

立信会计师事务所（特殊普通合伙）
关于昆山长鹰硬质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

信会师函字[2026]第 ZF176 号

北京证券交易所：

贵所于 2026 年 2 月 12 日出具的《关于昆山长鹰硬质材料科技股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的第二轮审核问询函》（以下简称“问询函”）已收悉。立信会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）本着勤勉尽责、诚实守信的原则，就问询函所提问题逐项进行认真讨论、核查与落实，并逐项进行了回复说明。具体回复内容附后。

本回复中所使用的术语、名称、缩略语，除特别说明者外，与其在招股说明书中的含义相同。

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

问题1. 收入真实性核查充分性

根据申请文件及问询回复：（1）报告期内，发行人存在客户数量较多且分散的特点，各期发行人客户数量分别为 1,466 家、1,648 家、1,895 家和 1,515 家，其中交易金额在 100 万元以下的客户数量占比分别为 90.93%、91.69%、91.45% 和 88.45%，占主营业务收入的比例分别为 20.73%、20.68%、21.15% 和 21.36%；各期境外客户数量分别为 355 家、406 家、483 家和 396 家，占主营业务收入的比例分别为 40.06%、33.72%、35.28% 和 30.62%。（2）报告期内，发行人新客户数量分别为 546 家、526 家、838 家和 245 家，客户数量持续增加，新客户带来的增量收入分别为 9,803.84 万元、4,244.08 万元、8,178.62 万元和 2,414.18 万元。（3）保荐机构、申报会计师采取实地走访和视频访谈相结合的方式对报告期内发行人客户进行了访谈，各期视频访谈的客户数量分别为 17 家、17 家、17 家和 19 家；保荐机构、申报会计师将非法人实体的客户、既是客户又是供应商、名称相似、注册地址相近、工商登记电话、邮箱相同的客户、成立时间较短即合作的客户、其他异常情况（参保为 0 人、注册资本低于 50 万元等）识别为异常客户。（4）保荐机构、申报会计师获取进销存的经销商收入占全部经销收入的 99.39%、100.00%、91.21% 和 98.83%，获取进销存的经销商期末库存数量占公司当期对其销售收入的比例为 32.89%、25.77%、24.42% 和 42.75%。（5）保荐机构、申报会计师核查了发行人及发行人控股股东、实际控制人、董事、前监事、高级管理人员、关键岗位人员以及报告期内离任人员的银行流水。

请保荐机构、申报会计师：（1）结合客户数量、客户销售金额、客户所在地域等因素，说明函证、走访程序选取核查样本的方法，样本选取是否科学有效、是否符合相关规定，核查收入金额和范围是否满足确定的重要性测试标准；结合发行人业务模式和特点，补充说明中介机构执行核查程序的针对性和有效

性。(2) 区分境内外、客户类型(终端客户、经销商、贸易商)分别说明对100万元以下客户、新客户、异常客户的收入核查是否充分,说明目前核查程序及比例是否能支撑核查结论,对100万元以下客户、新客户、异常客户的收入真实性发表明确意见。(3) 进一步说明各期对客户实地走访的具体情况,包括走访对象的选取方式、人员分工及安排、走访关注事项、访谈对象及职位、走访地点是否为客户实际经营场所、客户经营情况是否与其向发行人的采购规模匹配等,走访过程是否发现异常情形以及核查结论;逐一说明各期对部分客户采取视频访谈的具体原因,视频访谈过程中对访谈对象的身份核实情况、视频访谈内容,实地走访是否存在障碍。(4) 逐一系列各期客户发函收件地址或联系人与回函寄件地址或联系人不一致的具体情况,包括客户名称、交易金额、发函地址、收件联系人、回函地址、回函联系人、回函金额、地址或联系人不一致的原因及核实方式,对前述情形涉及客户的交易真实性发表明确核查意见。(5) 说明各期收入/应收账款回函不符但调节相符的金额及比例,按照客户名称、函证项目、发函及回函金额、发货时点、收入确认时点、开票时点、客户入账时点逐项列示收入/应收账款回函不符事项,回函不符的调节过程、调节依据;说明对各期末回函或回函不符客户采取的替代测试程序,说明替代测试开展的完整性、有效性。(6) 说明各期经销商、贸易商期末库存与其备货政策、备货周期等是否一致,各期期末库存的期后结转情况,是否实现终端销售;说明各期发行人向专营经销商销售的公允性、专营经销商销售的真实性及终端销售实现情况,对前述内容采取的具体核查程序和核查结论;结合前述内容说明对贸易商、经销商销售收入真实性的核查手段是否充分,并发表明确核查意见。(7) 在资金流水核查专项说明中补充对发行人及发行人控股股东、实际控制人、董事、前监事、高级管理人员、关键岗位人员以及报告期内离任人员的大额资金流水核查的具体情况,逐笔说明交易对手方与被核查对象关系、款项发生原因

或背景等，并说明取得的相关说明或支撑性底稿，更新并提交资金流水核查专项说明；在问询回复中对前述主体与发行人关联方、客户、供应商、发行人其他员工等是否存在异常大额资金往来、是否存在体外资金循环形成销售回款或承担成本费用的情形发表明确核查意见。（8）结合前述核查情况对报告期内发行人收入的真实、准确、完整发表明确意见。

【申报会计师回复】

一、结合客户数量、客户销售金额、客户所在地域等因素，说明函证、走访程序选取核查样本的方法，样本选取是否科学有效、是否符合相关规定，核查收入金额和范围是否满足确定的重要性测试标准；结合发行人业务模式和特点，补充说明中介机构执行核查程序的针对性和有效性。

（一）结合客户数量、客户销售金额、客户所在地域等因素，说明函证、走访程序选取核查样本的方法，样本选取是否科学有效、是否符合相关规定，核查收入金额和范围是否满足确定的重要性测试标准

1、选取核查样本的主要考虑因素

（1）客户数量、客户销售金额分布

单位：万元、%

年度	客户类型	客户数量		主营业务收入	
		数量	占比	金额	占比
2025年	500万元以上	42	2.13	55,382.78	47.95
	100-500万元	172	8.71	36,991.93	32.03
	100万元以下	1,760	89.16	23,119.33	20.02
	合计	1,974	100.00	115,494.04	100.00
2024年	500万元以上	36	1.90	48,006.58	51.84
	100-500万元	126	6.65	25,019.03	27.02
	100万元以下	1,733	91.45	19,582.11	21.15
	合计	1,895	100.00	92,607.72	100.00
2023年	500万元以上	31	1.88	43,964.69	52.12
	100-500万元	106	6.43	22,944.23	27.20
	100万元以下	1,511	91.69	17,447.04	20.68
	合计	1,648	100.00	84,355.95	100.00

注：客户数量统计口径为单体口径，下同

从客户销售金额分布看，各期交易金额 100 万元以上客户数量占比分别为 8.31%、8.55%和 10.84%，收入占比分别为 79.32%、78.86%和 79.98%；交易金额 100 万元以下的小客户数量占比分别为 91.69%、91.45%和 89.16%，收入占比分别为 20.68%、21.15%和 20.02%。

