



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的回复

保荐机构（主承销商）



二〇二六年四月

# 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的回复

## 北京证券交易所：

贵所于 2025 年 12 月 19 日出具的《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》已收悉，湖南恒兴新材料科技股份有限公司（以下简称“恒兴股份”“发行人”或“公司”）与保荐机构财信证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”）、湖南启元律师事务所（以下简称“发行人律师”）、天健会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）等相关方对审核问询函所列问题进行了逐项落实、核查，现回复如下，请予审核。

如无特别说明，本回复使用的简称与《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。

本回复中的字体代表以下含义：

问询函所列问题	<b>黑体（加粗）</b>
对问询函所列问题的回复	宋体
对招股说明书的修改或补充披露	<b>楷体（加粗）</b>

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

## 目 录

目 录.....	2
问题 1.业绩变动真实合理性及可持续性 .....	3
一、发行人说明 .....	5
二、核查情况 .....	34
问题 2.销售真实性、收入确认准确性及核查充分性 .....	37
一、发行人关于销售真实性及核查充分性的相关说明 .....	38
二、发行人关于收入确认准确性的相关说明 .....	56
三、保荐机构、申报会计师的核查情况 .....	60
问题 3.财务内控规范性及整改有效性 .....	87
一、发行人说明 .....	88
二、保荐机构、申报会计师的核查情况 .....	106
问题 4.募投项目建设必要性及合理性 .....	110
一、发行人说明 .....	111
二、核查情况 .....	136
问题 5.其他问题 .....	138
一、发行人说明 .....	140
二、核查情况 .....	161
除上述问题外，请发行人、保荐机构、申报会计师、发行人律师对照《北京证 券交易所向不特定合格投资者公开发行股票注册管理办法》《公开发行证券的 公司信息披露内容与格式准则第 46 号——北京证券交易所公司招股说明书》《公 开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 47 号——向不特定合格投资者公 开发行股票并在北京证券交易所上市申请文件》《北京证券交易所股票上市规 则》等规定，如存在涉及股票公开发行并在北交所上市条件、信息披露要求以 及影响投资者判断决策的其他重要事项，请予以补充说明。 .....	163

## 问题 1.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。

**【回复】**

## 一、发行人说明

### (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发行人 2023 年起经营业绩快速增长的合理性

发行人 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) 发行人 2023 年国内销售收入的增长变化情况

发行人 2023 年国内分应用领域销售收入的变动情况如下：

单位：万元

项目	2023 年		2022 年
	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
其他	1,616.22	-9.15	1,625.37
消费、汽车类	523.31	265.55	257.76
合计	<b>63,725.00</b>	<b>5,775.11</b>	<b>57,949.89</b>

2023 年发行人国内销售收入较 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。2023 年发行人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。

#### ①2023 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：

单位：万元

项目	2023 年		2022 年	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

项目	2023 年		2022 年	客户产能、收入变动情况	合理性分析
	金额	增长额	金额		
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
<b>合计</b>	<b>10,749.06</b>	<b>3,391.47</b>	<b>7,357.60</b>		

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 年发行人 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，系发行人 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 年发行人国内 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，对发行人产品的需求相应增加，具有合理性。

②2023 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：

单位：万元

项目	2023 年		2022 年	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
美述家智能家居有限公司	226.24	226.24	-	该公司成立于 2018 年 7 月，主营木制家居和地板的生产与销售，其品牌“美述家”2025 年获得中国地板匠心品牌，年产值 3.5 亿元左右	新增客户，客户产能无变化，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、木材的生产与销售，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 5,000 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
<b>合计</b>	<b>1,957.85</b>	<b>1,610.30</b>	<b>347.55</b>		

2023 年发行人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，系发行人 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的增长的客户，除浙江世友木业有限公司及湖州可木其木业有限公司外，均为公司当年拓展的新客户，发行人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) 发行人 2024 年国内销售收入的增长变化情况

发行人 2024 年国内分应用领域销售收入的变动情况如下：

单位：万元

项目	2024 年		2023 年
	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
其他	1,855.76	239.54	1,616.22
消费、汽车类	885.47	362.16	523.31
合计	<b>65,094.65</b>	<b>1,369.65</b>	<b>63,725.00</b>

2024 年发行人国内销售收入较 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-2024 年，贵港汉邦经营情况较为稳定，实现收入均为 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。

### (3) 发行人 2025 年国内销售收入的变化情况

发行人 2025 年国内分应用领域销售收入的变动情况如下：

单位：万元

项目	2025 年		2024 年
	金额	增长额	金额
PVC 地板	38,004.13	-11,426.13	49,430.26

PVC 封边条	6,902.12	-236.44	7,138.56
木器	4,477.99	-1,306.62	5,784.61
消费、汽车类	2,435.46	1,549.99	885.47
其他	1,829.42	-26.34	1,855.76
合计	53,649.12	-11,445.54	65,094.65

受客户订单向国外转移等因素的影响，2025年发行人国内销售收入较2024年减少11,445.54万元，PVC地板、木器等主要应用领域销售收入均有所下降，PVC封边条领域销售收入基本稳定。

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；2025年，受客户订单向国外转移等因素的影响，发行人国内销售收入较2024年有所下降。综上，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，发行人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

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，发行人2023年起境外销售收入快速增长。

2023年，发行人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发行人销售收入的匹配情况如下表所示：

单位：万元

项目	2023年		2022年	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 0 万元、1,239.84 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*、*
<b>合计</b>	<b>7,268.49</b>	<b>4,585.51</b>	<b>2,682.98</b>	

注: 1、以上信息来自公开网站信息、客户走访了解情况。

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;

3、永裕家居境外主体为 CÔNG TY TNHH SẢN NHÀ VĨNH DỰ 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,发行人境外销售收入增加 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%,发行人对上述客户销售收入的增加与客户的扩产相匹配。

2024 年,发行人主要客户境外扩产情况及与发行人收入增长的匹配情况如下:

单位:万元

项目	2024 年		2023 年	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*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

项目	2024 年		2023 年	变动原因
	销售金额	增长额	销售金额	
				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
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*、*
<b>合计</b>	<b>18,441.16</b>	<b>9,416.56</b>	<b>9,024.60</b>	

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 DŨ VIỆT NAM（越南永裕）；

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，发行人境外销售收入增加 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%，发行人对上述客户销售收入的增加与客户的产能及扩产相匹配。

2025 年，发行人主要客户境外扩产情况及与发行人收入增长的匹配情况如下：

单位：万元

项目	2025 年		2024 年	变动原因
	销售金额	增长额	销售金额	
华丽集团	7,020.46	3,103.05	3,917.41	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*万平方米，年产值可达20亿元；2025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
亚美实业	2,537.00	1,152.54	1,384.47	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，报告期内处于产能爬坡阶段，随着与公司合作的加深，采购金额大幅增加
越南海帆新材料有限公司	1,166.61	899.10	267.51	2024年新拓展的客户，主要从事PVC地板生产经营，年产能*万平方米，产值可达*亿元
爱丽家居	875.12	822.48	52.64	客户墨西哥工厂于2025年5月正式投产，境外销售收入增加，向公司采购金额相应增长
越南锐升	4,952.96	641.17	4,311.78	越南锐升2021年年底投产，产能*万平方米，2025年其产品销售情况良好，销售规模增加，向公司采购金额相应增长
合计	16,552.16	6,618.34	9,933.82	

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 PHẨM VĨNH ĐỨC VIỆT NAM（越南永裕）；

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。

2025年，发行人境外销售收入增加4,974.80万元，主要客户销售情况有所分化，其中上述客户销售收入增加6,618.34万元，发行人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，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相匹配。

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

#### （1）发行人报告期内营业收入增长的主要来源

2022-2025年，发行人营业收入分别为65,233.27万元、75,509.24万元、87,903.68万元及81,432.95万元，分别同比增加10,275.97万元、12,394.44万元及-6,470.73万元。2023、2024年处于增长趋势，2025年有所下滑。

2023年发行人销售收入较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年发行人销售收入较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。2025年，受市场竞争的影响，发行人产品销售均价有所下降，销售收入较2024年下降6,470.73万元；其中境外销售收入增加4,974.80万元，主要来自境外客户新增产能的持续释放，境内销售收入减少11,445.53万元，主要受客户订单向境外转移的影响。

综上，发行人2023年、2024年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。2025年受市场竞争的影响，发行人产品销售均价有所下降，销售收入较2024年下降。

(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

2022-2025年，发行人营业收入、成本、费用变动情况对扣非归母净利润的影响如下表所示：

单位：万元

项目	2025年	变动额	变动幅度	2024年
营业收入	81,432.95	-6,470.73	-7.36%	87,903.68
营业成本	52,553.94	-2,966.19	-5.34%	55,520.13
综合毛利	28,879.01	-3,504.54	-10.82%	32,383.55
期间费用	16,428.65	99.35	0.61%	16,329.30
扣非归母净利润	9,827.07	-2,274.54	-18.80%	12,101.61

项目	2024年	变动额	变动幅度	2023年
营业收入	87,903.68	12,394.44	16.41%	75,509.24
营业成本	55,520.13	7,389.97	15.35%	48,130.16
综合毛利	32,383.55	5,004.47	18.28%	27,379.08
期间费用	16,329.30	4,030.50	32.77%	12,298.80
扣非归母净利润	12,101.61	847.55	7.53%	11,254.07

项目	2023 年	变动额	变动幅度	2022 年
营业收入	75,509.24	10,275.97	15.75%	65,233.27
营业成本	48,130.16	-934.66	-1.90%	49,064.82
综合毛利	27,379.08	11,210.63	69.34%	16,168.45
期间费用	12,298.80	2,471.77	25.15%	9,827.03
扣非归母净利润	11,254.07	6,537.94	138.63%	4,716.13

2022-2025 年,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 **81,432.95 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%。2025 年,受市场竞争的影响,公司产品销售均价同比有所下降;同时受美国关税政策变化的影响,公司销量有所下滑,使得营业收入和扣非归母净利润有所下滑。

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:

#### A、UV 涂料

单位:元/kg

UV 涂料	2025 年度		2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额
单位成本	<b>26.73</b>	<b>-0.73%</b>	26.92	-2.96%	27.74	-16.77%	33.33
其中:单位直接材料成本	<b>24.41</b>	<b>-0.18%</b>	24.45	-3.51%	25.34	-16.62%	30.39
销售均价	<b>42.23</b>	<b>-3.12%</b>	43.59	-1.65%	44.32	-0.76%	44.66

#### B、PUR 热熔胶

单位：元/kg

UV 涂料	2025 年度		2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额
单位成本	19.14	-1.69%	19.47	-6.93%	20.92	-12.40%	23.88
其中：单位直接材料成本	16.70	-3.81%	17.36	-7.22%	18.71	-15.11%	22.04
销售均价	25.38	-5.65%	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。2025 年 UV 涂料及热熔胶产品单位成本变动分别为-0.73%、-1.69%，产品销售均价变动为-3.12%及-5.65%，产品销售均价下降幅度高于产品单位成本的下降幅度，导致当年综合毛利较上年有所下降，扣非归母净利润同比下滑。

## ②产品单位成本下降的合理性

2022-2025 年，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%、90.54%，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。2022-2025 年，公司各类原材料采购价格变动情况如下：

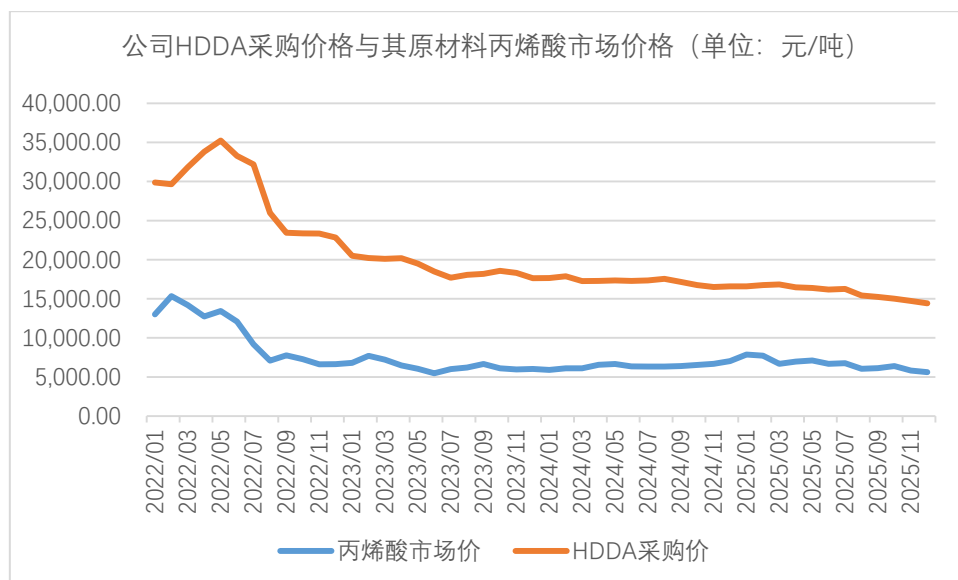
单位：元/吨

名称	2025 年度		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	变动比例	平均单价
树脂	20,063.23	-1.30%	20,549.86	-3.95%	21,395.97	-26.27%	29,021.10
助剂	37,347.37	-0.01%	37,550.96	0.19%	37,478.69	-8.40%	40,917.68

2023 年树脂采购单价同比下降 26.27%，2024 年、2025 年树脂采购单价基本保持稳定；2023 年助剂采购单价同比下降了 8.40%，2024 年、2025 年助剂采购单价亦基本保持稳定。

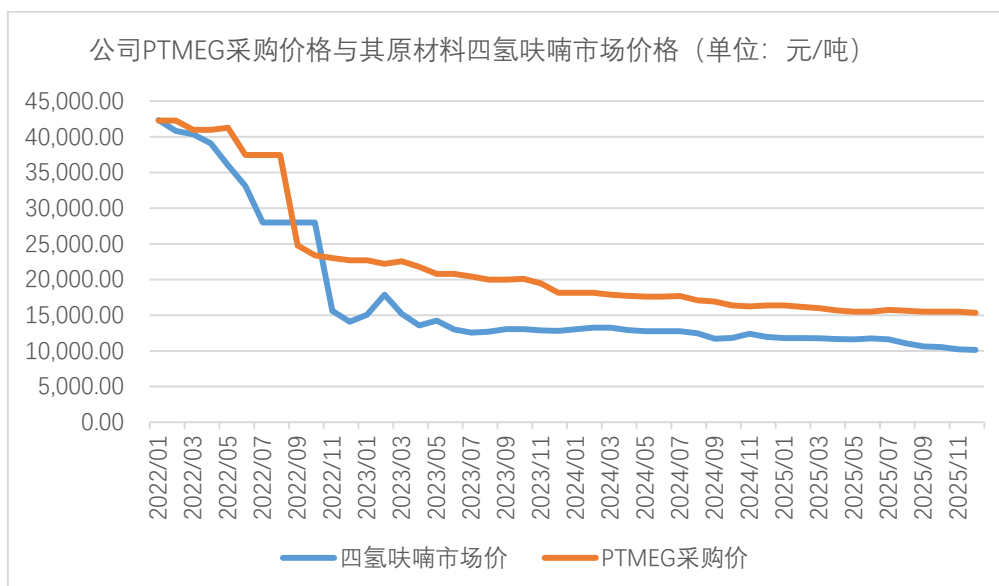
## A、原材料上游大宗商品市场价格情况

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。

## B、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	2025 年	2024 年度	2023 年度	2022 年度
广信材料	树脂	暂未披露	22.58	25.30	31.25
恒兴股份	树脂	20.06	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，广信材料树脂采购价格变动趋势与发行人保持一致。因公司产品与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、2023 年，公司主要原材料市场价格呈下降趋势，2024 年、2025 年内公司主要原材料市场价格基本保持稳定。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-2024 年，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。2025 年，受市场竞争的影响，公司产品销售均价同比有所下降；同时受美国关税政策变化的影响，公司销量有所下滑，使得营业收入和扣非归母净利润有所下滑。

### 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

#### (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：

单位：万元

公司名称	2025 年		2024 年		2023 年		2022 年
	收入	变动幅度	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	<b>69,918.04</b>	<b>13.71%</b>	61,488.20	-3.64%	63,810.65	-3.74%	66,286.74
恒兴股份	<b>73,486.06</b>	<b>-5.79%</b>	78,000.31	16.06%	67,206.21	12.54%	59,719.31

注：同行业可比公司尚未披露 2025 年数据，以下同

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，发行人的产品主要应用于 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，松井股份与发行人同类业务收入业绩呈增长趋势，与发行人一致；飞凯材料、广信材料与发行人同类业务的收入变动较小，主要系其产品与发行人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	2025 年			2024 年			2023 年			2022 年	
	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	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	<b>45,390.72</b>	<b>2.34</b>	<b>-18.56%</b>	40,048.54	2.87	-11.77%	42,272.91	3.25	-7.80%	45,850.26	3.53
恒兴股份	<b>46,505.57</b>	<b>2.67</b>	<b>-0.73%</b>	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**。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原材料的逐步消耗，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”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

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	2025 年		2024 年		2023 年		2022 年
	金额 (万元)	同比增长 (%)	金额 (万元)	同比增长 (%)	金额 (万元)	同比增长 (%)	金额 (万元)
松井股份	-	-	7,901.46	7.18%	7,372.00	4.65%	7,044.62
飞凯材料	<b>36,746.77</b>	<b>53.15%</b>	23,994.58	379.65%	5,002.47	-88.45%	43,302.83
广信材料	-	-	-3,009.39	-	25.41	-100.70%	-3,616.30
发行人	<b>9,827.07</b>	<b>-18.80%</b>	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产品销售均价变动情况如下：

单位：万元/吨

公司名称	2025 年		2024 年		2023 年		2022 年
	均价	均价变动	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	<b>3.60</b>	<b>-18.35%</b>	4.41	-10.25%	4.91	-3.74%	5.1
恒兴股份	<b>4.22</b>	<b>-3.12%</b>	4.36	-1.65%	4.43	-0.76%	4.47

从产品销售均价来看，发行人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,发行人业绩是否存在进一步下滑的风险

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

单位:万元

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,发行人营业收入变动-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,其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，发行人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，受此因素影响，2025年上半年，公司销量、销售收入与2024年同期持平，未能持续保持增长。同时，受市场竞争因素影响，公司下调了部分产品的销售价格，导致公司2025年上半年销售收入、净利润有所下降。

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，公司UV涂料销量回升，销售均价降幅收窄。2025年上半年、下半年，公司产品销量、均价变动对比如下：

单位：吨，元/千克

项目	2025年7-12月	2025年1-6月	变动幅度
销量	10,200.51	10,367.39	-1.61%
销售均价	39.46	39.81	-0.88%

2025年下半年，公司产品累计销量10,200.51吨，与上半年基本持平。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，公司产品销量能保持稳定。

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 3%，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。发行人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，发行人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。发行人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，发行人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，发行人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。2025 年 1-6 月，公司产品销售均价为 39.81 元/千克，同比下降 5.73%；2025 年 7-12 月，公司产品均价分别为 39.46 元/千克，相对于上半年下降 0.88%，降幅明显收窄。2026 年 1-3 月，公司产品价格相较上年同期基本稳定；2026 年 3 月底，因地缘政治影响原材料价格开始上涨，为应对主要原材料价格的上涨，公司已相应上调产品价格。公司产品具有质量、品牌、服务的优势，在行业内具有较强的市场地位，具有一定议价能力，具备向下游传导原材料价格的能力，若未来原材料价格上涨，预计对公司经营业绩影响较小。

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：



数据来源：Wind 咨询

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2025年，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。

2025年，公司产品单位成本25.55元/千克，同比下降1.79%。随着主要原材料价格趋稳，公司主要产品成本变动较小。2026年3月底，因地缘政治影响原材料价格开始上涨，为应对主要原材料价格的上涨，公司已相应上调产品价格。公司产品具有质量、品牌、服务的优势，在行业内具有较强的市场地位，具有一定议价能力，具备向下游传导原材料价格的能力，原材料价格上涨对公司不构成重大不利影响。

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，2025年上半年，公司产品销售均价有所下降，公司经营业绩有所下滑。2025年下半年，公司产品销售均价降幅趋缓，销量相比上半年变动幅度较小，经营业绩下滑趋势明显改善。2025年全年销售收入较上年下降7.36%，扣非归母净利润下降18.80%。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，公司产品销售价格未来大幅下降空间较小。在原材料价格上行阶段，公司依托其在行业内较强的市场地位，具备向下游传导原材料价格的能力，预计原材料价格上涨对公司不构成重大不利影响，公司经营业绩进一步下滑的风险较小。发行人已在

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、**国际政治**、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。**受近期中东地缘政治冲突影响，国际原油价格剧烈震荡，带动公司原材料树脂、助剂等价格出现较大波动。如未来中东区域争端持续升级，局部经济环境持续恶化，公司主要原材料价格可能会出现重大波动。**

报告期各期，公司直接材料成本占营业成本的比重分别为 91.15%、90.70% 及 **90.54%**，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 3.30%、3.77% 及 **3.57%**；若原材料价格上涨 5%，公司净利润将分别下降 16.49%、18.86% 及 **17.83%**；若原材料价格上涨 10%，测算公司净利润将分别下降 32.99%、37.73% 及 **35.65%**；若原材料价格上涨 15%，公司净利润将分别下降 49.48%、56.59% 及 **53.48%**。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，公司相应地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 11,784.24 万元、22,809.03 万元及 **27,783.83** 万元，占营业收入的比例分别为 15.61%、25.95%及 **34.12%**；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

2025 年，公司实现营业收入 81,432.95 万元，同比下降 7.36%；归属于母公司所有者净利润 11,112.09 万元，同比下降 2.05%；归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润 9,827.07 万元，同比下降 18.80%。2025 年 3 月，基于市场竞争的影响，公司下调了产品销售价格；同时受美国关税政策变化的影响，公司销量有所下滑，使得公司经营业绩下滑。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

报告期内，发行人与华丽集团、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，前述主要客户与发行人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	2026.1.3 至 2026.12.31

序号	客户名称	合同内容	合同有效期
3	张家港保税区易乐国际贸易有限公司	UV 涂料	2026. 1. 2 至 2027. 1. 1
4	晶通集团	UV 涂料	2026. 2. 17 至 2027. 2. 16
5	贝美集团	UV 涂料	2025. 7. 1 至 2026. 6. 30

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。

发行人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。

2022-2025 年，发行人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：

单位：万元

客户	销售收入				同类占比	总采购占比
	2025 年	2024 年	2023 年	2022 年		
华丽集团	8,900.09	7,829.07	6,178.62	5,563.64	*	10%以内
晶通集团	4,576.57	5,067.30	3,701.15	2,782.98	*	10%以内
易乐国际	4,585.27	4,333.58	4,662.76	5,675.54	*	10%以内
越南锐升	4,952.96	4,311.78	2,596.61	1,182.35	*	10%以内
劲嘉集团	2,818.32	3,901.71	3,097.95	3,144.44	*	10%以内
爱丽家居	2,974.73	3,631.11	2,711.85	1,746.21	*	10%以内
狮核实业	2,000.70	2,706.43	1,750.50	-	*	10%以内
财纳福诺	441.56	2,652.48	2,197.49	1,158.37	*	10%以内
肯帝亚	835.19	2,538.99	2,401.51	2,138.43	*	10%以内
江苏正永	2,088.44	2,277.36	1,839.54	1,531.99	*	10%以内
贝美集团	1,635.23	1,603.54	1,351.23	2,103.19	*	10%以内
亚美实业	2,537.00	1,384.47	407.30	-	*	未透露

由于 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、木器产品生产成本的占比不超过 3%，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，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。上述客户中，财纳福诺、肯帝亚由于自身相关业务受到一定影响，向公司采购规模下降，其他主要客户向发行人采购数量占其同类采购的比例保持稳定或增长，发行人不存在被替代的风险。

综上，发行人仅与少数主要客户签署框架协议符合行业惯例，发行人与主要客户的合作整体较稳定，主要客户该产品主要向发行人采购，发行人在 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**

**(1) 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**

2022-2025 年各年末，公司在手订单分别为 763.90 万元、1,997.68 万元、2,176.20 万元及 1,642.71 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发行人销售流程特点。

**(2) 结合订单一般执行周期、可执行程度等，说明发行人订单储备是否充足，能否支撑发行人业绩增长**

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 年末在手订单 1,642.71 万元估算，全年订单金额约为 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**

**(1) 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**

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 **3%**，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，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。

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 **4.72%**，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，发行人客户大规模要求降价的可能性也相应较低，发行人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%对发行人业绩的影响

