港、取得报关单、已收取货款或取得了收款权利且相关的经济利益很可能流入时确认
	非买断式经销模式	境内公司将其产品交付给经销商销售，公司在取得经销商的商品销售清单时确认收入

根据上表，公司的收入确认类型分为签收模式、结算模式、报关模式、非买断式经销模式四种类型。

对于签收模式中以签收单作为收入确认依据主要是基于合同条款及产品交付特征，客户签收表示已接收商品并认可数量、外观等基本特征，企业完成交付义务，标志着控制权正式转移，供货方此时具备收款权利，因此公司以获取签收单作为收入确认依据。

对于结算模式中以结算单作为收入确认依据，是由于涂料涂装过程中，涂装工艺的控制对涂料的消耗量有较大的影响，而涂装的工艺控制又取决于对涂料性能的了解。为有效控制涂装成本，客户会与公司签订协议，约定由公司提供涂料，客户在公司技术人员的指导下进行涂装，并按涂装后的成品面积与公司进行结算。在该模式下商品提前送至客户指定仓库，并由客户领用，客户与公司定期按涂装后的成品面积进行结算，公司取得结算单后，标志着商品所有权和控制权正式转移，供货方此时具备收款权利，因此公司以获取结算单作为收入确认依据。

对于报关模式中以出口报关单作为收入确认依据主要是基于国际贸易交易习惯，按国际贸易术语（如 FOB、CIF），报关后货物的控制权通常转移给买方，因此公司以获取报关单作为收入确认依据。

对于非买断式经销模式中以代销清单作为收入确认依据主要是基于合同条款及产品交付特征，商品在售出前，其所有权和实质上的控制权仍然归属于委托方，收到委托方的代销清单时标志着控制权正式转移，供货方此时具备收款权利，因此公司以获取代销清单作为收入确认依据。

(2) 公司收入确认方式是否符合行业特征，与同行业可比公司是否存在较大差异

公司与同行业可比公司收入确认方式相关情况如下表所示：

公司简称	销售模式	收入确认方式
松井股份	国内销售	公司将货物送至客户指定地点，按客户要求将产品交付客户，同时在约定期限内经客户对产品数量、质量与金额无异议后确认收入

公司简称	销售模式	收入确认方式
	出口及保税区销售	公司根据客户的订单要求，将经检验合格后的产品通过委托报关公司在海关报关出口，取得报关单，同时在约定期限内经客户对产品数量、质量与金额无异议后确认收入
飞凯材料	国内销售	发货模式下：根据销售合同约定，通常公司将货物送至客户指定地点，并由客户相关收货人员在货物所附的发货单上签字验收，公司将客户签字验收的时间作为收入确认的时点 寄售模式：公司将产品存放于客户处，客户随时领用，公司将客户确认领用货物用于生产的时间作为收入确认的时点
	海外销售	公司出口价格条款主要为 CIF 方式或 C&F，根据《国际贸易术语解释通则》，价格条款为 CIF 的出口产品，货物在装运港当货物越过船舷时公司即完成交货，交货后货物灭失或损坏的风险及由于各种事件造成的任何额外费用即由卖方转移到买方，在实务操作中以取得提单为收入确认时点。公司以 C&F 方式出口的主要是通过快递空运，货物经海关查验放行后，以报关单上出口日期为收入确认时点
广信材料	国内销售	公司将货物送至客户指定地点，按客户要求将产品交付客户，同时在约定期限内经客户对产品数量与质量确认无异议后确认收入。公司以客户确认验收的时间作为收入确认时点，在实务操作中以取得经客户确认的对账单为收入确认时点
	国外销售	公司根据客户的订单要求，将经检验合格后的产品通过海关报关出口，取得报关单，安排货运公司将产品装运并取得提单后确认收入。在实务操作中以取得提单为收入确认时点
公司	国内销售	内销产品销售包括两种销售业务模式：1) 公司按照与客户签订的合同、订单的相关要求将货物交付给客户或其指定的第三方，公司在取得客户签收单时确认收入；2) 公司按照与客户签订的合同、订单的相关要求，将产品运送至客户或其指定的第三方，客户领用涂装后，公司在取得客户确认的结算单时确认收入
	国外销售	外销产品销售包括四种销售业务模式：1) 根据合同约定将产品报关离港、取得报关单、已收取货款或取得了收款权利且相关的经济利益很可能流入时确认；2) 公司将其产品交付给经销商销售，公司在取得经销商的商品销售清单时确认收入；3) 公司按照与客户签订的合同、订单的相关要求将货物交付给客户或其指定的第三方，公司在取得客户签收单时确认收入；4) 公司按照与客户签订的合同、订单的相关要求，将产品运送至客户或其指定的第三方，客户领用涂装后，公司在取得客户确认的结算单时确认收入

公司收入确认方式中，签收模式与报关模式与同行业可比公司一致。

按涂装后的成品面积结算涂料采购金额，客户可以有效控制涂料成本，部分 PVC 地板及木地板生产企业，由于涂装面积核算方便，会采用结算模式与涂料生产企业结算涂料采购金额。同行业可比公司中，松井股份、广信材料的涂料主要应用于消费电子、汽车领域，飞凯材料的涂料产品主要应用于光纤光缆领域，产

品的涂装面积难以计量，不具备按涂装面积结算的条件，所以收入确认方式不存在结算模式。报告期公司采用该种方式确认的收入分别为 416.67 万元、1,477.69 万元、3,890.16 万元、2,270.48 万元，占销售收入的比重分别为 0.64%、1.96%、4.43%、5.50%，占比较低。

非买断式经销模式是由于公司部分泰国客户希望向泰国本地公司采购公司产品，但公司泰国子公司设立初期，注册资本较小，不具备在当地销售公司产品的资质，为满足泰国客户的采购要求，公司与泰国的合作伙伴 LHT 国际合作，由 LHT 国际采购公司产品后，再销售给公司泰国客户。为降低 LHT 国际经营风险，双方合同约定，LHT 国际未能销售的公司产品可以退货。按照公司与 LHT 国际签订的销售合同约定，公司采用非买断式经销模式确认对 LHT 国际的销售收入。公司仅在 2024 年及 2025 年 1-6 月与 LHT 国际的销售采用非买断式经销模式确认收入，2024 年采用该模式确认的销售收入 53.11 万元，2025 年 1-6 月确认的销售收入 94.79 万元。2025 年 6 月，公司泰国子公司取得在泰国销售公司产品资质后，公司已终止与 LHT 国际的合作，后续该收入确认模式也相应终止。

综上，公司产品销售中签收与报关模式收入确认方式符合行业特征，与同行业可比公司不存在较大差异；结算与非买断式模式销售业务由于其业务特征与同行业可比公司存在差异，因此相应收入确认方式与同行业可比公司存在差异。

2. 说明 2022 年收入确认单据瑕疵比例较高的原因，公司完善收入内控的整改措施及执行情况

公司收入确认单据瑕疵主要分为两类：一类为收入单据缺少签收日期，另一类为收入确认单据缺少签字及签收日期。

由于客户日常采购下单过程中，为减少库存压力和资金占用成本，采购周期较短，一般采用小批量、多频次的方式下单，由于发货频次较多，客户为简化收货流程，降低管理成本，收货时由仓库人员验收并签字确认。客户仓库人员基于其个人工作习惯，会出现不在签收单签字或只签名不签日期的情况。由于公司业务员在客户收货后，均会与客户通过电话确认货物已到货，公司通过物流记录及对账记录确认上述销售收入准确性及真实性，签收单存在瑕疵不影响公司与客户间的结算及公司收入确认的准确性。

由于公司发货后业务员均会与客户确认收货，签收单存在瑕疵不影响公司与

客户间的结算，为维持与客户的关系，2023 年前，对于客户仓库人员未在签收单上签字或签署日期的情况，业务员均未要求对方改正，所以 2022 年收入确认单据瑕疵比例较高。2023 年起，公司加强了收入确认单据合规的管理，按照内部控制制度要求，发现签收单存在瑕疵，会要求业务员与客户沟通完善，2023 年起，收入确认单据瑕疵比例大幅降低。

公司根据《企业内部控制基本规范》及相关要求，已制定严格的《销售业务流程管理制度》，尤其是加强收入确认相关方面单据的管理，如合同或订单、物流、签收等单据方面。由于确认单据瑕疵产生的原因是客户收货人员未按公司销售业务内控要求在签收单上签字并签署日期，公司已将责任落实到每个业务员，要求业务员加强与客户的沟通协调，完善收入确认单据。随着公司销售业务内控方面管理的逐步加强，与收入确认相关单据的完善比例稳步提升，报告期各期，公司收入确认单据存在瑕疵比例分为 13.72%、7.37%、4.68%、2.97%，具体情况如下：

项 目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
营业收入（A）	41,269.72	87,903.68	75,509.24	65,233.27
单据缺少签收日期金额（B）	773.70	2,388.04	2,796.07	4,069.74
单据缺少签收日期金额占比（C=B/A）	1.87%	2.72%	3.70%	6.24%
单据缺少签字及签收日期金额（D）	454.36	1,721.24	2,769.23	4,877.73
单据缺少签字及签收日期金额占比（E=D/A）	1.10%	1.96%	3.67%	7.48%

综上所述，公司完善收入内控的整改措施有效，执行有力。

（三）核查程序及核查结论

1. 核查上述事项并发表明确意见，说明核查方法、范围、过程及结论

（1）核查方法、范围、过程

1) 获取公司报告期内的销售明细表，区分 UV 涂料和 PUR 热熔胶，统计分析客户销售规模、下游应用领域分层情况，是否符合行业特征；

2) 获取公司 2025 年 1-6 月第七八九大订单应收账款明细表，复核期后回款情况；

3) 询问公司管理层分批发货的原因，并了解发货相关的内部控制措施，以

及报告期内是否存在订单实际执行情况与客户需求不一致的情形；

4) 针对分批发货相关的内部控制措施执行穿行及控制测试程序，穿行检查合同、发货申请单及发货单，评价发货申请审批流程设计的有效性和执行的有效性；

5) 检查报告期内分批发货的客户相关合同及发货记录，确认是否存在超出合同范围发货的情况；

6) 向公司管理层了解与上海益雅信息科技有限公司、长沙耀诚进出口贸易有限公司、成都奥格威新材料科技有限公司交易的背景及原因；查询主要客户工商登记信息，核查了解主要客户注册及实缴资本、参保人数情况，核查公司其他主要客户中是否还存在上述相似情形，并向管理层了解其原因及合理性；实地走访主要客户，了解其采购规模与其经营能力是否匹配；核查公司及关键岗位人员银行流水，核查与相关客户及关键岗位人员是否存在其他业务或资金往来；

7) 通过审阅销售合同，根据合同中有关所有权、风险以及控制权转移的相关条款及退换货条款，以判断公司收入确认的时点是否符合企业会计准则的相关规定，与同行业可比公司收入确认政策相比较，判断公司收入确认政策是否符合行业特征；

8) 对境内、外销售收入执行细节测试，对于境内收入，选取项目检查相关支持性文件，包括销售合同、订单、销售发票、出库单、客户签收单、结算单等；对于出口收入，获取电子口岸信息并与账面记录核对，并选取项目检查相关支持性文件，包括销售合同、出口报关单、货运提单、销售发票等；

(2) 核查结论

经核查，我们认为：

1) 公司 UV 涂料业务大型客户收入占比高，中、小型客户收入占比依次减少，PUR 热熔胶业务大型客户占比更突出；公司 UV 涂料客户以 PVC 地板领域为主，随着客户销售规模的下降，应用领域呈现逐渐分散化的特点；PUR 热熔胶业务起步相对较晚，大中小型客户均主要集中于 PVC 地板领域；公司在 PVC 地板、PVC 封边条及木器领域的销售情况符合下游行业特征；

2) 公司 2025 年 1-6 月第七八九大订单期后已全部回款，公司业务员通过微信、电话沟通方式获悉客户分多批次发货的订单需求，公司未保存业务员与客户

之间的微信沟通截图、电话录音文件，但在《销售发货申请单》中记录了与客户沟通的发货需求信息，由销售内勤中心审核发货需求是否在相应的客户合同范围内，并予以归档保存。报告期内，公司相关内控运行有效，未发生发货与客户需求不一致、超出客户合同范围发货等情形；

3) 公司向上海益雅信息科技有限公司、长沙耀诚进出口贸易有限公司等实缴资本或参保人数较少客户的销售金额与其经营能力相匹配；

4) 公司产品销售中签收与报关模式收入确认方式符合行业特征，与同行业可比公司不存在较大差异；结算与非买断式模式销售业务由于其业务特征与同行业可比公司存在差异，因此相应收入确认方式与同行业可比公司存在差异；

5) 2022 年收入确认单据瑕疵比例较高主要系当时公司对于收入确认单据的管理意识较为淡薄，为维持与客户的关系，2023 年前对于客户仓库人员未在签收单上签字或签署日期的情况，业务员均未要求对方改正，所以 2022 年收入确认单据瑕疵比例较高。随着公司销售业务内控方面管理的逐步加强，与收入确认相关单据的完善比例稳步提升，公司完善收入内控的整改措施有效，执行有力。