报告期内，交易金额 100 万元以上客户收入占比较高，且客户较为集中。交易金额 100 万元以下客户收入占比较低，且客户较为分散。

（2）客户地域分布

报告期各期，公司客户地域分布情况如下：

单位：万元、家、%

年度	地域分布	客户数量		主营业务收入	
		数量	占比	金额	占比
2025 年	华东区	883	44.73	46,920.61	40.63
	华南区	258	13.07	17,988.46	15.58
	其他区	298	15.10	14,126.53	12.23
	境内合计	1,439	72.90	79,035.60	68.43
	亚洲	309	15.65	11,668.50	10.10
	欧洲	148	7.50	15,770.89	13.66
	北美洲	30	1.52	5,679.50	4.92
	其他洲	48	2.43	3,339.55	2.89
	境外合计	535	27.10	36,458.44	31.57
	合计	1,974	100.00	115,494.04	100.00
2024 年	华东区	896	47.28	31,833.59	34.37
	华南区	234	12.35	13,056.48	14.10
	其他区	277	14.62	15,041.84	16.24
	境内合计	1,407	74.25	59,931.91	64.72
	亚洲	275	14.51	8,229.72	8.89
	欧洲	137	7.23	13,832.34	14.94
	北美洲	26	1.37	6,664.64	7.20
	其他洲	50	2.64	3,949.11	4.26
	境外合计	488	25.75	32,675.81	35.28
	合计	1,895	100.00	92,607.72	100.00
2023 年	华东区	779	47.27	28,467.88	33.75
	华南区	225	13.65	12,506.40	14.83

	其他区	235	14.26	14,936.23	17.71
	境内合计	1,239	75.18	55,910.52	66.28
	亚洲	257	15.59	7,900.56	9.37
	欧洲	88	5.34	10,524.60	12.48
	北美洲	21	1.27	6,456.60	7.65
	其他洲	43	2.61	3,563.69	4.22
	境外合计	409	24.82	28,445.44	33.72
	合计	1,648	100.00	84,355.95	100.00

报告期内，公司主营业务收入主要来自境内地区，境内销售收入占主营业务收入的的比例分别为 66.28%、64.72%和 68.43%；从具体区域看，发行人客户主要集中在华东、华南区域。

(3) 对存在异常情形的重点关注客户的识别

针对客户数量较多、集中度较低、部分客户交易规模较小的特点，申报会计师为识别潜在风险，将满足以下任一标准（异常情形）的主营业务收入客户定义为“异常客户”，并对此进行了针对性核查，具体标准如下：

1) 交易额在 50 万以上的境内客户

- ①非法人实体的客户
- ②既是客户又是供应商
- ③与发行人名称相似
- ④与发行人注册地址相近
- ⑤工商登记电话、邮箱与发行人相同的客户
- ⑥成立时间较短即合作的客户
- ⑦其他（参保人数 0 人、注册资本低于 50 万元）

2) 交易额在 50 万以下的境内客户

- ①非法人实体的客户
- ②既是客户又是供应商
- ③与发行人名称相似
- ④与发行人注册地址相近
- ⑤工商登记电话、邮箱与发行人相同的客户
- ⑥成立时间较短即合作的客户

⑦其他（长期未回款）

3) 境外客户

①非法人实体的客户

②既是客户又是供应商

③与发行人名称相似

④与发行人注册地址相近

⑤工商登记电话、邮箱与发行人相同的客户

⑥成立时间较短即合作的客户

⑦其他（长期未回款、仅一年有交易）

对于前述①及⑥标准，若该单体客户的同一控制下主体、母公司或总公司同发行人存在交易且不存在上述情形，则该单体客户不属于重点关注的异常客户。

报告期各期，公司异常客户的数量及收入情况如下：

单位：万元、家、%

项目	2025年	2024年	2023年
客户总数	1,974	1,895	1,648
异常客户数量	359	227	187
数量占比	18.19	11.98	11.35
主营业务收入	115,494.04	92,607.72	84,355.95
异常客户收入	13,989.02	8,214.16	7,037.83
金额占比	12.11	8.87	8.34

报告期内，公司销售金额较大且存在异常情形的客户具体情况如下：

单位：万元

年份	异常客户类型	主要客户	主营业务收入	占异常客户收入金额比例	原因及合理性
2025年	境外客户-长期未回款	SHARP TOOL COMPANY, INC.、MILLER GMBH	1,834.58	13.11%	截至2026年3月31日，应收账款超出信用期且尚未回款金额85.44万元，金额较小。
	境外客户-仅一年有交易	LI JING PRECISE TOOL CO.,LTD	354.53	2.53%	2025年开始与公司进行合作，未来有长期合作的预期。
	参保人数0人	任丘市丰源合金模具销售有限公司、东莞市优盟特切削工具有限公司、上海京洛精密工具有限公司	1,891.59	13.52%	经访谈，客户有多名员工，交易金额与实际经营情况相匹配。
	成立时间较短即合作的客户	格兰斯顿科技（台州）有限公司	362.20	2.59%	浙江地区中型刀具加工企业，营业规模约为600万元，交易金额与实际经营情况相匹配。
	既是客户又是供应商	青岛诚锐信机械有限公司 成都锋克精密刀具有限公司	900.09 469.39	6.43% 3.36%	公司向客户采购硬质合金工具15.94万元，属于零星采购，整体金额较小 公司向客户采购硬质合金工具65.80万元，属于零星采购，整体金额较小。

年份	异常客户类型	主要客户	主营业务收入	占异常客户收入金额比例	原因及合理性
	合计		5,812.38	41.55%	
2024年	参保人数0人	任丘市丰源合金模具销售有限公司、长膺（上海）新材料科技有限公司、泰州马萨尔刀具有限公司、东莞市优盟特切削工具有限公司	2,069.23	25.19%	经访谈，客户有多名员工，交易金额与实际经营情况相匹配。
	成立时间较短即合作的客户	广东鼎泰材料有限公司	639.30	7.78%	系公司客户鼎泰高科新成立的子公司，主营非金属矿物制品制造、有色金属合金销售等。
	既是客户又是供应商	成都锋克精密刀具有限公司	784.91	9.56%	公司向客户采购硬质合金工具56.55万元，属于零星采购，整体金额较小。
	合计		3,493.44	42.53%	
2023年	参保人数0人	泰州马萨尔刀具有限公司、任丘市丰源合金模具销售有限公司、青岛嘉利特商贸有限公司、东莞市优盟特切削工具有限公司、长膺（上海）新材料科技有限公司	2,666.22	37.88%	经访谈，客户有多名员工，交易金额与实际经营情况相匹配。
	既是客户又是供应商	成都锋克精密刀具有限公司	420.92	5.98%	公司向客户采购硬质合金工具87.98万元，属于零星采购，整体金额较小。
	境外客户-仅有一年有交易	GREEN POINT ENTERPRISES CO., LTD.	264.48	3.76%	由于客户经营战略规划调整，无采购需求。
	合计		3,351.62	47.62%	

如上表，报告期内，部分客户出现暂时性超期回款、参保人数为0人、供应商兼客户等情形，因此被识别为符合中介机构设定的异常情形，属于需重点关注的客户。经核查，该等客户与公司的交易真实且具备合理性。除上述销售金额较大且存在异常情形的客户以外，其他被识别为异常客户的原因大多为参保人数为0人的小规模客户，符合行业下游客户分布，具有合理性。

2、函证选取抽样样本的具体方法及结果

(1) 函证选取抽样样本的方法

申报会计师函证选取抽样样本的方法为：按照总量控制并考虑应收账款余额及占比、收入金额及占比，采取重要性水平与随机抽样相结合的选择方法，确保样本覆盖到各交易规模、各地区客户，并对异常客户针对性发函。

具体选样标准及选样过程如下：

①根据确定的实际执行的重要性水平选择函证对象；

②对未包括在上述函证样本中的客户，按照金额大小排序补充样本，确保报告期各期应收账款函证余额占期末余额、各期函证收入占主营业务收入比例均不低于80%，且函证样本覆盖不同销售规模、不同销售类型、不同地域的客户；