**2022-2025 年**，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：

单位：万元、%

项目		2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
原材料价格上涨 1%	直接材料成本	<b>47,584.20</b>	50,354.83	43,869.69	44,796.96
	直接材料成本变动金额	<b>475.84</b>	503.55	438.70	447.97
	综合毛利率变动	<b>-0.58</b>	-0.57	-0.58	-0.69
	净利润变动金额	<b>-404.47</b>	-428.02	-372.89	-380.77
	净利润变动幅度	<b>-3.57</b>	-3.77	-3.30	-8.51
原材料价格上涨 5%	直接材料成本	<b>47,584.20</b>	50,354.83	43,869.69	44,796.96
	直接材料成本变动金额	<b>2,379.21</b>	2,517.74	2,193.48	2,239.85
	综合毛利率变动	<b>-2.92</b>	-2.86	-2.90	-3.43

	净利润变动金额	<b>-2,022.33</b>	-2,140.08	-1,864.46	-1,903.87
	净利润变动幅度	<b>-17.83</b>	-18.86	-16.49	-42.56
原材料价格上涨 10%	直接材料成本	<b>47,584.20</b>	50,354.83	43,869.69	44,796.96
	直接材料成本变动金额	<b>4,758.42</b>	5,035.48	4,386.97	4,479.70
	综合毛利率变动	<b>-5.84</b>	-5.73	-5.81	-6.87
	净利润变动金额	<b>-4,044.66</b>	-4,280.16	-3,728.92	-3,807.74
	净利润变动幅度	<b>-35.65</b>	-37.73	-32.99	-85.12
原材料价格上涨 15%	直接材料成本	<b>47,584.20</b>	50,354.83	43,869.69	44,796.96
	直接材料成本变动金额	<b>7,137.63</b>	7,553.22	6,580.45	6,719.54
	综合毛利率变动	<b>-8.77</b>	-8.59	-8.71	-10.30
	净利润变动金额	<b>-6,066.99</b>	-6,420.24	-5,593.39	-5,711.61
	净利润变动幅度	<b>-53.48</b>	-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，进而降低发行人综合毛利率以及净利润。

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**

发行人产品在下游 PVC 地板中的成本占比不超过 3%，发行人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。由于发行人下游产品 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，虽然发行人的产品占下游 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，进而加剧发行人产品的市场竞争，导致发行人的价格及毛利率下降，对发行人业绩持续性产生重大不利影响。发行人已在招股说明书“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

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，在国内国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	2009年	国内规模最

序号	客户名称	基本情况	合作开始时间	说明
		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而在境外设厂，向公司采购原材料。		大的塑料地砖出口制造商之一
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，发行人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

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：

“2025年，公司实现营业收入81,432.95万元，同比下降7.36%；归属于母公司所有者净利润11,112.09万元，同比下降2.05%；归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润9,827.07万元，同比下降18.80%。2025年3月，基于市场竞争的影响，公司下调了产品销售价格；同时受美国关税政策变化的影响，公司销量有所下滑，使得公司经营业绩下滑。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。”

## 二、核查情况

### （一）核查方法、范围、过程

保荐机构、申报会计师就上述发行人业绩变动真实性及可持续性的相关问题执行了以下核查程序：

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发行人的采购规模匹配；

2、了解发行人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，确认相关客户在外投资建厂并向发行人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，与发行人变动情况进行比较，分析发行人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、了解发行人客户下单至收入确认的一般周期，获取并分析发行人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，确认发行人的订单储备情况合理、报告期内主要订单执行情况不存在重大异常、主要客户订单流失的风险较低；

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、了解报告期内发行人对主要客户的调价原因、调价幅度；

10、查询报告期内关税政策变化情况。

## （二）核查意见

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

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；**2025 年，受客户订单向国外转移等因素的影响，公司国内销售收入较 2024 年有所下降。**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，发行人 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、**2023-2024 年**，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；**2025 年受市场竞争的影响，发行人产品销售均价有所下降，经营业绩同比有所下降。**

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，受市场竞争的影响，公司产品销售均价同比有所下降；同时受美国关税政策变化的影响，公司销量有所下滑，使得营业收入和扣非归母净利润有所下滑；公司具备向下游传导原材料价格的能力，预计原材料价格上涨对公司不构成重大不利影响，公司经营业绩进一步下滑的风险较小；

6、发行人仅与少数主要客户签署框架协议符合行业惯例，发行人与主要客户的合作整体较稳定，主要客户该产品主要向发行人采购，发行人在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、发行人产品在下游PVC地板中的成本占比不超过3%，发行人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，将加剧发行人产品的市场竞争，进而导致发行人的价格及毛利率下降，对发行人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。

## 问题 2.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。

**【回复】**

一、发行人关于销售真实性及核查充分性的相关说明

（一）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		2024 年		2023 年		2022 年	
	收入 (万元)	占比 (%)	收入 (万元)	占比 (%)	收入 (万元)	占比 (%)	收入 (万元)	占比 (%)
大型客户（500 万元以上）	<b>42,064.74</b>	<b>57.24</b>	49,461.39	63.41	38,079.79	56.66	34,715.55	58.13
中型客户（100~500 万元）	<b>19,509.73</b>	<b>26.55</b>	17,866.61	22.91	17,916.45	26.66	16,228.50	27.17
小型客户（100 万元以下）	<b>11,911.59</b>	<b>16.21</b>	10,672.32	13.68	11,209.96	16.68	8,775.26	14.69
合计	<b>73,486.06</b>	<b>100.00</b>	<b>78,000.31</b>	<b>100.00</b>	<b>67,206.20</b>	<b>100.00</b>	<b>59,719.31</b>	<b>100.00</b>

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		2024 年		2023 年		2022 年	
	收入 (万元)	占比 (%)	收入 (万元)	占比 (%)	收入 (万元)	占比 (%)	收入 (万元)	占比 (%)
大型客户 (500 万元以上)	<b>4,953.48</b>	<b>73.89</b>	5,570.68	65.54	4,611.29	61.23	2,600.98	56.23
中型客户 (100~500 万元)	<b>754.02</b>	<b>11.25</b>	1,760.61	20.71	1,998.23	26.53	1,766.00	38.18
小型客户 (100 万元以下)	<b>996.41</b>	<b>14.86</b>	1,168.21	13.74	921.60	12.24	258.32	5.59
合计	<b>6,703.91</b>	<b>100.00</b>	<b>8,499.49</b>	<b>100.00</b>	<b>7,531.12</b>	<b>100.00</b>	<b>4,625.30</b>	<b>100.00</b>

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

#### ①UV 涂料大型客户下游各应用领域的收入占比

下游行业	2025 年			2024 年			2023 年			2022 年		
	客户数量	收入(万元)	收入占比(%)	客户数量	收入(万元)	收入占比(%)	客户数量	收入(万元)	收入占比(%)	客户数量	收入(万元)	收入占比(%)
PVC 地板	20	40,019.74	95.14	27	47,230.29	95.49	22	35,762.11	93.91	19	32,953.96	94.93
PVC 封边条	3	1,728.45	4.11	1	797.14	1.61	2	1,222.16	3.21	2	1,434.50	4.13
木器	-	2.19	0.01	2	1,390.87	2.81	2	1,092.83	2.87	0	326.66	0.94
消费、汽车类	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-	-
其他	-	314.36	0.75	-	43.08	0.09	-	2.69	0.01	0	0.43	0.00
<b>总体</b>	<b>23</b>	<b>42,064.74</b>	<b>100.00</b>	<b>30</b>	<b>49,461.39</b>	<b>100.00</b>	<b>26</b>	<b>38,079.79</b>	<b>100.00</b>	<b>21</b>	<b>34,715.55</b>	<b>100.00</b>

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木器或其他领域收入，但相应的客户数量为 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

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

年度	序号	客户名称	下游应用领域
	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。

#### ②PUR 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			2024 年			2023 年			2022 年		
	客户数量	收入 (万元)	收入占比 (%)	客户数量	收入 (万元)	收入占比 (%)	客户数量	收入 (万元)	收入占比 (%)	客户数量	收入 (万元)	收入占比 (%)
PVC 地板	2	4,953.48	100.00	3	5,570.68	100.00	2	4,611.29	100.00	1	2,600.98	100.00
PVC 封边条	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-	-
木器	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-	-
消费、汽车类	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-	-
其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-	-
<b>总体</b>	<b>2</b>	<b>4,953.48</b>	<b>100.00</b>	<b>3</b>	<b>5,570.68</b>	<b>100.00</b>	<b>2</b>	<b>4,611.29</b>	<b>100.00</b>	<b>1</b>	<b>2,600.98</b>	<b>100.00</b>

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：

年度	序号	客户名称	下游应用领域
2025 年度	1	华丽集团	PVC 地板
	2	越南锐升	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

### ①UV 涂料中型客户下游各应用领域的收入占比

下游行业	2025 年			2024 年			2023 年			2022 年		
	客户数量	收入 (万元)	收入占比 (%)	客户数量	收入 (万元)	收入占比 (%)	客户数量	收入 (万元)	收入占比 (%)	客户数量	收入 (万元)	收入占比 (%)
PVC 地板	60	13,845.72	70.97	61	12,927.82	72.36	56	12,328.44	68.81	45	10,254.92	63.19
PVC 封边条	8	1,559.08	7.99	10	2,442.94	13.67	11	2,425.76	13.54	12	2,756.95	16.99
木器	18	2,943.26	15.09	11	1,878.37	10.51	13	2,630.85	14.68	12	2,257.78	13.91
消费、汽车类	4	577.55	2.96	2	240.64	1.35	1	177.36	0.99	1	226.86	1.40
其他	1	584.13	2.99	1	376.83	2.11	1	354.04	1.98	4	731.99	4.51
总体	91	19,509.73	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：

年度	序号	客户名称	下游应用领域
2025年	1	来威利控股有限公司	PVC 地板
	2	东莞美哲塑胶制品有限公司	PVC 地板
	3	安徽奥美塑胶有限公司	PVC 地板
	4	张家港帝冠科技有限公司	PVC 地板
	5	江苏吉福新材料股份有限公司	PVC 封边条
	6	财纳福诺	PVC 地板
	7	新晋股份	PVC 地板
	8	常州远帆新材料科技有限公司	PVC 地板
	9	美述家智能家居有限公司	木器
	10	浙江禾运科技有限公司	PVC 地板
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
	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

年度	序号	客户名称	下游应用领域
	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。

## ②PUR 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			2024 年			2023 年			2022 年		
	客户数量	收入（万元）	收入占比（%）	客户数量	收入（万元）	收入占比（%）	客户数量	收入（万元）	收入占比（%）	客户数量	收入（万元）	收入占比（%）
PVC 地板	5	754.02	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	-	-	-	0	-	-

下游行业	2025年			2024年			2023年			2022年		
	客户数量	收入(万元)	收入占比(%)	客户数量	收入(万元)	收入占比(%)	客户数量	收入(万元)	收入占比(%)	客户数量	收入(万元)	收入占比(%)
木器	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-	-
消费、汽车类	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-	-
其他	-	-	-	-	-	-	-	18.04	0.90	0	-	-
<b>总体</b>	<b>5</b>	<b>754.02</b>	<b>100.00</b>	<b>8</b>	<b>1,760.61</b>	<b>100.00</b>	<b>8</b>	<b>1,998.23</b>	<b>100.00</b>	<b>6</b>	<b>1,766.00</b>	<b>100.00</b>

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 热熔胶的中型客户名称及下游应用领域如下：

年度	序号	客户名称	下游应用领域
2025 年度	1	晶通集团	PVC 地板
	2	劲嘉集团	PVC 地板
	3	上海益雅信息科技有限公司	PVC 地板
	4	肯帝亚	PVC 地板
	5	东莞美哲	<b>PVC 地板</b>
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

2022 年度	7	江西辉鹏新材料有限公司	PVC 地板
	8	劲嘉集团	PVC 地板
	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，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

#### ①UV 涂料小型客户下游各应用领域的收入占比

下游行业	2025 年			2024 年			2023 年			2022 年		
	客户数量	收入 (万元)	收入占比 (%)	客户数量	收入 (万元)	收入占比 (%)	客户数量	收入 (万元)	收入占比 (%)	客户数量	收入 (万元)	收入占比 (%)
PVC 地板	262	4,757.67	39.94	168	3,734.88	35.00	183	5,396.71	48.14	170	4,498.67	51.27
PVC 封边条	226	3,860.17	32.41	216	3,775.56	35.38	200	3,460.82	30.87	171	2,859.81	32.59
木器	167	1,701.28	14.28	148	1,856.46	17.40	106	1,422.89	12.69	87	1,133.11	12.91
消费、汽车类	104	922.50	7.74	63	607.86	5.70	32	345.84	3.09	9	30.89	0.35
其他	53	669.97	5.62	71	697.56	6.54	40	583.69	5.21	44	252.78	2.88
总体	812	11,911.59	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：

年度	序号	客户名称	下游应用领域
2025 年度	1	台湾乐石晶建材股份有限公司	PVC 地板
	2	RONGTAI WOOD COMPANY NIGERIA LIMITED	PVC 地板
	3	常州瑞冉新材料科技有限公司	PVC 封边条
	4	江苏铨迈新材料科技有限公司	PVC 地板
	5	RMG POLYVINYL INDIA LIMITED	PVC 地板
	6	山东鲁渝德贸易有限公司	PVC 封边条
	7	山东鹏程环保新材料有限公司	PVC 封边条
	8	浙江世晶新材料有限公司	PVC 地板
	9	东莞市天翔塑胶五金制品有限公司	PVC 封边条
	10	山东硕辰新型材料有限公司	PVC 地板
2024 年度	1	CÔNG TY CỔ PHẦN VẬT LIỆU MÓI HẢI PHÁT	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	东阿县锴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
	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

年度	序号	客户名称	下游应用领域
	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。

## ②PUR热熔胶小型客户下游各应用领域的收入占比

下游行业	2025年			2024年			2023年			2022年		
	客户数量	收入(万元)	收入占比(%)	客户数量	收入(万元)	收入占比(%)	客户数量	收入(万元)	收入占比(%)	客户数量	收入(万元)	收入占比(%)
PVC地板	63	755.63	75.84	106	949.31	81.26	59	786.38	85.33	22	213.66	82.71
PVC封边条	28	48.33	4.85	77	94.36	8.08	10	85.81	9.31	2	2.44	0.94
木器	-	-	-	0	-	-	0	-	-	0	-	-
消费、汽车类	-	-	-	0	-	-	0	-	-	0	-	-
其他	44	192.45	19.31	28	124.54	10.66	23	49.41	5.36	8	42.22	16.34
总体	135	996.41	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热熔胶小型客户中的主要客户名称及下游应用领域如下：

年度	序号	客户名称	下游应用领域
2025年度	1	来威利控股有限公司	PVC地板
	2	北京普诺泰新材料科技有限公司	其他

年度	序号	客户名称	下游应用领域
	3	张家港帝冠科技有限公司	PVC 地板
	4	GLOBAL FINE WOOD SDN BHD	PVC 地板
	5	惠州伟康新型建材有限公司	PVC 地板
	6	江山市远森胶业经营部 (个体工商户)	其他
	7	万华生态新家装 (菏泽) 有限公司	PVC 地板
	8	湖南特时龙新材料科技有限公司	PVC 地板
	9	陕西浩天佳诚新型材料有限公司	PVC 地板
	10	LHT 国际	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
	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

年度	序号	客户名称	下游应用领域
	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在 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			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
	数量	收入 (万元)	收入占 比例 (%)	数量	收入 (万元)	收入占 比例 (%)	数量	收入 (万元)	收入占 比例 (%)	数量	收入 (万元)	收入占 比例 (%)
大型客户	22	44,973.22	69.10	30	52,831.32	73.60	24	40,478.60	66.51	20	35,673.20	68.22
中型客户	65	14,599.74	22.43	68	14,269.15	19.88	64	14,203.42	23.34	51	11,902.66	22.76
小型客户	325	5,513.30	8.47	272	4,683.39	6.52	240	6,183.09	10.16	191	4,712.33	9.01
合计	412	65,086.26	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。发行人 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。发行人 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的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			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
	数量	收入 (万元)	收入占 比例 (%)	数量	收入 (万元)	收入占 比例 (%)	数量	收入 (万元)	收入占 比例 (%)	数量	收入 (万元)	收入占 比例 (%)
大型客户	3	1,728.45	24.02	1	797.14	10.63	2	1,222.16	16.99	2	1,434.50	20.34
中型客户	8	1,559.08	21.67	11	2,832.67	37.77	11	2,428.06	33.75	12	2,756.95	39.09
小型客户	254	3,908.50	54.31	292	3,869.92	51.60	210	3,544.32	49.26	173	2,862.25	40.58
合计	265	7,196.02	100.00	304	7,499.73	100.00	223	7,194.55	100.00	187	7,053.70	100.00

发行人 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，发行人 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			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
	数量	收入 (万元)	收入占 比例 (%)	数量	收入 (万元)	收入占 比例 (%)	数量	收入 (万元)	收入占 比例 (%)	数量	收入 (万元)	收入占 比例 (%)
大型客户	-	2.19	0.05	2	1,390.87	27.14	2	1,092.83	21.23	0	326.66	8.79
中型客户	18.00	2,943.26	63.34	11	1,878.37	36.65	13	2,630.85	51.12	12	2,257.78	60.73

分层	2025 年			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
	数量	收入 (万元)	收入占 比例 (%)	数量	收入 (万元)	收入占 比例 (%)	数量	收入 (万元)	收入占 比例 (%)	数量	收入 (万元)	收入占 比例 (%)
小型客户	167.00	1,701.28	36.61	148	1,856.46	36.22	106	1,422.89	27.65	87	1,133.11	30.48
合计	185.00	4,646.72	100.00	161	5,125.71	100.00	121	5,146.57	100.00	99	3,717.55	100.00

发行人前期发展重点在 PVC 地板领域，木器领域客户积累数量较少。近几年，发行人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 **4,646.72** 万元。由于发行人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，发行人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。

(二) 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

### 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 (万元)	订单签订时点	截至 2025 年 12 月 31 日累计已确认收入的合同金额 (万元)	截至 2025 年 12 月 31 日累计回款金额 (万元)	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	<b>374.34</b>	<b>374.34</b>	100.00%
越南锐升	UV 涂料	44.37 万美元	2025.6.23	<b>44.37 万美元</b>	<b>44.37 万美元</b>	100.00%

2、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。

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

户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发行人分多批次发货。

### **(1) 获悉客户发货需求的沟通方式**

发行人业务员通过微信、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、电话不定期向发行人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，发行人业务员填写《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。

发行人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**

发行人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，发行人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。

**(三) 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**

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	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	1,120.96	48.98	-	-
							PUR 热熔胶	141.60	141.63	95.33	-
							合计	1,262.56	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发行人产品后，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 2,700 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，其采购发行人产品具有合理性。

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 年发行人 PUR 热熔胶境外业务需求相对较小，发行人的 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、四川省瑞鑫美家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，报告期发行人对其销售具有合理性。

## 二、发行人关于收入确认准确性的相关说明

(一) 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。

### 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
	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
	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，通常本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，本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：本公司将产品存放于客户处，客户随时领用，本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	本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本公司即完成交货，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	本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。本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

公司简称	销售模式	收入确认方式
	国外销售	本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

发行人收入确认方式中，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。报告期发行人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、**3,882.56万元**，占销售收入的比重分别为0.64%、1.96%、4.43%、**4.76%**，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，不具备在当地销售本公司产品的资质，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年确认的销售收入82.93万元。2025年6月，发行人泰国子公司取得在泰国销售本公司产品资

质后，发行人已终止与 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。

## （二）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

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。由于公司业务人员在客户收货后，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发行人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%、**2.66%**，具体情况

如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
营业收入（A）	<b>81,432.95</b>	87,903.68	75,509.24	65,233.27
单据缺少签收日期金额（B）	<b>1,454.77</b>	2,388.04	2,796.07	4,069.74
单据缺少签收日期金额占比（C=B/A）	<b>1.79%</b>	2.72%	3.70%	6.24%
单据缺少签字及签收日期金额（D）	<b>714.13</b>	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）	<b>0.88%</b>	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、保荐机构、申报会计师的核查情况

#### （一）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）获取发行人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）获取发行人 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，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，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，保荐机构及申报会计师认为：

(1) 发行人 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；发行人 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) 发行人 2025 年 1-6 月第七八九大订单期后已全部回款，发行人业务员通过微信、电话沟通方式获悉客户分多批次发货的订单需求，发行人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，发行人相关内控运行有效，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。

(二) 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。

### 1、说明对发行人客户销售金额进行分层的标准及确定依据

#### (1) 分层标准

发行人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，发行人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规模的 5% 后按百万数向下取整确定；发行人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规模乘以 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：

单位：万元

项目	2025 年	2024 年	2023 年	2022 年
税前利润总额	12,221.52	13,175.21	12,958.92	5,099.24
年均税前利润总额	10,863.72			
年均税前利润总额*5%	543.19			
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%	108.64			
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

保荐机构和申报会计师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

保荐机构和申报会计师首先确认客户函证的选择标准，按照选择标准确认函证样本后，保荐机构和申报会计师独立执行函证程序，但过程及取得的证据情况相同，具体情况如下：A.亲自发送函证或跟函，且要求客户将回函邮寄到保荐机构或会计师办公地址，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，保荐机构及申报会计师了解回函不符的差异原因并执行了回函差异调节程序，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，保荐机构及申报会计师执行了替代测试，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

单位：万元

地区分类	客户分层	2025 年			2024 年		
		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	25,144.36	25,144.36	100.00	38,357.42	35,939.48	93.70
	中型客户	16,526.03	13,357.00	80.82	16,270.69	14,278.08	87.75
	小型客户	11,978.73	2,422.09	20.22	10,466.54	2,760.48	26.37
	小计	53,649.12	40,923.45	76.28	65,094.65	52,978.04	81.39
境外	大型客户	23,067.74	23,067.74	100.00	18,690.47	18,484.19	98.90
	中型客户	3,111.26	2,022.38	65.00	2,907.42	2,627.07	90.36
	小型	1,604.83	432.39	26.94	1,211.14	195.58	16.15

	客户						
	小计	27,783.83	25,522.51	91.86	22,809.03	21,306.84	93.41
合计		81,432.95	66,445.96	81.60	87,903.68	74,284.88	84.51

(续)

地区分类	客户分层	2023年			2022年		
		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	3,746.33	34.74	8,485.60	2,931.02	34.54
	小计	63,725.00	53,250.50	83.56	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	63,826.43	84.53	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

单位：万元

地区分类	客户分层	2025年			2024年		
		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	42,064.74	42,064.74	100.00	49,461.39	47,198.18	95.42
	中型客户	19,509.73	15,501.71	79.46	17,866.61	16,148.12	90.38
	小型客户	11,911.59	2,560.41	21.50	10,672.32	3,141.16	29.43
	小计	73,486.06	60,126.86	81.82	78,000.31	66,487.46	85.24
PUR热熔胶	大型客户	4,953.48	4,953.48	100.00	5,570.68	5,570.68	100.00
	中型客户	754.02	754.02	100.00	1,760.61	952.95	54.13
	小型客户	996.41	291.23	29.23	1,168.21	211.53	18.11
	小计	6,703.91	5,998.73	89.48	8,499.49	6,735.16	79.24
合计		80,189.97	66,125.59	82.46	86,499.80	73,222.62	84.65

(续)

地区分类	客户分层	2023 年			2022 年		
		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	<b>3,945.19</b>	<b>35.19</b>	8,775.26	3,023.90	34.46
	小计	<b>67,206.20</b>	<b>56,630.85</b>	<b>84.26</b>	<b>59,719.31</b>	<b>49,599.65</b>	<b>83.05</b>
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	<b>7,531.12</b>	<b>6,746.40</b>	<b>89.58</b>	<b>4,625.30</b>	<b>4,035.55</b>	<b>87.25</b>
合计		<b>74,737.32</b>	<b>63,377.25</b>	<b>84.80</b>	<b>64,344.61</b>	<b>53,635.21</b>	<b>83.36</b>

经函证核查，报告期内，公司收入真实。

## (2) 走访程序

### ① 走访过程及取得的证据

保荐机构和申报会计师首先确认客户走访的选样标准，确认走访对象后，保荐机构和申报会计师联合同步执行走访程序，主要了解客户基本信息、双方合作背景、运输方式、验收情况、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