2. 说明对公司客户销售金额进行分层的标准及确定依据，区分内外销、UV 涂料及 PUR 热熔胶，完整列示不同层级下收入真实性的核查方式、核查过程、核查证据、核查比例、核查结论

(1) 说明对公司客户销售金额进行分层的标准及确定依据

1) 分层标准

公司各期客户销售金额分层标准如下：

类型	对客户销售金额进行分层的标准
大型客户	销售收入金额在 500 万元以上
中型客户	销售收入金额在 100 万元以上，但小于 500 万元
小型客户	销售收入金额小于 100 万元

2) 分层标准的确定依据

报告期内，公司大型客户的分层标准为收入 500 万元以上，系依据公司报告期内的年均税前利润金额的 5%后按百万数向下取整确定；公司小型客户的分层标准为收入小于 100 万元，系依据公司报告期内的年均税前利润金额乘以 1%后按百万数向下取整确定；中型客户系收入规模介于两者之间的客户。

前述分层标准的确定依据具体计算过程如下：

项 目	2025 年 1-6 月(年化后)	2024 年度	2023 年度	2022 年度
税前利润总额	14, 116. 50	13, 175. 21	12, 958. 92	5, 099. 24
年均税前利润总额	11, 337. 47			
年均税前利润总额*5%	566. 87			
年均税前利润总额乘以 5% 后按百万数向下取整	500. 00			
年均税前利润总额*1%	113. 37			
年均税前利润总额乘以 1% 后按百万数向下取整	100. 00			

(2) 区分内外销、UV 涂料及 PUR 热熔胶，完整列示不同层级下收入真实性的核查方式、核查过程、核查证据、核查比例、核查结论

我们对收入真实性的核查方式主要包括函证、走访及细节测试，相关核查过程、核查证据、核查比例、核查结论情况如下：

1) 函证程序

① 函证过程及取得的证据

我们对内外销、UV 涂料及 PUR 热熔胶不同层级的客户的函证过程及取得的证据具体包括：A. 亲自发送函证或跟函，且要求客户将回函邮寄到我们办公地址，并保留了函证收发的控制记录；B. 查阅客户回函，确认是否相符。针对回函不符客户，我们了解回函不符的差异原因并编制回函差异调节表，获取并检查销售合同、银行回单、经客户或物流确认的收入确认单据等相关证明材料；C. 针对未回函客户，我们执行了替代测试，替代测试主要内容及取得的证据具体包括：检查与客户发生业务往来相关的销售合同、订单、经客户或客户物流确认的收入确认单据、客户收货回执单、结算单及银行回单等支持性文件资料等。

② 函证核查比例和核查结论

A. 区分内外销列示

地区分 类	客户分层	2025 年 1-6 月			2024 年度		
		收入金额	函证金额	比例 (%)	收入金额	函证金额	比例 (%)
境内	大型客户	10, 361. 03	10, 361. 03	100. 00	38, 357. 42	35, 939. 48	93. 70
	中型客户	9, 295. 48	8, 721. 99	93. 83	16, 270. 69	14, 278. 08	87. 75
	小型客户	8, 348. 49	2, 352. 85	28. 18	10, 466. 54	2, 402. 63	22. 96

地区分类	客户分层	2025 年 1-6 月			2024 年度		
		收入金额	函证金额	比例 (%)	收入金额	函证金额	比例 (%)
	小计	28,005.01	21,435.86	76.54	65,094.65	52,620.18	80.84
境外	大型客户	10,371.86	10,192.36	98.27	18,690.47	18,484.19	98.90
	中型客户	1,487.69	1,487.69	100.00	2,907.42	2,627.07	90.36
	小型客户	1,405.16	340.92	24.26	1,211.14	195.58	16.15
	小计	13,264.71	12,020.97	90.62	22,809.03	21,306.84	93.41
合 计		41,269.72	33,456.83	81.07	87,903.68	73,927.02	84.10

(续)

地区分类	客户分层	2023 年度			2022 年度		
		收入金额	函证金额	比例 (%)	收入金额	函证金额	比例 (%)
境内	大型客户	35,893.61	34,111.24	95.03	32,545.50	31,018.35	95.31
	中型客户	17,046.18	15,392.93	90.30	16,918.23	13,724.84	81.12
	小型客户	10,785.21	3,489.46	32.35	8,485.60	2,931.02	34.54
	小计	63,725.00	52,993.64	83.16	57,949.33	47,674.21	82.27
境外	大型客户	8,217.36	8,217.36	100.00	6,041.45	6,041.45	100.00
	中型客户	2,264.48	2,095.67	92.55	645.78	291.20	45.09
	小型客户	1,302.41	262.91	20.19	596.72	99.37	16.65
	小计	11,784.24	10,575.93	89.75	7,283.94	6,432.02	88.30
合 计		75,509.24	63,569.57	84.19	65,233.27	54,106.23	82.94

注 1：部分大型客户所属的集团有多个主体与公司合作，保荐机构、申报会计师对其中销售额较大的主体进行函证。统计各个层级函证金额时，前述集团客户下的单个主体的函证金额在其所属集团对应的层级进行汇总。以下同。

注 2：函证金额按合并审定收入金额统计，以下同。

B. 区分 UV 涂料及 PUR 热熔胶列示

产品分类	客户分层	2025 年 1-6 月			2024 年度		
		收入金额	函证金额	比例 (%)	收入金额	函证金额	比例 (%)
UV 涂料	大型客户	17,830.60	17,630.90	98.88	49,461.39	47,198.18	95.42
	中型客户	9,738.29	9,099.30	93.44	17,866.61	16,148.12	90.38
	小型客户	8,877.61	2,705.13	30.47	10,672.32	2,850.04	26.71

产品分类	客户分层	2025 年 1-6 月			2024 年度		
		收入金额	函证金额	比例（%）	收入金额	函证金额	比例（%）
	小计	36,446.50	29,435.32	80.76	78,000.31	66,196.34	84.87
PUR 热熔胶	大型客户	2,823.48	2,823.48	100.00	5,570.68	5,570.68	100.00
	中型客户	765.31	700.87	91.58	1,760.61	952.95	54.13
	小型客户	610.25	133.14	21.82	1,168.21	208.03	17.81
	小计	4,199.04	3,657.49	87.10	8,499.49	6,731.65	79.20
合 计		40,645.53	33,092.81	81.42	86,499.80	72,927.99	84.31

（续）

地区分类	客户分层	2023 年度			2022 年度		
		收入金额	函证金额	比例（%）	收入金额	函证金额	比例（%）
UV 涂料	大型客户	38,079.79	36,305.52	95.34	34,715.55	33,709.73	97.10
	中型客户	17,916.45	16,380.14	91.43	16,228.50	12,866.02	79.28
	小型客户	11,209.96	3,688.44	32.90	8,775.26	3,023.90	34.46
	小计	67,206.20	56,374.10	83.88	59,719.31	49,599.65	83.05
PUR 热熔胶	大型客户	4,611.29	4,611.29	100.00	2,600.98	2,168.56	83.37
	中型客户	1,998.23	1,856.09	92.89	1,766.00	1,766.00	100.00
	小型客户	921.60	279.03	30.28	258.32	100.99	39.10
	小计	7,531.12	6,746.40	89.58	4,625.30	4,035.55	87.25
合 计		74,737.32	63,120.50	84.46	64,344.61	53,635.21	83.36

经函证核查，报告期内，未发现公司收入真实性存疑。

2) 走访程序

① 走访过程及取得的证据

我们和保荐机构首先确认客户走访的选样标准，确认走访对象后，我们和保荐机构联合同步，主要了解客户基本信息、双方合作背景、运输方式、验收情况、结算情况、报告期的交易内容、交易规模、关联关系、合作过程是否存在争议、纠纷、诉讼、仲裁等事项，并取得客户签字盖章的访谈记录。报告期内，公司不存在客户不配合走访的情形。

② 走访核查比例和结论

A. 区分内外销列示

地区分类	客户分层	2025 年 1-6 月			2024 年度		
		收入金额	走访金额	比例 (%)	收入金额	走访金额	比例 (%)
境内	大型客户	10,361.03	10,361.03	100.00	38,357.42	37,098.34	96.72
	中型客户	9,295.48	7,146.93	76.89	16,270.69	11,099.01	68.21
	小型客户	8,348.49	2,137.42	25.60	10,466.54	1,310.35	12.52
	小计	28,005.01	19,645.38	70.15	65,094.65	49,507.69	76.05
境外	大型客户	10,371.86	10,371.86	100.00	18,690.47	18,690.47	100.00
	中型客户	1,487.69	893.34	60.05	2,907.42	1,175.44	40.43
	小型客户	1,405.16	368.21	26.20	1,211.14	283.56	23.41
	小计	13,264.71	11,633.41	87.70	22,809.03	20,149.48	88.34
合 计		41,269.72	31,278.79	75.79	87,903.68	69,657.17	79.24

(续)

地区分类	客户分层	2023 年度			2022 年度		
		收入金额	走访金额	比例 (%)	收入金额	走访金额	比例 (%)
境内	大型客户	35,893.61	34,574.99	96.33	32,545.50	31,091.96	95.53
	中型客户	17,046.18	11,403.79	66.90	16,918.23	9,154.52	54.11
	小型客户	10,785.21	1,621.04	15.03	8,485.60	1,838.93	21.67
	小计	63,725.00	47,599.82	74.70	57,949.33	42,085.41	72.62
境外	大型客户	8,217.36	8,217.36	100.00	6,041.45	6,041.45	100.00
	中型客户	2,264.48	1,706.85	75.37	645.78	450.21	69.72
	小型客户	1,302.41	166.92	12.82	596.72	116.38	19.50
	小计	11,784.24	10,091.12	85.63	7,283.94	6,608.04	90.72
合 计		75,509.24	57,690.94	76.40	65,233.27	48,693.45	74.65

B. 区分 UV 涂料及 PUR 热熔胶列示

产品分类	客户分层	2025 年 1-6 月			2024 年度		
		收入金额	走访金额	比例 (%)	收入金额	走访金额	比例 (%)
UV 涂料	大型客户	17,830.60	17,830.60	100.00	49,461.39	48,814.47	98.69
	中型客户	9,738.29	7,343.37	75.41	17,866.61	11,334.89	63.44
	小型客户	8,877.61	2,088.12	23.52	10,672.32	1,624.69	15.22

	小计	36,446.50	27,262.09	74.80	78,000.31	61,774.05	79.20
PUR 热熔胶	大型客户	2,823.48	2,823.48	100.00	5,570.68	5,570.68	100.00
	中型客户	765.31	765.31	100.00	1,760.61	1,655.18	94.01
	小型客户	610.25	311.03	50.97	1,168.21	194.30	16.63
	小计	4,199.04	3,899.81	92.87	8,499.49	7,420.15	87.30
合 计		40,645.53	31,161.90	76.67	86,499.80	69,194.20	79.99

(续)

产品分类	客户分层	2023 年度			2022 年度		
		收入金额	走访金额	比例 (%)	收入金额	走访金额	比例 (%)
UV 涂料	大型客户	38,079.79	37,453.21	98.35	34,715.55	33,339.75	96.04
	中型客户	17,916.45	11,612.59	64.82	16,228.50	8,582.09	52.88
	小型客户	11,209.96	1,666.30	14.86	8,775.26	2,057.22	23.44
	小计	67,206.20	50,732.09	75.49	59,719.31	43,979.06	73.64
PUR 热熔胶	大型客户	4,611.29	4,611.29	100.00	2,600.98	2,600.98	100.00
	中型客户	1,998.23	1,871.07	93.64	1,766.00	1,766.00	100.00
	小型客户	921.60	331.96	36.02	258.32	48.07	18.61
	小计	7,531.12	6,814.32	90.48	4,625.30	4,415.04	95.45
合 计		74,737.32	57,546.42	77.00	64,344.61	48,394.10	75.21

经走访核查，报告期内，未发现公司收入真实性存疑。

3) 细节测试程序

① 细节测试过程及取得的证据

我们首先确认营业收入细节测试的选样标准，确认细节测试客户样本后选取项目检查相关支持性文件：对于签收模式销售收入，检查销售合同、物流单据、出库单、客户签收单等；对于出口收入，获取电子口岸信息并与账面记录核对，并获取出口报关单进行检查；对结算模式销售收入，获取销售合同、客户确认的结算单与账面进行核对。

② 细节测试核查比例和结论

A. 区分内外销列示

区域	层级	2025 年 1-6 月	2024 年度
----	----	--------------	---------

		收入金额	测试金额	测试比例	收入金额	测试金额	测试比例
境内	大型客户	10,361.03	10,361.03	100.00%	38,357.42	34,590.72	90.18%
	中型客户	9,295.48	5,157.13	55.48%	16,270.69	1,451.35	8.92%
	小型客户	8,348.49	26.72	0.32%	10,466.54		
	小计	28,005.01	15,545.58	55.51%	65,094.65	36,042.91	55.37%
境外	大型客户	10,371.86	10,078.34	97.17%	18,690.47	16,544.80	88.52%
	中型客户	1,487.69	1,059.68	71.23%	2,907.42	1,001.61	34.45%
	小型客户	1,405.16	68.85	4.90%	1,211.14		
	小计	13,264.71	11,206.03	84.48%	22,809.03	17,546.99	76.93%
合 计		41,269.72	26,751.03	64.82%	87,903.68	53,594.87	60.97%