③针对100万元以下的小客户，将其进一步细分为25万以下、25-50万、50-75万、75-100万四个层级，在各层级中随机选取函证样本，确保报告期各年度各层

级客户函证数量不低于 10 家，且各期整体函证比例不低于 30%；

④针对各期新客户，进一步补充样本，提升函证覆盖比例并保证该类客户各期的函证金额比例不低于 60%；

⑤根据对异常情形的识别，对异常客户提升函证覆盖比例并进一步补充样本，保证该类客户的发函金额比例不低于 80%。

(2) 函证结果

①客户销售金额

报告期各期，按照公司客户不同销售规模统计，具体函证情况如下：

单位：万元、家

年度	销售规模分层	函证数量	函证数量占该层级客户数量比例	函证金额	函证金额占该层级主营业务收入的比例
2025 年	500 万元以上	42	100.00%	55,382.67	100.00%
	100-500 万元	166	96.51%	36,200.31	97.86%
	100 万元以下	168	9.55%	8,360.70	36.16%
	合计	376	19.05%	99,943.69	86.54%
2024 年	500 万元以上	35	97.22%	47,452.47	98.85%
	100-500 万元	124	98.41%	24,531.55	98.05%
	100 万元以下	169	9.75%	6,871.74	35.09%
	合计	328	17.31%	78,855.75	85.15%
2023 年	500 万元以上	30	96.77%	43,380.57	98.67%
	100-500 万元	103	97.17%	22,839.15	99.54%
	100 万元以下	154	10.19%	5,986.18	34.31%
	合计	287	17.42%	72,205.90	85.60%

报告期各期，公司客户函证覆盖主营业务收入金额比例分别为 85.60%、85.15% 和 86.54%，总体比例超过 80%。对于 100 万元以上交易规模的大、中规模客户，样本覆盖度在 95% 以上，对于 100 万元以下交易规模的小客户，各期函证数量约为 150-160 家，核查金额比例超过 30%。

②客户地域分布

报告期各期，按照公司客户不同地域分布统计，具体函证情况如下：

单位：万元、家

年度	客户地域分层	函证数量	函证数量占该层级客户数量比例	函证金额	函证金额占该层级主营业务收入的比例
----	--------	------	----------------	------	-------------------

2025 年	华东区	180	20.39%	41,467.89	88.38%
	华南区	65	25.19%	16,347.24	90.88%
	其他区	40	13.42%	11,897.91	84.22%
	境内合计	285	19.81%	69,713.04	88.20%
	亚洲	44	14.24%	8,045.21	68.95%
	欧洲	30	20.27%	13,994.90	88.74%
	北美洲	8	26.67%	5,494.82	96.75%
	其他洲	9	18.75%	2,695.72	80.72%
	境外合计	91	17.01%	30,230.65	82.92%
	合计	376	19.05%	99,943.69	86.54%
2024 年	华东区	147	16.41%	26,427.12	83.02%
	华南区	58	24.79%	11,806.31	90.42%
	其他区	43	15.52%	13,510.61	89.82%
	境内合计	248	17.63%	51,744.03	86.34%
	亚洲	37	13.45%	4,949.61	60.14%
	欧洲	26	18.98%	12,470.62	90.16%
	北美洲	5	19.23%	6,314.94	94.75%
	其他洲	12	24.00%	3,376.55	85.50%
	境外合计	80	16.39%	27,111.72	82.97%
	合计	328	17.31%	78,855.75	85.15%
2023 年	华东区	123	15.79%	23,972.49	84.21%
	华南区	46	20.44%	11,567.73	92.49%
	其他区	41	17.45%	13,537.44	90.63%
	境内合计	210	16.95%	49,077.65	87.78%
	亚洲	34	13.23%	4,657.43	58.95%
	欧洲	24	27.27%	9,420.35	89.51%
	北美洲	7	33.33%	6,081.72	94.19%
	其他洲	12	27.91%	2,968.76	83.31%
	境外合计	77	18.83%	23,128.25	81.31%
	合计	287	17.42%	72,205.90	85.60%

报告期各期，公司境内客户函证金额覆盖同层级客户主营业务收入金额比例分别为 87.78%、86.34%和 88.20%，境外客户函证金额覆盖同层级客户主营业务收入金额比例分别为 81.31%、82.97%和 82.92%。

③异常客户

报告期各期，公司异常客户的函证数量及金额情况如下：

单位：万元、家

项目	2025年	2024年	2023年
异常客户总数	359	227	187
异常客户函证数量	67	40	38
数量占比	18.66%	17.62%	20.32%
异常客户主营业务收入	13,989.02	8,214.16	7,037.83
异常客户函证金额	11,473.47	6,954.18	5,999.08
金额占比	82.02%	84.66%	85.24%

报告期各期，公司异常客户函证金额覆盖主营业务收入金额比例分别为85.24%、84.66%和82.02%，总体比例超过80%。

3、走访选取抽样样本的方法及结果

(1) 走访选取抽样样本的方法

申报会计师走访选取抽样样本的方法为：

①按照销售收入金额大小排序抽取走访样本，选取排名靠前、金额较大的客户，确保选取样本覆盖收入金额达到各期主营业务收入的80%以上，且样本覆盖不同销售规模、不同销售类型、不同地域的客户；

②针对100万以下的小客户，按照销售收入金额大小排序选取走访样本，确保各期整体走访比例不低于40%；将100万以下小客户进一步细分为25万以下、25-50万、50-75万、75-100万四个层级，在各层级中随机选取走访样本，确保报告期各年度各层级客户走访数量不低于10家；

③针对各期新客户，进一步补充样本，提升走访覆盖比例并保证该类客户各期的走访金额比例不低于60%；

④根据对异常情形的识别，对重点关注的异常客户进一步补充样本，提升走访覆盖比例并保证该类客户各期的走访金额比例不低于70%。

(2) 走访结果

①客户销售金额

报告期各期，按照公司客户不同销售规模统计，具体走访情况如下：

单位：万元、家

年度	销售规模分层	走访数量	走访数量占该层级客户数量比例	走访金额	走访金额占该层级主营业务收入比例
2025年	500万元以上	40	95.24%	53,903.35	97.33%
	100-500万元	147	85.47%	32,573.25	88.06%
	100万元以下	230	13.07%	10,497.51	45.41%
	合计	417	21.12%	96,974.12	83.96%
2024年	500万元以上	34	94.44%	46,990.84	97.88%
	100-500万元	100	79.37%	21,255.14	84.96%
	100万元以下	243	14.02%	8,787.58	44.88%
	合计	377	19.89%	77,033.57	83.18%
2023年	500万元以上	29	93.55%	42,746.35	97.23%
	100-500万元	79	74.53%	18,288.80	79.71%
	100万元以下	213	14.10%	7,121.53	40.82%
	合计	321	19.48%	68,156.68	80.80%

报告期各期，公司客户走访覆盖收入金额比例分别为 80.80%、83.18% 和 83.96%，总体比例超过 80%。对于 100 万元以上交易规模的大、中规模客户，走访金额各期覆盖度在约 80% 以上，对于 100 万元以下交易规模的小客户，客户数量较多、单个客户收入金额较小，走访金额比例各期约 40% 以上。

②客户地域分布

报告期各期，按照公司客户不同地域分布统计，具体走访情况如下：

单位：万元、家

年度	客户地域分层	走访数量	走访数量占该层级客户数量比例	走访金额	走访金额占该层级主营业务收入比例
2025年	华东区	190	21.52%	40,903.83	87.18%
	华南区	67	25.97%	16,323.27	90.74%
	其他区	50	16.78%	12,063.56	85.40%
	境内合计	307	21.33%	69,290.66	87.67%
	亚洲	73	23.62%	8,818.22	75.57%
	欧洲	26	17.57%	12,377.45	78.48%
	北美洲	6	20.00%	4,547.36	80.07%
	其他洲	5	10.42%	1,940.42	58.10%
	境外合计	110	20.56%	27,683.46	75.93%
	合计	417	21.12%	96,974.12	83.96%