单位：万元

地区分类	客户分层	2025 年			2024 年		
		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	<b>25,144.36</b>	<b>24,513.37</b>	<b>97.49</b>	38,357.42	37,098.34	96.72
	中型客户	<b>16,526.03</b>	<b>9,708.67</b>	<b>58.75</b>	16,270.69	<b>11,472.83</b>	<b>70.51</b>
	小型客户	<b>11,978.73</b>	<b>1,948.44</b>	<b>16.27</b>	10,466.54	<b>1,493.46</b>	<b>14.27</b>
	小计	<b>53,649.12</b>	<b>36,170.48</b>	<b>67.42</b>	<b>65,094.65</b>	<b>50,064.63</b>	<b>76.91</b>
境外	大型客户	<b>23,067.74</b>	<b>23,067.74</b>	<b>100</b>	18,690.47	18,690.47	100.00

地区分类	客户分层	2025 年			2024 年		
		收入金额	走访金额	比例 (%)	收入金额	走访金额	比例 (%)
	中型客户	3,111.26	1,314.83	42.26	2,907.42	1,175.44	40.43
	小型客户	1,604.83	166.57	10.38	1,211.14	283.56	23.41
	小计	27,783.83	24,549.14	88.36	22,809.03	20,149.48	88.34
合计		81,432.95	60,719.62	74.56	87,903.68	70,214.11	79.88

接上表：

地区分类	客户分层	2023 年			2022 年		
		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	11,561.08	67.82	16,918.23	9,315.71	55.06
	小型客户	10,785.21	1,901.06	17.63	8,485.60	1,963.17	23.14
	小计	63,725.00	48,037.13	75.38	57,949.33	42,370.84	73.12
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	58,128.25	76.98	65,233.27	48,978.88	75.08

B、区分 UV 涂料及 PUR 热熔胶列示

单位：万元

地区分类	客户分层	2025 年			2024 年		
		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	42,064.74	41,437.11	98.51	49,461.39	48,814.47	98.69
	中型客户	19,509.73	11,313.90	57.99	17,866.61	11,708.71	65.53
	小型客户	11,911.59	1,912.80	16.06	10,672.32	1,804.29	16.91
	小计	73,486.06	54,663.81	74.39	78,000.31	62,327.48	79.91
PUR 热熔胶	大型客户	4,953.48	4,953.48	100.00	5,570.68	5,570.68	100.00
	中型客户	754.02	754.02	100.00	1,760.61	1,655.18	94.01
	小型客户	996.41	310.87	31.20	1,168.21	197.80	16.93
	小计	6,703.91	6,018.37	89.77	8,499.49	7,423.66	87.34

合计	80,189.97	60,682.18	75.67	86,499.80	69,751.14	80.64
----	-----------	-----------	-------	-----------	-----------	-------

接上表：

产品分类	客户分层	2023 年			2022 年		
		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	<b>11,769.88</b>	<b>65.69</b>	16,228.50	<b>8,743.28</b>	<b>53.88</b>
	小型客户	11,209.96	<b>1,946.32</b>	<b>17.36</b>	8,775.26	<b>2,181.46</b>	<b>24.86</b>
	小计	<b>67,206.20</b>	<b>51,169.41</b>	<b>76.14</b>	<b>59,719.31</b>	<b>44,264.49</b>	<b>74.12</b>
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	<b>7,531.12</b>	<b>6,814.32</b>	<b>90.48</b>	<b>4,625.30</b>	<b>4,415.04</b>	<b>95.45</b>
合计	<b>74,737.32</b>	<b>57,983.73</b>	<b>77.58</b>	<b>64,344.61</b>	<b>48,679.53</b>	<b>75.65</b>	

经走访核查，报告期内，公司收入真实。

### (3) 细节测试程序

#### ①细节测试过程及取得的证据

保荐机构和申报会计师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。

保荐机构和申报会计师独立实施细节测试程序后，双方再对细节测试相关资料进行交叉复核。

#### ②细节测试核查比例和结论

##### A、保荐机构核查情况

##### a.区分内外销列示

单位：万元

地区分类	客户分层	2025 年			2024 年		
		收入金额	测试金额	比例 (%)	收入金额	测试金额	比例 (%)

境内	大型客户	25,144.36	23,604.08	93.87	38,357.42	35,402.94	92.3
	中型客户	16,526.03	9,250.03	55.97	16,270.69	9,318.57	57.27
	小型客户	11,978.73	1,498.56	12.51	10,466.54	1,413.47	13.50
	小计	53,649.12	34,352.67	64.03	65,094.65	46,134.98	70.87
境外	大型客户	23,067.74	19,095.77	82.78	18,690.47	18,336.50	98.11
	中型客户	3,111.26	1,528.81	49.14	2,907.42	1,372.44	47.2
	小型客户	1,604.83	366.83	22.86	1,211.14	181.53	14.99
	小计	27,783.83	20,991.41	75.55	22,809.03	19,890.47	87.2
合计		81,432.95	55,344.08	67.96	87,903.68	66,025.45	75.11

(接上表)

地区分类	客户分层	2023年			2022年		
		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	33,111.08	92.25	32,545.50	30,412.86	93.45
	中型客户	17,046.18	11,362.01	66.65	16,918.23	10,441.67	61.72
	小型客户	10,785.21	1,687.10	15.64	8,485.60	868.69	10.24
	小计	63,725.00	46,160.19	72.44	57,949.33	41,723.22	72.00
境外	大型客户	8,217.36	7,200.79	87.63	6,041.45	5,906.38	97.76
	中型客户	2,264.48	1,134.58	50.1	645.78	344.80	53.39
	小型客户	1,302.41	225.58	17.32	596.72	262.23	43.95
	小计	11,784.24	8,560.95	72.65	7,283.94	6,513.41	89.42
合计		75,509.24	54,721.14	72.47	65,233.27	48,236.63	73.94

b.区分 UV 涂料及 PUR 热熔胶列示

单位：万元

地区分类	客户分层	2025年			2024年		
		收入金额	测试金额	比例 (%)	收入金额	测试金额	比例 (%)
UV 涂料	大型客户	42,064.74	37,169.27	88.36	49,461.39	46,955.98	94.93
	中型客户	19,509.73	10,924.54	56	17,866.61	10,109.16	56.58
	小型客户	11,978.06	1,597.77	13.34	10,672.32	1,595.52	14.95
	小计	73,552.53	49,691.58	67.56	78,000.31	58,660.66	75.21

PUR 热熔胶	大型客户	4,953.48	4,560.33	92.06	5,570.68	5,570.68	100
	中型客户	754.02	613.85	81.41	1,760.61	885.29	50.28
	小型客户	996.41	227.58	22.84	1,168.21	190.35	16.29
	小计	6,703.91	5,401.76	80.58	8,499.49	6,646.32	78.2
合计		80,256.44	55,093.34	68.65	86,499.80	65,306.98	75.50

接上表：

产品分类	客户分层	2023年			2022年		
		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	35,010.42	91.94	34,715.55	32,434.63	93.43
	中型客户	17,916.45	11,219.11	62.62	16,228.50	10,057.56	61.97
	小型客户	11,209.96	1,894.62	16.90	8,775.26	1,261.13	14.37
	小计	67,206.20	48,124.15	71.61	59,719.31	43,753.33	73.26
PUR 热熔胶	大型客户	4,611.29	4,611.29	100	2,600.98	2,600.98	100
	中型客户	1,998.23	1,727.63	86.46	1,766.00	1,464.40	82.92
	小型客户	921.6	214.46	23.27	258.32	32.04	12.4
	小计	7,531.12	6,553.37	87.02	4,625.30	4,097.43	88.59
合计		74,737.32	54,677.52	73.16	64,344.61	47,850.75	74.37

经细节测试核查，报告期内，公司收入真实。

## B、申报会计师核查情况

### a. 区分内外销列示

单位：万元

区域	层级	2025年度		2024年度		2023年度		2022年度	
		收入金额	测试比例	收入金额	测试比例	收入金额	测试比例	收入金额	测试比例
境内	大型客户	25,144.36	91.26%	38,357.42	90.18%	35,893.61	94.72%	32,545.50	90.29%
	中型客户	16,526.03	24.03%	16,270.69	8.92%	17,046.18	14.18%	16,918.23	19.04%
	小型客户	11,978.73	0.48%	10,466.54	0.00%	10,785.21	0.00%	8,485.60	0.00%
	小计	53,649.12	50.28%	65,094.65	55.37%	63,725.00	57.15%	57,949.33	56.27%
境外	大型客户	23,067.74	97.98%	18,690.47	88.52%	8,217.36	96.68%	6,041.45	100.00%
	中型客户	3,111.26	28.49%	2,907.42	34.45%	2,264.48	43.38%	645.78	90.47%
	小型客户	1,604.83	5.17%	1,211.14	0.00%	1,302.41	0.00%	596.72	0.00%

小计	27,783.83	84.84%	22,809.03	76.93%	11,784.24	75.75%	7,283.94	90.96%
合计	81,432.95	62.07%	87,903.68	60.97%	75,509.24	60.05%	65,233.27	60.14%

b.区分 UV 涂料及 PUR 热熔胶列示

单位：万元

分类	客户分层	2025 年度		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
		收入金额	测试比例	收入金额	测试比例	收入金额	测试比例	收入金额	测试比例
UV 涂料	大型客户	42,064.74	93.85%	49,461.39	93.25%	38,079.79	96.46%	34,715.55	95.72%
	中型客户	19,509.73	27.12%	17,866.61	9.35%	17,916.45	18.80%	16,228.50	22.02%
	小型客户	11,978.06	0.95%	10,672.32	0.00%	11,209.96	0.00%	8,775.26	0.00%
	小计	73,552.53	61.02%	78,000.31	61.27%	67,206.20	59.67%	59,719.31	61.63%
PUR 热熔胶	大型客户	4,953.48	100.00%	5,570.68	100.00%	4,611.29	100.00%	2,600.98	83.37%
	中型客户	754.02	73.52%	1,760.61	0.00%	1,998.23	16.23%	1,766.00	0.00%
	小型客户	996.41	13.30%	1,168.21	0.00%	921.60	0.00%	258.32	0.00%
	小计	6,703.91	84.14%	8,499.49	65.54%	7,531.12	65.54%	4,625.30	46.88%
合计	80,256.44	62.95%	86,499.80	61.69%	74,737.32	60.26%	64,344.61	60.57%	

经细节测试，报告期内，公司收入是真实的。

(三) 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

2022-2025 年，公司按客户分层后的营业收入结构情况：

单位：万元，%

客户类型	2025 年		2024 年		2023 年		2022 年	
	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	48,212.09	59.20	57,283.69	65.17	44,110.96	58.42	38,742.48	59.39
中型客户	19,815.10	24.33	18,994.95	21.61	19,377.59	25.66	17,416.25	26.70
小型客户	13,405.76	16.46	11,625.03	13.22	12,020.69	15.92	9,074.54	13.91
合计	81,432.95	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，保荐机构、申报会计师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、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：A.报告期内新增、注销且销售金额大于 300 万元的客户；B.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）；C.成立时间较短（1 年）向公司采购金额大于 300 万的客户；D.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；E.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；F.主要人员为公司前员工的客户；G.业务高度依赖公司的主要客户；H.与公司名称相似、注册地址相近的客户；I.与公司工商登记电话或邮箱相同的客户。

### 1、各核查方式选样标准及选取情况，各选取标准下的样本数量

#### (1) 函证

函证的选样标准为：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%。

2022-2025 年，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			2024 年		
		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	38	90.00	93.70	41
	中型客户	40.00	80.82	66	40.00	87.75	75
	小型客户	10.00	20.22	52	10.00	26.37	67
境外	大型客户	90.00	100.00	23	90.00	98.90	14
	中型客户	40.00	65.00	7	40.00	90.36	14
	小型客户	10.00	26.94	7	10.00	16.15	6
合计		80.00	81.60	193	80.00	84.51	217

(续)

区域	层级	2023 年			2022 年		
		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	<b>34.74</b>	<b>71</b>	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		<b>80.00</b>	<b>84.53</b>	<b>222</b>	<b>80.00</b>	<b>82.94</b>	<b>164</b>

注：函证样本数量按发函数量统计。同一控制下的不同客户主体，为不同的样本，发行人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			2024 年		
		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	<b>100.00</b>	<b>52</b>	90.00	95.42	44
	中型客户	40.00	<b>79.46</b>	<b>69</b>	40.00	90.38	81
	小型客户	10.00	<b>21.50</b>	<b>51</b>	10.00	<b>29.43</b>	<b>76</b>
PUR 热熔胶	大型客户	90.00	<b>100.00</b>	<b>6</b>	90.00	100.00	4
	中型客户	40.00	<b>100.00</b>	<b>7</b>	40.00	54.13	5
	小型客户	10.00	<b>29.23</b>	<b>11</b>	10.00	<b>18.11</b>	<b>6</b>
合计		<b>80.00</b>	<b>82.46</b>	<b>193</b>	<b>80.00</b>	<b>84.65</b>	<b>216</b>

(续)

区域	层级	2023 年			2022 年		
		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	<b>35.19</b>	<b>76</b>	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		<b>80.00</b>	<b>84.80</b>	<b>220</b>	<b>80.00</b>	<b>83.36</b>	<b>164</b>

## (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%。

2022-2025 年，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			2024 年		
		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	97.49	18	90	96.72	24
	中型客户	40	58.75	40	40	70.51	50
	小型客户	10	16.27	49	10	14.27	34
境外	大型客户	80	100.00	10	80	100.00	5
	中型客户	40	42.26	5	40	40.43	5
	小型客户	10	10.38	3	10	23.41	9
合计		70	74.56	117	70	79.88	121

(续)

区域	层级	2023 年			2022 年		
		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	67.82	48	40	55.06	37
	小型客户	10	17.63	35	10	23.14	36
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	76.98	118	70	75.08	96

注：走访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；保荐机构细节测试样本数量参照前述方式计算，会计师细节测试统计样本数量时，对既有境内收入又有境外收入的客户，仅在其收入占比较高的区域计 1 个样本数量。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			2024 年		
		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	<b>98.51</b>	<b>22</b>	90	98.69	29
	中型客户	40	<b>57.99</b>	<b>44</b>	40	<b>65.53</b>	<b>50</b>
	小型客户	10	<b>16.06</b>	<b>48</b>	10	<b>16.91</b>	<b>38</b>
PUR 热熔胶	大型客户	90	<b>100.00</b>	<b>2</b>	90	100.00	3
	中型客户	40	<b>100.00</b>	<b>5</b>	40	94.01	7
	小型客户	10	<b>31.20</b>	<b>12</b>	10	<b>16.93</b>	<b>8</b>
合计		<b>70</b>	<b>75.67</b>	<b>117</b>	<b>70</b>	<b>80.64</b>	<b>121</b>

(续)

区域	层级	2023 年			2022 年		
		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	<b>65.69</b>	<b>49</b>	40	<b>53.88</b>	<b>35</b>
	小型客户	10	<b>17.36</b>	<b>39</b>	10	<b>24.86</b>	<b>39</b>
PUR 热熔胶	大型客户	90	100.00	2	90	100.00	1
	中型客户	40	93.64	7	40	100.00	6
	小型客户	10	<b>36.02</b>	<b>8</b>	10	<b>18.61</b>	<b>4</b>
合计		<b>70</b>	<b>77.58</b>	<b>118</b>	<b>70</b>	<b>75.65</b>	<b>96</b>

### (3) 细节测试

#### ①保荐机构细节测试

细节测试的选样标准为：①细节测试总体最低核查比例为 60%；②按重要性原则，不同客户类别层级的客户细节测试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 80%，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异常客户细节测试核查比例为 100%。

2022-2025 年，细节测试具体核查情况如下：

#### A、区分内外销列示

单位：%，家

区域	层级	2025 年	2024 年
----	----	--------	--------

		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	80	<b>93.87</b>	<b>19</b>	80	92.3	22
	中型客户	40	<b>55.97</b>	<b>43</b>	40	57.27	40
	小型客户	10	<b>12.51</b>	<b>43</b>	10	13.50	49
境外	大型客户	80	<b>82.78</b>	<b>9</b>	80	98.11	3
	中型客户	40	<b>49.14</b>	<b>8</b>	40	47.2	7
	小型客户	10	<b>22.86</b>	<b>4</b>	10	14.99	9
总体		<b>60</b>	<b>67.96</b>	<b>122</b>	<b>60</b>	<b>75.11</b>	<b>125</b>

(续)

区域	层级	2023年			2022年		
		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	80	92.25	20	80	93.45	16
	中型客户	40	66.65	47	40	61.72	46
	小型客户	10	<b>15.64</b>	<b>48</b>	10	10.24	19
境外	大型客户	80	87.63	3	80	97.76	5
	中型客户	40	50.10	4	40	53.39	2
	小型客户	10	17.32	5	10	43.95	3
总体		<b>60</b>	<b>72.47</b>	<b>124</b>	<b>60</b>	<b>73.94</b>	<b>89</b>

### B、区分UV涂料及PUR热熔胶列示

单位：%，家

分类	层级	2025年			2024年		
		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	80	<b>89.1</b>	<b>23</b>	80	94.93	27
	中型客户	40	<b>56.55</b>	<b>50</b>	40	56.58	43
	小型客户	10	<b>13.34</b>	<b>53</b>	10	<b>14.95</b>	<b>53</b>
PUR 热熔胶	大型客户	80	<b>87.68</b>	<b>2</b>	80	100	3
	中型客户	40	<b>81.96</b>	<b>5</b>	40	50.28	5
	小型客户	10	<b>22.47</b>	<b>9</b>	10	16.29	6
总体		<b>60</b>	<b>68.65</b>	<b>122</b>	<b>60</b>	<b>75.50</b>	<b>125</b>

(续)

区域	层级	2023年			2022年		
		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	80	91.94	22	80	93.43	18
	中型客户	40	62.62	48	40	61.97	45
	小型客户	10	<b>16.90</b>	<b>53</b>	10	14.37	25
PUR 热熔胶	大型客户	80	100	2	80	100	1
	中型客户	40	86.46	7	40	82.92	5
	小型客户	10	23.27	6	10	12.4	3
<b>总体</b>		<b>60</b>	<b>73.16</b>	<b>124</b>	<b>60</b>	<b>74.37</b>	<b>89</b>

## ②申报会计师细节测试

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。

### A、区分内外销列示

单位：万元、%、家

区域	层级	2025 年度			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	<b>22,946.96</b>	<b>91.26%</b>	<b>20</b>	34,591.83	90.18	27
	中型客户	<b>3,971.62</b>	<b>24.03%</b>	<b>13</b>	1,452.04	8.92	6
	小型客户	<b>56.85</b>	<b>0.48%</b>	<b>1</b>			
境外	大型客户	<b>22,601.58</b>	<b>97.98%</b>	<b>4</b>	16,545.62	88.52	10
	中型客户	<b>886.45</b>	<b>28.49%</b>	<b>2</b>	1,001.63	34.45	3
	小型客户	<b>82.93</b>	<b>5.17%</b>	<b>1</b>			
<b>合计</b>		<b>50,546.39</b>	<b>62.07%</b>	<b>41</b>	53,591.12	60.97	46

(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	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
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	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	合计	<b>45,343.34</b>	<b>60.05</b>	<b>45.00</b>	<b>39,231.29</b>	<b>60.14</b>	<b>38.00</b>

B、区分 UV 涂料及 PUR 热熔胶列示

单位：万元、%、家

分类	层级	2025 年度			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	<b>39,478.11</b>	<b>93.85%</b>	<b>22</b>	46,122.72	93.25	<b>36.00</b>
	中型客户	<b>5,291.59</b>	<b>27.12%</b>	<b>9</b>	1,669.89	9.35	<b>7.00</b>
	小型客户	<b>113.83</b>	<b>0.95%</b>	<b>2</b>			
PUR 热熔胶	大型客户	<b>4,953.48</b>	<b>100.00%</b>	<b>2</b>	5,570.68	100.00	<b>3.00</b>
	中型客户	<b>554.35</b>	<b>73.52%</b>	<b>4</b>			
	小型客户	<b>132.57</b>	<b>13.30%</b>	<b>2</b>			
	合计	<b>50,523.93</b>	<b>62.95%</b>	<b>41</b>	<b>53,363.30</b>	<b>61.69</b>	<b>46.00</b>

(续)

分类	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	<b>33.00</b>	33,230.07	95.72	<b>25.00</b>
	中型客户	3,368.75	18.80	<b>9.00</b>	3,573.97	22.02	<b>11.00</b>
	小型客户						
PUR 热熔胶	大型客户	4,611.29	100.00	<b>2.00</b>	2,168.56	83.37	<b>2.00</b>
	中型客户	324.40	16.23	<b>1.00</b>			
	小型客户						
	合计	<b>45,035.20</b>	<b>60.26</b>	<b>45.00</b>	<b>38,972.61</b>	<b>60.57</b>	<b>38.00</b>

(4) 异常客户核查

2022-2025 年，异常客户具体核查情况如下：

单位：%，家

核查方式	2025 年			2024 年			2023 年			2022 年		
	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	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>8</b>	100	100	8	100	100	8	100	100	3
走访	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>8</b>	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**

保荐机构、申报会计师在函证、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。

**（四）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**

1、询问公司管理层分批发货的原因，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。

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，发行人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，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，保荐机构、申报会计师认为：发行人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。

**（五）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：“发行人及其控股股东、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发行人银行账户资金流水以外，结合发行人实际情况，还可能包括控股股东、实际控制人、发行人主要关联方、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发行人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，发行人资金流水核查范围应核查对象及实际核查情况如下：

**1、发行人及子公司**

报告期内，发行人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；⑧LH 国际有限公司；⑨LHD 科技有限责任公司；⑩瀚兴新材料科技（泰国）有限公司；⑪湖南恒珅新材料有限公司。

关于发行人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	发行人	湖南恒兴新材料科技股份有限公司	14	2022-1-1 至 2025-12-31	是
2	发行人子公司	湖南鑫振邦新材料有限公司	2	2022-1-1 至 2025-12-31	是
		湖南恒旺新材料科技有限公司	5	2022-1-1 至 2025-12-31	是
		浙江安吉恒兴建材有限公司	2	2022-1-1 至 2025-12-31	是
		湖南湘恒兴建材销售有限公司	1	2022-1-1 至 2025-12-31	是
		东莞市恒鑫新材料科技有限公司	1	2022-1-1 至 2025-12-31	是

	湖州恒涂科技有限公司	1	2022-1-1 至 2025-12-31	是
	斯塔莱特（上海）新材料研究有限公司	1	2023-5-6 至 2025-12-31	是
	LH 国际有限公司	4	2022-10-26 至 2025-12-31	是
	LHD 科技有限责任公司	4	2024-1-16 至 2025-12-31	是
	瀚兴新材料科技（泰国）有限公司	3	2024-5-3 至 2025-12-31	是
	湖南恒坤新材料有限公司	1	2025-5-26 至 2025-12-31	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，其中李皞丹、柳琨、戴尚衡、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	湖南湘恒兴企业管理有限公司	1	2022-12-22 至 2025-12-31	是
	李皞丹（原控股股东）	18	2022-1-1 至 2025-12-31	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，为自然人李皞丹。

报告期内，实际控制人李皞丹应核查的账户数量为 18 个，核查期间为 2022 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日。

保荐机构及申报会计师已对实际控制人李皞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，执行董事为李皞丹，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皞丹、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	李皞丹	18	2022-1-1 至 2025-12-31	是
		晏映泉(原董事)	12	2022-1-1 至 2025-12-31	是
		高华山	13	2022-1-1 至 2025-12-31	是
		黎学东	13	2022-1-1 至 2025-12-31	是
		柳琨	7	2022-1-1 至 2025-12-31	是
		宋宏炎	5	2022-1-1 至 2025-12-31	是
		<b>周国强</b>	12	2022-1-1 至 2025-12-31	<b>是</b>
	独立董事	伍中信(原独立董事)	注1	2023-12-12 至 2025-5-7	是
		李琳	17	2023-12-12 至 2025-12-31	是
		卢劲松	36	2023-12-12 至 2025-12-31	是
		赵德军	注1	2025-5-7 至 2025-12-31	是

注1、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，保荐机构及申报会计师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**在核查期间**，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) 结合对发行人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) 结合对发行人的实际控制人、董事、**原**监事、高级管理人员、关键岗位人员核查期间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。

保荐机构及申报会计师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。

关于公司原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	王国辉	3	2023-12-12 至 2025-12-31	是
	戴尚衡	9	2022-1-1 至 2025-12-31	是
	周国强	12	2022-1-1 至 2025-12-31	是
	戚立红	11	2022-1-1 至 2025-12-31	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	18	2022-1-1 至 2025-12-31	是
	董事会秘书/ 副总经理	晏映泉	12	2022-1-1 至 2025-12-31	是
	财务总监/ 副总经理	宋宏炎	5	2022-1-1 至 2025-12-31	是
	副总经理	黎学东	13	2022-1-1 至 2025-12-31	是