(续)

区域	层级	2023 年度			2022 年度		
		收入金额	测试金额	测试比例	收入金额	测试金额	测试比例
境内	大型客户	35,893.61	33,998.43	94.72%	32,545.50	29,385.33	90.29%
	中型客户	17,046.18	2,417.15	14.18%	16,918.23	3,221.23	19.04%
	小型客户	10,785.21			8,485.60		
	小计	63,725.00	36,418.84	57.15%	57,949.33	32,608.09	56.27%
境外	大型客户	8,217.36	7,944.54	96.68%	6,041.45	6,041.45	100.00%
	中型客户	2,264.48	982.33	43.38%	645.78	584.24	90.47%
	小型客户	1,302.41			596.72		
	小计	11,784.24	8,926.56	75.75%	7,283.94	6,625.47	90.96%
合 计		75,509.24	45,343.30	60.05%	65,233.27	39,231.29	60.14%

B. 区分 UV 涂料及 PUR 热熔胶列示

地区分类	客户分层	2025 年 1-6 月			2024 年度		
		收入金额	测试金额	测试比例	收入金额	测试金额	测试比例
UV 涂料	大型客户	17,830.60	17,356.31	97.34%	49,461.39	46,122.75	93.25%
	中型客户	9,738.29	6,101.04	62.65%	17,866.61	1,670.53	9.35%
	小型客户	8,877.61	95.88	1.08%	10,672.32		
	小计	36,446.50	23,551.73	64.62%	78,000.31	47,790.79	61.27%

地区分类	客户分层	2025 年 1-6 月			2024 年度		
		收入金额	测试金额	测试比例	收入金额	测试金额	测试比例
PUR 热熔胶	大型客户	2,823.48	2,823.48	100.00%	5,570.68	5,570.68	100.00%
	中型客户	765.31	143.88	18.80%	1,760.61		
	小型客户	610.25			1,168.21		
	小计	4,199.04	2,967.46	70.67%	8,499.49	5,570.57	65.54%
合 计		40,645.53	26,521.21	65.25%	86,499.80	53,361.73	61.69%

(续)

地区分类	客户分层	2023 年度			2022 年度		
		收入金额	测试金额	测试比例	收入金额	测试金额	测试比例
UV 涂料	大型客户	38,079.79	36,731.77	96.46%	34,715.55	33,229.72	95.72%
	中型客户	17,916.45	3,368.29	18.80%	16,228.50	3,573.52	22.02%
	小型客户	11,209.96			8,775.26		
	小计	67,206.20	40,101.94	59.67%	59,719.31	36,805.01	61.63%
PUR 热熔胶	大型客户	4,611.29	4,611.29	100.00%	2,600.98	2,168.44	83.37%
	中型客户	1,998.23	324.31	16.23%	1,766.00		
	小型客户	921.60			258.32		
	小计	7,531.12	4,935.90	65.54%	4,625.30	2,168.34	46.88%
合 计		74,737.32	45,036.71	60.26%	64,344.61	38,973.53	60.57%

经细节测试，报告期内，未发现公司收入真实性存疑。

3. 说明函证、走访及细节测试的样本选取标准及选取情况，各选取标准下的样本数量，是否充分考虑客户类别、层级、数量、规模、区域分布、异常变动（如新增或变化较大）等具体特点

报告期内，公司按客户分层后的营业收入结构情况：

客户类型	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	营业收入	占比 (%)	营业收入	占比 (%)	营业收入	占比 (%)	营业收入	占比 (%)
大型客户	22,024.47	53.37	57,283.69	65.17	44,110.96	58.42	38,742.48	59.39
中型客户	9,775.48	23.69	18,994.95	21.61	19,377.59	25.66	17,416.25	26.70

客户类型	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	营业收入	占比 (%)	营业收入	占比 (%)	营业收入	占比 (%)	营业收入	占比 (%)
小型客户	9,469.77	22.95	11,625.03	13.22	12,020.69	15.92	9,074.54	13.91
合 计	41,269.72	100.00	87,903.67	100.00	75,509.24	100.00	65,233.27	100.00

如上表所示，公司收入结构从大型客户到中小型客户呈现逐级递减的格局，客户层级与收入贡献度的关联特征突出。针对不同类型的客户收入真实性核查，我们按照重要性原则制定了各核查方式下对应的总体最低核查比例及各类别层级客户核查金额占该类样本的最低核查比例及异常客户核查金额占该类样本的最低核查比例。

异常客户包括：（1）报告期内新增、注销且销售金额大于 300 万元的客户；（2）销售金额大于 300 万元的主要非法人实体客户（个人独资企业、个体工商户）；（3）成立时间较短（1 年）向公司采购金额大于 300 万的客户；（4）向其销售金额大于 200 万元且采购金额大于 20 万元的客户，或公司向其采购金额大于 200 万元且销售金额大于 20 万元的客户；（5）注册资本小于 100 万元且公司对其累计销售金额大于 300 万元的客户；（6）主要人员为公司前员工的客户；（7）业务高度依赖公司的主要客户；（8）与公司名称相似、注册地址相近的客户；（9）与公司工商登记电话或邮箱相同的客户

（1）各核查方式选择标准及选取情况，各选取标准下的样本数量

1) 函证

函证的选择标准为：① 函证总体最低核查比例为 80%；② 按重要性原则，不同客户类别层级的客户函证核查金额占该类样本的最低核查比例为：大型客户最低核查比例为 90%，中型客户最低核查比例为 40%，小型客户最低核查比例为 10%；③ 异常客户函证核查比例为 100%。

报告期内，函证具体核查情况如下：

① 区分内外销列示

单位：%，家

区域	层级	2025 年 1-6 月			2024 年度		
		核查标准	核查比例	样本数量	核查标准	核查比例	样本数量
境内	大型客户	90.00	100.00	12	90.00	93.70	41

	中型客户	40.00	93.83	51	40.00	87.75	75
	小型客户	10.00	28.18	56	10.00	22.96	50
境外	大型客户	90.00	98.27	14	90.00	98.90	14
	中型客户	40.00	100.00	7	40.00	90.36	14
	小型客户	10.00	24.26	6	10.00	16.15	6
合 计		80.00	81.07	146	80.00	84.10	200

(续)

区域	层级	2023 年度			2022 年度		
		核查标准	核查比例	样本数量	核查标准	核查比例	样本数量
境内	大型客户	90.00	95.03	42	90.00	95.31	33
	中型客户	40.00	90.30	78	40.00	81.12	65
	小型客户	10.00	32.35	57	10.00	34.54	55
境外	大型客户	90.00	100.00	9	90.00	100.00	5
	中型客户	40.00	92.55	15	40.00	45.09	2
	小型客户	10.00	20.19	7	10.00	16.65	4
合 计		80.00	84.19	208	80.00	82.94	164

注：函证样本数量按发函数量统计。即对同一控制下的不同客户主体，为不同的样本。公司不同主体对同一客户的函证，也视为不同的样本。

② 区分 UV 涂料及 PUR 热熔胶列示

单位：%，家

分类	层级	2025 年 1-6 月			2024 年度		
		核查标准	核查比例	样本数量	核查标准	核查比例	样本数量
UV 涂料	大型客户	90.00	98.88	25	90.00	95.42	44
	中型客户	40.00	93.44	52	40.00	90.38	81
	小型客户	10.00	30.47	62	10.00	26.71	60
PUR 热熔胶	大型客户	90.00	100.00	3	90.00	100.00	4
	中型客户	40.00	91.58	4	40.00	54.13	5
	小型客户	10.00	21.82	3	10.00	17.81	5
合 计		80.00	81.42	145	80.00	84.31	84.31

(续)

区域	层级	2023 年度			2022 年度		
		核查标准	核查比例	样本数量	核查标准	核查比例	样本数量
UV 涂料	大型客户	90.00	95.34	41	90.00	97.10	33
	中型客户	40.00	91.43	85	40.00	79.28	61
	小型客户	10.00	32.90	62	10.00	34.46	58
PUR 热熔胶	大型客户	90.00	100.00	5	90.00	83.37	1
	中型客户	40.00	92.89	7	40.00	100.00	8
	小型客户	10.00	30.28	7	10.00	39.10	3
合 计		80.00	84.46	206	80.00	83.36	163

2) 走访

走访的选样标准为：① 走访总体最低核查比例为 70%；② 按重要性原则，不同客户类别层级的客户走访核查金额占该类样本的最低核查比例为：大型客户最低核查比例为 90%，中型客户最低核查比例为 40%，小型客户最低核查比例为 10%；③ 异常客户走访核查比例为 100%。

报告期内，走访具体核查情况如下：

① 区分内外销列示

单位：%，家

区域	层级	2025 年 1-6 月			2024 年度		
		核查标准	核查比例	样本数量	核查标准	核查比例	样本数量
境内	大型客户	90	100.00	8	90	96.72	24
	中型客户	40	76.89	32	40	68.21	48
	小型客户	10	25.60	53	10	12.52	21
境外	大型客户	80	100.00	8	80	100.00	5
	中型客户	40	60.05	4	40	40.43	5
	小型客户	10	26.20	7	10	23.41	9
合 计		70	75.79	105	70	79.24	106

(续)

区域	层级	2023 年度			2022 年度		
		核查标准	核查比例	样本数量	核查标准	核查比例	样本数量

境内	大型客户	90	96.33	22	90	95.53	17
	中型客户	40	66.90	47	40	54.11	36
	小型客户	10	15.03	25	10	21.67	32
境外	大型客户	80	100.00	6	80	100.00	4
	中型客户	40	75.37	7	40	69.72	3
	小型客户	10	12.82	6	10	19.50	3
合 计		70	76.40	107	70	74.65	91

注：走访及细节测试的样本数量是指核查的客户数量，统计样本数量时，同一控制下的客户视为同一客户。上表中各年度总体样本数量低于境内外各层次客户数量之和，是因为部分客户既有境内收入又有境外收入，在境内外收入核查样本数量中各计 1 个样本，但在总体收入核查样本数量中仅计 1 个样本。以下同。

② 区分 UV 涂料及 PUR 热熔胶列示

单位：%，家

分类	层级	2025 年 1-6 月			2024 年度		
		核查标准	核查比例	样本数量	核查标准	核查比例	样本数量
UV 涂料	大型客户	90	100.00	14	90	98.69	29
	中型客户	40	75.41	34	40	63.44	48
	小型客户	10	23.52	53	10	15.22	26
PUR 热熔胶	大型客户	80	100.00	1	80	100.00	3
	中型客户	40	100.00	4	40	94.01	7
	小型客户	10	50.97	12	10	16.63	7
合 计		70	76.67	105	70	79.99	106

(续)

区域	层级	2023 年度			2022 年度		
		核查标准	核查比例	样本数量	核查标准	核查比例	样本数量
UV 涂料	大型客户	90	98.35	25	90	96.04	19
	中型客户	40	64.82	48	40	52.88	34
	小型客户	10	14.86	30	10	23.44	36
PUR 热熔胶	大型客户	80	100.00	2	80	100.00	1
	中型客户	40	93.64	7	40	100.00	6

	小型客户	10	36.02	7	10	18.61	3
合 计		70	77.00	107	70	75.21	91

3) 细节测试

细节测试选样标准：① 报告期各期前十大客户；② 报告期内新增的收入 500 万元以上的客户；③ 销售金额 2022 年大于 300 万元的客户中，2023 年到 2024 年收入波动超过 50%的客户；④ 对剩余部分样本，随机抽取至少 5 个客户；⑤ 在上述标准基础上确保细节测试总体比例达到 60%以上

① 区分内外销列示

单位：%，家

区域	层级	2025 年 1-6 月			2024 年度		
		测试金额	核查比例	样本数量	测试金额	核查比例	样本数量
境内	大型客户	10,361.03	100.00	11.00	34,591.83	90.18	27.00
	中型客户	5,157.19	55.48	24.00	1,452.04	8.92	6.00
	小型客户	26.70	0.32	1.00			
境外	大型客户	10,077.87	97.17	12.00	16,545.62	88.52	10.00
	中型客户	1,059.73	71.23	4.00	1,001.63	34.45	3.00
	小型客户	68.85	4.90	1.00			
合 计		26,751.37	64.82	5.00	53,591.12	60.97	46.00

(续)

区域	层级	2023 年度			2022 年度		
		测试金额	核查比例	样本数量	测试金额	核查比例	样本数量
境内	大型客户	33,998.81	94.72	28.00	29,383.94	90.29	21.00
	中型客户	2,417.43	14.18	6.00	3,221.69	19.04	9.00
	小型客户						
境外	大型客户	7,944.71	96.68	8.00	6,041.45	100.00	6.00
	中型客户	982.39	43.38	3.00	584.20	90.47	2.00
	小型客户						
合 计		45,343.34	60.05	45.00	39,231.29	60.14	38.00

② 区分 UV 涂料及 PUR 热熔胶列示

单位：%，家

分类	层级	2025 年 1-6 月			2024 年度		
		测试金额	核查比例	样本数量	测试金额	核查比例	样本数量
UV 涂料	大型客户	17,355.55	97.34	23.00	46,122.72	93.25	39.00
	中型客户	6,101.52	62.65	28.00	1,669.89	9.35	7.00
	小型客户	95.55	1.08	2.00			
PUR 热熔胶	大型客户	2,823.48	100.00	4.00	5,570.68	100.00	5.00
	中型客户	143.86	18.80	1.00			
	小型客户						
合 计		26,519.97	65.25	58.00	53,363.30	61.69	51.00