2024 年	华东区	170	18.97%	26,517.78	83.30%
	华南区	65	27.78%	11,835.41	90.65%
	其他区	48	17.33%	13,442.12	89.36%
	境内合计	283	20.11%	51,795.31	86.42%
	亚洲	58	21.09%	5,652.33	68.68%
	欧洲	25	18.25%	11,236.24	81.23%
	北美洲	5	19.23%	5,803.77	87.08%
	其他洲	6	12.00%	2,545.92	64.47%
	境外合计	94	19.26%	25,238.26	77.24%
	合计	377	19.89%	77,033.57	83.18%
2023 年	华东区	137	17.59%	23,164.75	81.37%
	华南区	51	22.67%	11,345.31	90.72%
	其他区	45	19.15%	13,199.93	88.38%
	境内合计	233	18.81%	47,709.99	85.33%
	亚洲	59	22.96%	5,826.12	73.74%
	欧洲	19	21.59%	7,586.69	72.09%
	北美洲	4	19.05%	5,199.06	80.52%
	其他洲	6	13.95%	1,834.82	51.49%
	境外合计	88	21.52%	20,446.69	71.88%
	合计	321	19.48%	68,156.68	80.80%

报告期各期，公司走访境内客户覆盖收入金额比例分别为 85.33%、86.42% 和 87.67%，总体比例超过 85%。公司走访境外客户覆盖收入金额比例分别为 71.88%、77.24% 和 75.93%，总体比例超过 70%。

③异常客户

报告期各期，公司异常客户的走访数量及金额情况如下：

单位：万元、家

项目	2025 年	2024 年	2023 年
异常客户总数	359	227	187
异常客户走访数量	71	40	37
数量占比	19.78%	17.62%	19.79%
异常客户业务收入	13,989.02	8,214.16	7,037.83
异常客户走访覆盖收入	11,204.74	6,515.23	5,253.83
金额占比	80.10%	79.32%	74.65%

报告期各期，公司异常客户走访覆盖收入金额比例分别为 74.65%、79.32% 和 80.10%，总体比例超过 70%。

4、样本选取科学有效、符合相关规定，核查收入金额和范围满足确定的重要性测试标准

根据《保荐人尽职调查准则》第三十一条规定，要求保荐人关注会计师、管理层与财务报告相关的重大事项和重要性水平的判断标准。在此基础上，对重要的财务事项进行重点核查。

根据《中国注册会计师审计准则 1301 号——审计证据》第十四条和《中国注册会计师审计准则 1314 号——审计抽样》第十五条及应用指南的相关规定，选取测试项目的方法包括：选取全部项目、选取特定项目、审计抽样和一种或几种方法的组合。在运用审计抽样时，可以使用非统计抽样方法，也可以使用统计抽样方法，应当根据具体情况并运用职业判断进行确定，以最有效率地获取审计证据。

在确定与财务会计信息相关的重要性水平判断标准时，以报告期内经常性业务的税前利润的 7% 作为合并报表整体的重要性水平。

选取走访样本时，申报会计师将报告期各期超过实际执行重要性水平的客户全部选为走访对象，对于拒绝访谈的客户，则补充走访样本确保最终走访金额比例满足要求；对于重要性标准以下的客户，申报会计师综合考虑地域、销售金额等因素，确保样本覆盖不同销售金额区间、不同地域的客户。

选取函证样本时，申报会计师优先选取销售额或应收账款余额超过实际执行重要性水平的客户作为函证样本；对于重要性标准以下的客户，申报会计师综合考虑地域、销售金额等因素，确保发函比例满足要求的前提下，样本覆盖不同销售金额区间、不同地域的客户。

最终各期走访金额占主营业务收入的比例均超过 80%，各期发函金额占主营业务收入的比例均超过 80%。同时，申报会计师根据异常情形的识别明确了异常客户的范围，对该类客户的走访和发函金额比例超过 70%。因此，样本选取符合内核规定或行业通用的抽样要求，核查收入和范围满足确定的重要性测试标准。

（二）结合发行人业务模式和特点，补充说明中介机构执行核查程序的针对性和有效性

1、发行人业务模式和特点

硬质合金作为工业耗材，终端应用涵盖汽车制造、通用机械、消费电子、航

空航天、发电设备、模具制造等众多生产制造领域。公司主营产品分为硬质合金和硬质合金工具，其中，硬质合金占比约为 80%，硬质合金需经加工制成刀具、模具或工具后，方可应用于上述终端领域的生产加工环节。因此，公司客户结构受到应用领域广泛和下游行业的集中度的共同影响，具体分析如下：

从应用领域来看，硬质合金下游应用十分广泛，公司深耕硬质合金行业中游，坚持材料领域“做深做宽”的经营理念，所生产的硬质合金能够覆盖大多数上述应用领域。各应用领域客户对硬质合金的牌号、规格、性能参数亦存在差异化需求，导致客户数量众多、单体采购金额不一，呈现长尾分布特征。

从下游行业集中度来看，根据中国钨业协会公布的数据，硬质合金主要用于制作刀具和模具，占比超过 70%，而国内硬质合金刀具和模具行业集中度较低。国内刀具企业超过 1 万家，但前五名销售份额不足 15%，我国模具从业企业超 3 万家，并且以中小型企业为主。因此，刀具和模具行业的集中度较低，导致公司客户结构形成数量众多、长尾分布的特征。

此外，硬质合金具有良好的物理化学稳定性，不易受环境温度和湿度影响，同时，单位体积价值较高，运输成本占比较低，运输半径不受限制，可远距离销往国内外市场。上述特性降低了物流和仓储成本，进一步支撑了客户群体数量多、分布广的业务特征。

综上，硬质合金下游应用领域广泛，客户对产品性能存在差异化需求，导致客户数量众多、单体采购金额不一，呈现长尾分布特征。刀具及模具行业集中度较低，以中小型企业为主，进一步加剧了客户群体的分散程度。上述因素共同决定了“客户数量多、长尾客户多、分散度高”的客户结构特征，符合行业特征和公司实际经营情况。

2、核查程序

针对公司业务模式和特点，中介机构除了进行内控核查、访谈、函证、截止测试等一般性核查程序，还对发行人经销商、贸易商模式的销售情况进行了针对性核查，具体情况如下：

（1）内控核查

针对发行人收入确认相关的关键内部控制进行了了解，并对发行人内控关键点实行控制测试，过程中主要关注公司与收入相关的内部控制制度的有效性及公司内部控制制度是否得到有效执行。

（2）走访程序

为确认发行人与客户之间交易的真实性，对发行人客户进行了走访。选取走访样本时，按照金额大小排序，确保各期样本覆盖收入金额达到各期主营业务收入的比例80%以上；同时，样本选取还需覆盖不同地域、不同销售类型的客户；针对100万以下的小客户，分层随机抽取样本，确保各期整体走访比例不低于40%；针对新客户，补充样本并确保各期整体走访比例不低于60%；针对异常客户，补充样本并确保各期整体走访比例不低于70%。

2023-2025年，共计访谈四百余家客户，对应客户收入占发行人主营业务收入比例分别为80.80%、83.18%和83.96%，其中访谈100万元以下小客户金额比例分别为40.82%、44.88%和45.41%，访谈新客户的金额比例分别为63.58%、67.13%和67.90%，访谈异常客户的金额比例分别为74.65%、79.32%和80.10%。