## 7、关键岗位人员

保荐机构及申报会计师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，刘跃军于 2024 年 2 月转岗后，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	直销部	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
			湘恒兴		
			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、报告期内任一年度薪酬达到50万元及以上的销售人员进行确定，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、马艳芳、黄秀华、胡向葵、吴晓斌、李慧丽、吴晓玲、吴晓琪、蒋璐云、朱琴、王芳、李彩丽、邓盼、肖时花、龙思伦、蒋运煌、孙远凤、杨多桂、陈乐华、刘正月、夏石莲、刘海波、张春娣、张明、伍静、朱佳、李秋花、罗秉强。

#### （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		
关键岗位人员	生产基地负责人	胡辉（2024年7月起任恒旺新材负责人）	25	2024-7-1至2025-12-31	
		谢亚华(原恒旺新材负责人，2024年7月退休)	9	2022-1-1至2024-7-31	
		何吉钢（鑫振邦负责人）	7	2022-1-1至2025-12-31	
		李皞丹（华容恒兴原生产基地负责人）	18	2022-1-1至2025-12-31	
		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2025-12-31	
	销售部负责人	李皞丹	18	2022-1-1至2025-12-31	
	原销售部负责人	刘跃军（2024年2月调岗）	10	2022-1-1至2024-2-29	
	主要销售人员		李皞丹	18	2022-1-1至2025-12-31
			刘跃军	10	2022-1-1至2024-2-29
			高华山	13	2022-1-1至2025-12-31
			柳琨	7	2022-1-1至2025-12-31
			聂伟	14	2022-1-1至2025-12-31
			陶勇	5	2022-1-1至2025-12-31
			朱兵	4	2022-1-1至2025-12-31
			马艳芳	13	2022-1-1至2025-12-31
			黄秀华	8	2022-1-1至2025-12-31
			胡向葵	5	2022-1-1至2025-12-31
			吴晓斌	11	2022-1-1至2025-12-31
			李慧丽	8	2022-1-1至2025-12-31
			吴晓玲	10	2022-1-1至2025-12-31
		吴晓琪	8	2022-1-1至2025-12-31	
		蒋璐云	10	2022-1-1至2025-12-31	
		朱琴	5	2022-1-1至2025-12-31	
		王芳	4	2022-1-1至2025-12-31	
		李彩丽	14	2022-1-1至2025-12-31	
		邓盼	2	2022-1-1至2025-12-31	
		肖时花	2	2024-6-1至2025-12-31	
	龙思伦	7	2022-1-1至2025-12-31		
	蒋运煌	7	2022-1-1至2025-12-31		
	孙远凤	3	2022-1-1至2025-12-31		
	杨多桂	6	2024-4-1至2025-12-31		
	陈乐华	6	2022-1-1至2025-12-31		
	刘正月	4	2022-1-1至2025-12-31		

	夏石莲	3	2022-1-1 至 2025-12-31
	刘海波	10	2022-1-1 至 2025-12-31
	张春娣	6	2022-1-1 至 2025-12-31
	张明	5	2022-1-1 至 2025-12-31
	伍静	3	2022-1-1 至 2025-12-31
	朱佳	9	2022-1-1 至 2025-12-31
	李秋花	6	2022-1-1 至 2025-12-31
	罗栗强	9	2022-1-1 至 2025-12-31
公司采购部负责人	蔡旭东	12	2022-1-1 至 2025-12-31
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
公司财务经理	曾永红	3	2022-1-1 至 2025-12-31
核心技术人员	戴尚衡	9	2022-1-1 至 2025-12-31
	周国强	12	2022-1-1 至 2025-12-31
	李时珍	8	2022-1-1 至 2025-12-31
	黎学东	13	2022-1-1 至 2025-12-31
公司出纳	严敬	7	2022-1-1 至 2025-12-31
董事长司机	肖灿	5	2022-1-1 至 2025-12-31

## 8、其他关联方

保荐机构及申报会计师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	12	2022-1-1 至 2025-12-31	是
	实际控制人父亲	李业恒	2	2022-1-1 至 2025-12-31	是
	实际控制人母亲	肖淑琼	3	2022-1-1 至 2025-12-31	是
	实际控制人成年子女	李欣	3	2022-1-1 至 2025-12-31	是
	实际控制人的兄弟姐妹（在公司任职）	李艳萍	9	2022-1-1 至 2025-12-31	是

综上所述，保荐机构和申报会计师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。

### （六）结合前述情形对发行人销售收入真实性发表明确意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为发行人销售收入真实、准确、完整。

### 问题 3.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）发行人与实控人李曦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；说明实控人李曦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。

### 【回复】

## 一、发行人说明

(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：

单位：万元

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
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。该品种类的贷款对象为小微企业企业主，资金用于企业主个人经营实体。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，发行人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《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。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**

### **1、发行人个人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

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
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：

单位：元

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			

项目	2022 年收入	2021 年收入	项目	2022 年支出	2021 年支出
合计	1,582,301.10	19,523.00		-1,601,824.10	

## (2) 员工收款

2022 年-2025 年，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，发行人使用公司二维码收款后，发行人不再存在员工收款情形。

员工收款对应资金流转金额、时点如下表：

### ①2022 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（元）	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
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

2022 年度员工收款明细表				
序号	交易时间	金额（元）	对方户名	款项说明
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
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

2022 年度员工收款明细表				
序号	交易时间	金额（元）	对方户名	款项说明
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
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

2022 年度员工收款明细表				
序号	交易时间	金额（元）	对方户名	款项说明
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
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

2022 年度员工收款明细表				
序号	交易时间	金额（元）	对方户名	款项说明
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
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

2022 年度员工收款明细表				
序号	交易时间	金额（元）	对方户名	款项说明
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		<b>4,765,307.44</b>		

2022 年发行人员工收款金额 476.53 万元，与发行人零星客户转入公司业务员的金额一致。

②2023 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

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
24	20230426	200.00	李*红	客户转入回款
合计		<b>759,070.00</b>		

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 年发行人员工收款金额 75.91 万元，与发行人零星客户转入公司业务员的金额一致。

## 2、发行人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、发行人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发行人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，属于发行人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，因此发行人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

2022-2025 年，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 266.57 万元，呈增长趋势。报告期各期，备用金最终用途去向如下：

单位：万元

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 年度	266.57	119.51	0.40	50.75	107.77	18.83
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为 266.57 万元，较 2024

年降低 29.64%，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：

单位：万元

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 (A=B+C)
1	2025 年度	266.57	210.77	55.80	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，截至本回复出具之日，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。

**2022-2025年，李艳萍现金采购的塑钢带/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年度	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	-	224,000.00	203,150.00	105,350.00		
	单价	-	339.39	350.26	350	345.78	342.40-379.20

注：2025年度塑钢带/打包带无采购金额，主要是本年度年初开始对塑钢带/打包带采用对公支付，不再由李艳萍采购后报销。

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《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：            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。            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。
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	发行人用印审批瑕疵	（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。	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	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
		<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>	疵。	
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。
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。

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
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	差旅费报销未附出差审批单	<p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p>	相关整改措施真实并已完成，能够有效规范财务会计对差旅费报销审核和凭证制作方面的瑕疵。	2025年6月已整改完。
10	记账凭证设计不规范	<p>(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。</p> <p>(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。</p>	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。

## 二、保荐机构、申报会计师的核查情况

### (一) 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，保荐机构和申报会计师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) 针对发行人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) 针对发行人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；对研发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，保荐机构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。

(12) 发行人个人卡、现金交易、资金拆借等事项的核查详见下方“（二）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”部分。

## 2、核查结论

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

(1) 报告期内**李艳萍现金**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，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；

(6) 发行人个人卡、现金交易、资金拆借等事项的核查详见下方“（二）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”部分。

## **（二）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**

### **1、核查方式及过程**

保荐机构、申报会计师履行了以下核查程序：

(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，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，保荐机构、申报会计师认为：

(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；发行人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，发行人存在实际控制人李焱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。

#### 问题 4.募投项目建设必要性及合理性

根据申请文件及问询回复：（1）发行人本次拟募集资金 49,261.99 万元，用于湖南恒旺新材料科技有限公司望城制造基地项目、湖南鑫振邦紫外光固化(UV)新材料项目、泰国生产基地建设项目、湖南恒兴新材料研发中心建设项目、湖南恒兴新材料生产基地升级建设项目、营销网络及信息化建设项目等。（2）望城制造基地项目、鑫振邦紫外光固化（UV）新材料项目拟各新建一条涂料柔性生产线；泰国生产基地建设项目新建一条涂料生产线、一条 PUR 热熔胶生产线，2019 年以来，下游客户陆续在东南亚等境外地区设立生产基地，发行人响应主要客户境外建厂情况在泰国建立生产基地。（3）报告期内公司各区域销售服务办公及仓储场所主要为租赁方式取得，本次募投拟在上海、深圳、北京、成都、东莞等地购置办公场所或者仓库。（4）恒兴新材料研发中心建设项目利用现有场地，不新建研发大楼，合计投入 5,200.76 万元，对现有房屋进行装修改造，同时购置小试及中试设备、涂装测试设备、检测设备等。公司现有研发人员、研发场地分散在各生产基地。（5）发行人以 2024 年度营业收入为基数，假设 2025 年至 2027 年公司保持年均 16%的收入增长速度，测算补充流动资金缺口。

请发行人：（1）结合 PVC 地板涂料、PVC 封边条涂料、真空电镀涂料、汽车内外饰涂料等产品对生产工艺、生产设备的需求异同，说明柔性化涂料产线调整的方式及技术难度，相关募投项目拟新增产能计算的准确性、合理性。

（2）结合发行人及同行业可比公司的市场营销模式及特点，以及报告期内主要通过租赁方式取得相关场所的背景下，使用募集资金购置相关办公、仓储场所的原因及合理性；相关购置规模是否与公司经营需要相匹配，是否具有经济效益，是否符合行业惯例；相关拟购置办公及仓储场所周边价格情况，相关采购价格是否公允合理。（3）详细说明各主要境外客户在东南亚建厂及达产情况，目前发行人的供货份额及其他同类产品供应商情况，发行人投资建厂主要是配套客户的新建产能还是现有产能需求，是否存在无法替代其他供应商份额的风

险；结合公司关于境外经营、资金的管理措施，详细说明如何有效防范境外资金合规性、安全性风险。（4）结合 PUR 热熔胶的主要应用场景，主要销售客户与 UV 涂料的异同，详细说明新增 PUR 热熔胶产能的必要性及可行性。（5）详细说明湖南恒兴新材料研发中心建设项目的工程建设的具体内容，该项目建成后相关研发人员、研发场所是否均集中在新改造的研发中心大楼，该研发中心建筑规模是否与实际研发需求相匹配。（6）结合最近一期及期后业绩实现情况，说明关于经营业绩及补充流动资金测算是否审慎、合理，使用募集资金补充流动资金及规模的合理性。（7）补充披露各募投项目建成后生产经营、研发中心等合计建筑面积，说明与实际生产经营需要相匹配，是否存在厂房闲置风险；请更新披露各募投项目产能备案、环评等相关审批备案程序的进度，说明是否存在无法取得的风险及应对措施。

请保荐机构核查上述事项并发表明确意见。

#### 【回复】

##### 一、发行人说明

公司第一届董事会第七次会议、2024 年第三次临时股东大会审议通过《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市方案的议案》《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票募集资金投资项目及可行性的议案》。

2026 年 1 月 14 日，公司召开第一届董事会第十六次会议，审议通过《关于调整公司向不特定合格投资者公开发行股票募集资金投资项目拟投入募集资金金额的议案》。根据公司 2024 年第三次临时股东大会审议通过的《关于提请股东大会授权董事会全权办理公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市有关事宜的议案》，董事会本次审议调整事项已经获得股东（大）会的授权，无需另行提交股东会审议。

2026 年 3 月 31 日，公司召开第一届董事会第十八次会议，审议通过《关于调整公司向不特定合格投资者公开发行股票募集资金投资项目拟投入募集资金金额的议案》。根据公司 2024 年第三次临时股东大会审议通过的《关于提请股东大会授权董事会全权办理公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证

券交易所上市有关事宜的议案》，董事会本次审议调整事项已经获得股东（大）会的授权，无需另行提交股东会审议。

本次公开发行股票的实际募集资金(扣除发行费用后)计划投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	投资总额	拟投入募集资金
1	湖南恒旺新材料科技有限公司望城制造基地项目（注1）	8,594.48	8,594.48
2	泰国生产基地建设项目	8,315.27	8,015.27
3	湖南恒兴新材料研发中心建设项目	5,200.76	5,200.76
4	湖南恒兴新材料生产基地升级建设项目	4,369.22	4,369.22
5	营销网络及信息化建设项目	7,582.25	3,000.00
合计		34,061.98	29,179.73

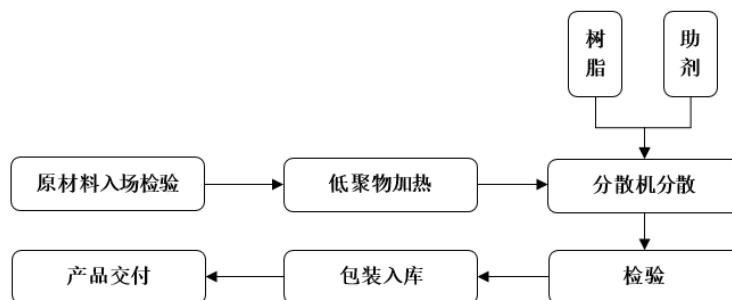
注1：湖南恒旺新材料科技有限公司望城制造基地项目原备案名称为“湖南恒旺新材料科技有限公司生产基地（二期）建设项目”。

公司已在招股说明书“第二节 概览”之“十二、募集资金运用”中同步进行调整，并在“第九节 募集资金运用”之“二、募集资金运用情况”中删除湖南鑫振邦紫外光固化（UV）新材料项目、补充流动资金等相关内容。

（一）结合 PVC 地板涂料、PVC 封边条涂料、真空电镀涂料、汽车内外饰涂料等产品对生产工艺、生产设备的需求异同，说明柔性化涂料产线调整的方式及技术难度，相关募投项目拟新增产能计算的准确性、合理性。

1、结合 PVC 地板涂料、PVC 封边条涂料、真空电镀涂料、汽车内外饰涂料等产品对生产工艺、生产设备的需求异同，说明柔性化涂料产线调整的方式及技术难度

公司 PVC 地板涂料、PVC 封边条涂料、真空电镀涂料、汽车内外饰涂料等产品生产流程相同，具体如下：



PVC 地板涂料、PVC 封边条涂料、真空电镀涂料、汽车内外饰涂料等产品生产工艺流程相同,但产品配方不同,产品生产过程中工艺控制条件(设备速度、时间、温度)不同,各流程节点工艺条件、所需要设备情况如下:

序号	工艺流程	操作描述	速度 (r/min)	时间 (min)	温度 (°C)	所用设备
1	低聚物加热	如存在当前气温下流动性差的物料,需提前预热以便投料	停机	-	-	烘箱
2	投入液态原料	按照《生产配置单》规定的物料代码、数量、顺序投入液态原料;对检测不合格产品进行物料配比调整	停机	-	-	分散机(配分散缸)或搅拌机
3	中速搅拌均匀	检查投料无误后,开启搅拌机,按规定的搅拌速度与时间将液态原料混合均匀	500-800	15-20	30-60	分散机(配分散缸)或搅拌机
4	投入粉料	如需投入粉料,需按照《生产配置单》规定的物料代码、数量、顺序投入粉料、填料;对检测不合格产品进行物料配比调整	300-500	-	≤80	分散机(配分散缸)或搅拌机
5	高速搅拌均匀	粉料、填料投入完成后,盖好容器,慢慢提高搅拌机转速,直到规定的转速,达到工艺规定的搅拌时间后,进行研磨;如果经检测需调整配比,则在重新添加物料后再搅拌均匀再研磨	1000-1200	30-60	≤80	分散机(配分散缸)或搅拌机
6	投入研磨料	如存在需要投入研磨料的情形,需提前检查研磨料细度,细度达到质量标准要求方可投入	300-500	-	≤80	三辊机或砂磨机
7	检测	生产人员通知质检员到现场取样,质检员按照产品质量标准要求进行检测,如果达不到标准规定的指标要求,由技术员制定配方调整方案,生产人员按要求另添加原料进行调整	停机	-	30-60	辊涂机或淋涂机、UV固化机等

综上,PVC 地板涂料、PVC 封边条涂料、真空电镀涂料、汽车内外饰涂料等产品生产流程相同,所需要的生产设备基本相同,柔性化涂料产线调整只需要调整投料的配比及生产过程中工艺控制条件(设备速度、时间、温度等),产品生产调整技术难度较低。

## 2、相关募投项目拟新增产能计算的准确性、合理性

发行人募投项目产能主要由分散机的处理能力决定,具体计算如下:

### (1) 湖南恒旺新材料科技有限公司望城制造基地项目

湖南恒旺新材料科技有限公司望城制造基地项目新建一条涂料柔性生产线,购置分散机 6 台,产能计算如下:

设备名称	处理能力 (千克)	工作日 (天)	台数 (台)	批次 (次)	产能 (吨)
分散机	1,500.00	250.00	1.00	1.00	375.00
	2,500.00	250.00	1.00	1.00	625.00
	3,000.00	250.00	2.00	1.00	1,500.00
	5,000.00	250.00	2.00	1.00	2,500.00
合计					<b>5,000.00</b>

本项目建成后,预计新增 PVC 地板涂料产能 3,000 吨、PVC 封边条涂料产能 1,000 吨、真空电镀涂料产能 500 吨、汽车内外饰涂料产能 500 吨,合计产能

5,000 吨。

综上，湖南恒旺新材料科技有限公司望城制造基地项目新增产能计算准确，具有合理性。

## (2) 湖南鑫振邦紫外光固化（UV）新材料项目

湖南鑫振邦紫外光固化（UV）新材料项目新建一条涂料柔性生产线，购置 14 台分散机生产涂料产品，另购置 8 台分散机分别生产水性油墨、UV 油墨产品。湖南鑫振邦紫外光固化（UV）新材料项目分散机已购置并投入使用，产能计算准确、合理。

鉴于湖南鑫振邦紫外光固化（UV）新材料项目已完工并正在试生产，根据公司发展规划及经营需要，经第一届董事会第十八次会议审议通过，本次募集资金投资项目取消湖南鑫振邦紫外光固化（UV）新材料项目。

公司已在招股说明书“第二节 概览”之“十二、募集资金运用”、“第九节 募集资金运用”之“二、募集资金运用情况”中删除湖南鑫振邦紫外光固化（UV）新材料项目相关内容。

(二) 结合发行人及同行业可比公司的市场营销模式及特点，以及报告期内主要通过租赁方式取得相关场所的背景下，使用募集资金购置相关办公、仓储场所的原因及合理性；相关购置规模是否与公司经营需要相匹配，是否具有经济效益，是否符合行业惯例；相关拟购置办公及仓储场所周边价格情况，相关采购价格是否公允合理。

1、结合发行人及同行业可比公司的市场营销模式及特点，以及报告期内主要通过租赁方式取得相关场所的背景下，使用募集资金购置相关办公、仓储场所的原因及合理性。

### (1) 发行人及同行业可比公司的市场营销模式及特点。

#### ① 发行人营销模式

报告期内，公司产品销售以直销模式为主，公司制定了“快速响应和全程跟踪”的销售策略。

由于公司产品性能的体现与客户使用公司产品过程中的生产环境、工艺控制

等息息相关，销售人员需根据客户个性化需求（包括硬度、耐磨、耐刮、防滑、抗菌等）、生产环境（温度、湿度、洁净度等）、生产工艺（涂布量、固化强度、固化速度等）的了解，提出产品方案。产品试样过程中，销售人员需到客户现场了解产品试样情况，试样过程中也可能根据客户试样结果不断调整产品方案。同时，客户规模化生产过程中，也可能出现生产环境、工艺控制等的变化，导致客户的产品无法完美体现公司的产品性能，需要公司销售人员快速响应，到客户现场全程跟踪客户的生产过程，并对客户生产环境、工艺控制提出改进建议。因此，公司需要大量的销售人员常驻客户所在地，及时响应客户技术支持的要求。同时，为缩短供货时间，及时响应客户的采购需求，公司在客户集中的上海、浙江、广东、成都等地方建立了客户服务点，设置了销售人员办公场地和仓库。公司营销模式符合行业惯例。

## ②同行业可比公司的市场营销模式

同行业可比公司松井股份、广信材料、飞凯材料均主要采取直销模式，其中，广信材料设立华东运营中心、华南运营中心，分别负责区域市场的运营、销售及技术服务工作；飞凯材料建立了遍布全球的销售网络，不断拓展其他销售区域的客户；松井股份建立了“一对一定制化”的营销策略。

### A、松井股份

松井股份目前主要采用直接销售模式进行产品销售。该公司建立了项目化运行机制，“一对一定制化”向客户进行深度营销，终端服务部门人员服务终端、模厂服务部门人员服务模厂，二者相互协同，执行公司“终端指引、模厂落地”的营销策略，同步客户项目开发全流程，保证项目开发进度和质量，最终实现对终端和模厂两极客户的有效开发。

### B、广信材料

该公司主要采用直销模式，直接面向客户。公司在销售过程中由业务人员、技术服务人员、研发人员共同为客户提供服务，其中业务人员负责了解客户需求和维护客户关系，技术服务人员负责向客户提供光刻胶使用过程的技术服务，研发人员负责调整生产配方，使产品能够满足客户的个性化需求。为了充分发挥公司的地域优势，该公司下设华东运营中心、华南运营中心，分别负责区域市场的

运营、销售及技术服务工作。

### C、飞凯材料

该公司产品主要以直销为主，以代理销售为辅。为保证销售的针对性，采取了将技术支持与服务贯穿于售前、售中、售后全过程的技术营销模式。公司已建立了遍布全球的销售网络，并在不断拓展其他销售区域的客户。

#### **(2) 报告期内主要通过租赁方式取得相关场所的背景下，使用募集资金购置相关办公、仓储场所的原因及合理性。**

在企业发展的不同阶段，其对经营场所的需求和配置策略往往随之演变。报告期内，公司主要通过租赁方式取得办公及仓储场所，该模式能够有效降低早期运营成本、灵活适配业务初步扩张节奏，满足公司发展初期的阶段性需求。随着公司业务规模持续扩大、战略布局逐步清晰，公司拟使用募集资金购置部分办公、仓储场所，具体原因如下：

##### ①强化品牌建设，提升品牌实力

现有租赁办公场所缺乏统一的企业形象展示，不利于拓展和维系客户。公司拟以现有的营销体系为基础，在上海、深圳、北京、成都等核心城市建立公司品牌形象展示中心，为客户提供一个近距离接触、了解品牌的平台，通过沉浸式的品牌体验，加深客户对公司品牌理念、产品特色以及服务优势的认知与理解，增强客户的认可度。同时，有助于进一步提升自主品牌的知名度和市场营销能力，为公司建立持续长远品牌发展战略奠定基础。

##### ②构建区域运营中心，增强业务协同

公司华东地区（上海、江苏、浙江等）（仓储）场所分散在上海、江苏、浙江七个地方，在广东地区（仓储）场所分散在东莞四个地方，分散的办公场所不利于公司业务交流和资源协调。因此，公司将通过在上海、深圳、北京、成都购置办公场地，打造集日常办公、商务洽谈、产品展示、产品研发等功能于一体的区域运营中心和研发中心，强化管理和业务协同。

##### ③保持经营稳定性与战略自主性

公司主要客户为规模客户，对供应商交货能力、产品稳定性具有较高要求。

下游客户在使用 UV 涂料过程中存在着许多个性化的需求，其改进生产工艺或者开发新产品往往都会对所使用的 UV 涂料提出新的功能性要求。因此，公司需建立一个结构完善、渠道稳定的销售体系，确保在客户反馈需求或问题的第一时间高效调动内部资源，提供及时、精准且有效的解决方案，以提升客户满意度，提高客户粘性。

租赁模式下，公司可能面临租赁期限受限、出租人提前解约或不续约、租赁场所不满足公司经营发展需要等不确定性风险，可能影响客户订单交付与业务合作稳定性。通过购置自有场所，能够锁定长期运营成本，消除场所变动带来的经营干扰，保障业务连续性和战略部署的稳定性。