(续)

区域	层级	2023 年度			2022 年度		
		测试金额	核查比例	样本数量	测试金额	核查比例	样本数量
UV 涂料	大型客户	36,730.76	96.46	36.00	33,230.07	95.72	27.00
	中型客户	3,368.75	18.80	9.00	3,573.97	22.02	11.00
	小型客户						
PUR 热熔胶	大型客户	4,611.29	100.00	2.00	2,168.56	83.37	2.00
	中型客户	324.40	16.23	1.00			
	小型客户						
合 计		45,035.20	60.26	48.00	38,972.61	60.57	40.00

4) 异常客户核查

报告期内，异常客户具体核查情况如下：

单位：%，家

核查方式	2025 年 1-6 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
	核查标准	核查比例	样本数量	核查标准	核查比例	样本数量	核查标准	核查比例	样本数量	核查标准	核查比例	样本数量
函证	100	100	8	100	100	8	100	100	8	100	100	3
走访	100	100	8	100	100	8	100	100	8	100	100	3
细节测试	100	100	8	100	100	8	100	100	8	100	100	3

(2) 是否充分考虑客户类别、层级、数量、规模、区域分布、异常变动（如新增或变化较大）等具体特点

综上所述，我们在函证、走访及细节测试选样时，已充分考虑客户类别、层级、数量、规模、区域分布、异常变动等具体特点，相关核查程序的选择恰当、合理。

4. 说明针对公司与客户沟通分批发货相关事项的核查方法、核查过程及核查结论

(1) 询问公司管理层分批发货的原因，并了解了发货相关的内部控制措施，以及报告期内是否存在订单实际执行情况与客户需求不一致的情形

经了解，公司部分客户根据月度或季度采购需求与公司签订长期合同，合同签订后，我们根据客户通知分多批次发货。业务员提交发货申请单后，由内勤中心结合历史发货记录和合同签订情况，审核当次发货申请是否在合同范围之内，审核无误后方可在 ERP 系统中提起发货流程。报告期内，不存在订单实际执行情况与客户需求不一致的情形。

(2) 针对分批发货相关的内部控制措施执行穿行及控制测试程序，穿行检查合同、发货申请单及发货单，评价发货申请审批流程设计的有效性和执行的有效性

经核查，报告期内，公司发货申请流程设计有效，且得到有效运行。

(3) 检查报告期内分批发货的客户相关合同及发货记录，确认是否存在超出合同范围发货的情况

经核查，我们认为：我们与客户沟通分批发货相关事项具有合理的业务原因：分批发货相关的内部控制设计有效并得到了有效的运行；报告期内公司不存在超出合同范围发货的情况，不存在订单实际执行情况与客户需求不一致的情形。

5. 说明资金流水核查是否充分有效，是否符合《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》2-18 资金流水核查的要求，并同步完善资金流水核查报告

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》“2-18 资金流水核查”的规定：“公司及其控股股东、实际控制人、董事、监事（如有）、高级管理人员等相关人员应按照诚实信用原则，向中介机构提供完整的银行账户信息，配合中介机构核查资金流水，……在符合银行账户查询相关法律法规的前提下，资金流水核查范围除公司银行账户资金流

水以外，结合公司实际情况，还可能包括控股股东、实际控制人、公司主要关联方、董事、监事（如有）、高级管理人员、关键岗位人员等开立或控制的银行账户资金流水，以及与上述银行账户发生异常往来的公司关联方及员工开立或控制的银行账户资金流水。”。

根据上述规定，公司资金流水核查范围应核查对象及实际核查情况如下：

(1) 公司及子公司

报告期内，公司合并范围内子公司总计 11 家，分别为 1) 湖南鑫振邦新材料有限公司；2) 湖南恒旺新材料科技有限公司；3) 浙江安吉恒兴建材有限公司；4) 湖南湘恒兴建材销售有限公司；5) 东莞市恒鑫新材料科技有限公司；6) 湖州恒涂科技有限公司；7) 斯塔莱特（上海）新材料研究有限公司；8) LH 国际有限公司；9) LHD 科技有限责任公司；10) 瀚兴新材料科技（泰国）有限公司；11) 湖南恒坤新材料科技有限公司。

关于公司及子公司应核查的账户数量、核查期间及核查结果如下表：

序号	核查要求	应核查范围	应核查账户数量	应核查期间	核查完整性
1	公司	湖南恒兴新材料科技股份有限公司	14	2022-1-1 至 2025-6-30	是
2	公司子公司	湖南鑫振邦新材料有限公司	2	2022-1-1 至 2025-6-30	是
		湖南恒旺新材料科技有限公司	5	2022-1-1 至 2025-6-30	是
		浙江安吉恒兴建材有限公司	2	2022-1-1 至 2025-6-30	是
		湖南湘恒兴建材销售有限公司	1	2022-1-1 至 2025-6-30	是
		东莞市恒鑫新材料科技有限公司	1	2022-1-1 至 2025-6-30	是
		湖州恒涂科技有限公司	1	2022-1-1 至 2025-6-30	是
		斯塔莱特（上海）新材料研究有限公司	1	2023-5-6 至 2025-6-30	是
		LH 国际有限公司	4	2022-10-26 至 2025-6-30	是
		LHD 科技有限责任公司	2	2024-1-16 至 2025-6-30	是
		瀚兴新材料科技（泰国）有限公司	3	2024-5-3 至 2025-6-30	是
		湖南恒坤新材料有限公司	1	2025-5-26 至 2025-6-30	是

(2) 控股股东

报告期期初至 2023 年 2 月，公司控股股东为李皞丹。

2023 年 2 月 8 日，恒兴有限召开股东会，会议同意公司注册资本从 1,050.00

万元增加至 5,850.00 万元，其中李皦丹、柳琨、戴尚衡、湖南湘恒兴企业管理有限公司（以下简称湘恒企）分别认购新增注册资本 1,070.70 万元、180.60 万元、38.70 万元 3,510.00 万元，认购价格为 1 元/出资额。此次增资完成至今，公司控股股东为湘恒企。

关于控股股东应核查的账户数量、核查期间及核查结果如下表：

核查要求	应核查范围	应核查账户数量	应核查期间	核查完整性
控股股东	湘恒企业司	1	2022-12-22 至 2025-6-30	是
	李皦丹（原控股股东）	16	2022-1-1 至 2025-6-30	是

(3) 实际控制人

自报告期期初至今，公司的实际控制人未发生变化，为自然人李皦丹。

报告期内，实际控制人李皦丹应核查的账户数量为 16 个，核查期间为 2022 年 1 月 1 日至 2025 年 6 月 30 日。

我们已对实际控制人李皦丹报告期内的应核查账户数量及应核查期间进行了核查。

(4) 董事

自报告期初至股份公司成立期间，公司未设置董事会，仅设置执行董事职位，执行董事为李皦丹，2023 年 12 月，股份公司成立后，公司设立了董事会，董事会成员中非独立董事分别为李皦丹、晏映泉、高华山、黎学东、柳琨、宋宏炎、周国强，独立董事分别为伍中信、李琳、卢劲松。

2025 年 5 月公司独立董事伍中信辞去公司独立董事职位，公司聘请赵德军担任公司独立董事。

2025 年 7 月公司董事晏映泉辞去董事职位，公司于 2025 年 7 月 4 日召开 2025 年第一次职工代表会审议通过了《关于同意取消职工代表监事并选举公司第一届董事会职工代表董事的议案》，选举周国强先生为职工代表董事。

关于公司董事应核查的账户数量、核查期间及核查结果如下表：

核查要求		应核查范围	应核查账户数量	应核查期间	核查完整性
董事	非独立董事	李皦丹	16	2022-1-1 至 2025-6-30	是
		晏映泉（原董事）	11	2022-1-1 至 2025-6-30	是

		高华山	12	2022-1-1 至 2025-6-30	是
		黎学东	13	2022-1-1 至 2025-6-30	是
		柳琨	7	2022-1-1 至 2025-6-30	是
		宋宏炎	5	2022-1-1 至 2025-6-30	是
	独立董事	伍中信(原独立董事)	[注]	2023-12-12 至 2025-5-7	是
		李琳	17	2023-12-12 至 2025-6-30	是
		卢劲松	36	2023-12-12 至 2025-6-30	是
		赵德军	[注]	2025-5-7 至 2025-6-30	是

注：对于独立董事伍中信、赵德军由于考虑个人隐私未提供银行流水的情况，我们实施了以下替代措施：

1) 独立董事伍中信、赵德军分别出具《关于未提供银行账户资金流水的声明与承诺》，承诺自入职之日起至 2025 年 6 月 30 日，与恒兴股份及其子公司、主要股东、客户、供应商等相关方之间不存在任何不正当利益往来，也不存在替其代垫成本、费用的情形；

2) 结合对公司及其子公司报告期内银行流水、银行日记账的核查，关注其与伍中信、赵德军在报告期内是否存在大额异常资金往来；

3) 结合对公司的实际控制人、董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员、关键岗位、报告期内的银行资金流水的核查，关注其与伍中信、赵德军在报告期内是否存在大额异常资金往来。

我们已对公司董事报告期内的应核查账户数量及应核查期间进行了核查。

(5) (原)监事

自报告期初至股份公司成立期间，公司未设置监事会，仅设监事一名，公司监事为戚立红。2023 年 12 月，股份公司成立后，公司设立了监事会，监事会成员分别为戴尚衡、周国强、王国辉。2025 年 7 月 4 日，公司召开 2025 年第一次临时股东会，审议通过了《关于取消监事会并修订〈公司章程〉的议案》，同意公司不再设置监事会并由董事会审计委员会行使监事会职权。

关于公司监事应核查的账户数量、核查期间及核查结果如下表：

核查要求	应核查范围	应核查账户数量	应核查期间	核查完整性
原监事（如	王国辉	2	2023-12-12 至 2025-6-30	是

有)	戴尚衡	9	2022-1-1 至 2025-6-30	是
	周国强	12	2022-1-1 至 2025-6-30	是
	戚立红	11	2022-1-1 至 2025-6-30	是

(6) 高级管理人员

自报告期初至股份公司成立期间，公司经理为李皞丹，2023 年 12 月，股份公司成立后，公司聘请李皞丹为公司总经理、晏映泉为公司董事会秘书、宋宏炎为公司财务总监。2024 年 2 月，公司聘请晏映泉、黎学东、宋宏炎为公司副总经理。

关于公司高级管理人员应核查的账户数量、核查期间及核查结果如下表：

核查要求		应核查范围	应核查账户数量	应核查期间	核查完整性
高级管理人员	总经理	李皞丹	16	2022-1-1 至 2025-6-30	是
	董事会秘书/副总经理	晏映泉	11	2022-1-1 至 2025-6-30	是
	财务总监/副总经理	宋宏炎	5	2022-1-1 至 2025-6-30	是
	副总经理	黎学东	13	2022-1-1 至 2025-6-30	是

(7) 关键岗位人员

我们根据公司组织结构设置情况及案例情况确定的关键岗位为：主要生产基地负责人、销售部负责人及主要销售负责人员、采购部负责人、财务副总监、财务经理、核心技术人员、公司出纳、董事长司机。

1) 主要生产基地负责人

① 华容生产基地

报告期期初至 2024 年 7 月，华容生产基地负责人为李皞丹，2024 年 7 月至今，华容生产基地负责人为李兴乐。

② 鑫振邦生产基地负责人

报告期期初至今，鑫振邦生产基地负责人为何吉钢。

③ 恒旺新材生产基地负责人

报告期期初至 2024 年 7 月恒旺新材生产基地负责人为谢亚华，谢亚华于 2024 年 7 月退休后，2024 年 7 月至今恒旺新材生产基地负责人为胡辉。

2) 销售部负责人

2022 年至 2024 年 2 月销售部负责人为刘跃军，2024 年 2 月至今，销售部负责人为李皞丹。

3) 主要销售人员

公司设置销售部及四大销售区域，各区域管理若干个办事处，同时公司还有 6 个销售子公司，具体情况如下：

序号	四大销售区域	负责人	下辖办事处/子公司	负责人姓名	说明
1	华东区域	柳琨	安吉恒兴	柳琨（兼）	
			安吉办事处	柳琨（兼）	
			上海办事处	柳琨（兼）	
			常州办事处	朱兵	
			湖州恒涂	陶勇（兼）	
			南浔办事处（竹木事业部）	陶勇（兼）	
2	华南区域	高华山	东莞恒鑫	高华山（兼）	
			东莞办事处	高华山（兼）	
			深圳办事处	高华山（兼）	
3	东南亚区域	聂伟	LH 国际	聂伟（兼）	
			瀚兴科技（泰国）	聂伟（兼）	
			越南办事处	聂伟（兼）	
4	境内其他区域	李皞丹	湘恒兴	2022 年至 2024 年 2 月销售部由刘跃军负责，2024 年 2 月至今由李皞丹负责	其他区域范围内的办事处目前销售规模较小，相应办事处人员较少，有的办事处仅有 1-2 人，目前统一由董事长直接管理
			长沙办事处		
			成都办事处		
			国贸直销部（非东南亚直销）		
			北京办事处		
			武汉办事处		
			恒美事业部		