（3）函证程序

为确认发行人与客户之间交易的真实性、准确性，对主要客户执行函证程序，并且针对回函不符、未回函客户，实施替代性核查程序。选取函证样本时按照交易金额大小排序，确保报告期各期应收账款函证余额占期末余额、各期函证收入占主营业务收入比例均不低于80%；同时，样本选取还需覆盖不同地域、不同销售类型的客户；针对100万以下的小客户，分层随机抽取样本，确保各期整体函证比例不低于30%；针对新客户，补充样本并确保各期整体函证比例不低于60%；针对异常客户，补充样本并确保各期整体函证比例不低于80%。

2023-2025年，各期函证覆盖主营业务收入比例分别为85.60%、85.15%和86.54%，其中对100万元以下小客户的函证金额比例分别为34.31%、35.09%和36.16%，对新客户的函证金额比例分别为61.54%、68.80%和68.84%，对异常客户的函证金额比例分别为85.24%、84.66%和82.02%。

（4）细节测试

针对收入真实性，执行了相关细节测试，获取并复核公司报告期内销售收入明细账，检查出库单、物流单据、报关单、提单、签收单等收入确认支持性凭证，

对公司收入的真实性、准确性、完整性进行了核查。

2023-2025 年，各期细节测试核查比例分别为 69.19%、68.76%和 70.95%，针对 100 万元以下客户，各期细节测试比例分别为 39.78%、36.54%和 36.59%，针对新客户，各期细节测试比例分别为 71.01%、65.21%和 61.39%，针对异常客户，各期细节测试比例分别为 81.82%、76.89%和 72.55%。

（5）截止性测试

对资产负债表日前后记录的收入交易进行截止性测试，评价收入是否被记录于恰当的会计期间，过程中主要关注订单签收时间、报关时间，以验证收入确认的完整性、准确性。

2023-2025 年，各期截止性测试核查比例分别为 22.02%、37.35%和 35.03%。

（6）经销商、贸易商专项核查

针对经销商和贸易商，对其终端销售情况进行了核查，具体核查情况如下：

① 获取进销存

获取发行人经销商、贸易商的进销存，了解其报告期各期末主要产品期末库存数量以及当期销售数量。

2023-2025 年，获取进销存的经销商期末库存占公司当期对其销售收入的比例分别为 25.77%、24.87%和 20.67%；获取进销存的贸易商期末库存占公司当期对其销售收入的比例分别为 21.35%、30.48%和 27.89%。

② 终端核查

通过走访经销商终端客户、获取销售发票的方式，核查经销商终端客户的销售情况。

2023-2025 年，通过获取发票、走访终端的方式，核查经销商终端收入的比例分别为 56.67%、56.70%和 52.64%。

2、核查意见

经核查，申报会计师认为所执行的核查程序具有针对性、充分性和有效性，发行人报告期内销售收入具备真实性、准确性、完整性。

二、区分境内外、客户类型（终端客户、经销商、贸易商）分别说明对 100 万元以下客户、新客户、异常客户的收入核查是否充分，说明目前核查程序及比例是否能支撑核查结论，对 100 万元以下客户、新客户、异常客户的收入真

实性发表明确意见。

(一) 区分境内外、客户类型（终端客户、经销商、贸易商）分别说明对 100 万元以下客户、新客户、异常客户的收入核查是否充分

针对 100 万元以下客户、新客户、异常客户的收入核查，申报会计师主要执行了走访、函证、细节测试等程序，具体情况如下：

1、100 万元以下客户

(1) 走访程序

交易金额 100 万以下的客户按照销售规模分层的走访情况如下：

单位：万元、家

期间	销售规模分层	客户数量	主营业务收入金额	走访数量	走访数量占该层级客户数量比例	走访金额	走访金额占该层级主营业务收入比例
2025 年	75-100 万	48	4,207.33	34	70.83%	2,984.08	70.93%
	50-75 万	90	5,422.61	72	80.00%	4,341.62	80.07%
	25-50 万	179	6,248.45	67	37.43%	2,505.07	40.09%
	25 万以下	1,443	7,240.94	57	3.95%	666.75	9.21%
	合计	1,760	23,119.33	230	13.07%	10,497.51	45.41%
2024 年	75-100 万	38	3,253.03	26	68.42%	2,255.23	69.33%
	50-75 万	72	4,435.25	49	68.06%	3,023.00	68.16%
	25-50 万	144	5,067.55	63	43.75%	2,316.33	45.71%
	25 万以下	1479	6,826.29	105	7.10%	1,193.01	17.48%
	合计	1,733	19,582.11	243	14.02%	8,787.58	44.88%
2023 年	75-100 万	31	2,653.73	18	58.06%	1,544.85	58.21%
	50-75 万	63	3,819.80	43	68.25%	2,609.29	68.31%
	25-50 万	132	4,721.23	49	37.12%	1,824.48	38.64%
	25 万以下	1,285	6,252.28	103	8.02%	1,142.92	18.28%
	合计	1,511	17,447.04	213	14.10%	7,121.53	40.82%

交易金额 100 万元以下客户按照境内外进一步分层的走访情况如下：

单位：万元、家

期间	销售规模 分层	客户数量	主营业务 收入金额	走访数量	走访数量 占该层级 客户数量 比例	走访金额	走访金额 占该层级 主营业务 收入比例
2025 年	境内销售	1,282	15,333.60	161	12.56%	7,177.02	46.81%
	境外销售	478	7,785.73	69	14.44%	3,320.50	42.65%
	合计	1,760	23,119.33	230	13.07%	10,497.51	45.41%
2024 年	境内销售	1,301	13,832.94	186	14.30%	6,795.45	49.13%
	境外销售	432	5,749.17	57	13.19%	1,992.12	34.65%
	合计	1,733	19,582.11	243	14.02%	8,787.58	44.88%
2023 年	境内销售	1,156	12,084.22	159	13.75%	5,147.26	42.59%
	境外销售	355	5,362.82	54	15.21%	1,974.27	36.81%
	合计	1,511	17,447.04	213	14.10%	7,121.53	40.82%

交易金额 100 万元以下客户按照客户类型进一步分层的走访情况如下：

单位：万元、家

期间	销售规模 分层	客户数量	主营业务 收入金额	走访数量	走访数量 占该层级 客户数量 比例	走访金额	走访金额 占该层级 主营业务 收入比例
2025 年	终端客户	1,440	19,344.90	183	12.71%	8,480.83	43.84%
	贸易商	319	3,679.77	46	14.42%	1,922.02	52.23%
	经销商	1	94.66	1	100.00%	94.66	100.00%
	合计	1,760	23,119.33	230	13.07%	10,497.51	45.41%
2024 年	终端客户	1,399	16,049.81	198	14.15%	7,099.34	44.23%
	贸易商	330	3,341.64	41	12.42%	1,497.58	44.82%
	经销商	4	190.66	4	100.00%	190.66	100.00%
	合计	1,733	19,582.11	243	14.02%	8,787.58	44.88%
2023 年	终端客户	1,225	13,981.27	173	14.12%	5,629.26	40.26%
	贸易商	284	3,361.35	38	13.38%	1,387.86	41.29%
	经销商	2	104.41	2	100.00%	104.41	100.00%
	合计	1,511	17,447.04	213	14.10%	7,121.53	40.82%

(2) 函证程序

交易金额 100 万元以下客户按照销售规模分层的函证情况如下：

单位：万元、家

期间	销售规模分层	函证数量	函证数量占该层级客户数量比例	函证金额	函证金额占该层级主营业务收入比例
2025 年	75-100 万	31	64.58%	2,613.15	62.11%
	50-75 万	56	62.22%	3,373.61	62.21%
	25-50 万	51	28.49%	1,947.04	31.16%
	25 万以下	30	2.08%	426.90	5.90%
	合计	168	9.55%	8,360.70	36.16%
2024 年	75-100 万	27	71.05%	2,247.58	69.09%
	50-75 万	33	45.83%	2,042.50	46.05%
	25-50 万	49	34.03%	1,796.12	35.44%
	25 万以下	60	4.06%	785.55	11.51%
	合计	169	9.75%	6,871.74	35.09%
2023 年	75-100 万	24	77.42%	2,258.07	85.09%
	50-75 万	30	47.62%	1,808.86	47.35%
	25-50 万	30	22.73%	1,086.10	23.00%
	25 万以下	70	5.45%	833.16	13.33%
	合计	154	10.19%	5,986.18	34.31%