#### ④契合企业发展和产能扩张需求

现阶段公司处于快速发展期，对办公空间的功能布局、仓储场所的面积大小与区位条件提出了更高要求。租赁场所往往存在改造权限受限、空间拓展不足等问题，难以满足公司长期发展需求。购置的自有场所可根据业务实际需求进行自主设计与改造，契合企业发展与产能扩张需求。

#### ⑤优化办公环境，吸引、留住优秀人才

公司目前分支机构的办公场所均为租赁，办公空间、营销展示空间偏小，硬件设施不能匹配公司快速增长的业务规模，不利于公司整体的运营管理、品牌宣传、形象展示和文化建设。通过本项目的实施，能够提升员工办公舒适度和工作满意度，增强员工的认同感、归属感和凝聚力。同时，本项目拟配套相应的信息化设备、办公设备，引进专业营销人才，建立一个结构更完善、销售能力更强的销售体系，满足客户对售前、售中及售后各阶段产品服务的需求，从而实现公司营销服务价值的提升。

**2、相关购置规模是否与公司经营需要相匹配，是否具有经济效益，是否符合行业惯例。**

#### **(1) 相关购置规模与公司经营需要相匹配。**

截至本回复签署日，公司华东地区（上海、江苏、浙江等）主要由安吉恒兴、上海办事处、常州办事处等负责，共租赁七处办公（仓储）场所，总面积 **3,496.08** 平方米，其中，在上海租赁两处场地，总面积 1,370.63 平方米。公司华南地区主

要由子公司东莞恒鑫、湖州恒涂、深圳事业部等负责，在广东租赁四处办公（仓储）场所，总面积 800.60 平方米。公司西南地区由成都办事处、湘恒兴等负责，在成都租赁两处办公（仓储）场所，总面积 551.38 平方米。

公司拟根据生产经营需要，使用募集资金，在上海、深圳、北京、成都等地购置相关办公、仓储场所，以替代现有租赁办公、仓储场所，相关购置规模与公司经营需要匹配情况如下：

单位：平方米

拟购置场所			现有租赁场所		
地点	用途	面积	地点	用途	面积
上海	办公	500.00	华东	办公	523.04
	仓储	1,200.00		仓储	<b>2,973.04</b>
深圳	办公	300.00	东莞	办公	350.60
东莞	仓储	800.00		仓储	450.00
北京	办公	200.00	北京	办公	-
成都	办公	200.00	成都	办公	177.78
	仓储	400.00		仓储	373.60

华东地区（上海、江苏、浙江等）为公司境内主要销售区域，公司拟在上海购置办公场所和仓库，以取代原有的租赁场地，将上海运营中心打造成集产品研发、日常办公、商务洽谈、产品展示等功能于一体的区域基地及研发中心，区域员工集中办公，方便更好的调度人员服务客户。为降低经营成本、缩短运输时间，公司原在苏州、常州、安吉租赁的仓库继续保留。

公司在华南的客户相对集中，公司原在东莞租赁了办公和仓储场所，本次募集资金到位后，公司拟在深圳购置办公场地，在东莞购置仓库，以替代原租赁的办公场所和仓库，公司购置的办公面积和租赁的面积基本相同，考虑到未来公司募投项目投产后，销量的增加对仓储场地需求的增加，公司适当增加了仓储场地的购置面积。

公司在成都拟购置的办公、仓储场所面积与公司现有租赁的办公、仓储场所面积基本一致，将替代现有的租赁场所，与公司经营需要相匹配。

华北地区由北京办事处负责，现有员工 1 人，未购置、租赁办公场所。京津冀是全国第三大涂料消费市场，仅次于长三角、珠三角。中建、中铁等央企/国

企常要求供应商在项目所在地设有实体注册机构或办公场所。因此，公司拟在北京购置办公场所，扩充华北地区销售团队和研发团队，加强产品在华北地区的销售力度。同时，建立统一形象的办公场所，也可以更好的展示公司产品、与主管部门、客户、业内技术人员交流。

综上，公司使用募集资金购置相关办公、仓储场所的规模与公司经营需要相匹配，具有合理性。

## (2) 相关购置规模具有经济效益、符合行业惯例。

单位：平方米、万元

服务区域	拟购置场所					现有租赁场所			
	地点	用途	面积	购置费用	年折旧额	地点	用途	面积	年租金额
华东	上海	办公	500.00	2,000.00	95.00	上海	办公	523.04	50.62
		仓储	1,200.00	1,200.00	57.00		仓储	1,068.44	34.20
华南	深圳	办公	300.00	1,200.00	57.00	东莞	办公	350.60	9.24
	东莞	仓储	800.00	480.00	22.80		仓储	450.00	10.20
华北	北京	办公	200.00	800.00	38.00	北京	办公	-	-
西南	成都	办公	200.00	400.00	19.00	成都	办公	177.78	8.43
		仓储	400.00	160.00	7.60		仓储	373.60	10.66

公司在上海购置仓库的同时，拟保留在苏州、常州、安吉的仓库。因此，本次拟置换的公司现有租赁的办公、仓储场所年租金额为 167.53 万元。

按照公司统一的固定资产折旧政策，按照净残值率 5%、预计可使用年限 20 年计提折旧，公司拟购置办公、仓储场所的最高年折旧额为 296.40 万元，比拟置换的现有租赁的办公、仓储场所年租金额高 128.87 万元。公司建立统一形象、集中办公的运营中心，有助于进一步提高客户粘性、增强客户认可度，有助于提高员工凝聚力和业务协同能力、保持经营稳定性与战略自主性，发行人盈利能力完全可以覆盖本次拟购置资产新增折旧额。

综上，公司购置相关办公、仓储场所符合行业惯例，具有经济效益。

### 3、相关拟购置办公及仓储场所周边价格情况，相关采购价格是否公允合理。

公司拟购置的办公和仓储场所既要交通便利，贴近客户；又要商务氛围成熟，充分体现公司形象。因此，拟购置区域选址在北京、上海、深圳、成都等地区主

城区周边及主城区以外区县报价，上述地区写字楼报价参考了房天下、安居客等网站的报价情况。

### (1) 上海

上海报价参考了主城区周边及主城区以外区县报价，具体如下：

单位：万元/平方米

序号	内容	办公均价	仓库均价	项目特点
1	徐汇龙华/滨江办公、闵行马桥/莘庄工业区仓库	3.0-4.6	0.6-1.4	“徐汇滨江—龙华”为上海市重点发展带；龙华本地聚集大量设计、建筑、环保科技、新材料类企业；交通便利，地铁11号线、12号线覆盖
2	闵行梅陇办公、闵行马桥/莘庄工业区仓库	3.0-4.7	0.6-1.4	梅陇是上海西南门户重点更新区域，配套完善；交通便利，闵行梅陇地处闵行与徐汇交界，1号线、15号线覆盖，沪闵高架、虹梅高架、中环、嘉闵高架环绕，办公与仓库20-30分钟车程
3	嘉定南翔/江桥办公、嘉定工业区北区/外冈仓储	3.0-4.9	0.5-1.5	嘉定是上海“制造业高地”，区内已有立邦、三棵树、嘉宝莉等涂料品牌布局；交通便利，地铁11号线或14号线覆盖，办公与仓库20-30分钟车程

公司拟以4万元/平方米左右在上海购置办公场所，以1万元/平方米左右在上海购置仓库，上述选择均具有可行性，采购价格公允、合理。

### (2) 深圳

参考立邦、三棵树、嘉宝莉华南地区深莞协同的营销模式，深圳报价参考了主城区周边及主城区以外区县报价，具体如下：

单位：万元/平方米

序号	内容	办公均价	仓库均价	项目特点
1	深圳南山科技园/前海/后海办公，东莞凤岗镇/塘厦镇仓储	3.0-4.8	0.4-0.7	南山聚集大量科技、设计、供应链企业，配套成熟；交通便利，地铁1/2/5/9/11号线覆盖
2	福田车公庙/香蜜湖办公，东莞凤岗镇/塘厦镇仓储	3.1-4.1	0.4-0.7	福田是深圳行政+金融+文化中心，配套成熟；交通便利，地铁1/2/3/4/7/9/11号线交汇，办公与仓库50分钟左右车程
3	深圳龙华深圳北站/红山-上塘办公，东莞凤岗镇/塘厦镇仓储	3.5-4.4	0.4-0.7	龙华是深圳“中轴新城”，政府重点投入，配套成熟；交通便利，办公与仓库20-30分钟车程

公司在深圳购置办公场所，在东莞购置仓库，高度契合“深莞协同”趋势，

兼具品牌展示力、成本控制力与物流效率。公司拟以 4 万元/平方米左右在深圳购置办公场所、以 0.6 万元/平方米左右在东莞购置仓库，上述选择均具有可行性，采购价格公允、合理。

### (3) 北京

北京报价参考了主城区周边及主城区以外区县报价，具体如下：

单位：万元/平方米

序号	内容	办公均价	项目特点
1	朝阳望京商务区办公	3.0-4.6	望京周边聚集大量建筑设计院、家装公司、地产区域总部、工程总包单位，行业内涂料三棵树华北运营中心设在望京，配套成熟；地铁 14 号线、15 号线、13 号线、首都机场线覆盖
2	丰台科技园/丽泽办公	3.4-5.7	建材、工程软件（如广联达）、建筑设计企业聚集，商业配套成熟；交通便利，地铁 9 号线、16 号线、房山线交汇
3	通州运河商务区办公	3.1-4.5	运河商务区定位于副中心金融与总部经济核心区；建筑品质高，利于品牌形象展示；靠近北投集团、首旅集团等，便于切入大型公建、酒店、保障房项目

公司拟以 4 万元/平方米左右在北京购置办公场所，上述选择均具有可行性，采购价格公允、合理。

### (4) 成都

成都报价参考了主城区周边及主城区以外区县报价，具体如下：

单位：万元/平方米

序号	内容	办公均价	仓库均价	项目特点
1	高新区南区（大源辐射带）办公，双流西航港工业开发区仓储	1.0-2.8	0.33-0.55	高新区南区是成都总部经济、科技研发、商务服务的核心承载区，配套成熟；交通便利，地铁 1/18 号线覆盖，近成自泸高速入口，30 分钟左右到双流机场，办公与仓库 30 分钟左右车程
2	天府新区总部商务区办公，龙泉驿/青白江仓储	1.0-2.8	0.33-0.41	成都“城市新中心”，聚集中铁、中建、万科等区域总部，配套成熟；龙泉驿汽车、装备制造产业密集，工业涂料需求旺盛；地铁 1/6/18 号线交汇，30 分钟到双流机场、40 分钟到春熙路，办公与仓库 30 分钟左右车程
3	双流华府办公，双流西航港工业开发区仓储	1.0-2.5	0.33-0.55	距西航港家具产业带仅 10 分钟车程，客户拜访便利；配套完善

公司拟以 2 万元/平方米左右在成都购置办公场所，以 0.4 万元/平方米左右在成都购置仓库，上述选择均具有可行性，采购价格公允、合理。

综上，公司在上海、深圳、北京、成都拟购置办公及仓储场所，相关采购价格公允、合理。

(三) 详细说明各主要境外客户在东南亚建厂及达产情况，目前发行人的供货份额及其他同类产品供应商情况，发行人投资建厂主要是配套客户的新建产能还是现有产能需求，是否存在无法替代其他供应商份额的风险；结合公司关于境外经营、资金的管理措施，详细说明如何有效防范境外资金合规性、安全性风险。

1、详细说明各主要境外客户在东南亚建厂及达产情况，目前发行人的供货份额及其他同类产品供应商情况，发行人投资建厂主要是配套客户的新建产能还是现有产能需求，是否存在无法替代其他供应商份额的风险。

(1) 各主要境外客户在东南亚建厂及达产情况，目前发行人的供货份额及其他同类产品供应商情况。

公司主要境外客户在东南亚建厂及达产情况，发行人供货份额及其他同类产品供应商情况如下：

单位：万平方米

客户名称	东南亚建厂情况	2024 年度 产能/产量	2024 年度 发行人同 类产品供 货份额	其他同 类产品 供应商
华丽集团	越南工厂 2023 年投产，产能*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	*	*	*
越南锐升	该公司 2021 年年底投产，产能*平方米	*	*	*
狮核实业	该公司 2022 年投产，年产能 2,200 万平方米，年产值可达 14 亿元	*	*	*
劲嘉集团	该公司 2020 年在越南建立工厂，年产能*平方米，年产值可达 18 亿元	*	*	*
亚美实业	该公司 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	*	*	*
永裕家居	该公司年产能 3,000 万平方米，年产值最高可达 18 亿元左右	*	*	*
越南海帆	该公司主要从事 PVC 地板生产经营，注册资本 470 亿越南盾，年产能*平方米，产值可达*元	*	*	*
新晋股份	该公司年产能*平方米，2023 年、2024 年产量均为*平方米左右	*	*	*

注：以上信息来自公开网站信息、客户走访了解情况。

(2) 发行人投资建厂主要是配套客户的新建产能还是现有产能需求，是否

存在无法替代其他供应商份额的风险。

发行人投资建厂主要是配套客户的现有产能需求。2025 年度，公司产品在东南亚等地区的销量已达 6,300 余吨，其中，涂料销量 4,600 余吨、PUR 热熔胶销量 1,700 余吨。泰国生产基地建设项目建成后，公司将新增涂料产能 5,000 吨、PUR 热熔胶产能 2,000 吨，公司现有客户需求已基本能消化新建产能。随着客户产能释放和更多的产能转移，东南亚地区对公司产品的需求量将进一步增加，不存在无法替代其他供应商份额的风险。

**2、结合公司关于境外经营、资金的管理措施，详细说明如何有效防范境外资金合规性、安全性风险。**

### **(1) 内控制度建立情况**

公司已制定、完善适用于母子公司的《财务管理制度》《资金管理制度》《费用核算与报销管理制度》《印章管理制度》等，公司制定多项管理措施，严格防范可能的境外资金合规性、安全性风险。

### **(2) 日常经营**

#### **①境外资金管理**

1) 编制资金日报。境外子公司财务部每天编制资金日报，汇报当天账户资金情况。

2) 控制境外资金规模。境外子公司账户每日资金规模控制在 40-50 万人民币，财务总监根据境外子公司预计资金回款计划、采购付款计划及资金日报情况，调度境外子公司资金。

3) 持续合规监控。每季度审查资金余额与预算偏差、外汇申报是否及时、税务申报是否准确，避免合规风险。

#### **②境外资金、用印审批流程**

关于境外资金审批、用印审批具体要求如下：

1) 资金审批。境外子公司资金审批流程经所在地负责人审批通过后，需经总公司财务总监、总经理审批通过方可付款。

2) 用印审批。境外子公司用印流程除经所在地负责人审批通过后，需经总公司采购部、销售部、财务部、法务部等相关部门审批后，方可用印。

### ③境外关键岗位人员管理

1) 境外子公司财务人员由境内人员派驻。

2) 公司境外子公司在当地主管部门备案了法人章、法人签字，印章由境内派驻的人员管理。

### (3) 境外募集资金使用管理

为规范募集资金的管理和使用，提高募集资金使用效率，公司依照相关法律法规并结合公司实际情况，制定了《募集资金管理制度》，对募集资金存储、使用及变更等方面做出了明确规定。

由于泰国生产基地建设项目实施地在泰国，为规范该项目资金使用的合规性、安全性，公司及子公司瀚兴科技（泰国）将与保荐机构、存放募集资金的境内及境外商业银行签订三方/四方监管协议，对募集资金的存放和使用进行监管。同时，公司拟在境内、境外开立该项目募集资金专户，对该项目募集资金的存放和使用进行专户管理，保荐机构定期查阅境内外募集资金专户流水。项目未使用的募集资金全部存放于境内募集资金专户，境外募集资金专户不存储资金，仅为付款通道。募集资金到位后，公司将根据该项目建设规划、资金使用安排，在项目付款日前将募集资金由境内募集资金专户划转至境外募集资金专户，再由境外募集资金专户付款，保证境外募集资金投资项目资金管理的合规性和安全性。

**(四)结合 PUR 热熔胶的主要应用场景,主要销售客户与 UV 涂料的异同,详细说明新增 PUR 热熔胶产能的必要性及可行性。**

#### **1、PUR 热熔胶的主要应用场景。**

PUR 热熔胶是指湿气固化反应型聚氨酯热熔胶，一般是以端异氰酸酯聚氨酯预聚体为主体材料的胶粘剂。

公司 PUR 热熔胶主要应用场景为 PVC 地板生产企业生产静音地板时粘贴静音垫，增强地板的隔音效果和增加脚感柔软舒适度；以及用于地板面皮与基材的胶粘。同时，地板企业生产 PVC 膜粘密度板、安装 PVC 封边条、铝蜂窝板封边

条等也会使用 PUR 热熔胶。

## 2、主要销售客户与 UV 涂料的异同。

公司 PUR 热熔胶主要销售客户与 UV 涂料相同，均为 PVC 地板生产企业。

报告期各期，公司 PUR 热熔胶销售金额前五大客户如下：

客户名称	PUR 热熔胶前五大客户排名情况			是否采购 UV 涂料
	2025 年	2024 年	2023 年	
华丽集团	1	1	1	是
越南锐升	2	2	4	是
晶通集团	3	5	-	是
劲嘉集团	4	-	-	是
上海益雅信息科技有限公司	5	-	-	是
肯帝亚	-	3	2	是
众合新材	-	4	-	否
长沙耀诚进出口贸易有限公司	-	-	3	否
成都奥格威新材料科技有限公司	-	-	5	是

注：上表中部分客户在部分期间排名为空，系相关客户在相关期间未采购相关产品或虽采购相关产品但排名在前五名以外。

众合新材系公司 2023 年 12 月开拓的 PUR 热熔胶的客户，该客户是胶粘剂行业影响力较强的生产商，其 PUR 热熔胶产品主要用于家具木板封边，2023 年到 2024 年该客户业务订单旺盛、其自身产能难以满足订单需求，因此向公司采购部分 PUR 热熔胶用于贴牌生产。2025 年后该客户自身产能已基本能够满足订单需求，随之停止向公司采购 PUR 热熔胶。

长沙耀诚进出口贸易有限公司采购公司 PUR 热熔胶产品后，其终端销售客户为境外 PVC 地板生产商。

上海益雅信息科技有限公司采购公司 PUR 热熔胶产品后，终端销售客户为境外 PVC 地板生产商 HUALI GROUP (US) LLC。

除上述情形外，公司其他 PUR 热熔胶产品的主要销售客户均为 PVC 地板生产商。

### 3、新增 PUR 热熔胶产能的必要性及可行性。

#### (1) 新增 PUR 热熔胶产能的必要性

本次募投项目拟在泰国增加 2,000 吨/年 PUR 热熔胶产能。

报告期内，公司 PUR 热熔胶产能利用率较高，具体情况如下：

单位：吨，%

产品名称	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
PUR 热熔胶	产能	3,000.00	3,000.00	2,583.33
	产量	2,542.97	3,169.67	2,750.17
	产能利用率	84.77	105.66	106.46

注：生产线产能按照当年实际生产月份数折算，2023 年 5 月，恒旺新材搬入自建厂房，恒旺新材的 PUR 热熔胶产能 1-5 月按租赁长沙广欣新材料科技有限公司厂房的每年 2,000 吨产能计算，6-12 月按自建厂房每年 3,000 吨产能计算。

报告期内，公司 PUR 热熔胶销售规模稳步提升，产能利用率较高，公司现有产能已难以满足未来客户对公司产品的需求，需要进一步扩大公司的产能。

为避免可能存在的贸易摩擦风险，近年来公司下游客户纷纷在东南亚等境外地区设立生产基地，该地区客户对公司产品需求量大。2025 年度，公司 PUR 热熔胶在东南亚等地区的销量已达 1,700 余吨左右。许多客户在该地区的产能才刚建成，尚未完全释放。另外，泰国华丽在建厂房建成后预计每月新增 30 吨 PUR 热熔胶需求量。随着客户产能释放和更多的产能转移，东南亚地区对公司 PUR 热熔胶产品的需求量将进一步增加。

公司下游客户对公司产品交货时间要求较高，及时快速响应客户需求是公司竞争力的重要体现。目前，东南亚客户向公司采购的 PUR 热熔胶均在公司国内生产基地生产后，报关出口，并经海运送达，交货周期长，难以及时响应客户的需求，同时也增加了运输成本。

泰国生产基地建设项目建成后，可以增加公司生产能力，满足客户对公司产品不断增长的需求；将生产基地贴近客户，大大缩短公司产品的交货周期，提高市场竞争力；有助于避免跨境物流导致的交期延迟、温湿度影响产品性能等问题；项目生产所需主要原材料可就地采购，降低运输成本，同时也有助于满足客户对原材料“本地采购比例”的要求；可以满足客户就地采购需求，有利于规避国际贸易政策风险，提升公司整体抗风险能力。

综上，公司在泰国新增 PUR 热熔胶产能具有必要性。

## （2）新增 PUR 热熔胶产能的可行性

本次募投项目拟在泰国增加 2,000 吨/年 PUR 热熔胶产能，泰国生产基地建设项目生产工艺、产品品种与公司国内生产基地相同，公司现有的技术可应用于泰国生产基地建设项目。

本项目生产所需的主要原材料是树脂。树脂作为大类化工产品，应用领域广泛，当地大部分品种供应充足。项目建成后，项目生产所需的主要原材料可在当地采购，少数当地无法采购的品种可通过国内采购满足。项目运营所需的管理人员、技术人员可由公司总部委派，公司已建立了丰富的管理人员和技术人员储备。2022 年，公司设立了 LH 国际开展境外经营，2024 年 7 月瀚兴科技（泰国）投入运营，公司拥有较为丰富的境外经营经验和境外业务经营人才，可以满足项目的需要。生产人员在当地招聘，当地丰富的劳动力资源可有效保障公司产品生产对人员的要求。

综上，公司在泰国新增 PUR 热熔胶产能具有可行性。

（五）详细说明湖南恒兴新材料研发中心建设项目的工程建设的具体内容，该项目建成后相关研发人员、研发场所是否均集中在新改造的研发中心大楼，该研发中心建筑规模是否与实际研发需求相匹配。

### 1、湖南恒兴新材料研发中心建设项目的工程建设的具体内容。

湖南恒兴新材料研发中心建设项目拟利用华容生产基地现有研发楼（产权证号：湘（2024）华容县不动产权第 0004988 号）、部分附属建筑和空置的办公楼（产权证号：湘（2024）华容县不动产权第 0000680 号），合计建筑面积 6,024.43 平方米，通过布局调整和功能调整，保留原有研发中心的的功能的同时，新增新产品小试和中试场地、新产品性能测试设备和检测设备，补齐公司研发中试和新产品测试的短板，提升公司整体的研发能力。

湖南恒兴新材料研发中心建设项目工程建设的具体内容如下：

单位：平方米、万元

序号	类型	建筑物或构筑物名称	主要职能	建筑面积	改造总价
1	主体	实验室	原华容恒兴实验室	1,200.00	240.00

序号	类型	建筑物或构筑物名称	主要职能	建筑面积	改造总价
2	工程	小试、中试车间	新增小试、中试场地	1,500.00	300.00
3		检测中心	新增涂装测试场地	1,711.68	342.34
4		研发交流中心及办公场所	保留研发人员办公场所，并新增合作与交流场所	1,112.75	222.55
5		其他配套	研发物料存储、配电房等	500.00	100.00
6	配套工程	停车场、室外用地、围墙、配套环保工程等	配套工程	-	100.00
合计			-	<b>6,024.43</b>	<b>1,304.89</b>

本项目使用的原有两栋房屋中，一栋原系办公楼，改造后将承接华容生产基地现有研发职能，同时作为研发中心中试场所和新的检测中心，其原有内部房屋布局和配套设施不适应改造后研发活动的需要，需要进行内部改造。另一栋华容生产基地现有研发楼，将改造成涂装测试场所，并安放部分检测设备，也需要按照新的功能要求进行改造。

**2、该项目建成后相关研发人员、研发场所是否均集中在新改造的研发中心大楼。**

湖南恒兴新材料研发中心建设项目除将华容生产基地现有研发场所整合到新的研发中心外，公司现有的其他研发场所和研发功能保持不变。本项目新增产品中试、涂装测试功能，公司原有研发场所不具备这两项功能，将集中到新改造的研发中心进行。