公司客户资源主要来源于公司在行业内的知名度、不来源于销售人员的个人资源，因此在确定主要销售人员名单的具体原则为根据公司业务体系的设置选择各大销售区域以及办事处的负责人进行确定，经上述原则确定的主要销售人员分

别为李皞丹、柳琨、高华山、聂伟、陶勇、朱兵、刘跃军。

4) 采购部负责人

报告期期初至今，公司采购部负责人为蔡旭东，未发生变化。

5) 财务副总监

2023 年 7 月至 2025 年 5 月，公司曾聘请王航杭为公司财务副总监。

6) 财务经理

报告期期初至今，公司财务经理为曾永红，未发生变化。

7) 核心技术人员

2025 年 4 月 26 日召开了第一届董事会第八次会议，审议通过了《关于认定公司核心技术人员的议案》，公司董事会根据实际情况，认定黎学东、周国强、戴尚衡、李时珍为公司核心技术人员。

8) 公司出纳

报告期期初至今，公司出纳仅严敬一人，未发生变化。

9) 董事长司机

报告期期初至今，公司董事长司机为肖灿，未发生变化。

关于公司关键岗位人员应核查的账户数量、核查期间及核查结果如下表：

核查要求		应核查范围	应核查账户数量	应核查期间	核查完整性
关键岗位人员	生产基地负责人	胡辉（2024 年 7 月任恒旺新材负责人）	25	2024-7-1 至 2025-6-30	是
		谢亚华（原恒旺新材负责人，2024 年 7 月已退休）	9	2022-1-1 至 2024-7-31	是
		何吉钢（鑫振邦负责人）	6	2022-1-1 至 2025-6-30	是
		李皞丹（华容恒兴原生产基地负责人）	16	2022-1-1 至 2025-6-30	是
		李兴乐（2024 年 7 月起任华容恒兴生产基地负责人）	14	2024-7-1 至 2025-6-30	是
	销售部负责人	李皞丹	16	2022-1-1 至 2025-6-30	是
	原销售部负责人	刘跃军（2022 年至 2024 年 2 月任销售部负责人）	10	2022-1-1 至 2024-2-29	是
	主要销售人员	李皞丹	16	2022-1-1 至 2025-6-30	是
		刘跃军	10	2022-1-1 至 2024-2-29	是

		高华山	12	2022-1-1 至 2025-6-30	是
		柳琨	7	2022-1-1 至 2025-6-30	是
		聂伟	14	2022-1-1 至 2025-6-30	是
		陶勇	5	2022-1-1 至 2025-6-30	是
		朱兵	4	2022-1-1 至 2025-6-30	是
	公司采购部负责人	蔡旭东	12	2022-1-1 至 2025-6-30	是
	公司原财务副总监	王航杭（2025 年 5 月已调岗）	11	2023-7-15 至 2025-5-31	是
	公司财务经理	曾永红	3	2022-1-1 至 2025-6-30	是
核心技术 人员		戴尚衡	9	2022-1-1 至 2025-6-30	是
		周国强	12	2022-1-1 至 2025-6-30	是
		李时珍	8	2022-1-1 至 2025-6-30	是
		黎学东	13	2022-1-1 至 2025-6-30	是
	公司出纳	严敬	6	2022-1-1 至 2025-6-30	是
	董事长司机	肖灿	5	2022-1-1 至 2025-6-30	是

(8) 其他关联方

我们根据过往案例情况确定的其他关联方为实际控制人的配偶、父母、兄弟姐妹及其成年子女，依次为配偶戚立红、父亲李业恒、母亲肖淑琼、兄弟姐妹李艳萍、成年子女李欣。

关于公司其他关联方应核查的账户数量、核查期间及核查结果如下表：

核查要求		应核查范围	应核查账户数量	应核查期间	核查完整性
其他 关联 方	实际控制人配偶	戚立红	11	2022-1-1 至 2025-6-30	是
	实际控制人父亲	李业恒	2	2022-1-1 至 2025-6-30	是
	实际控制人母亲	肖淑琼	3	2022-1-1 至 2025-6-30	是
	实际控制人成年子女	李欣	2	2022-1-1 至 2025-6-30	是
	实际控制人的兄弟姐妹（在公司任职）	李艳萍	9	2022-1-1 至 2025-6-30	是

综上所述，我们关于恒兴股份的资金流水核查是充分有效的，符合《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》2-18 资金流水核查的要求，并已同步完善资金流水核查报告。

6. 结合前述情形对公司销售收入真实性发表明确意见

经核查，我们认为公司销售收入真实、准确、完整。

三、财务内控规范性及整改有效性

根据申请文件及问询回复：（1）发行人与实控人李峰丹等关联方存在大额资金拆借并于报告期内偿还的情形，合计拆入 562.25 万元，合计拆出 300 万元，部分拆借款未计提利息。（2）报告期内，发行人个人卡收款金额分别为 158.18 万元、0 万元、0 万元和 0 万元，员工收款金额分别为 476.53 万元、75.91 万元、0 万元和 0 万元。（3）报告期内，发行人现金付款金额分别为 97.41 万元、212.95 万元、539.48 万元和 238.42 万元，主要系员工备用金借支、费用报账、工资奖金和支付押金等，其中员工备用金借支金额问询回复前后披露不一致。（4）报告期内，发行人采购部李艳萍存在现金采购情形，各期金额分别为 94.79 万元、62.21 万元、124.13 万元和 5 万元，主要采购产品标签、缠绕膜等零星物资，发行人认为其采购价格与公开市场价格不存在较大差异。

请发行人：（1）逐笔说明关联方资金拆借的形成背景、资金用途，部分拆借款项未计提利息的合理性；说明实控人李峰丹临近时间内与公司同时存在拆入和拆出的原因及合理性，相关内控运行是否有效。（2）说明发行人个卡收款及员工收款的具体情况、相应整改措施及有效性，未将员工收款统计至个人卡收款的原因，相关信息披露内容是否准确。（3）说明外销收入快速增长的情况下备用金借支金额是否存在大幅增长的可能，后续规范措施及执行情况，问询回复员工备用金借支金额前后不一致的原因；说明 2023 年度现金支付押金 79.20 万元的具体情况，与相关业务合同约定是否一致，相关押金是否已退回。（4）说明李艳萍现金采购产品标签、缠绕膜、塑钢带等零星物资公开市场价格的获取方式，现金支付购买塑钢带/打包带的采购均价高于公开市场价格的原因及合理性，相关采购价格是否公允。（5）逐项列示报告期内各类不规范情形的整改措施、整改效果、整改完成时点或预计后续是否将持续存在的原因及合理性。

请保荐机构、申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见，说明核查方法、范围、过程及结论。（2）说明对发行人个人卡、现金交易、资金拆借等事项的核查方式、核查过程及核查结论。（审核问询函问题 3）

（一）逐笔说明关联方资金拆借的形成背景、资金用途，部分拆借款项未计提利息的合理性；说明实控人李皞丹临近时间内与公司同时存在拆入和拆出的原因及合理性，相关内控运行是否有效

1. 逐笔说明关联方资金拆借的形成背景、资金用途，部分拆借款项未计提利息的合理性

公司与实际控制人李皞丹等关联方资金拆借款的形成背景、资金用途，利息计提情况如下表所示：

关联方	拆借金额	起始日	到期日	形成背景	资金用途	是否计提利息
拆入						
李皞丹	80.00	2019 年 10 月	2023 年 8 月 31 日	2019 年 10 月，公司向李皞丹、戚立红和戚爱群拆入资金用于生产经营的临时周转	子公司恒旺新材厂房建设及公司经营	否
李皞丹	16.00	2019 年 10 月	2023 年 1 月 31 日			
李皞丹	30.00	2019 年 10 月	2022 年 12 月 31 日			
戚立红	96.25	2019 年 10 月	2023 年 8 月 31 日			
戚爱群	40.00	2019 年 10 月	2023 年 8 月 31 日			
李皞丹	300.00	2021 年 7 月 31 日	2022 年 6 月 30 日	2021 年 7 月，公司实际控制人李皞丹以公司经营名义，通过湖南银行（原名为华融湘江银行）“税联 e 贷”获取一笔 300 万借款，李皞丹将该款项借给公司使用，拆借利息按照银行贷款利息等额计付。	公司日常营运资金的需求	是
拆出						
李皞丹	249.00	2019 年 12 月 18 日	2022 年 10 月 31 日	因公司股东自身资金需求，部分分红款未退回	个人投资及日常消费	否

关联方	拆借金额	起始日	到期日	形成背景	资金用途	是否计提利息
柳琨	42.00	2019 年 12 月 18 日	2022 年 10 月 31 日		个人日常消费	否
戴尚衡	9.00	2019 年 12 月 18 日	2022 年 10 月 31 日			

(1) 资金拆入

2019 年 10 月，因子公司恒旺新材厂房建设及公司经营等原因，公司资金周转较为紧张，为支持公司经营发展，李皞丹、戚立红、戚爱群分别拆借 126.00 万元、96.25 万元、40.00 万元用于公司资金周转，相应拆入资金已于 2022 年至 2023 年陆续归还。。

2021 年，因考虑公司生产经营需要流动资金，公司通过李皞丹向银行申请“税联 e 贷”，获取 300 万元借款，用于公司生产经营。“税联 e 贷”是湖南银行引入税务、工商等各类风险控制相关大数据，自动化授信审批的全线上授信产品。该类借款的贷款对象为小微企业企业主，资金用于企业个人经营实体。公司已于 2022 年 6 月偿还该笔借款本金和相应利息。此笔资金拆入是按照银行贷款业务流程要求进行的标准化操作，相应贷款资金直接用于支付供应商货款。

(2) 资金拆出

2019 年 5 月，因公司股东自身资金需求，公司股东会通过了向股东分红的决议，但由于公司资金较为紧张未及时实施；2019 年 12 月，随着年末客户回款的增加，公司资金情况好转，公司向股东发放了 2018 年度分红。由于公司财务人员申报失误，公司实施该项分红时未足额向税务局申报及代扣代缴分红的个人所得税，因此公司股东一致同意修改该项分红决议，减少分红金额。由于之前李皞丹向公司提供的资金未收回，加上当时规范意识不足，所以公司股东没有退还多发放的分红款，也没有及时进行结算对冲，构成了资金占用。其中：李皞丹 249.00 万元，柳琨 42.00 万元，戴尚衡 9.00 万元。2022 年 10 月，李皞丹等人结清了该款项。

上述关联方资金拆借款除实际控制人李皞丹以公司经营名义，通过湖南银行“税联 e 贷”获取一笔 300 万元借款转借公司按照银行借款利息等额支付利息外，

其余关联方资金拆借均未计提利息，主要原因系资金拆入与拆出同时存在且拆入拆出金额及拆借期间大致相当，因此未向资金拆出方支付利息和向资金拆入方收取利息。

2. 说明实控人李皞丹临近时间内与公司同时存在拆入和拆出的原因及合理性，相关内控运行是否有效

实控人李皞丹临近时间内与公司同时存在拆入和拆出，主要是由于公司当时规范意识不足，财务核算没有及时进行结算对冲所导致。

报告期内，公司存在实际控制人李皞丹等关联方占用资金的情形。关联方资金占用发生于报告期前，主要系当时相关方规范意识不足，公司与关联方基于临时资金需求互有拆借。相关资金占用不属于主观故意或恶意行为，资金占用情形已随公司合规意识的不断加强而于 2022 年 10 月整改完毕。

公司已制定、完善《关联交易管理制度》《独立董事工作制度》《对外担保管理制度》《监事会议事规则》（已取消）《防范控股股东及其关联方占用公司资金管理制度》《投资者关系管理制度》《信息披露事务管理制度》等为防范实际控制人不当控制、保护投资者利益、资金风险防范相关的制度文件。

公司根据《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》等相关法律法规的要求，建立了由股东会、董事会、监事会（已取消）和高级管理层组成的法人治理结构。公司组织机构职责分工明确，相互配合，制衡机制有效运作，决策程序及议事规则透明、清晰、有效。报告期内，公司治理情况良好，不存在重大缺陷，公司股东会、董事会、监事会（已取消）依法规范运作，相关人员能切实履行各自的权利、义务与职责。同时报告期内，公司未再发生实际控制人或其他关联方资金占用的情形。