交易金额 100 万元以下客户按照境内外进一步分层的函证情况如下：

单位：万元、家

期间	销售规模分层	函证数量	函证数量占该层级客户数量比例	函证金额	函证金额占该层级主营业务收入的比例
2025 年	境内销售	37	2.89%	6,401.13	41.75%
	境外销售	131	27.41%	1,959.57	25.17%
	合计	168	9.55%	8,360.70	36.16%
2024 年	境内销售	143	10.99%	5,802.33	41.95%
	境外销售	26	6.02%	1,069.41	18.60%
	合计	169	9.75%	6,871.74	35.09%
2023 年	境内销售	127	10.99%	4,844.31	40.09%
	境外销售	27	7.61%	1,141.87	21.29%
	合计	154	10.19%	5,986.18	34.31%

交易金额 100 万元以下客户按照客户类型进一步分层的函证情况如下：

单位：万元、家

期间	销售规模分层	函证数量	函证数量占该层级客户数量比例	函证金额	函证金额占该层级主营业务收入的比例
2025 年	终端客户	141	9.79%	6,996.21	36.17%
	贸易商	26	8.15%	1,269.83	34.51%
	经销商	1	100.00%	94.66	100.00%
	合计	168	9.55%	8,360.70	36.16%
2024 年	终端客户	138	9.86%	5,577.21	34.75%
	贸易商	27	8.18%	1,103.87	33.03%
	经销商	4	100.00%	190.66	100.00%
	合计	169	9.75%	6,871.74	35.09%
2023 年	终端客户	122	9.96%	4,646.38	33.23%
	贸易商	30	10.56%	1,235.39	36.75%
	经销商	2	100.00%	104.41	100.00%
	合计	154	10.19%	5,986.18	34.31%

(3) 细节测试

交易金额 100 万元以下客户按照销售规模分层的细节测试情况如下：

单位：万元、家

期间	销售规模分层	细节测试客户数量	细节测试客户数量占该层级比例	细节测试金额	细节测试金额占该层级主营业务收入比例
2025 年	75-100 万	35	72.92%	3,052.28	72.55%
	50-75 万	47	52.22%	2,805.92	51.74%
	25-50 万	54	30.17%	1,945.02	31.13%
	25 万以下	47	3.26%	656.88	9.07%
	合计	183	10.40%	8,460.09	36.59%
2024 年	75-100 万	33	86.84%	2,706.26	83.19%
	50-75 万	47	65.28%	2,499.53	56.36%
	25-50 万	47	32.64%	1,414.30	27.91%
	25 万以下	32	2.16%	536.07	7.85%
	合计	159	9.17%	7,156.16	36.54%
2023 年	75-100 万	27	87.10%	2,346.79	88.43%
	50-75 万	45	71.43%	2,497.07	65.37%
	25-50 万	50	37.88%	1,371.54	29.05%
	25 万以下	76	5.91%	724.67	11.59%
	合计	198	13.10%	6,940.08	39.78%

交易金额 100 万元以下客户按照境内外进一步分层的细节测试情况如下：

单位：万元、家

期间	销售规模分层	细节测试客户数量	细节测试客户数量占该层级比例	细节测试金额	细节测试金额占该层级主营业务收入比例
2025 年	境内销售	116	9.05%	5,546.33	36.17%
	境外销售	67	14.02%	2,913.77	37.42%
	合计	183	10.40%	8,460.09	36.59%
2024 年	境内销售	117	8.99%	5,132.79	37.11%
	境外销售	42	9.72%	2,023.37	35.19%
	合计	159	9.17%	7,156.16	36.54%
2023 年	境内销售	149	12.89%	4,794.68	39.68%
	境外销售	49	13.80%	2,145.40	40.01%
	合计	198	13.10%	6,940.08	39.78%

交易金额 100 万元以下客户按照客户类型进一步分层的细节测试情况如下：

单位：万元、家

期间	销售规模分层	细节测试客户数量	细节测试客户数量占该层级比例	细节测试金额	细节测试金额占该层级主营业务收入比例
2025 年	终端客户	144	10.00%	6,678.38	34.52%
	贸易商	39	12.23%	1,781.71	48.42%
	经销商	-	-	-	-
	合计	183	10.40%	8,460.09	36.59%
2024 年	终端客户	120	8.58%	5,444.59	33.92%
	贸易商	36	10.91%	1,523.01	45.58%
	经销商	3	75.00%	188.56	98.90%
	合计	159	9.17%	7,156.16	36.54%
2023 年	终端客户	112	9.14%	4,929.46	35.26%
	贸易商	84	29.58%	1,906.20	56.71%
	经销商	2	100.00%	104.41	100.00%
	合计	198	13.10%	6,940.08	39.78%

综上所述，报告期内，申报会计师针对发行人 100 万元以下客户的访谈、函证及细节测试的总体比例均已达到约 35% 以上，按照销售规模、境内外、客户类型进一步分层后的主要层级核查比例也已超过 30%，采取的核查程序较为充分，发行人收入真实、准确、完整。

2、新客户

(1) 走访程序

报告期各期，新客户按照境内外分层的走访情况如下：

单位：万元、家

期间	销售规模分层	客户数量	主营业务收入金额	走访数量	走访数量占该层级客户数量比例	走访金额	走访金额占该层级主营业务收入比例
2025年	境内销售	389	6,275.21	30	7.71%	4,402.91	70.16%
	境外销售	135	2,118.07	13	9.63%	1,296.31	61.20%
	合计	524	8,393.29	43	8.21%	5,699.23	67.90%
2024年	境内销售	474	5,715.57	51	10.76%	3,981.13	69.65%
	境外销售	144	1,299.06	10	6.94%	727.56	56.01%
	合计	618	7,014.63	61	9.87%	4,708.69	67.13%
2023年	境内销售	419	3,203.90	48	11.46%	2,109.59	65.84%
	境外销售	97	763.54	9	9.28%	412.76	54.06%
	合计	516	3,967.44	57	11.05%	2,522.35	63.58%

注：新客户指自2019年以来未产生过主营业务收入的客户，下同。

报告期各期，新客户按照客户类型分层的走访情况如下：

单位：万元、家

期间	销售规模分层	客户数量	主营业务收入金额	走访数量	走访数量占该层级客户数量比例	走访金额	走访金额占该层级主营业务收入比例
2025年	终端客户	439	7,335.27	31	7.06%	4,959.52	67.61%
	贸易商	85	1,058.02	12	14.12%	739.71	69.92%
	经销商	-	-	-	-	-	-
	合计	524	8,393.29	43	8.21%	5,699.23	67.90%
2024年	终端客户	483	4,736.95	44	9.11%	2,761.35	58.29%
	贸易商	133	2,012.96	15	11.28%	1,682.63	83.59%
	经销商	2	264.72	2	100.00%	264.72	100.00%
	合计	618	7,014.63	61	9.87%	4,708.69	67.13%
2023年	终端客户	394	3,159.50	44	11.17%	2,035.04	64.41%
	贸易商	120	703.53	11	9.17%	382.90	54.43%
	经销商	2	104.41	2	100.00%	104.41	100.00%
	合计	516	3,967.44	57	11.05%	2,522.35	63.58%