**3、该研发中心建筑规模是否与实际研发需求相匹配。**

该研发中心建筑规模共 6,024.43 平方米，具体功能规划如下：

**(1) 承接华容生产基地研发职能**

华容生产基地现在研发面积 1,545.11 平方米，新研发中心将规划 1,200 平方米，承接华容生产基地研发职能，并安置部分新增的检测设备。

**(2) 检测中心**

本项目将新增涂装测试线，模拟客户生产条件，对公司新产品进行涂装测试，检测公司研发新品涂装后的各项性能。

检测中心拟购置涂装测试设备、辅助功能区与工艺支持空间占地估算

1,360-2,000 平方米，具体情况如下：

单位：平方米

序号	内容	占地估算
1	主设备（含操作通道）占地	880-1,270
2	原材料仓储区	150-200
3	半成品中转与缓冲区	100-150
4	小型分析检测角	30-50
5	危化品暂存及废液收集	30-50
6	设备维修间与备件库	50-80
7	人员办公、更衣与洁净过渡区	60-100
8	主物流通道与叉车作业区	60-100
合计		1,360-2,000

主设备（含操作通道）占地 880-1,270 平方米，将模拟客户的生产场景，安放一条 UV 木器涂装生产线，用于测试研发的木器 UV 涂料涂装后的性能，一条 PVC 地板涂装生产线，用于测试研发的 PVC 地板涂料涂装后的性能，一条自动喷涂线，用于测试研发的汽车内外饰、真空电镀等涂料涂装后的性能，一条 PUR 贴面线，用于测试研发的 PUR 热熔胶新产品的使用性能。综上，本项目拟规划 1,711.68 平方米作为检测中心，具有合理性。

### （3）小试、中试车间

本项目规划小试、中试车间面积共 1,500 平方米，其中小试车间 120 平方米，主要承担研发小试阶段新产品配制。中试车间 1,380 平方米，将模拟生产车间实际生产场景，配置 2 台砂磨机、分散机、5 台反应器、精馏塔、10 台储罐及其他配套设备，同时，规划原料、中间品、成品暂存区，规划小型分析检测区、环保设备安放及处理区等，可满足年中试批次 700 余次的需要。综上，本项目拟规划 1,500 平方米作为小试、中试车间，具有合理性。

### （4）其他区域

本项目另规划研发中心日常研发人员办公场地、各生产基地研发人员临时办公场所以及研发交流中心面积 1,112.75 平方米，研发物料存储、配电房等面积 500 平方米，项目拟规划面积具有合理性。

综上，湖南恒兴新材料研发中心建设项目建筑规模与实际研发需求相匹配。

(六) 结合最近一期及期后业绩实现情况, 说明关于经营业绩及补充流动资金测算是否审慎、合理, 使用募集资金补充流动资金及规模的合理性。

1、最近一期经营业绩与首次申报时补充流动资金预测的经营业绩的差异情况。

公司提交首次申报时, 以 2022 年至 2024 年三年的营业收入复合增长率为基础, 预测了 2025 年至 2027 年三年营业收入。

公司 2025 年度营业收入与首次申报时补充流动资金预测的营业收入的差异情况如下:

单位: 万元

项目	2025 年实际数	2025 年预测数	2025 年实际数与预测数差异	差异率
营业收入	81,432.95	96,694.05	-15,261.10	-15.78%

2025 年度, 公司实现营业收入 81,432.95 万元, 与首次申报时补充流动资金预测的营业收入的差异额为-15,261.10 万元, 差异率为-15.78%, 差异的主要原因系 2025 年度美国关税政策的变化等影响了公司销售订单承接规模。

2、补充流动资金测算是否审慎、合理。

公司提交首次申报时, 参考 2022 年至 2024 年三年的营业收入复合增长率, 按照未来三年 16% 的收入增长速度, 预测了 2025 年至 2027 年三年营业收入。其中, 2025 年预计营业收入与公司实际实现营业收入有所差异。

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。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, 公司产品销售收入可保持稳定增长。

结合公司所处行业发展情况、公司未来业务规模增长情况等, 公司提交第二次反馈回复时, 参考 2022 年至 2025 年四年的营业收入复合增长率, 按照未来三年 7% 的收入增长速度, 测算公司未来三年营业收入增长, 具有合理性。

3、使用募集资金补充流动资金及规模的合理性。

随着业务规模的增长, 公司在日常经营、产能扩充、技术研发和市场开拓

等方面对流动资金的需求不断提升。补充流动资金有助于有效防范流动性风险，进一步提升公司盈利能力和核心竞争力。

公司提交第二次反馈回复时，参考 2022 年至 2025 年四年的营业收入复合增长率，按照未来三年 7% 的收入增长速度，测算公司未来三年营业收入增长。参考同行业可比公司最低现金保有量，根据销售百分比法，假定未来三年公司各项经营性资产、经营性负债占营业收入的比例与 2022 年至 2025 年的平均比例保持一致，测算 2028 年新增营运资金需求。同时，考虑员工薪酬、经营相关税费等资金支出需求，公司据此测算 2028 年新增营运资金缺口为 10,388.65 万元。

公司补充流动资金测算依据与测算过程合理，符合公司结合所处行业发展情况、公司未来业务规模增长情况。

#### 4、补充流动资金项目的调整情况及原因

##### (1) 调整的程序及信息披露

鉴于公司可自由支配资金储备相对充足，盈利能力良好，经营活动现金流持续流入，经审慎考虑，根据公司发展规划及经营需要，经第一届董事会第十八次会议审议通过，公司取消补充流动资金项目。

公司已在招股说明书“第二节 概览”之“十二、募集资金运用”、“第九节 募集资金运用”之“二、募集资金运用情况”中删除补充流动资金相关内容。

##### (2) 补充流动资金项目的调整原因及依据

##### 1) 公司可自由支配资金相对充足

2025 年末，公司可自由支配资金与首次申报截至 2024 年末可自由支配资金差异情况如下：

单位：万元

项目	2025 年末	2024 年末
货币资金①	11,364.61	14,570.01
其他货币资金②	4,187.70	8,509.57
交易性金融资产③	21,436.69	15,119.72
可自由支配资金④=①-②+③	28,613.59	21,180.16

2025年末，公司可自由支配资金较2024年末增加7,495.60万元，公司可自由支配资金相对充足。

## 2) 公司盈利能力良好，经营活动现金持续流入

报告期内，公司净利润及经营活动产生的现金流量净额情况如下：

单位：万元

项目	2025年度	2024年度	2023年度
净利润	11,063.81	11,344.56	11,303.99
经营活动产生的现金流量净额	16,782.92	15,639.47	8,562.39

报告期内，公司经营情况良好，公司销售回款情况较好，经营活动产生的现金流量净额持续向好。

## 3) 公司预计未来三年不存在较大的非营运性业务支出。

除募投项目外，公司预计未来三年不存在较大的非营运性业务支出。

综上，公司可自由支配资金相对充足且盈利能力良好，经营活动现金流持续流入，能够为公司业务发展过程中的流动资金需求提供合理支持。因此，根据公司发展规划及经营需要，经审慎考虑，公司决定取消补充流动资金项目，业务发展过程中的流动资金需求将由公司以自有资金解决。

(七) 补充披露各募投项目建成后生产经营、研发中心等合计建筑面积，说明与实际生产经营需要相匹配，是否存在厂房闲置风险；请更新披露各募投项目产能备案、环评等相关审批备案程序的进度，说明是否存在无法取得的风险及应对措施。

1、补充披露各募投项目建成后生产经营、研发中心等合计建筑面积，说明与实际生产经营需要相匹配，是否存在厂房闲置风险。

公司在招股说明书“第九节募集资金运用”之“二、募集资金运用情况”之“(八) 项目投资规模的合理性”补充披露如下：

### “(八) 项目建筑面积具有合理性

1、发行人本次募投项目单位产能建筑面积与发行人现有生产基地单位产能建筑面积相匹配

发行人各募投项目建成后合计建筑面积与现有生产基地比较情况如下：

单位：吨、平方米、平方米/吨

项目名称	产能 (A)	建筑面积 (B)	单位产能面积 (C=B/A)
已建项目建筑面积 (A)	30,400.00	78,703.25	2.59
募投项目建筑面积 (B)	12,000	23,981.22	2.00
合计建筑面积 (C=A+B)	-	102,684.47	-

注 2：募投项目湖南恒兴新材料生产基地升级建设项目不新增产能和建筑面积，未计入上表。

发行人本次募投项目单位产能建筑面积平均为 2.00 平方米/吨，已建项目单位产能建筑面积 2.59 平方米/吨，由于募投项目部分公用设施及配套设施使用现有已建项目，募投项目单位产能建筑面积低于现有面积具有合理性。

## 2、发行人本次募投项目单位产能建筑面积与同行业可比公司类似项目相匹配

发行人本次募投项目单位产能建筑面积与同行业可比公司类似项目的对比情况如下：

单位：吨、平方米、平方米/吨

公司名称	类别	项目	产能 (A)	建筑面积 (B)	单位产能面积 (C=B/A)
松井股份	2020 年首发上市募投项目	高性能水性涂料建设项目	5,000	12,570.00	2.51
	2024 年度向不特定对象发行可转债募投项目	汽车涂料及特种树脂项目（一期）	33,000	68,146.40	2.07
广信材料	2016 年首发上市募投项目	年产 8000 吨感光新材料项目	8,000	47,916.00	5.99
	2024 年向特定对象发行股票募投项目	年产 5 万吨电子感光材料及配套材料项目	50,000	81,996.12	1.64
飞凯材料	2014 年首发上市募投项目	紫外固化塑胶涂料项目	3,000	6,500.00	2.17
同行业可比公司类似项目平均值			-	-	2.88
发行人募投项目平均值			-	-	2.00

注：可比公司数据来自可比公司招股说明书、募集说明书。

发行人本次募投项目单位产能建设面积平均为 2.00 平方米/吨，与同行业可比公司类似项目相匹配，募投项目建筑规模具有合理性。”

2、请更新披露各募投项目产能备案、环评等相关审批备案程序的进度，说明是否存在无法取得的风险及应对措施。

公司在招股说明书“第九节 募集资金运用”之“二、募集资金运用情况”更新披露如下：

“（一）湖南恒旺新材料科技有限公司望城制造基地项目

.....

**7、项目的审批、核准或备案程序**

2025年3月5日，恒旺新材取得了望城经开区行政审批服务局出具的企业投资项目备案告知承诺信息表（备案编号：望经投备[2024]150号）。

本项目已完成环评公示，环评批复正在办理中，预计不存在实质性障碍。

本项目将在完成相关审批、备案等程序后开始建设，项目建设内容、生产的产品及规模等与环评、产能备案等一致，不存在未完成相关审批、备案等程序即开始建设的情形。

.....

（二）泰国生产基地建设项目

.....

2024年2月1日，湖南省发展和改革委员会出具“湘发改经贸（许）〔2024〕26号”《境外投资项目备案通知书》，对发行人在泰国投资300万美元设立瀚兴科技（泰国）予以备案；2024年2月4日，湖南省商务厅核发“境外投资证第N4300202400017号”《企业境外投资证书》，同意发行人在泰国投资300万美元设立瀚兴科技（泰国）。2024年5月3日，瀚兴科技（泰国）设立。

2024年6月23日，湖南省发展和改革委员会出具“湘发改经贸（许）〔2024〕74号”《关于同意湖南恒兴新材料科技股份有限公司在泰国新设瀚兴新材料科技（泰国）有限公司项目变更有关事项的批复》，同意投资主体变更为发行人和恒旺新材；2024年7月1日，湖南省商务厅核发“境外投资证第N4300202400073号”《企业境外投资证书》，同意公司和恒旺新材共同在泰国投资300万美元设立瀚兴科技（泰国）。

2025年6月3日，湖南省发展和改革委员会作出《境外投资项目备案通知书》（湘发改经贸〔许〕〔2025〕99号），同意对发行人和恒旺新材共同在泰国投资900万美元购买土地建设生产基地项目进行备案；2025年6月5日，湖南省商务厅核发《企业境外投资证书》（境外投资证第N4300202500125号），批准前述项目。

综上，本项目已取得国内主管部门同意对外投资的批复。

本项目正在根据当地法规要求办理相关手续，预计不存在实质性障碍。本项目建设内容、生产的产品及规模等与环评、产能备案等一致，不存在未完成相关审批、备案等程序即开始建设的情形。

.....

### （三）湖南恒兴新材料研发中心建设项目

.....

#### 7、项目的审批、核准或备案程序

.....

2025年5月19日，公司取得了华容县发展和改革局出具的华容县企业投资项目备案文件（备案编号：华发改投备[2025]171号）。

2025年10月30日，公司取得了岳阳市生态环境局出具的环境影响报告书的批复（岳华环评[2025]11号）。

本项目建设内容、生产的产品及规模等与环评、产能备案等一致，不存在未完成相关审批、备案等程序即开始建设的情形。

.....

### （四）湖南恒兴新材料生产基地升级建设项目

.....

#### 7、项目的审批、核准或备案程序

2025年5月19日，公司取得了华容县发展和改革局出具的华容县企业投资项目备案文件（备案编号：华发改投备[2025]173号）。

《中华人民共和国环境影响评价法》第二十四条规定，“建设项目的环境影响评价文件经批准后，建设项目的性质、规模、地点、采用的生产工艺或者防治污染、防止生态破坏的措施发生重大变动的，建设单位应当重新报批建设项目的环境影响评价文件”。

经岳阳市生态环境局华容分局确认，本项目不涉及新增产能、未改变生产工艺及排污方式等，不属于《中华人民共和国环境影响评价法》所规定的“重大变动”，无需重新办理环评手续。本项目建设内容、生产的产品及规模等与环评、产能备案等一致，不存在未完成相关审批、备案等程序即开始建设的情形。

.....

#### **(五) 营销网络及信息化建设项目**

.....

### **7、项目的审批、核准或备案程序**

本项目将于上海、深圳、北京、成都、东莞购置办公场所或者仓库，不涉及项目备案。

本项目实施过程中主要的污染物为生活废水、生活垃圾等，采取有效措施后，对环境基本不造成污染，符合环保要求。根据《建设项目环境影响评价分类管理名录（2021年版）》，本项目不纳入建设项目环境影响评价管理。”

## **二、核查情况**

### **(一) 核查过程**

针对上述事项，保荐机构履行了以下核查程序：

1、查阅**第一届董事会第七次会议决议、第一届董事会第十六次会议决议、第一届董事会第十八次会议决议和 2024 年第三次临时股东会决议**，了解公司募集资金投资项目拟投入募集资金进行事项。

2、查阅公司产品生产工艺、发行人募投项目可行性研究报告、发行人说明，访谈发行人管理层，了解柔性化涂料产线调整的方式及技术难度、相关募投项目拟新增产能计算的准确性、合理性、拟使用募集资金情况。

3、查阅发行人及同行业可比公司的市场营销模式、发行人租赁房屋情况、发行人募投项目可行性研究报告、发行人说明，访谈发行人管理层，查阅相关地区办公、仓储价格，了解发行人使用募集资金购置相关办公、仓储场所的原因及合理性、采购价格是否公允合理、拟使用募集资金情况。

4、走访主要境外客户，查阅发行人下游客户建厂情况、发行人说明，访谈发行人管理层，了解发行人主要境外客户境外建厂情况、发行人境外销售情况、发行人防范境外资金合规性及安全性的措施。

5、查阅发行人主要产品及其功能、服务的用途介绍资料，查阅发行人报告期内 PUR 热熔胶前五大客户销售情况、募投项目可行性研究报告、发行人说明，访谈发行人管理层，了解发行人新增 PUR 热熔胶产能的必要性及可行性。

6、查阅发行人募投项目可行性研究报告、发行人说明，访谈发行人管理层，了解湖南恒兴新材料研发中心建设项目建筑规模是否与实际研发需求相匹配。

7、查阅发行人**第一届董事会第七次会议决议、第一届董事会第十六次会议决议、第一届董事会第十八次会议决议和 2024 年第三次临时股东会决议，《审计报告》**、发行人说明，与发行人管理层访谈，了解发行人使用募集资金补充流动资金及规模的合理性。

8、查阅发行人房屋建筑物不动产权证、发行人募投项目可行性研究报告、同行业可比公司类似项目情况、发行人说明，访谈发行人管理层，了解各募投项目是否与实际生产经营需要相匹配，是否存在厂房闲置风险。

9、查阅发行人募投项目相关批复文件，访谈发行人管理层，走访主管部门，了解各募投项目产能备案、环评等相关审批备案程序的进度。

## （二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、发行人本次申请向不特定合格投资者公开发行股票并在北交所上市发行方案中涉及的募集资金投资项目拟投入募集资金事项，**已经董事会、股东（大）会审议通过。**

2、发行人湖南恒旺新材料科技有限公司望城制造基地项目、湖南鑫振邦紫

外光固化（UV）新材料项目等募投项目拟新增产能计算准确、合理。鉴于湖南鑫振邦紫外光固化（UV）新材料项目已建成并正在试生产，发行人根据其发展规划及经营需要，经审慎考虑，决定取消湖南鑫振邦紫外光固化（UV）新材料项目，具有合理性。

3、发行人基于现有营销网络布局及厂房、仓库租赁情况，拟在上海、深圳、北京、成都购置厂房、仓库，符合行业惯例，具有合理性。公司拟购置办公及仓储场所，参考了房天下、安居客网站信息，采购价格公允、合理。

4、发行人境外投资建厂主要是配套主要境外客户的现有产能需求。发行人遵守境外法规合法合规经营，制定了切实可行的境外经营、资金管理措施，保障境外资金合规、安全。

5、发行人本次募投项目拟在泰国增加 2,000 吨/年 PUR 热熔胶产能具有必要性及可行性。

6、湖南恒兴新材料研发中心建设项目建筑规模与实际研发需求相匹配，具有合理性。

7、发行人补充流动资金具有必要性，补充流动资金规模具有合理性。鉴于发行人可自由支配资金相对充足且盈利能力良好，经营活动现金流持续流入，能够为发行人业务发展过程中的流动资金需求提供合理支持。发行人根据其发展规划及经营需要，经审慎考虑，决定取消补充流动资金项目，具有合理性。

8、发行人各募投项目建成后生产经营、研发中心等合计建筑面积与实际生产经营需要相匹配，不存在厂房闲置风险。

9、发行人已在《招股说明书》补充披露募投项目产能备案、环评等相关审批备案程序的进度，不存在无法取得的风险。

## 问题 5.其他问题

（1）采购价格公允性。根据申请文件及问询回复：①报告期内，发行人向关联方登登物流采购运输服务占发行人运输费用的比重分别为 55.55%、54.65%、73.64%和 75.05%。②报告期内，发行人供应商数量分别为 317 家、364 家、406

家和 329 家，截至报告期末，发行人共 6 名采购人员、139 名销售人员。请发行人：①说明发行人 2024 年向登登物流关联采购占比大幅增加的原因及合理性，结合相同路线其他物流供应商报价、市场公开报价情况等，说明关联采购价格是否公允。②说明采购人员设置显著少于销售人员的原因及合理性，结合采购部门内部分工情况、人员履历、平均薪酬等进一步说明采购人员数量设置与采购规模是否匹配。

(2) 应收账款可回收性。根据申请文件及问询回复：①报告期各期末，公司应收账款逾期金额期后回款比例分别为 97.59%、93.21%、64.51%和 28.40%。②2025 年 6 月 30 日，鑫恒越期末应收账款余额为 318.95 万元，其中，账龄 1-2 年为 26.20 万元，账龄 2-3 年为 292.75 万元；恒越科技期末应收余额为 96.45 万元，账龄为 3 年以上。主要系其客户未能及时向鑫恒越和恒越科技支付货款。请发行人：①说明发行人信用期设置及逾期应收账款占比与同行业可比公司是否存在较大差异，针对逾期应收账款后续的催收计划及催收效果。②结合鑫恒越及其关联方与下游客户的沟通情况，说明鑫恒越及其关联方的回款计划及执行效果，是否存在无法偿付的风险，发行人对鑫恒越及其关联方计提坏账准备是否充分。

(3) 销售费用增长。根据申请文件及问询回复，报告期内发行人销售费用分别为 4,638.30 万元、6,193.14 万元、8,079.52 万元和 3,633.64 万元，主要系职工薪酬、业务招待费、广告及业务宣传费等。请发行人：说明报告期内销售费用快速增长的原因及合理性，销售费用构成与同行业可比公司是否存在较大差异；说明各期销售人员数量及变化情况、人均薪酬情况及薪酬水平与可比公司、当地市场薪酬水平是否相匹配。

(4) 货币资金余额较高。根据申请文件及问询回复，报告期各期末，发行人货币资金期末余额分别为 16,172.35 万元、17,593.36 万元、14,570.01 万元和 12,937.78 万元；短期借款金额分别为 5,545.77 万元、5,645.54 万元、9,154.83 万元和 10,506.08 万元，长期借款金额分别为 0 万元、941.13 万元、0 万元和 0 万元。请发行人：说明报告期内货币资金、借款与利息收入、财务费用的匹配性，并结合货币资金和长短期借款情况，说明是否符合行业经营特点。

【回复】

## 一、发行人说明

(一) 采购价格公允性。请发行人：①说明发行人 2024 年向登登物流关联采购占比大幅增加的原因及合理性，结合相同路线其他物流供应商报价、市场公开报价情况等，说明关联采购价格是否公允。②说明采购人员设置显著少于销售人员的原因及合理性，结合采购部门内部分工情况、人员履历、平均薪酬等进一步说明采购人员数量设置与采购规模是否匹配。

1、说明发行人 2024 年向登登物流关联采购占比大幅增加的原因及合理性，结合相同路线其他物流供应商报价、市场公开报价情况等，说明关联采购价格是否公允

(1)说明发行人 2024 年向登登物流关联采购占比大幅增加的原因及合理性

报告期内为公司提供运输服务的关联方为登登物流，其提供运输服务占发行人运输费用的比例如下表：

单位：万元

项目		2025 年度	2024 年度	2023 年度
登登物流	采购运输服务	1,154.83	1,266.65	910.55
	占运输费用的比重	66.42%	73.64%	54.65%
恒兴股份运输费用		1,738.69	1,720.18	1,666.02

公司采购的运输服务分以下两类①整车运输。生产基地直发客户的大批量产品、生产基地间、生产基地与办事处或销售子公司之间的调拨运输，出口产品从生产基地发送到报关港口的运输，这几类运输单次运输数量均在十吨以上，为降低运输成本，公司采购整车运输服务，该种运输类型的供应商为登登物流。②零担运输。生产基地直接发货至客户的小批量产品、各办事处仓库或销售子公司仓库发货至客户的产品，由于运输批次多，单次运输数量几百公斤到几吨，通常采购零担运输服务，该种运输类型的供应商部分是登登物流，大部分是其他物流公司。

2024 年度公司产品出口数量较上年增加 2,642.14 吨，增长率为 98.21%，出口产品全部通过整车方式由登登物流提供运输服务，导致 2024 年公司向登登物流采购的运输服务数量增加，从而导致 2024 年向登登物流关联采购占比大幅增加，具有合理性。

2025年4月，LHD开始正式生产并对外销售，相应产品不需要采购登登物流的运输服务，导致2025年向登登物流关联采购占比下降，具有合理性。

(2) 结合相同路线其他物流供应商报价、市场公开报价情况等，说明关联采购价格是否公允。

①相同路线其他物流供应商报价

同区域其他物流公司关于主要路线整车服务价格如下表：

公司名称	服务价格（元/吨）		
	华容-广东	望城-广东	浏阳-广东
湖南顺邦物流有限公司	660.00	580.00	460.00
登登物流的实际结算价格	645.48	555.78	472.01
恩能国际物流（上海）有限公司	华容-上海/江苏区域	望城-上海/江苏区域	浏阳-上海/江苏区域
	580.00	500.00	480.00
登登物流的实际结算价格	546.56	480.11	444.44
湖南友聚宇宏物流有限公司	华容-安吉/桐乡	望城-安吉/桐乡	浏阳-安吉/桐乡
	650.00	550.00	480.00
登登物流的实际结算价格	664.83	546.12	487.33

由上表可知，同区域其他物流公司关于主要路线的服务价格和公司与登登物流的实际价格整体基本保持一致，不存在差异较大的情形。

登登物流与其他第三方华容至上海路线零担服务价格如下：

单位：元/千克

2024年度				
范围	重货 1-200 公斤以内	重货 200-500 公斤以内	重货 500-800 公斤以内	重货 800 公斤以上
登登物流价格	1.24	1.05	0.97	0.78
睿麒物流价格	1.32	1.13	1.05	0.86
差额	-0.08	-0.08	-0.08	-0.08
差额占比	-6.45%	-7.62%	-8.25%	-10.26%

由上表可知，华容至上海运输路线，关联方登登物流与第三方睿麒物流的价格整体相差6%~10%左右，登登物流的价格略低于睿麒物流，主要是由于公司零担运输需求大，且业务稳定，因此在零担业务上登登物流的报价略低于睿麒物流的价格，具有合理性。