综上，公司已建立健全内部治理结构并有效运行，相关内部控制制度完善并有效执行。

（二）说明公司个卡收款及员工收款的具体情况、相应整改措施及有效性，未将员工收款统计至个人卡收款的原因，相关信息披露内容是否准确

1. 公司个卡收款及员工收款的具体情况

（1）个人卡收款

报告期内，客户基于自身转账方便，存在部分零星客户直接向公司员工转账

支付货款的情形，为方便管理该类货款资金，公司安排出纳严敬开通个人卡（尾号为 5579 的长沙银行卡）收取并管理上述款项，该银行账户开通时已纳入公司账务处理。

1) 个人卡收款涉及账户名称、持卡人身份、开立及注销时点具体情形如下表：

账户名称	持卡人	持卡人身份	开立时点	注销时点
长沙银行（214467311155925579）	严敬	公司出纳	2021-12-13	2022-3-24

2) 个人卡对应资金流转金额、时点如下表：

员工个人卡收款明细表				
序号	日期	金额（元）	对方户名	款项说明
1	2021-12-13	3.00	营销活动专用专户	现金券
2	2021-12-30	7,520.00	彭*勇	公司业务员收到客户货款后转入
3	2021-12-30	12,000.00	彭*勇	公司业务员收到客户货款后转入
4	2022-1-3	3,500.00	刘*军	公司业务员收到客户货款后转入
5	2022-1-15	29,400.00	谭*	公司业务员收到客户货款后转入
6	2022-1-15	29,700.00	谭*	公司业务员收到客户货款后转入
7	2022-1-17	800.00	谭*	公司业务员收到客户货款后转入
8	2022-1-17	40,100.00	谭*	公司业务员收到客户货款后转入
9	2022-1-19	76,920.00	彭*	公司业务员收到客户货款后转入
10	2022-1-21	3,656.34	彭*勇	公司业务员收到客户货款后转入
11	2022-1-22	30,000.00	刘*军	客户转入货款
12	2022-1-22	64,700.00	丁*辉	客户转入货款
13	2022-1-22	5,280.00	王*加	客户转入货款
14	2022-1-23	-5,000.00	支付报销款	/
15	2022-1-23	-5,000.00	支付报销款	/
16	2022-1-24	25,000.00	彭*	公司业务员收到客户货款后转入
17	2022-1-25	120,500.00	许*文	公司业务员收到客户货款后转入
18	2022-1-25	-100,000.00	支付报销款	/
19	2022-1-25	-49,900.00	支付报销款	/
20	2022-1-25	-20,000.00	支付报销款	/
21	2022-1-25	-20,000.00	支付报销款	/
22	2022-1-26	18,900.00	许*文	公司业务员收到客户货款后转入

23	2022-1-27	-49,900.00	支付报销款	/
24	2022-1-28	30,000.00	彭*	公司业务员收到客户货款后转入
25	2022-1-28	100,000.00	张*	客户转入货款
26	2022-1-30	30,000.00	彭*	公司业务员收到客户货款后转入
27	2022-1-31	170,000.00	严*	客户转入货款
28	2022-2-2	200,000.00	周*林	公司业务员收到客户货款后转入
29	2022-2-14	-20,000.00	支付报销款	/
30	2022-2-23	5,000.00	肖*新	公司业务员收到客户货款后转入
31	2022-2-24	-10,000.00	支付报销款	/
32	2022-2-28	8,500.00	彭*	公司业务员收到客户货款后转入
33	2022-2-28	29,970.00	彭*勇	公司业务员收到客户货款后转入
34	2022-2-28	36,770.00	彭*勇	公司业务员收到客户货款后转入
35	2022-2-28	50,000.00	王*龙	客户转入货款
36	2022-2-28	50,000.00	王*龙	客户转入货款
37	2022-2-28	33,460.00	戴*滨	公司业务员收到客户货款后转入
38	2022-3-1	50,000.00	严*	客户转入货款
39	2022-3-4	50,000.00	刘*军	客户转入货款
40	2022-3-4	42,680.00	李*丽	公司业务员收到客户货款后转入
41	2022-3-8	52,877.00	徐*阳	客户转入货款
42	2022-3-11	1,640.00	吴*华	客户转入货款
43	2022-3-13	-5,000.00	支付报销款	/
44	2022-3-15	-5,000.00	支付报销款	/
45	2022-3-16	100,000.00	严*	客户转入货款
46	2022-3-17	29,615.00	甄*信	客户转入货款
47	2022-3-17	50,000.00	胡*	客户转入货款
48	2022-3-21	512.75	利息收入	/
49	2022-3-21	8,970.00	罗*强	公司业务员收到客户货款后转入
50	2022-3-21	3,840.00	彭*勇	公司业务员收到客户货款后转入
51	2022-3-21	-500,000.00	恒兴股份	注销前转入公司账户
52	2022-3-21	-500,000.00	恒兴股份	注销前转入公司账户/
53	2022-3-24	-84,130.00	支付报销款	/
54	2022-3-24	-227,884.09	恒兴股份	注销前转入公司账户
55	2022-3-24	10.01	利息收入	/

56	2022-3-24	-10.01	恒兴股份	注销前转入公司账户
----	-----------	--------	------	-----------

3) 存续期间，该银行卡累计收支的金额如下：

项 目	2022 年收入	2021 年收入	项 目	2022 年支出	2021 年支出
直接收取客户款项	804,112.00	19,520.00	支付报销款	373,930.00	
业务员收取货款后转入金额	777,666.34		注销前转入公司账户金额	1,227,894.10	
利息收入	522.76				
现金券		3.00			
合 计	1,582,301.10	19,523.00		1,601,824.10	

(2) 员工收款

报告期内，部分零星客户基于自身转账方便，存在直接向公司业务人员支付货款的情形，具体金额分别为 476.53 万元、75.91 万元、0.00 万元和 0.00 万元，自 2023 年 7 月开始，公司使用公司二维码收款后，公司不再存在员工收款情形。报告期内，员工收款对应资金流转金额、时点如下表：

1) 2022 年度员工收款明细表

2022 年度员工收款明细表				
序号	交易时间	金额	对方户名	款项说明
1	20220103	3,500.00	刘*军	客户转入货款
2	20220115	29,400.00	谭*	客户转入货款
3	20220115	29,700.00	谭*	客户转入货款
4	20220117	800.00	谭*	客户转入货款
5	20220117	40,100.00	谭*	客户转入货款
6	20220119	76,920.00	彭*	客户转入货款
7	20220121	3,656.34	彭*勇	客户转入货款
8	20220124	25,000.00	彭*	客户转入货款
9	20220125	120,500.00	许*文	客户转入货款
10	20220126	18,900.00	许*文	客户转入货款
11	20220128	30,000.00	彭*	客户转入货款
12	20220130	30,000.00	彭*	客户转入货款
13	20220202	200,000.00	周*林	客户转入货款

2022 年度员工收款明细表

序号	交易时间	金额	对方户名	款项说明
14	20220223	5,000.00	肖*新	客户转入货款
15	20220228	8,500.00	彭*	客户转入货款
16	20220228	29,970.00	彭*勇	客户转入货款
17	20220228	36,770.00	彭*勇	客户转入货款
18	20220228	33,460.00	戴*滨	客户转入货款
19	20220304	42,680.00	李*丽	客户转入货款
20	20220321	8,970.00	罗*强	客户转入货款
21	20220321	3,840.00	彭*勇	客户转入货款
22	20220927	100,000.00	郑*	客户转入货款
23	20221024	100,000.00	郑*	客户转入货款
24	20221115	100,000.00	郑*	客户转入货款
25	20221212	20,000.00	张*	客户转入货款
26	20221213	18,500.00	张*	客户转入货款
27	20220329	43,380.00	彭*	客户转入货款
28	20220331	9,600.00	彭*勇	客户转入货款
29	20220331	1.05	彭*勇	客户转入货款
30	20220331	4.12	彭*勇	客户转入货款
31	20220331	18,100.00	彭*勇	客户转入货款
32	20220331	34,080.00	戴*滨	客户转入货款
33	20220331	1,048.95	彭*勇	客户转入货款
34	20220331	4,115.88	彭*勇	客户转入货款
35	20220401	24,800.00	彭*	客户转入货款
36	20220402	23,420.00	彭*	客户转入货款
37	20220402	30,800.00	詹*化	客户转入货款
38	20220402	8,520.00	詹*化	客户转入货款
39	20220406	10,000.00	孔*	客户转入货款
40	20220406	2,280.00	孔*	客户转入货款
41	20220412	120,000.00	严*	客户转入货款

2022 年度员工收款明细表

序号	交易时间	金额	对方户名	款项说明
42	20220429	7,000.00	肖*	客户转入货款
43	20220429	39,240.00	肖*	客户转入货款
44	20220430	22,076.00	戴*滨	客户转入货款
45	20220430	86,500.00	肖*	客户转入货款
46	20220430	18,420.00	彭*勇	客户转入货款
47	20220430	28,400.00	彭*勇	客户转入货款
48	20220521	25,280.00	肖*	客户转入货款
49	20220530	100,000.00	肖*	客户转入货款
50	20220531	107,040.00	吴*利	客户转入货款
51	20220531	34,080.00	肖*	客户转入货款
52	20220531	5,540.00	詹*化	客户转入货款
53	20220531	20,700.00	詹*化	客户转入货款
54	20220602	120,000.00	刘*华	客户转入货款
55	20220604	28,920.00	戴*滨	客户转入货款
56	20220605	185,700.00	吴*利	客户转入货款
57	20220614	860.00	彭*勇	客户转入货款
58	20220620	19,630.00	肖*	客户转入货款
59	20220627	1,800.00	唐*兵	客户转入货款
60	20220628	62,650.00	肖*	客户转入货款
61	20220630	48,020.00	戴*滨	客户转入货款
62	20220630	14,880.00	肖*	客户转入货款
63	20220630	37,840.00	肖*	客户转入货款
64	20220630	30,000.00	彭*勇	客户转入货款
65	20220701	82,600.00	刘*华	客户转入货款
66	20220707	60,000.00	肖*	客户转入货款
67	20220713	480.00	孔*	客户转入货款
68	20220721	50,000.00	谭*	客户转入货款
69	20220725	16,000.00	肖*	客户转入货款

2022 年度员工收款明细表

序号	交易时间	金额	对方户名	款项说明
70	20220726	36,000.00	周*林	客户转入货款
71	20220727	37,420.00	彭*勇	客户转入货款
72	20220728	21,996.00	肖*	客户转入货款
73	20220729	5,000.00	肖*	客户转入货款
74	20220729	5,460.00	郭*	客户转入货款
75	20220730	22,800.00	肖*	客户转入货款
76	20220731	37,980.00	戴*滨	客户转入货款
77	20220731	4,900.00	彭*勇	客户转入货款
78	20220731	5,300.00	肖*	客户转入货款
79	20220809	70,000.00	肖*	客户转入货款
80	20220810	32,000.00	肖*	客户转入货款
81	20220815	21,240.00	唐*兵	客户转入货款
82	20220815	15,640.00	唐*兵	客户转入货款
83	20220815	20,000.00	唐*兵	客户转入货款
84	20220815	9,440.00	唐*兵	客户转入货款
85	20220815	17,400.00	唐*兵	客户转入货款
86	20220827	1,100.00	肖*	客户转入货款
87	20220831	10,000.00	彭*勇	客户转入货款
88	20220831	10,200.00	彭*勇	客户转入货款
89	20220831	61,489.10	彭*勇	客户转入货款
90	20220831	50,000.00	戴*滨	客户转入货款
91	20220831	5,000.00	蔡*姿	客户转入货款
92	20220908	13,000.00	孔*	客户转入货款
93	20220911	43,380.00	吴*利	客户转入货款
94	20220911	68,040.00	吴*利	客户转入货款
95	20220916	3,050.00	周*林	客户转入货款
96	20220922	17,180.00	肖*	客户转入货款
97	20220923	34,440.00	吴*利	客户转入货款

2022 年度员工收款明细表

序号	交易时间	金额	对方户名	款项说明
98	20220924	4,000.00	肖*	客户转入货款
99	20220924	8,240.00	肖*	客户转入货款
100	20220927	1,040.00	张*	客户转入货款
101	20220930	14,000.00	肖*	客户转入货款
102	20220930	45,520.00	肖*	客户转入货款
103	20220930	40,000.00	肖*	客户转入货款
104	20221004	40,000.00	许*文	客户转入货款
105	20221005	5,340.00	许*文	客户转入货款
106	20221005	44,280.00	许*文	客户转入货款
107	20221011	18,660.00	詹*化	客户转入货款
108	20221012	23,880.00	吴*利	客户转入货款
109	20221012	26,600.00	许*文	客户转入货款
110	20221017	15,600.00	肖*	客户转入货款
111	20221019	900.00	唐*兵	客户转入货款
112	20221024	40,000.00	周*林	客户转入货款
113	20221026	51,700.00	肖*	客户转入货款
114	20221027	16,320.00	肖*	客户转入货款
115	20221028	20,520.00	许*文	客户转入货款
116	20221030	30,000.00	肖*	客户转入货款
117	20221031	10,000.00	彭*勇	客户转入货款
118	20221031	49,040.00	戴*滨	客户转入货款
119	20221031	15,400.00	肖*	客户转入货款
120	20221031	21,300.00	肖*	客户转入货款
121	20221031	40,000.00	肖*	客户转入货款
122	20221102	50,000.00	孔*	客户转入货款
123	20221111	6,000.00	孔*	客户转入货款
124	20221114	40,000.00	肖*	客户转入货款
125	20221114	1,040.00	张*	客户转入货款