报告期各期，申报会计师针对新客户整体走访比例均已超过60%。

(2) 函证程序

报告期各期，新客户按照境内外分层的函证情况如下：

单位：万元、家

期间	销售规模分层	函证数量	函证数量占该层级客户数量比例	函证金额	函证金额占该层级主营业务收入的比例
2025年	境内销售	30	7.71%	4,626.71	73.73%
	境外销售	11	8.15%	1,151.00	54.34%
	合计	41	7.82%	5,777.71	68.84%
2024年	境内销售	40	8.44%	4,150.96	72.63%
	境外销售	5	3.47%	675.12	51.97%
	合计	45	7.28%	4,826.08	68.80%
2023年	境内销售	40	9.55%	2,082.56	65.00%
	境外销售	4	4.12%	358.92	47.01%
	合计	44	8.53%	2,441.48	61.54%

报告期各期，新客户按照客户类型分层的函证情况如下：

单位：万元、家

期间	销售规模分层	函证数量	函证数量占该层级客户数量比例	函证金额	函证金额占该层级主营业务收入的比例
2025年	终端客户	33	7.52%	5,082.99	69.30%
	贸易商	8	9.41%	694.72	65.66%
	经销商	-	-	-	-
	合计	41	7.82%	5,777.71	68.84%
2024年	终端客户	35	7.25%	3,016.54	63.68%
	贸易商	9	6.77%	1,546.92	76.85%
	经销商	1	50.00%	262.62	99.21%
	合计	45	7.28%	4,826.08	68.80%
2023年	终端客户	32	8.12%	1,699.05	53.78%
	贸易商	10	8.33%	638.02	90.69%
	经销商	2	100.00%	104.41	100.00%
	合计	44	8.53%	2,441.48	61.54%

报告期各期，申报会计师针对新客户整体函证比例约 60%。

(3) 细节测试

报告期各期，新客户按照境内外分层的细节测试情况如下：

单位：万元、家

期间	销售规模分层	细节测试客户数量	细节测试客户数量占该层级比例	细节测试金额	细节测试金额占该层级主营业务收入比例
2025年	境内销售	32	8.23%	4,391.40	69.98%
	境外销售	15	11.11%	761.24	35.94%
	合计	47	8.97%	5,152.65	61.39%
2024年	境内销售	30	6.33%	3,620.34	63.34%
	境外销售	10	6.94%	954.11	73.45%
	合计	40	6.47%	4,574.46	65.21%
2023年	境内销售	39	9.31%	2,130.77	66.51%
	境外销售	10	10.31%	686.54	89.92%
	合计	49	9.50%	2,817.31	71.01%

报告期各期，新客户按照客户类型分层的细节测试情况如下：

单位：万元、家

期间	销售规模分层	细节测试客户数量	细节测试客户数量占该层级比例	细节测试金额	细节测试金额占该层级比例
2025年	终端客户	38	8.66%	4,442.80	60.57%
	贸易商	9	10.59%	709.85	67.09%
	经销商	-	-	-	-
	合计	47	8.97%	5,152.65	61.39%
2024年	终端客户	28	5.80%	2,774.55	58.57%
	贸易商	11	8.27%	1,537.29	76.37%
	经销商	1	50.00%	262.62	99.21%
	合计	40	6.47%	4,574.46	65.21%
2023年	终端客户	24	6.09%	2,310.10	73.12%
	贸易商	23	19.17%	402.80	57.25%
	经销商	2	100.00%	104.41	100.00%
	合计	49	9.50%	2,817.31	71.01%

报告期各期，申报会计师针对新客户的细节测试比例均已超过 60%。

3、异常客户

(1) 走访程序

报告期各期，异常客户按照客户类型分层的走访情况如下：

单位：万元、家

期间	销售规模 分层	客户数量	主营业务收入 金额	走访客户 数量	走访客户 数量占该 层级比例	走访金额	走访金额 占该层级 比例
2025年	境内销售	223	10,288.87	58	26.01%	8,743.06	84.98%
	境外销售	136	3,700.15	13	9.56%	2,461.68	66.53%
	合计	359	13,989.02	71	19.78%	11,204.74	80.10%
2024年	境内销售	167	7,508.47	38	22.75%	6,142.68	81.81%
	境外销售	60	705.69	2	3.33%	372.54	52.79%
	合计	227	8,214.16	40	17.62%	6,515.23	79.32%
2023年	境内销售	154	6,701.10	36	23.38%	4,989.35	74.46%
	境外销售	33	336.73	1	3.03%	264.48	78.54%
	合计	187	7,037.83	37	19.79%	5,253.83	74.65%

报告期各期，异常客户按照客户类型分层的走访情况如下：

单位：万元、家

期间	销售规模 分层	客户数量	主营业务收入 金额	走访客户 数量	走访客户 数量占该 层级比例	走访金额	走访金额 占该层级 比例
2025年	终端客户	300	10,496.49	53	17.67%	8,186.79	78.00%
	贸易商	58	2,562.87	17	29.31%	2,088.29	81.48%
	经销商	1	929.65	1	100.00%	929.65	100.00%
	合计	359	13,989.02	71	19.78%	11,204.74	80.10%
2024年	终端客户	185	4,624.40	24	12.97%	3,215.80	69.54%
	贸易商	39	2,498.69	13	33.33%	2,208.35	88.38%
	经销商	3	1,091.07	3	100.00%	1,091.07	100.00%
	合计	227	8,214.16	40	17.62%	6,515.23	79.32%
2023年	终端客户	152	3,905.23	27	17.76%	2,488.34	63.72%
	贸易商	33	2,449.97	8	24.24%	2,082.85	85.02%
	经销商	2	682.64	2	100.00%	682.64	100.00%
	合计	187	7,037.83	37	19.79%	5,253.83	74.65%

报告期各期，申报会计师针对已识别异常客户的走访比例均已超过70%。

(2) 函证程序

报告期各期，异常客户按照境内外分层的函证情况如下：

单位：万元、家

期间	销售规模分层	函证数量	函证数量占该层级客户数量比例	函证金额	函证金额占该层级主营业务收入的比例
2025年	境内销售	54	24.22%	8,668.31	84.25%
	境外销售	13	9.56%	2,805.16	75.81%
	合计	67	18.66%	11,473.47	82.02%
2024年	境内销售	37	22.16%	6,457.35	86.00%
	境外销售	3	5.00%	496.83	70.40%
	合计	40	17.62%	6,954.18	84.66%
2023年	境内销售	37	24.03%	5,734.60	85.58%
	境外销售	1	3.03%	264.48	78.54%
	合计	38	20.32%	5,999.08	85.24%

报告期各期，异常客户按照客户类型分层的函证情况如下：

单位：万元、家

期间	销售规模分层	函证客户数量	函证客户数量占该层级比例	函证金额	函证金额占该层级比例
2025年	终端客户	53	17.67%	8,335.68	79.41%
	贸易商	13	22.41%	2,208.14	86.16%
	经销商	1	100.00%	929.65	100.00%
	合计	67	18.66%	11,473.47	82.02%
2024年	终端客户	25	13.51%	3,668.23	79.32%
	贸易商	12	30.77%	2,194.88	87.84%
	经销商	3	100.00%	1,091.07	100.00%
	合计	40	17.62%	6,954.18	84.66%
2023年	终端客户	27	17.76%	2,936.47	75.19%
	贸易商	9	27.27%	2,379.97	97.14%
	经销商	2	100.00%	682.64	100.00%
	合计	38	20.32%	5,999.08	85.24%