## ②市场公开报价情况

销售物流费用与多个因素相关，不同区域、运输距离、运输吨数及吨数相匹配车型、时间、运输路线、路况，运输价格均不同。为更具有可比性，发行人选取 9.6 米车型、13.5 米车型整车单价进行对比，具体如下：

项目名称	物流区间	距离 (公里)	9.6 米车型		13.5 米车型	
			整车价格 (元/车)	整车单价 (元/公里)	整车价格 (元/车)	整车单价 (元/公里)
中国公路 物流运价	上海-南昌	715.00	5,676.00	7.94	7,884.00	11.03
	上海-武汉	783.00	4,844.00	6.19	6,727.00	8.59
	南昌-深圳	808.00	5,430.00	6.72	7,543.00	9.34
	南京-广州	1,353.00	9,276.00	6.86	12,884.00	9.52
	广州-厦门	633.00	4,764.00	7.53	6,618.00	10.45
	重庆-兰州	970.00	6,998.00	7.21	8,714.00	8.98
	上海-深圳	1,419.00	9,721.00	6.85	12,104.00	8.53
登登物流	长沙-上海	1,062.00	7,200.00	6.78	10,000.00	9.42

注：市场价格数据来源于中国物流与采购联合会网站（<http://www.chinawuliu.com.cn>）发布的《中国公路物流运价周指数报告》（2024.7.19、2024.11.01、2024.12.13、2025.5.30、2025.10.24、2025.11.21）

由上表可知，登登物流整车运输单价处于同行业平均单价区间内，具有合理性，公司与登登物流的采购价格是公允的。

综上，发行人采购登登物流运输服务的价格与第三方价格、市场价格比较差异较小，相关运输服务价格是公允的。

**2、说明采购人员设置显著少于销售人员的原因及合理性，结合采购部门内部分工情况、人员履历、平均薪酬等进一步说明采购人员数量设置与采购规模是否匹配**

### （1）说明采购人员设置显著少于销售人员的原因及合理性

#### ①销售人员情况

公司设立了销售部，主要负责公司相关产品市场信息的收集整理；拟定和实施公司产品市场推广、销售计划；负责公司客户的开发、对接、日常维护、合同签订及应收账款管理等。销售部下设国际贸易部，负责国外客户的开发、对接和日常维护等。公司在主要客户聚集地上海、浙江、广东、成都等地建立了客户服

务点，负责指定区域的信息收集、客户开发、关系维护、技术服务和应收账款管理等。同时，公司在越南、泰国设有子公司，负责海外市场建设与维护。

报告期各期，销售人员服务的客户数量稳步增长，分别为 885 家、1,190 家和 1,071 家。公司制定了“快速响应和全程跟踪”的销售策略，销售人员需根据客户个性化需求（包括硬度、耐磨、耐刮、防滑、抗菌等）、生产环境（温度、湿度、洁净度等）、生产工艺（涂布量、固化强度、固化速度等）的了解，提出产品方案。产品试样过程中，销售人员需到客户现场了解产品试样情况，试样过程中也可能根据客户试样结果不断调整产品方案。同时，客户规模化生产过程中，也可能出现生产环境、工艺控制等的变化，导致客户的产品无法完美体现公司的产品性能，需要公司销售人员快速响应，到客户现场全程跟踪客户的生产过程，并对客户生产环境、工艺控制提出改进建议。因此，公司需在各个客户集中区域配备以专业技术人员为主的、具备一定规模的销售团队，负责客户售前、售中、售后业务。

截至**报告期末**，公司共有 140 名销售人员，其中，20 名业务辅助人员，负责订单处理、发货对接、仓储及内勤工作等，另外 120 名销售人员负责客户售前、售中、售后业务。公司销售人员较多具有合理性。

## ②采购人员情况

公司采用“以产定购+安全库存”相结合的采购模式，根据生产计划和原材料市场供需变化情况，结合不同原材料库存量，合理安排采购，以满足生产需要。公司采购活动主要分为供应商管理和日常采购。

### 1) 供应商管理

公司供应商管理由采购部门、质检部、生产车间等多部门联合审评管理。

由于原材料的性能直接影响公司产品性能，公司供应商由生产部门根据产品性能的需要，提出符合要求的供应商名单；采购部与供应商联系，要求供应商提供样品；质检部对样品检测后，将检测结果报生产车间，由生产车间确定是否纳入供应商名录。为保证公司产品性能的稳定性，纳入供应商名录的供应商通常较少发生变动，公司每年新增的供应商数量较少。

对于价格变动较少的原材料，采购部通常一季度进行一次比价，价格变动较

大时期，会适当增加比价次数。比价时，采购部会根据供应商名录，向供应商询价，并将询价结果报公司领导审批，确定公司最终采购的供应商名单。

## 2) 日常采购

生产车间根据生产计划，制定原材料需求清单；采购部根据原材料需求清单，结合仓库原材料库存情况，按供应商名单确定的供应商，制定采购订单，经公司内部审批后，联系供应商签订采购合同。采购原材料到货由仓库和质检部负责验收，并将验收结果报采购部，采购部整理后报财务部支付货款，完成采购流程。

综上，公司采购部日常主要工作是对供应商的价格管理和与纳入采购名单的供应商签订采购合同。报告期内，公司采购规模呈增长趋势，以对外采购量最大的 2024 年度为例，公司共与供应商签订合同 5,986 份，按采购部 6 人、年度法定工作日 250 天计算，采购部员工每人每天平均采购合同处理量为 4 单/天，工作强度相对合理。

因此，由于采购人员的工作内容显著少于销售人员，公司采购人员设置显著少于销售人员具有合理性。

### (2) 结合采购部门内部分工情况、人员履历、平均薪酬等进一步说明采购人员数量设置与采购规模是否匹配。

截至报告期末，采购部设有部门经理一名、采购员四名和文员一名。

采购部内部分工情况如下：

岗位名称	主要工作职责
部门经理	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 主持采购部门日常工作，制定部门 KPI 与人才管理计划。</li> <li>• 统筹集团生产基地（国内/海外）原材料、设备、耗材及行政物资等采购计划；</li> <li>• 审批核心生产设备与大宗原材料采购，主导年度框架协议、价格谈判；</li> <li>• 关注并分析原材料价格走势并汇报总经理，适时调整采购计划；</li> <li>• 监督仓库收货、检验、入库流程，定期现场检查确保合规；</li> <li>• 完善供应商评价体系，协同处理供应商出入库情形；</li> <li>• 保持和其他部门间的沟通与协调。</li> </ul>
采购员 (原材料)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 负责指定基地全部原材料（主材、辅材、包材）的询价、比价、议价及合同签订；</li> <li>• 编制采购订单并跟踪供应商生产进度，确保准时交付；</li> <li>• 主导来料异常处理（退换货、补货及索赔），跟踪进度。</li> </ul>
采购员 (内勤)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 搭建并维护供应商档案、资质、合同、绩效数据库，确保信息完整。</li> <li>• 负责供应商往来账务核对，确保月度关账差异可控。</li> <li>• 审核采购员订单的价格、交期、付款条款，异常情况即时上报。</li> <li>• 主导零星采购，负责市场寻源、比价及发票回收。</li> </ul>

岗位名称	主要工作职责
采购文员	<ul style="list-style-type: none"> <li>•管理采购合同、订单、报价单等文档；</li> <li>•在 ERP 系统中录入采购订单、收货单、发票信息；</li> <li>•协助处理原材料订单跟单、发货通知、物流跟踪；</li> <li>•协助供应商对账、付款申请单整理及发票移交；</li> <li>•负责部门行政支持（办公用品申领、会议安排等）。</li> </ul>

采购部人员履历情况如下：

名称	工作履历
部门经理	男，1974 年 8 月生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历，中级会计师。1996 年 7 月至 2005 年 10 月，任岳阳中湘康神药业集团有限公司车间会计、新药销售；2005 年 11 月至 2020 年 5 月，自主创业；2020 年 5 月至今，任公司采购经理。
采购员 1	女，1977 年 11 月生，中国国籍，无境外永久居留权，中专学历。2016 年 3 月至今，历任公司采购文员、采购员。
采购员 2	女，1984 年 12 月生，中国国籍，无境外永久居留权，中专学历。2007 年 7 月至今，任公司采购员。
采购员 3	女，1988 年 1 月生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历，中级会计师。2010 年 5 月至 2017 年 1 月，任中国康辉旅游集团江西有限公司会计；2018 年 9 月至 2025 年 6 月，任公司采购员。
采购员 4	男，1974 年 8 月生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。1997 年 1 月至 2004 年 6 月，任深圳天音湖南公司业务经理；任 NEC 飞鼎克信息技术服务（北京）有限公司长沙分公司经理；2008 年 9 月至 2013 年 6 月，任国美电器 3C 总监；2015 年 9 月至 2019 年 1 月，任云南掌赢天科技公司招商总监。2025 年 7 月至今，任公司采购员。
采购员 5	女，1968 年 12 月生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历，助理会计师。1984 年 12 月至 1985 年 3 月，任华容县肉食公司洪山肉食站出纳；1985 年 4 月至 1987 年 9 月，任华容县洪山头镇供销社出纳；1987 年 10 月至 1992 年 5 月，任华容县非金属矿开发公司会计；1992 年 6 月至 2001 年 4 月，任华容县棉麻纺织厂出纳；2001 年 4 月至今，历任公司会计、采购员。
采购文员	女，1993 年 5 月生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2014 年 9 月至 2018 年 7 月，任岳阳八字门小学教师；2018 年 8 月至 2020 年 2 月，待业；2020 年 3 月至今，任公司采购文员。

注：2025 年 7 月初，采购员 4 接任采购员 3 的工作。

报告期各期，采购人员平均薪酬情况如下：

单位：万元

年度	2025 年度	2024 年度	2023 年度
采购人员平均薪酬	86,344.14	87,473.75	74,784.56
湖南省城镇私营单位就业人员年平均工资	暂未披露	60,537	60,277

数据来源：湖南省城镇私营单位就业人员年平均工资来源于湖南省统计局。

公司供应商由生产车间根据产品性能要求确定，采购部只负责对生产车间确定的供应商进行询价、比价，并与供应商签订采购合同，其日常工作内容主要是事务性工作，对采购人员的专业技能要求较低，工作量主要取决于采购合同签订

数量，与采购规模关联度较小，因此，采购部所需的人数较少。人均薪酬虽高于湖南省城镇私营单位就业人员年平均工资，但在公司内部相对较低。

综上，发行人采购人员数量设置与采购规模相匹配。

(二) 应收账款可回收性。请发行人：①说明发行人信用期设置及逾期应收账款占比与同行业可比公司是否存在较大差异，针对逾期应收账款后续的催收计划及催收效果。②结合鑫恒越及其关联方与下游客户的沟通情况，说明鑫恒越及其关联方的回款计划及执行效果，是否存在无法偿付的风险，发行人对鑫恒越及其关联方计提坏账准备是否充分。

1、说明发行人信用期设置及逾期应收账款占比与同行业可比公司是否存在较大差异，针对逾期应收账款后续的催收计划及催收效果

(1) 发行人信用期设置及逾期应收账款占比与同行业可比公司比较

报告期内，发行人信用期设置与同行业可比公司比较如下表所示：

公司名称	信用期设置
发行人	主要为 1-3 个月
飞凯材料	未披露
松井股份	2-4 个月
广信材料	1-4 个月

注：1、资料来源于可比上市公司年报、招股说明书等公开披露文件；

2、飞凯材料未披露近期的信用政策，2014 年该公司上市时披露的招股说明书记载其当时给客户的信用期一般为 3-6 个月。

由上表可知，报告期内，公司信用政策一般为 1-3 个月，与同行业可比公司不存在较大差异。

可比上市公司均未披露逾期应收账款的金额及占比，各期末应收账款账龄结构如下：

①截至 2025 年 12 月 31 日

单位：万元

公司	账面余额	1 年以内	占比	1 至 2 年	占比	2 至 3 年	占比	3 年以上	占比
飞凯材料	31,781.04	31,719.70	99.81%	0.02	0.00%	-	-	61.32	0.19%
松井股份	暂未披露	暂未披露	暂未披露	暂未披露	暂未披露	暂未披露	暂未披露	暂未披露	暂未披露
广信材料	暂未披露	暂未披露	暂未披露	暂未披露	暂未披露	暂未披露	暂未披露	暂未披露	暂未披露

可比公司平均	暂未披露	暂未披露	暂未披露	暂未披露	暂未披露	暂未披露	暂未披露	暂未披露	暂未披露
发行人	43,452.80	36,955.95	85.05%	4,793.75	11.03%	1,290.58	2.97%	412.53	0.95%

②截至 2024 年 12 月 31 日

单位：万元

公司	账面余额	1 年以内	占比	1 至 2 年	占比	2 至 3 年	占比	3 年以上	占比
飞凯材料	97,783.80	92,741.65	94.84%	2,038.36	2.08%	2,912.93	2.98%	90.86	0.09%
松井股份	40,020.71	39,047.63	97.57%	654.98	1.64%	41.98	0.10%	276.12	0.69%
广信材料	31,898.25	22,922.32	71.86%	1,305.19	4.09%	653.01	2.05%	7,017.74	22.00%
可比公司平均	/	/	88.09%	/	2.60%	/	1.71%	/	7.59%
发行人	41,473.93	35,371.31	85.29%	5,285.55	12.74%	595.68	1.44%	221.38	0.53%

③截至 2023 年 12 月 31 日

单位：万元

公司	账面余额	1 年以内	占比	1 至 2 年	占比	2 至 3 年	占比	3 年以上	占比
飞凯材料	98,483.86	94,166.51	95.62%	3,973.36	4.03%	215.73	0.22%	128.26	0.13%
松井股份	32,308.10	31,798.92	98.42%	200.4	0.62%	94.76	0.29%	214.01	0.66%
广信材料	34,465.26	23,871.58	69.26%	1,356.77	3.94%	751.94	2.18%	8,484.96	24.62%
可比公司平均	/	/	87.77%	/	2.86%	/	0.90%	/	8.47%
发行人	43,375.82	39,207.82	90.39%	3,463.59	7.99%	608.08	1.40%	96.34	0.22%

发行人整体账龄结构与可比上市公司无重大差异。其中，发行人 1 年以内应收账款占比与可比上市公司接近。3 年以上应收账款占比低于可比上市公司平均水平，整体结构略优于可比上市公司平均水平。发行人应收账款逾期情况与可比上市公司无重大差异。

## (2) 针对逾期应收账款后续的催收计划及催收效果

公司建立了立体的分级催收机制。应收账款发生逾期后，业务员将在第一时间联系客户，核实逾期信息并查明原因，评估其还款意愿与能力。在此基础上，双方协商制定明确还款计划（含时间、金额、方式等），并可要求客户提供担保或抵押（法务部协助）。对长期拖欠或恶意逃债客户，业务员通过电话、邮件、上门等多渠道强化催收，并完整保留记录。逾期六个月以上必须上门催收；逾期两年或资信显著恶化的，由法务部评估后报总经理审批，启动法律程序追偿。

在上述催收机制的计划和实施之下，公司催收效果良好，应收账款回款率控

制在较高水平。报告期各期末，一年以上的应收账款占比分别为 9.61%、14.71%、**14.95%**，整体稳定且规模控制在 10% 左右，与同行业上市公司平均水平相当。

**2、结合鑫恒越及其关联方与下游客户的沟通情况，说明鑫恒越及其关联方的回款计划及执行效果，是否存在无法偿付的风险，发行人对鑫恒越及其关联方计提坏账准备是否充分**

报告期各期，公司对鑫恒越应收账款回款情况如下表所示：

单位：万元

期间	当期回款	期末余额
<b>2025 年</b>	<b>175.47</b>	<b>320.74</b>
2024 年	1,169.96	496.21
2023 年	1,588.22	1,666.17

根据鑫恒越提供的回款计划及说明，鑫恒越及其关联方回款来源主要来自其下游客户的欠款，鑫恒越及其关联方收到货款后，均会及时支付给公司。由于鑫恒越及其关联方下游客户未按约定还款，导致鑫恒越及其关联方未能按回款计划及时向公司支付货款。截至 **2025 年 12 月 31 日**，鑫恒越及其关联方尚欠公司货款 **320.74** 万元。目前，鑫恒越及其关联方下游客户欠款合计 308.51 万元，另有 34.04 万元当地税务部门的退税，两者金额合计 342.55 万元，可以覆盖对发行人的欠款。

根据鑫恒越提供的说明，为尽快还清欠款，鑫恒越已加大催收力度，对催收后能陆续回款的下游客户，将继续进行催收，对催收后还不能回款 86.95 万元欠款客户，已向当地法院提起诉讼。同时，鑫恒越已向越北税务局提交了退税申请，目前正在审核中。由于鑫恒越及其关联方下游客户欠款时间较长，部分客户虽在陆续还款，但能否全部还清存在不确定性，已提起诉讼的欠款，法院判决后能否得到执行也存在不确定性，鑫恒越及其关联方存在无法足额偿付的风险。

截至本回复出具日，公司对鑫恒越（合并）应收账款已计提坏账准备 **207.72** 万元，账面价值 **113.02** 万元。虽然鑫恒越及其关联方存在无法足额偿付的风险，但其账面价值较低，且鑫恒越及其关联方仍具备还款来源及还款能力，发行人对鑫恒越及其关联方计提坏账准备充分。

(三) 销售费用增长。请发行人：说明报告期内销售费用快速增长的原因及合理性，销售费用构成与同行业可比公司是否存在较大差异；说明各期销售人员数量及变化情况、人均薪酬情况及薪酬水平与可比公司、当地市场薪酬水平是否相匹配。

1、说明报告期内销售费用快速增长的原因及合理性，销售费用构成与同行业可比公司是否存在较大差异

报告期内，公司销售费用具体构成情况如下：

单位：万元，%

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
职工薪酬	<b>4,587.57</b>	<b>56.11</b>	4,615.14	57.12	3,558.84	57.46
业务招待费	<b>2,050.67</b>	<b>25.08</b>	1,703.41	21.08	1,212.90	19.58
广告及业务宣传费	<b>234.59</b>	<b>2.87</b>	270.35	3.35	466.07	7.53
差旅费	<b>400.17</b>	<b>4.89</b>	365.38	4.52	370.92	5.99
办公费	<b>207.66</b>	<b>2.54</b>	180.17	2.23	176.40	2.85
折旧摊销	<b>121.72</b>	<b>1.49</b>	89.45	1.11	70.34	1.14
股份支付	<b>62.20</b>	<b>0.76</b>	31.75	0.39	10.58	0.17
其他	<b>511.19</b>	<b>6.25</b>	823.88	10.20	327.10	5.28
合计	<b>8,175.76</b>	<b>100.00</b>	<b>8,079.52</b>	<b>100.00</b>	<b>6,193.14</b>	<b>100.00</b>

由上表可知，报告期内，职工薪酬和业务招待费占销售费用的比例分别为 77.04%、78.20%和 **81.19%**，公司销售费用增长主要系职工薪酬和业务招待费持续增长所致，具体原因如下：

#### (1) 职工薪酬

报告期内，公司销售费用中职工薪酬的金额分别为 3,558.84 万元、4,615.14 万元和 **4,587.57** 万元。2024 年较 2023 年增长了 1,056.30 万元，涨幅为 29.68%，**2025 年较 2024 年基本保持稳定**，职工薪酬增长为销售费用增长的核心因素，职工薪酬增长的主要原因为：①销售人员数量增加。报告期内，公司下游客户对公司产品采购需求不断增长，公司业务规模呈稳步增长趋势，相应公司销售人员数量亦不断增长，报告期各期末，公司销售人员数量分别为 99 人、129 人和 **140** 人。②销售人员人均薪酬增加。为更好激励销售人员开拓业务，销售人员薪酬结

构分为基本工资和与销售业绩挂钩的绩效，随着营业收入增长，销售人员绩效薪酬增加，促使销售人员人均薪酬不断增长。销售人员数量和人均工资增长双重驱动，促使职工薪酬金额不断增加。

## (2) 业务招待费

### ①业务招待费的变动分析

报告期内，公司销售费用中业务招待费逐年增加，主要系公司市场拓展力度持续增强，业务招待作为商务洽谈、客户关系维护及市场推广的必要手段，支出随销售团队规模扩大与市场活动频次增加而相应上升。为不断开拓新的客户和新的市场应用领域，报告期公司销售人员数量逐年增加，2024 年较 2023 年增加 14 人，2025 年为拓展酒、化妆品外包装市场，公司成立酒包事业部，销售人员增加 20 人。随着新的市场应用领域销售拓展活动的增加，公司业务招待费用相应增加。报告期公司市场拓展活动取得一定成效，2024 年和 2025 年新增新客户数量分别为 576 个和 268 个，业务开支增加具有商业合理性。

### ②业务招待费的构成

报告期内，公司业务招待费的具体构成情况如下：

单位：万元

序号	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
1	烟酒茶	875.94	809.33	733.82
2	餐饮费	714.35	565.60	312.47
3	食品支出	315.85	181.57	37.32
4	其他	144.53	146.92	129.29
合计		<b>2,050.67</b>	<b>1,703.41</b>	<b>1,212.90</b>

如上表所示，报告期内公司业务招待费主要由烟酒茶、餐饮费两类招待支出构成，上述两类支出占“销售费用-业务招待费”的比例分别为 86.26%、80.72% 和 77.55%。餐饮费为业务开拓和维护过程中对客户的宴请费用，烟酒茶支出的开支场景主要为宴请过程中的消费、对长期合作客户在节假日的礼节性慰问、业务洽谈或项目推进过程中的商务支出等，相关支出均为公司日常开展经营活动中的必要招待支出，均基于真实营销业务背景并严格履行了公司内部审批与报销流程。

公司业务招待费与同行业比较如下：

单位：万元

业务招待费/销售费用	2025年	2024年	2023年	2022年
松井股份	未披露	982.96	813.37	728.21
飞凯材料	2,061.22	2,535.02	1,819.88	1,167.05
广信材料	未披露	774.59	709.92	846.28
公司	2,050.67	1,703.41	1,212.90	689.93

广信材料、飞凯材料通过支付佣金的方式，将部分销售业务外包，故广信材料业务招待费金额较低，飞凯材料业务招待费占其销售费用的比率较低。松井股份产品主要服务高端消费电子业务，客户集中度高，客户数量少，业务招待费相应较低。发行人客户集中度相对较低，客户数量较多，业务招待费开支较大。

综上，公司销售费用增长主要系营业收入规模扩大后职工薪酬和业务招待费持续增长所致，具有合理性。

报告期内，公司销售费用构成与同行业可比公司对比情况如下：

单位：%

期间	项目	松井股份	飞凯材料	广信材料	平均值	发行人
2025年度	职工薪酬	未披露	28.56	未披露	--	56.87
	业务招待费	未披露	11.29	未披露	--	25.08
	广告及业务宣传费	未披露	2.39	未披露	--	2.87
	差旅费	未披露	3.99	未披露	--	4.89
	其他	未披露	53.78	未披露	--	10.28
	合计	--	100.00	--	--	100.00
2024年度	职工薪酬	56.13	25.85	51.68	44.55	57.51
	业务招待费	11.72	15.67	21.55	16.31	21.08
	广告及业务宣传费	5.40	0.78	1.98	2.72	3.35
	差旅费	10.57	4.67	13.18	9.47	4.52
	其他	16.18	53.04	11.61	26.94	13.54
	合计	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
2023年度	职工薪酬	61.54	29.21	49.97	46.91	57.63
	业务招待费	14.40	13.42	21.80	16.54	19.58
	广告及业务宣传费	2.21	5.26	4.99	4.15	7.53
	差旅费	10.53	4.02	13.42	9.32	5.99
	其他	11.32	48.09	9.81	23.07	9.27

	合计	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
--	----	--------	--------	--------	--------	--------

注:数据来源于可比公司定期报告,职工薪酬包含股份支付

如上表所示,公司销售费用和同行业可比公司均以职工薪酬、业务招待费、广告及业务宣传费和差旅费为主。飞凯材料销售方式存在代理销售,其海外市场通过子公司与代理商协同覆盖,销售人员数量相对较少,其销售费用中存在大额“佣金及销售服务费”,2023年-2024年其“佣金及销售服务费”占销售费用的比重分别为39.45%和47.44%,导致其销售费用中职工薪酬的占比相对较低,拉低了可比公司平均值,公司销售费用构成与其他同行业可比公司基本相符。

综上,销售费用随公司整体业务规模增加而增长,具有合理性;除飞凯材料因存在代理销售导致销售人员数量较少相应职工薪酬占销售费用比例较低外,公司销售费用构成情况与同行业可比公司不存在较大差异。