2022 年度员工收款明细表

序号	交易时间	金额	对方户名	款项说明
126	20221117	44,280.00	许*文	客户转入货款
127	20221119	14,650.00	肖*	客户转入货款
128	20221126	1,740.00	彭*勇	客户转入货款
129	20221130	49,700.00	戴*滨	客户转入货款
130	20221130	18,900.00	肖*	客户转入货款
131	20221130	16,400.00	肖*	客户转入货款
132	20221130	12,000.00	詹*化	客户转入货款
133	20221130	4,820.00	詹*化	客户转入货款
134	20221201	900.00	唐*兵	客户转入货款
135	20221203	3,200.00	肖*	客户转入货款
136	20221205	10,000.00	彭*勇	客户转入货款
137	20221215	6,600.00	周*林	客户转入货款
138	20221215	19,760.00	戴*滨	客户转入货款
139	20221216	2,080.00	张*	客户转入货款
140	20221219	44,280.00	许*文	客户转入货款
141	20221222	34,800.00	肖*	客户转入货款
142	20221226	100,000.00	肖*	客户转入货款
143	20221228	100,000.00	肖*	客户转入货款
144	20221229	69,400.00	肖*	客户转入货款
145	20221229	30,254.00	郭*	客户转入货款
146	20221230	49,976.00	廖*辉	客户转入货款
147	20221231	34,660.00	戴*滨	客户转入货款
148	20221231	1,320.00	肖*	客户转入货款
149	20221231	8,080.00	肖*	客户转入货款
150	20221231	28,700.00	肖*	客户转入货款
合 计		4,765,307.44		

2022 年公司员工收款金额 476.53 万元，与公司零星客户转入公司业务员的金额一致。

2) 2023 年度员工收款明细表

2023 年度员工收款明细表				
序号	日期	金额（元）	员工姓名	款项说明
1	20230105	5,000.00	蔡*姿	客户转入回款
2	20230116	19,380.00	廖*辉	客户转入回款
3	20230119	200,000.00	郑*	客户转入回款
4	20230121	20,000.00	陈*利	客户转入回款
5	20230211	20,000.00	罗*强	客户转入回款
6	20230228	6,960.00	戴*滨	客户转入回款
7	20230301	3,120.00	张*	客户转入回款
8	20230303	25,700.00	许*文	客户转入回款
9	20230304	80,000.00	许*文	客户转入回款
10	20230304	16,000.00	许*文	客户转入回款
11	20230306	27,960.00	许*文	客户转入回款
12	20230325	48,800.00	张*	客户转入回款
13	20230327	50,000.00	郑*	客户转入回款
14	20230330	21,600.00	肖*	客户转入回款
15	20230330	15,900.00	肖*	客户转入回款
16	20230330	36,200.00	周*林	客户转入回款
17	20230331	46,760.00	戴*滨	客户转入回款
18	20230331	6,600.00	李*红	客户转入回款
19	20230331	3,600.00	李*红	客户转入回款
20	20230331	50,000.00	肖*	客户转入回款
21	20230331	22,360.00	肖*	客户转入回款
22	20230419	12,930.00	张*	客户转入回款
23	20230425	20,000.00	陈*利	客户转入回款
24	20230426	200.00	李*红	客户转入回款
合 计		759,070.00		

注：肖*是员工彭*的配偶，郑*为员工谭*的配偶，其转入公司的货款视为员工收款

2023 年公司员工收款金额 75.91 万元，与公司零星客户转入公司业务员的金额一致。

2. 公司个卡收款及员工收款事项的相应整改措施及有效性

公司使用个人卡收款和员工收款主要是基于客户自身转账方便，相关款项均已清理完毕，涉及的个人卡账户已注销并已禁止公司员工通过个人卡收款。通过个人卡和员工收款结算的业务已在公司财务报表中如实反映，由此产生的相关税费已全额缴纳。针对个人卡收款和员工收款的收支问题，公司在报告期内建立并逐步完善了相关内控制度并设立公司商户二维码收款，杜绝相关事项再次发生。

3. 公司未将员工收款统计至个人卡收款的原因，相关信息披露内容是否准确

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》之“2-10 财务内控不规范情形”，财务内控不规范情形的包括公司利用个人账户对外收付款项。公司员工个人账户收款包括两种情形：其一为公司安排出纳严敬开通个人卡（尾号为 5579 的长沙银行卡）收取货款，属于公司利用个人账户对外收付款项；另一种为公司业务员基于客户支付便利的考虑，私下用个人账户收取客户货款后向公司转账，该类收款属于内部控制不规范情形，但不是公司利用员工账户收款，因此公司在申报文件中将这两类收款分开披露，相关信息披露内容准确。

（三）说明外销收入快速增长的情况下备用金借支金额是否存在大幅增长的可能，后续规范措施及执行情况，问询回复员工备用金借支金额前后不一致的原因；说明 2023 年度现金支付押金 79.20 万元的具体情况，与相关业务合同约定是否一致，相关押金是否已退回

1. 说明外销收入快速增长的情况下备用金借支金额是否存在大幅增长的可能，后续规范措施及执行情况，问询回复员工备用金借支金额前后不一致的原因

报告期内，公司各期备用金借支金额分别为 52.13 万元、85.91 万元、378.85 万元和 170.80 万元，呈增长趋势。报告期各期，备用金最终用途去向如下：

序号	期间	备用金借支金额	备用金的最终用途去向				
			业务招待费	工资奖金	客户维护费	归还	其他
1	2025 年 1-6 月	170.80	86.93		51.68	7.53	18.15

2	2024 年度	378.85	180.67	106.15	22.57	64.05	12.81
3	2023 年度	85.91	29.16	18.00	0.06	13.34	26.05
4	2022 年度	52.13	22.49	45.20		4.80	8.66

注：备用金借支金额为当期备用金借支发生额，最终用途去向金额为当期员工报账、归还等冲减的备用金金额

如上表所示，报告期公司备用金主要用于费用报销和工资奖金。2022 年 10 月公司在越南设立子公司开拓境外销售业务，境外新客户拓展数量较多，相关业务开拓费用较高；另外，2024 年公司在泰国设立子公司，筹办建设新的生产基地，前期筹建和施工准备费用亦较高。上述费用全部发生在境外，而公司员工持有境外货币较少，为减少员工换汇操作麻烦，公司境外子公司通过备用金方式向员工直接支付当地货币，从而导致境外业务员工备用金借支较高。同时，部分中方员工在境外个人支出也需要当地货币，为减少员工换汇操作麻烦，公司采用备用金形式，以当地货币向这部分员工发放工资，后续再由应付职工薪酬冲回。

经过两年多的客户拓展，目前，公司境外销售的重心转为客户维护，相应对业务开拓费的需求随之减少；泰国生产基地已处于厂房建设过程当中，相应的备用金借支需求有所降低；2026 年起，境外员工的工资将由母公司在境内以工资卡转账形式代为发放。2025 年员工借支备用金的金额预计为 268.40 万元，较 2024 年降低 29.15%，后续公司将继续采取各项措施，严格管控员工备用金借支，具体措施包括：

(1) 控制备用金借支额度，后续公司将按照备用金借支制度严格审批员工备用金借支金额，大额业务开支由公司对公账户直接结算，杜绝通过员工备用金的形式支付大额业务开支的情况；(2) 控制备用金借支期限，基于日常业务需求，公司允许少部分员工持有两千元左右的小额备用金，除此之外，后续公司将按月对备用金进行管理，因公业务借支的备用金须在次月报销处理完毕；(3) 加强监督管理：公司财务部将着重加强对备用金借支事由的审批，确保备用金支出范围符合公司相关规定，从源头杜绝可能出现占用公司资金的情形，同时按月对备用金报销或归还情况进行跟踪管理，并将相关情况与员工绩效考核挂钩。

通过以上措施，预计未来公司每年备用金借支金额将控制在 100 万元以内，不会大幅增长。

首轮审核问询函回复中员工备用金借支金额存在两个不同的口径：一是现金付款用途中的员工备用金借支，二是各期员工备用金借支的总金额，后者除通过现金方式借支的备用金外，还包括通过公司银行账户借支的员工备用金，二者勾稽关系如下：

序号	期间	备用金借支金额 (A)	通过现金方式借支的员工备用金 (B)	通过公司银行账户借支的员工备用金 (C)	是否勾稽勾稽 (A=B+C)
1	2025 年 1-6 月	170.80	137.80	33.00	是
2	2024 年度	378.85	307.71	71.14	是
3	2023 年度	85.91	31.94	53.97	是
4	2022 年度	52.13	4.20	47.93	是

2. 说明 2023 年度现金支付押金 79.20 万元的具体情况，与相关业务合同约定是否一致，相关押金是否已退回

该笔款项性质为越南子公司租赁厂房缴纳的押金，根据越南子公司与厂房出租方“BAIDU 实业责任有限公司”签订的租赁合同，越南子公司需支付 6 个月的租金作为租赁厂房的押金，因成立初期公司银行账户功能尚不完备，对公银行账户转账限额，故于 2023 年 5 月通过现金的方式支付了该笔押金，该笔押金于 2024 年 3 月通过现金的方式收回。因收回该笔款项不属于收取客户销售货款，故未在招股说明书“第六节 公司治理”之“三、内部控制情况”之“（三）报告期内公司的内部控制规范情况”之“1、现金或个人卡收款情况”中披露为现金收款。随着公司银行账户转账限额提升，出租方为规范开具相关发票，要求公司通过银行转账的方式另行支付该笔押金，越南子公司已于 2024 年 3 月通过对公银行账户支付了该笔押金，截至本说明出具之日，越南子公司与出租方租赁合同正在履行当中，该笔押金尚未收回。

（四）说明李艳萍现金采购产品标签、缠绕膜、塑钢带等零星物资公开市场价格的获取方式，现金支付购买塑钢带/打包带的采购均价高于公开市场价格的原因及合理性，相关采购价格是否公允

李艳萍现金采购产品标签、缠绕膜、塑钢带等零星物资的公开市场价格来源于京东、淘宝和 JDI 京东工业网平台查询。

报告期内，李艳萍负责采购的塑钢带/打包带价格与公开市场价格明细如下

表：

单位：元

产品名称		2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	报告期采 购均价	公开市场区间 价格
塑钢带/打 包带（卷）	金额	10,500.00	351,696.05	165,065.00	300,080.00		
	单价	350.00	351.70	353.46	353.04	352.51	342.40-379.2

如上表所示，公司采购的塑钢带/打包带价格与同行业价格同类产品的市场相近，不存在较大差异，采购价格公允。

（五）逐项列示报告期内各类不规范情形的整改措施、整改效果、整改完成时点或预计后续是否将持续存在的原因及合理性

公司根据《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《中华人民共和国会计法》及《企业内部控制基本规范》等相关法律法规和规范性文件的要求，根据自身实际情况建立了满足公司管理需要的各种内部控制制度，并结合公司的发展需要不断进行改进和提高，相关内部控制制度覆盖了公司业务活动和内部管理的各个方面和环节，并得到了有效执行。公司也建立健全了内部监督与内部审计机制，定期自查或根据外部信息排查内部控制执行有效性，并就发现的问题及时进行整改并进一步完善内部控制制度。报告期内，经自查发现并有效整改的主要问题如下：

序号	不规范情形	整改措施及完善情况	整改效果	整改完成时点或预计后续是否将持续存在的原因及合理性
1	关联方资金拆借	相关资金拆借余额已于 2022 年 10 月全部清偿。公司根据《公司法》《证券法》等相关法律法规的要求，建立了由股东会、董事会、监事会（已取消）和高级管理层组成的法人治理结构，同时，公司已制定、完善《关联交易管理制度》《防范控股股东及其关联方占用公司资金管理制度》等为防范实际控制人不当控制、保护投资者利益、资金风险防范相关的制度文件。	相关关联方资金拆借清理整改后，公司未再发生实际控制人或其他关联方资金占用的不规范情形	2022 年 10 月已整改完。
2	现金支付问题	<p>(1) 控制备用金借支额度：严格审批员工备用金借支金额，大额业务开支由公司对公账户直接结算，杜绝通过员工备用金的形式支付大额业务开支；审慎评估借支金额，要求员工按需借支，杜绝超额借支的情况。</p> <p>(2) 减少工资奖金现金支出：</p> <p>① 境内部分：公司将通过对公银行账户发放季度奖，减少通过现金的形式发放境内员工奖金。</p> <p>② 境外部分：母公司在境内代发无法在境外办理个人银行账户的中方员工工资奖金，减少现金支付员工工资。</p> <p>(3) 减少费用报账现金支出：要求境外员工能够办理银行卡的必须办理，已办卡员工公司报销时通过转账支付，减少现金支付。</p>	公司采取的各项减少现金支付规范措施已取得初步效果，2025 年现金支付金额较 2024 年有所下降	基于境外的金融服务环境、第三方支付普及程度及消费者交易习惯、暂无法为全体员工办理境外个人银行账户等客观因素，为高效便捷地结算各类小额业务开支，公司预计未来还将持续存在适量的现金支付交易。后续公司将持续关注越南、泰国金融支付环境的发展变化，逐步优化交易结算方式，同时严格执行公司资金内控管理制度，确保各类现金支付均经有效审批，相关原始单据齐全，具备可验证性
3	个人卡收款	公司个人卡账户于 2022 年 3 月 24 日停用注销。个人卡涉及的相关收支均已纳入财务报表核算，均已按照税法要求进行税务申报。	个人卡停用注销后，未再发生公司利用个人卡收款的行为	2022 年 3 月 24 日整改完成