## 2、说明各期销售人员数量及变化情况、人均薪酬情况及薪酬水平与可比公司、当地市场薪酬水平是否相匹配

### (1) 销售人员人均薪酬情况

报告期内,公司销售收入与销售人员人均薪酬比较如下:

单位:万元,人,万元/人

项目	2025年度	2024年度	2023年度
营业收入(A)	81,432.95	87,903.68	75,509.24
年均销售人员(B)	134	114	100
销售费用-职工薪酬(C)	4,586.97	4,615.14	3,558.84
人均薪酬(C/B)	34.24	40.48	35.59

注:年均销售人员数量=期初期末销售人员数量的平均数取整数

2024年发行人销售收入较2023年增加12,394.44万元,增幅为14.10%,销售人员人均薪酬相应加,增幅为13.74%,与营业收入增幅相当。2025年公司积极拓展在消费品、汽车等新的应用领域拓展,在这些新的应用领域,主要销售对象以中小客户为主,需要投入更多的销售资源,公司销售人员相应增加,同时,发行人销售收入较上年有所下降,销售人员人均薪酬相应下降。报告期发行人销售人员人均薪酬变化与营业收入及公司销售拓展活动相匹配。

报告期各期,销售人员人均薪酬较高,主要原因为公司主导产品UV涂料的销售需要销售人员具备较高的业务能力。UV涂料的使用个性化较高,下游客户

不同的工艺生产条件、生产环境、工艺控制能力及对涂装后产品不同的性能要求，需要选用合适的涂料品种，才能完美体现涂装后的效果。销售人员不仅需要对公司多达两千多种产品的性能指标、应用场景、涂装工艺要求有深刻的了解，还要充分了解客户的生产工艺、环境情况，当客户有采购需求时，销售人员需要及时跟进，充分了解客户的需求，向客户推荐合适的产品并供公司试用。客户在试用期间，销售人员需全程跟踪客户的生产过程，了解公司产品对客户的适配性。客户正式生产过程中遇到任何工艺问题，销售人员均需要及时响应，并从技术上对客户工艺控制提出改进建议。因此，公司 UV 涂料的销售需要售前跟进了解客户需求信息，售中对客户进行生产技术指导，售后维持与客户的良好关系，对销售人员的业务能力要求较高。公司销售人员构成以具有多年工作经验的专业技术人员为主，故销售人员的基础薪酬较高；公司主要客户集中在上海、浙江、广东等地，销售人员主要工作地点亦集中于此，上述地区薪资水平整体较高，公司销售人员的基础工资相应处于较高水平；为激发销售人员的积极性，公司制定了较为丰厚的激励政策，销售人员绩效奖金为销售回款的 3%-5%。因而，公司销售人员人均薪酬较高。

## (2) 公司销售人员薪酬水平与可比公司、当地市场薪酬水平匹配性分析

公司销售人员薪酬与可比公司、当地市场薪酬水平情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
松井股份	未披露	32.01	27.37	31.32
飞凯材料	<b>61.89</b>	57.30	55.00	40.49
广信材料	未披露	29.48	20.86	28.09
可比公司平均值	--	<b>39.60</b>	<b>34.41</b>	<b>33.30</b>
发行人	<b>34.24</b>	<b>40.48</b>	<b>35.59</b>	<b>30.52</b>
上海市城镇非私营单位就业人员平均工资	未披露	23.96	22.93	21.25

注：因公司销售人员主要工作地点集中在上海、浙江、广东等地，故选取上海市城镇非私营单位就业人员平均工资作为市场薪酬水平参考值。

如上表所示，公司销售人员平均薪酬符合行业可比公司平均水平，但明显高于当地市场薪酬水平。具体分析如下：

### ①销售人员薪酬水平与可比公司对比分析

销售人员薪酬水平受地理区域、公司业绩、销售人员具体工作内容、人员专业素养等多重因素综合影响，公司销售人员薪酬低于飞凯材料，高于松井股份和广信材料，与同行业可比公司平均值基本相符。

#### A.与松井股份相比

2022年，公司销售人员人均薪酬与松井股份基本一致。2023年和2024年，公司净利润分别为11,303.99万元和11,344.56万元，较2022年净利润4,473.46万元大幅增长，公司取得较好业绩，销售人员绩效薪酬增加，故销售人员人均薪酬增加；2023年和2024年，松井股份净利润分别为7,826.44万元和8,767.44万元，较2022年净利润8,237.75万元略有下降或小幅增长，其销售人员薪酬亦随之波动。受上述业绩不同影响，2023年和2024年公司销售人员人均薪酬高于松井股份。

#### B.与飞凯材料相比

报告期各期，飞凯材料销售人员人均薪酬均高于公司，主要原因系飞凯材料注册地在上海且其业务规模远大于公司。其销售人员人均薪酬稳步增长，公司销售人员人均薪酬变动趋势与飞凯材料一致。

#### C.与广信材料相比

2022年公司销售人员人均薪酬略高于广信材料，二者无明显差异，2023年和2024年公司营业收入和净利润均呈良好增长趋势，销售人员人均薪酬相应增长，而2023年和2024年广信材料营业收入增速较慢，归母净利润分别为25.41万元和-3,009.39万元，盈利能力承压，相应销售人员人均薪酬降低或保持稳定，故2023年和2024年公司销售人员人均薪酬高于广信材料。

综上，公司销售人员人均薪酬符合可比公司情况，具有合理性。

#### ②销售人员薪酬水平与市场薪酬水平对比分析

公司销售人员以具有多年工作经验的专业技术人员为主，为更好的激励销售人员服务客户，公司建立了具有竞争力的薪酬体系，公司销售人员人均薪酬高于上海市城镇非私营单位就业人员平均工资，符合公司实际情况。为了增加数据可比性，选取湖南省内7家盈利能力（以毛利率和销售净利率为参考指标）与公司

相近的上市公司作为对比标的，以 2024 年度为例，分析其销售人员平均薪酬与公司是否存在较大差异，具体情况如下：

序号	公司简称	毛利率 (%)	销售净利率 (%)	销售人员数量 (人)	销售费用-职工薪酬 (万元)	人均薪酬 (万元)
1	五新隧装	32.85	13.10	98	4,234.76	43.21
2	威胜信息	39.74	22.99	174	5,555.80	31.93
3	时代电气	32.48	15.85	535	32,092.73	59.99
4	铁建重工	30.75	15.01	383	16,179.22	42.24
5	赛恩斯	34.74	20.06	65	3,598.33	55.36
6	金天钛业	38.05	18.77	32	1,384.57	43.27
7	长高电新	38.95	14.32	113	3,435.33	30.40
8	平均值	<b>35.36</b>	<b>17.16</b>	<b>200</b>	<b>9,497.25</b>	<b>43.77</b>
9	发行人	<b>36.84</b>	<b>12.91</b>	<b>114</b>	<b>4,615.14</b>	<b>40.48</b>

注：数据来源于上市公司定期报告；销售人员数量=期初期末人员数量的平均值取整数

由上表可知，公司销售人员平均薪酬与湖南省内盈利能力和公司相近的上市公司的销售人员平均薪酬基本处于同一水平，与当地市场薪酬水平无较大差异。

综上，报告期内，公司销售人员人均薪酬水平较高，但处于可比公司平均水平，因公司销售人员以具有多年工作经验的专业技术人员为主，人均薪酬高于上海市城镇非私营单位就业人员平均工资，但与湖南省内盈利能力和公司相近的上市公司销售人员人均薪酬的平均水平相当，具有合理性。

### (3) 销售人员薪酬与其业绩贡献匹配分析

#### ①公司销售人员薪资管理政策

依据公司制定的销售管理办法，销售员工薪酬由基本工资、绩效工资组成。其中，基本工资按公司职级薪酬标准执行；绩效工资方面，公司根据各销售子公司、办事处完成销售回款金额的 3%-5%核算各销售子公司、办事处的绩效工资总额，由各销售子公司、办事处自行评价部门员工的销售贡献度并提出分配方案，报销售部门、人力资源部、财务部、总经办及总经理审批确认后通过银行转账的方式予以发放，规范缴纳员工个人所得税。

#### ②销售人员薪酬与业绩贡献匹配性

基于公司较为丰厚的销售激励政策，销售人员的薪酬主要取决于其所在销售

子公司、办事处的销售业绩。报告期内，为公司收入贡献最大是上海办事处，其次是安吉办事处，其贡献的收入占公司整体收入的比例情况如下：

办事处名称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
上海办事处	40.71%	44.48%	45.63%
安吉办事处	9.13%	10.25%	12.20%
合计	<b>49.83%</b>	<b>54.72%</b>	<b>57.83%</b>

由于公司的销售活动需要售前、售中、售后人员通力配合，因此，事业部内部人员的绩效工资分配差异相对较小。报告期内，公司销售人员年薪酬超过 100 万的仅一人，为上海办人员，29 人的年薪酬在 50—100 万元间，其中上海办 20 人，安吉办 6 人，高薪人员的分布与办事处销售贡献度相匹配。

综上，公司以销售子公司、办事处为单位考核团队整体的绩效工资，团队再以销售人员在客户拓展及维护方面的贡献度为主，核算销售人员个人绩效工资。报告期内，贡献收入最大的上海办事处和安吉办事处其相关销售人员薪酬水平较高，符合公司薪资政策，销售人员薪资水平与业绩表现相匹配，具有合理性。

（四）货币资金余额较高。请发行人：说明报告期内货币资金、借款与利息收入、财务费用的匹配性，并结合货币资金和长短期借款情况，说明是否符合行业经营特点。

#### 1、说明报告期内货币资金、借款与利息收入、财务费用的匹配性

报告期内，公司财务费用构成明细如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
利息支出	<b>281.67</b>	333.76	213.65
减：利息收入	<b>150.16</b>	147.59	140.70
汇兑损益	<b>512.19</b>	-120.51	-72.68
金融机构手续费	<b>18.89</b>	24.44	13.94
其他	<b>69.82</b>	52.62	10.21
合计	<b>732.42</b>	<b>142.72</b>	<b>24.43</b>

##### （1）货币资金与利息收入的匹配性

报告期内，公司财务费用中利息收入金额分别为 140.70 万元、147.59 万元及 150.16 万元，主要包括银行存款利息收入、保证金利息收入等。货币资金与

利息收入的匹配情况如下:

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
利息收入①	150.16	147.59	140.70
货币资金平均余额②	15,971.80	14,748.48	11,704.26
平均收益率③=①/②	0.94%	1.00%	1.20%
存款实际利率区间	0.1%-1.2%	0.1%-1.35%	0.2%-1.45%

注：货币资金平均余额=各月末余额之和/12；存款实际利率区间下限为当期活期存款利率，区间上限为协定存款利率

公司货币资金以活期存款和票据保证金为主，公司为提升资金使用效率，在确保流动性充足的前提下，针对活期存款和票据保证金，公司与主要存放活期存款和票据保证金的开户银行签订了年利率为 1.20%-1.45%的协定存款协议。报告期内，利息收入平均收益率分别为 1.20%、1.00%和 **0.94%**，平均收益率整体位于公司各期的实际存款利率区间范围之内。

综上所述，公司货币资金与利息收入具有匹配性。

## (2) 借款与利息费用的匹配性

公司利息支出包括银行借款利息、信用证提前议付和票据贴现利息，报告期内，公司银行借款余额和利息支出金额及变动情况如下：

单位:万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
银行借款利息支出①	281.67	333.76	213.65
银行借款平均余额②	10,105.89	7,725.48	5,566.61
平均借款利率③=①/②	2.79%	4.32%	3.84%
剔除信用证提前议付和票据贴现利息：			
银行借款利息支出①	248.76	278.53	213.65
银行借款平均余额②	8,111.10	7,596.16	5,566.61
平均借款利率③=①/②	3.07%	3.67%	3.84%
借款实际利率区间	2.60%-3.85%	2.90%-4.50%	3.45%-5.00%

注：银行借款加权平均余额=各项借款按当期存续时间加权后的累计金额；借款实际利率区间为当期银行借款实际利率最低值至最高值

公司向银行申请信用证提前议付或票据贴现时，相关利息支出在银行放款日根据本金和实际放款金额的差额确认，因此计息期间与借款实际占用期间存在差异，剔除该部分影响后，报告期内，公司银行借款的平均借款利率为 3.84%、3.67%

和 **3.07%**，均处于公司各期的实际借款利率区间范围之内，且年平均借款利率变动趋势亦与借款实际利率变动趋势保持一致。

综上所述，公司借款与利息费用具有匹配性。

## 2、结合货币资金和长短期借款情况，说明是否符合行业经营特点

### (1) 公司及可比公司金融机构存款和金融机构借款情况

报告期内，公司资金除作为活期银行存款及票据保证金在货币资金列示外，亦通过投资银行低风险理财产品获取投资收益，该部分资金余额在交易性金融资产列示。报告期各期末，金融机构借款占金融机构存款的比例（以下简称“存贷比”）具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年末	2024 年末	2023 年末
货币资金①	11,364.61	14,570.01	17,593.36
交易性金融资产②	21,436.69	15,119.72	
<b>金融机构存款③=①+②</b>	<b>32,801.29</b>	<b>29,689.73</b>	<b>17,593.36</b>
短期借款④	11,555.20	9,154.83	5,645.54
长期借款⑤	3,871.00		941.13
一年内到期的长期借款⑥	121.63	941.13	60.07
<b>金融机构借款⑦=④+⑤+⑥</b>	<b>15,547.83</b>	<b>10,095.96</b>	<b>6,646.74</b>
<b>存贷比⑧=⑦/③</b>	<b>47.40%</b>	<b>34.00%</b>	<b>37.78%</b>

报告期各期末，公司存贷比分别为 37.78%、34.00%及 **47.40%**，金融机构借款占公司金融机构存款的比例相对较小，不存在存贷双高的情况。公司存贷比与同行业可比公司对比情况如下：

项目	2025 年末	2024 年末	2023 年末
松井股份	未披露	52.47%	16.71%
飞凯材料	<b>63.37%</b>	84.16%	101.58%
广信材料	未披露	87.79%	80.07%
平均值	—	<b>74.81%</b>	<b>66.12%</b>
发行人	<b>47.40%</b>	<b>34.00%</b>	<b>37.78%</b>

注：可比公司存贷比计算口径与公司保持一致，数据来源于其定期报告

由上表可知，报告期各期末，公司存贷比均小于同行业可比公司平均值，公司资本结构优于可比公司。

## (2) 公司 2025 年末存款和贷款均较高的必要性

截至 2025 年末，公司金融机构存款（包含货币资金和交易性金融资产）金额为 32,801.29 万元，金融机构借款金额为 15,547.83 万元，存款和贷款规模均较大，主要是基于以下几个方面需求，具体分析如下：

### ① 需要准备足额资金确保应付票据按期兑付

报告期内，公司与供应商主要采用银行承兑汇票进行采购结算，截至 2025 年末，公司应付票据余额为 9,313.29 万元，为保证应付票据按期承兑避免出现违约情况，公司需储备持有相应规模的资金存款。

### ② 需要准备足额资金保障长期性资本支出稳定投入

根据产能布局规划，公司 2026 年存在较大规模的资本性支出，募投项目“湖南恒旺新材料科技有限公司望城制造基地项目”和“泰国生产基地建设项目”的厂房建设和“湖南恒兴新材料研发中心建设项目”的内部装修改造均处于实施过程当中，上述建设项目已投入及 2026 年的预计投入金额如下：

单位：万元

序号	项目名称	截至 2025 年末已投入金额	预计 2026 年投入金额
1	湖南恒旺新材料科技有限公司望城制造基地项目	110.04	4,500.00
2	泰国生产基地建设项目	1,675.82	4,000.00
3	湖南恒兴新材料研发中心建设项目	1,459.76	3,200.00
	合计	3,245.62	11,700.00

为保障上述长期性资本支出持续稳定投入，公司需保持充足资金储备，避免出现资金缺口。

### ③ 需要准备足额资金确保日常经营资金周转

2022 年至 2025 年，公司经营活动现金流出情况如下：

单位：万元

报表项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度	四年平均
经营活动现金流出小计	33,309.20	45,189.35	35,360.30	42,602.04	
月均现金流出	2,775.77	3,765.78	2,946.69	3,550.17	3,259.60

如上表所示，最近四年，公司月均经营活动现金流出金额为 3,259.60 万元，为保障公司日常经营周转，通常情况下公司最低需储备持有 3 个月左右的经营活动现金流出金额，对应需储备资金为 9,778.80 万元。

上述资金需求合计 30,292.09 万元。虽然公司可以通过加强现金流管理，延期支付供应商款项等方式减少对资金的需求，但考虑到银行贷款的利率与理财产品的收益差异较小，通过支付少量的资金成本可以带来更高的现金流安全，公司适当增加了银行贷款，导致公司借款余额较高。

由于公司的金融机构存款是为了保障日常经营的需要，需要保持足够的流动性，同时，为了提高账面资金的收益，发行人滚动购买了期限为 7—30 天不等的银行理财产品，具有合理性。

### (3) 同行业可比公司对比分析

2025 年末，公司及可比公司金融机构存款和金融机构贷款情况如下：

单位：万元

公司名称	金融机构存款①	金融机构贷款②	存贷比②/①
松井股份	26,648.47	13,982.58	52.47%
飞凯材料	119,157.99	75,507.93	63.37%
广信材料	18,169.02	15,950.83	87.79%
恒兴股份	32,801.29	15,547.83	47.40%

注：可比公司松井股份和广信材料 2025 年数据未披露，以其 2024 年数据代替，数据来源于其定期报告，下同

如上表可知，公司存贷比低于可比公司，公司及可比公司金融机构存款与应付票据余额、资本性支出及月均经营现金流出情况如下：

单位：万元

公司名称	金融机构存款金额 (A)	募集资金余额 (B)	资本性支出 (C)	扣除募集资金和资本性支出影响后的存款金额 (D=A-B-C)	应付票据余额 (E)	月均经营现金流出 (F)	覆盖月份数量 (D-E)/F
松井股份	26,648.47	14,929.52	-	11,718.95	3,966.37	4,624.02	1.68
飞凯材料	121,917.41	22,763.21	-	99,154.20	11,788.64	26,571.21	3.29
广信材料	18,169.03	-	1,770.08	16,398.95	398.13	3,250.53	4.92
恒兴股份	32,801.29	-	11,700.00	21,101.29	9,313.29	3,259.60	3.62

注 1：松井股份及飞凯材料存在使用募集资金投入的情况，计算日常经营的资金金额时将募集资金余额从其存款金额中扣除，资本性支出主要由募集资金支付，同步不予考虑；广信材料资本性支出金额为其 2024 年购买长期资产现金流出金额

注 2：可比公司月均经营现金流出金额根据其现金流量表 2022 年-2024 年数据计算

与公司相似，可比公司为了确保应付票据按期承兑、长期性资本性支出稳定投入及持有 1-5 个月不等的经营性现金流出，均需要储备持有充足的金融存

款，当自有资金不足时便需从银行取得借款，导致金融机构存款和借款余额均较高。

综上所述，报告期内公司货币资金和长短期借款持有情况与公司业务发展阶段相匹配，符合行业经营特点。

## 二、核查情况

### （一）核查过程

#### 1、针对采购价格公允性事项，保荐机构履行了以下核查程序：

（1）统计报告期内关联运输公司提供运输服务的占比情况。统计关联方运输主要线路的单价，并与第三方价格和行业内物流单价进行对比，分析关联运输价格的公允性。统计报告期内公司产品出口数量并分析其变化情况对登登物流运输占比的影响情况。

（2）查阅发行人销售组织体系及销售业务流程、员工花名册，查阅发行人采购组织体系及采购业务流程、岗位职责、采购部人员调查表或简历及薪酬情况，查阅湖南省城镇私营单位就业人员年平均工资、公司说明等，与公司管理层访谈，了解发行采购人员设置显著少于销售人员的原因及合理性、采购人员数量设置与采购规模是否匹配。

#### 2、针对应收账款可回收性事项，保荐机构履行了以下核查程序：

（1）查阅可比上市公司公开信息，了解其信用政策及应收账款账龄情况，与发行人进行比较分析；

（2）获取公司与销售与收款相关内部控制管理制度，针对销售与收款执行穿行测试，判断内部控制是否得到有效的执行；

（3）查询鑫恒越应收账款的回款情况，获取鑫恒越关于还款计划的说明，了解公司对鑫恒越应收账款的回款的可能性，是否足额计提坏账准备。

#### 3、针对销售费用增长事项，保荐机构履行了以下核查程序：

（1）查阅销售费用明细情况，分析报告期内主要明细变动情况，访谈了解变动原因并分析其合理性；

(2) 分析公司销售费用构成与同行业可比公司是否存在较大差异；

(3) 统计报告期内销售人员变化情况，测算销售人员人均薪酬，并与可比公司<sub>和</sub>市场平均薪酬进行对比分析。

#### 4、针对货币资金余额较高事项，保荐机构履行了以下核查程序：

(1) 测算分析货币资金与利息收入、金融机构借款与利息支出的匹配性；

(2) 对银行存款、银行借款、银行承兑汇票金额、保证金、理财产品等与金融机构相关的信息独立实施函证程序；

(3) 查阅银行对账单、借款合同、理财产品购买合同，核查借款金额、借款期限、理财产品的产品名称、风险等级、购买金额、持有期限、利率、底层资产等情况；

(4) 查阅取得银行借款和购买理财产品的相关的会计凭证、收款单据、付款单据等原始凭证；

(5) 访谈公司管理层，了解公司经营活动现金流良好的情况下向金融机构取得大额借款的原因，分析其合理性；

(6) 查询同行业可比公司金融机构存款和贷款情况，并与公司进行对比分析。

#### (二) 核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、发行人采购登登物流运输服务的价格与第三方价格、市场价格比较差异较小，相关运输服务价格是公允的。

2、公司采购人员的工作内容显著少于销售人员，公司采购人员设置显著少于销售人员具有合理性。采购人员日常工作内容主要是事务性工作，对采购人员的专业技能要求较低，采购人员工作内容和<sub>和</sub>工作强度相对合理，采购人员数量设置与采购规模相匹配。

3、公司信用政策一般为 1-3 个月，与同行业可比公司不存在较大差异，应收账款逾期情况与可比上市公司无重大差异；公司针对逾期应收账款拥有完善的催收计划，催收效果良好；鑫恒越及其关联方已制定回款计划，但其下游客户欠

款时间较长，后续回款存在不确定性；发行人对其应收账款账面价值较低，坏账准备计提充分。

4、报告期内，公司营业收入稳步增长导致销售费用增长较快具有合理性，公司销售费用构成与同行业相比不存在较大差异；公司销售人员薪酬符合可比公司及当地市场平均水平，具有合理性。

5、报告期内，公司货币资金与利息收入相匹配，借款与财务费用相匹配；公司货币资金余额、银行借款余额及理财产品余额均经金融机构回函确认，报表列示余额具有真实性；公司取得银行借款和购买理财产品的相关合同、会计凭证、收付款单据无异常；公司基于经营需求取得适量金融机构借款，具有合理性，公司货币资金和长短期借款持有情况与公司业务发展阶段相匹配，符合行业经营特点。

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

#### **【回复】**

发行人、保荐人、申报会计师、发行人律师已对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票注册管理办法》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 46 号——北京证券交易所公司招股说明书》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 47 号——向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市申报文件》《北京证券交易所股票上市规则》等规定，对涉及股票公开发行并在北交所上市要求、信息披露要求以及影响投资者判断决策的其他重要事项进行了梳理，不存在需要补充说明或披露的其他重要事项。

（以下无正文）

（本页无正文，为湖南恒兴新材料科技股份有限公司《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的回复》之签章页）

湖南恒兴新材料科技股份有限公司

法定代表人（签名）：



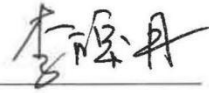
李晖丹

2026年4月23日

## 发行人董事长声明

本人已认真阅读《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的回复》的全部内容，确认本审核问询函回复的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

发行人法定代表人、董事长（签名）：



李焱丹

湖南恒兴新材料科技股份有限公司



2016年4月23日

(本页无正文，为财信证券股份有限公司《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的回复》之签章页)

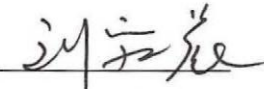
保荐代表人(签名): 冯海轩  
冯海轩

肖陆平  
肖陆平



### 保荐机构董事长声明

本人已认真阅读《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的回复》的全部内容，了解本审核问询函回复涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，本审核问询函回复中不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性和及时性承担相应法律责任。

保荐机构法定代表人、董事长（签名）：  
刘宛晨