序号	不规范情形	整改措施及完善情况	整改效果	整改完成时点或预计后续是否将持续存在的原因及合理性
4	员工收款	2023 年 5 月份后公司已经杜绝了员工收款行为，开通使用公司二维码收款。员工收款涉及的相关收支均已纳入财务报表核算，均已按照税法要求进行税务申报。	已经杜绝了员工收款行为	2023 年 5 月整改完成
5	公司用印审批瑕疵	<p>(1) 全面梳理报告期内公司用印审批情况，梳理《印章使用申请审批单》上补签字的情况，已经针对该类情况在审批单上补充“已事先报备”字样并经总经办负责人签字确认。</p> <p>(2) 修改完善印章管理制度，对紧急情况下用印，补充相关的制度流程要求，明确紧急情况下用印，可以通过电话等线上方式请示，但需要保留相关请示记录并经总经办负责人核实后，方可用印。《印章使用申请审批单》需注明“已事先报备”字样。</p> <p>(3) 针对修改后的印章管理制度下发了学习文件，组织全体员工认真学习。</p>	相关整改措施真实并得到有效执行，有效地规范了公司用印审批存在瑕疵	2025 年 6 月已整改完
6	研发结项流程瑕疵	<p>(1) 结合公司研发项目台账、对照《湖南恒兴新材料科技股份有限公司内部控制管理手册》规定的研发内控制度进行全面清查，完成不符合研发内控制度要求的项目梳理。</p> <p>(2) 按照公司研发内控制度的规定，对存在瑕疵的研发项目，重新组织验收，根据项目需要，合理增加外聘专家参与项目评审的人数。</p> <p>(3) 组织部门全部研发人员加强内控制度的学习，确保后续研发活动的各个环节严格按照内控制度执行。</p> <p>(4) 完善研发档案归档要求，对不符合《湖南恒兴新材料科技股份有限公司内部控制管理手册》规定的研发内控制度的研发项目不予归档。</p>	通过各项问责、培训和将责任落实到人等整改措施，有效地规范了研发结项流程存在内控瑕疵	2025 年 6 月已整改完

序号	不规范情形	整改措施及完善情况	整改效果	整改完成时点或预计后续是否将持续存在的原因及合理性
7	部分付款申请单审批不全	<p>(1) 组织员工学习《员工报销操作专题培训》，对员工报销、财务人员审核流程、单据整理等进行专题培训。</p> <p>(2) 制定《付款申请单审批制度》，明确各部门负责人、财务总监、总经理等审批人员的职责和审批权限，确保每笔付款申请单都经过完整审批流程，同时明确各环节的审批责任人和审批时间要求，确保审批流程的高效性和规范性。</p> <p>(3) 每季度结束，内部审计部门对上一季度付款申请单审批流程进行检查和评估，及时发现和纠正审批流程中的问题，加强对内部控制制度执行情况的监督，对违反审批流程的行为进行严肃处理，确保内部控制制度的有效执行。</p> <p>(4) 制定责任追究机制，对于在付款申请单审批流程中各环节的责任人因审批不全导致的财务风险和损失追究责任，并建立责任追究档案，对违规行为进行记录和备案，作为员工绩效考核和晋升的重要依据。</p>	相关整改措施真实并得到有效执行；通过前述整改措施，公司能够有效地防范付款申请单审批方面的瑕疵	2025 年 6 月已整改完
8	部分销售的发货单、签收单无单号	<p>(1) 组织财务人员完成了对报告期内发货单情况的检查，梳理报告期内无编号的发货单情况。</p> <p>(2) 要求公司总部及各办事处、子公司仓库使用公司已统一的、规范化的销售发货单、签收单模板，按发货时间的先后顺序对所有发货单进行连续编号，销售内勤中心负责按照编号顺序对客户签回的签收单完整、有序地整理归档。</p> <p>(3) 由销售内勤中心负责对发货单、签收单进行复核，确保发货单及签收单编号连续，单据完整且内容符合规范。</p>	公司相关整改措施真实并得到有效执行，通过前述整改措施，公司可以有效地避免销售发货单、签收单无单号的问题，确保相关单据的规范性	2025 年 6 月已整改完
9	差旅费报销未附出	(1) 组织公司员工学习《员工报销操作专题培训》，对员工报销、财务人员审核流程、单据整理等进行专题培训。	相关整改措施真实并已完成，能够有效规范财务会计	2025 年 6 月已整改完

序号	不规范情形	整改措施及完善情况	整改效果	整改完成时点或预计后续是否将持续存在的原因及合理性
	差审批单	(2) 组织财务部员工学习公司因公出差管理制度、差旅费报销制度等制度文件，要求全体财务人员熟悉相关制度文件。 (3) 要求财务人员对差旅费报销申请审核的单据应当包括《出差申请单》《差旅费报销单》和其他费用支出凭证，对缺少《出差申请单》的报销单据不予审核通过，财务部门应严格按照《差旅费报销管理规定》要求，加强对出差单据的审批，确保差旅费报销凭证相关审批单据完整、符合制度规定。	对差旅费报销审核和凭证制作方面的瑕疵	
10	记账凭证设计不规范	(1) 重新设计资金收付凭证，新的资金收付凭证已增加出纳签章处，要求后续资金收付凭证均由出纳签字或签章。 (2) 严格落实资金收付操作责任到人，强化出纳人员对资金收付的责任意识，确保资金收付的安全性和规范性。	通过前述整改措施，公司对资金收付凭证方面的瑕疵进行了有效的整改规范	2025 年 6 月已整改完
11	采购款现金交易	对于零星采购中采购金额相对较大的供应商，公司已经要求采用对公支付的模式进行采购，对于李艳萍负责采购部分中的主要材料产品标签、缠绕膜和塑钢带/扣已更换为能够提供对公支付的供应商进行合作。	零星采购中主要材料产品标签、缠绕膜和塑钢带/扣已更换为能够提供对公支付的供应商进行合作	2025 年 6 月已整改完

（六）核查程序及结论

1. 核查上述事项并发表明确意见，说明核查方法、范围、过程及结论

（1）核查方法、范围及过程

针对上述事项，我们实施了以下核查程序：

1) 查阅公司、实际控制人等关联方的银行流水并询问实际控制人等关联方，了解资金拆借的使用情况、发生原因。

2) 访谈公司管理层，了解公司规范减少现金交易和员工备用金的措施，了解现金支付大额押金的相关背景，了解员工备用金的支付形式；

3) 询问公司管理层及公司出纳，了解公司相关个人卡收付款背景原因、具体细节、个人卡的收付管理以及清理整改、内控措施完善情况；

4) 查阅公司的账务记录，抽查原始凭证，核查个人卡与公司业务有关金额的准确性和完整性，检查个人银行账户停用注销情况；

5) 检查公司与出租方签订的厂房租赁合同，并对押金收付相关的会计凭证进行检查；

6) 获取报告期内现金日记账，检查是否存在现金收取客户货款和现金支付供应商货款的情况；

7) 检查 5 万元以上的全部现金收支会计凭证及原始单据，并对 5 万元金额以下的进行随机抽查，测试现金收支相关内控执行情况；

8) 查阅并统计涉及李艳萍报销的塑钢带/打包带的金额及单价；查询并取得塑钢带/打包带的市场价格，并进行对比分析；

9) 针对公司用印审批流程不规范情形，保荐机构审阅了涉及用印审批的《印章使用申请审批单》及相关文件，对比用印时间和审批完成时间，确认用印审批存在瑕疵的具体情况；审阅了公司印章管理制度和用印审批流程的相关规定；对印章管理部门负责人、经办人员及审批人员进行访谈，了解用印审批流程的执行情况及用印时间早于审批完成时间的原因；与公司管理层进行沟通，了解公司对上述问题的整改措施及执行情况。

10) 针对公司研发结项流程不规范情形，保荐机构获取并审阅了公司研发项目资料，查看了项目验收评审组意见，验收结论和验收签字情况；审阅了公司技

术研发制度，了解公司验收评审组成员构成的相关规定；对科研中心负责人进行访谈，了解研发项目未及时完善评审意见、评审人员构成未按内控制度执行的原因；与公司管理层进行沟通，了解公司对上述问题的整改措施及执行情况。

11) 针对会计凭证管理不规范的情形，我们执行了如下核查程序：

① 审阅了付款申请单审批不全的单据对应的费用报销单原件，确认文件的真实性；审阅了公司内部控制制度文件，特别是付款申请单审批流程的相关规定；对财务部门负责人、相关业务部门负责人及经办人员进行访谈，了解付款申请单审批流程的执行情况及未履行审批手续的原因；

② 审阅了公司销售管理制度和物流管理规定，特别是发货单和签收单填写流程的相关规定；对销售部门负责人、生产负责人及经办人员进行访谈，了解发货单和签收单填写流程的执行情况及未填写单号的原因；

③ 审阅了缺少出差申请单的差旅费报销凭证原件；审阅了公司差旅费报销管理制度和费用报销流程的相关规定；对财务部门负责人、业务部门负责人及经办人员进行访谈，了解差旅费报销流程的执行情况及未附出差审批单的原因；

④ 查阅了涉及资金收付的记账凭证，确认记账凭证的设计情况及实际执行情况；审阅了公司财务管理制度和资金收付流程的相关规定；对财务部门负责人、出纳、记账人员及复核人员进行访谈，了解记账凭证设计和资金收付流程的执行情况及未设置出纳签章处的原因；

⑤ 与公司管理层进行沟通，了解公司对上述问题的整改措施及执行情况。

(2) 核查结论

经核查，我们认为：

1) 报告期内公司采购的塑钢带/打包带价格略高于同类产品的市场价格，主要是由于产品规格、型号或产品品牌不同所致，整体价格不存在较大差异，采购价格是公允的；

2) 公司已采取有效措施减少员工备用金借支及现金支付交易，期后（2025年下半年）员工备用金借支及现金支付均呈降低趋势，预计未来不会大幅增长；公司已采取控制备用金借支额度、严格审批员工备用金借支金额、审慎评估借支金额等方式进行整改；

3) 公司员工备用金借支的支付形式分为现金支付和法人银行账户转账两种

形式，首轮审核问询回复员工备用金借支金额前后不一致系二者口径不同；

4) 公司支付大额押金与厂房租赁合同约定一致，厂房租赁合同尚在履行过程当中，相关押金尚未收回；

5) 公司根据《公司法》《证券法》《会计法》及《企业内部控制基本规范》等相关法律、法规和规范性文件的要求，根据自身实际情况建立了满足公司管理需要的各种内部控制制度，并结合公司的发展需要不断进行改进和提高，相关内部控制制度覆盖了公司业务活动和内部管理的各个方面和环节，并得到了有效执行。公司已建立健全了内部监督与内部审计机制，定期自查或根据外部信息排查内部控制执行有效性，并就发现的问题及时进行整改并进一步完善内部控制制度，整改已完成且整改措施已经取得了成效。

2. 说明对公司个人卡、现金交易、资金拆借等事项的核查方式、核查过程及核查结论

(1) 核查方式、核查过程

1) 询问公司管理层及公司出纳，了解公司相关个人卡收款及员工收款背景原因、具体细节、个人卡的收付管理以及清理整改、内控措施完善情况；

2) 查阅公司的账务记录，抽查原始凭证，核查个人卡与公司业务有关金额的准确性和完整性，检查个人银行账户停用注销情况；

3) 针对使用个人银行账户收取货款的情形，检查公司销售管理方面的内控制度，以及在实物管理和财务核算方面的规范整改情况；

4) 取得公司的《资金管理办法》，了解公司资金业务办理的岗位分工、付款的审批授权制度；

5) 查看公司会计凭证，了解个人卡收付款项涉及的相关收支是否已纳入财务报表核算，了解相关款项是否已按照税法要求进行税务申报；

6) 取得公司开立公司二维码的设立依据；

7) 获取报告期内现金日记账，检查是否存在现金收取客户货款和现金支付供应商货款的情况；

8) 查阅公司、实际控制人等关联方的银行流水并询问实际控制人等关联方，了解资金拆借的使用情况、发生原因；

9) 检查 5 万元以上的全部现金收支会计凭证及原始单据，并对 5 万元金额

以下的进行随机抽查，测试现金收支相关内控执行情况。

(2) 核查结论

经核查，我们认为：

1) 公司使用个人卡收款、员工收款涉及的相关款项均已纳入财务报表核算，后续已并逐步完善了相关内控制度并设立公司商户二维码收款，杜绝相关事项再次发生；公司未将员工收款统计至个人卡收款的相关信息披露内容是准确的；

2) 公司不存在现金收取客户货款和现金支付供应商货款的情况；公司现金支付均经有效审批，相关原始单据齐全，内控执行有效；

3) 报告期内，公司存在实际控制人李皞丹等关联方占用资金的情形。关联方资金占用发生于报告期前，主要系当时相关方规范意识不足，公司与关联方基于临时资金需求互有拆借，且未及时进行清理抵销，导致形成应收应付双向挂账。相关资金占用不属于主观故意或恶意行为，资金占用情形已随公司合规意识的不断加强而于 2022 年 10 月整改完毕。报告期内，公司未再发生实际控制人或其他关联方资金占用的情形。未计提利息主要系资金拆入与拆出同时存在且拆入拆出金额及拆借期间大致相当，因此未向资金拆出方支付利息和向资金拆入方收取利息，具备合理性。

专此说明，请予察核。



中国注册会计师：

魏五军



中国注册会计师：

张新



二〇二六年一月十五日