报告期各期，申报会计师针对已识别异常客户的发函比例均已超过 80%。

(3) 细节测试

报告期各期，境内外异常客户细节测试情况如下：

单位：万元、家

期间	销售规模分层	细节测试客户数量	细节测试客户数量占该层级比例	细节测试金额	细节测试金额占该层级主营业务收入比例
2025年	境内销售	57	25.56%	7,420.33	72.12%
	境外销售	20	14.71%	2,728.70	73.75%
	合计	77	21.45%	10,149.03	72.55%
2024年	境内销售	38	22.75%	5,838.56	77.76%
	境外销售	5	8.33%	477.43	67.65%
	合计	43	18.94%	6,315.98	76.89%
2023年	境内销售	47	30.52%	5,290.46	78.95%
	境外销售	3	9.09%	467.88	138.95%
	合计	50	26.74%	5,758.33	81.82%

报告期各期，异常客户按照客户类型进一步分层的细节测试情况如下：

单位：万元、家

期间	销售规模分层	细节测试客户数量	细节测试客户数量占该层级比例	细节测试金额	细节测试金额占该层级比例
2025年	终端客户	59	19.67%	7,512.43	71.57%
	贸易商	17	29.31%	1,706.94	66.60%
	经销商	1	100.00%	929.65	100.00%
	合计	77	21.45%	10,149.03	72.55%
2024年	终端客户	28	15.14%	3,181.84	68.81%
	贸易商	12	30.77%	2,043.07	81.77%
	经销商	3	100.00%	1,091.07	100.00%
	合计	43	18.94%	6,315.98	76.89%
2023年	终端客户	33	21.71%	2,808.79	71.92%
	贸易商	15	45.45%	2,266.90	92.53%
	经销商	2	100.00%	682.64	100.00%
	合计	50	26.74%	5,758.33	81.82%

报告期各期，申报会计师针对已识别异常客户的细节测试比例均已超过 70%。

(二) 说明目前核查程序及比例是否能支撑核查结论, 对 100 万元以下客户、新客户、异常客户的收入真实性发表明确意见

1、核查程序比例情况

(1) 走访程序

针对 100 万元以下客户, 各期走访程序覆盖主营业务收入金额比例分别为 40.82%、44.88%和 45.41%;

针对新客户, 各期走访程序覆盖主营业务收入金额比例分别为 63.58%、67.13%和 67.90%;

针对异常客户, 各期走访程序覆盖主营业务收入金额比例分别为 74.65%、79.32%和 80.10%。

(2) 函证程序

针对 100 万元以下客户, 各期函证金额覆盖主营业务收入比例分别为 34.31%、35.09%和 36.16%;

针对新客户, 各期函证金额覆盖主营业务收入比例分别为 61.54%、68.80%和 68.84%;

针对异常客户, 各期函证金额覆盖主营业务收入比例分别为 85.24%、84.66%和 82.02%。

(3) 细节测试

针对 100 万元以下客户, 各期细节测试比例分别为 39.78%、36.54%和 36.59%;

针对新客户, 各期细节测试比例分别为 71.01%、65.21%和 61.39%;

针对异常客户, 各期细节测试比例分别为 81.82%、76.89%和 72.55%。

2、核查结论

经核查, 申报会计师认为:

发行人对 100 万元以下客户、新客户、异常客户的收入核查充分, 主要异常客户的原因具有合理性, 能够有效支撑得出发行人销售收入真实、准确、完整的结论。

三、进一步说明各期对客户实地走访的具体情况, 包括走访对象的选取方式、人员分工及安排、走访关注事项、访谈对象及职位、走访地点是否为客户实际经营场所、客户经营情况是否与其向发行人的采购规模匹配等, 走访过程

是否发现异常情形以及核查结论；逐一说明各期对部分客户采取视频访谈的具体原因，视频访谈过程中对访谈对象的身份核实情况、视频访谈内容，实地走访是否存在障碍。

(一) 进一步说明各期对客户实地走访的具体情况，包括走访对象的选取方式、人员分工及安排、走访关注事项、访谈对象及职位、走访地点是否为客户实际经营场所、客户经营情况是否与其向发行人的采购规模匹配等，走访过程是否发现异常情形以及核查结论

1、报告期内客户走访的总体情况

报告期内，申报会计师对发行人客户执行走访的情况如下：

单位：万元、家

项目	2025 年	2024 年	2023 年
主营业务收入 (A)	115,494.04	92,607.72	84,355.95
客户访谈覆盖总金额 (B)	96,974.12	77,033.57	68,156.68
客户访谈覆盖家数	417	377	321
客户访谈覆盖金额比例 (C=B/A)	83.96%	83.18%	80.80%
走访过程中异常情形情况	无	无	无
视频访谈覆盖金额	961.01	933.22	1,289.32
视频访谈家数	14	12	12

2、走访对象的选取方式

申报会计师根据发行人对客户销售规模的大小以及重要性原则，并综合参考客户区域、销售类型等因素确定走访对象，具体如下：

①按照销售收入金额大小排序抽取走访样本，选取排名靠前、金额较大的客户，累计选取样本覆盖收入金额达到各期主营业务收入的 80% 以上；

②针对 100 万以下的小客户，提升走访覆盖比例并进一步补充样本，保证该类客户各期的走访金额比例不低于 40%；

③针对各期新客户，提升走访覆盖比例并进一步补充样本，保证该类客户各期的走访金额比例不低于 60%；

④根据对异常情形的识别，对重点关注的异常客户提升走访覆盖比例并进一步补充样本，保证该类客户各期的走访金额比例不低于 70%。

3、人员分工及安排

参加客户走访的项目成员由各中介机构人员组成，具体名单如下：

中介机构	走访人员
东吴证券股份有限公司	周添、孙骏可、成倩、吴尧、龚睿心、杨磊、卞睿、朱一芯、钟巧、夏秀春等
立信会计师事务所（特殊普通合伙）	俞伟英、郑益安、陈杰、程通、谢雨卿、盛宇杰、张思远、辛司雨、罗嘉瑶等

4、走访关注事项

访谈项目	访谈关注事项
访谈对象及被访谈人的基本情况	(1) 被访谈人身份证明、职位；(2) 访谈对象的营业执照及工商信息，访谈对象主营业务、主要客户、市场区域、销售规模及人员规模等信息；(3) 访谈对象及访谈对象的关联方与发行人及发行人关联方是否存在关联关系或潜在关联关系。
访谈对象与发行人交易情况	(1) 访谈对象与发行人合作历史，从发行人处采购产品的内容及用途、发行人产品采购额的占比、是否按需采购等；(2) 访谈对象与发行人交易的合同签订及履行情况，如合同签订形式、合同约定的账期情况、是否存在超期付款等；(3) 访谈对象与发行人的定价方式；(4) 访谈对象的付款情况，包括结算方式、信用期限及变动、款项逾期情况，同时关注是否存在第三方回款的事项；(5) 定期对账情况；(6) 发行人与访谈对象开展业务的合规性，是否存在商业贿赂，双方是否存在法律诉讼或其他纠纷情况等；(7) 报告期内访谈对象与发行人交易变动的原因及未来合作预期。
特殊关注事项	(1) 针对访谈对象为非终端客户的情况，关注访谈对象发行人产品的期后销售情况，包括报告期各期末对发行人产品的库存数量、25年期末库存的消耗情况、各期末库存消耗速度是否稳定等；(2) 是否存在访谈对象既是发行人客户同时又是供应商的情况。

5、访谈对象及职位

报告期内，发行人客户的被访谈人均为了了解发行人与发行人客户交易往来情况的相关人员，其职位包括公司股东、总经理、副总经理、执行董事、采购经理、财务总监等。

6、走访地点是否为客户实际经营场所

报告期内，申报会计师在实地走访发行人客户时，会核实现场是否存在有公司 LOGO 的建筑；同时，针对终端客户，如访谈对象允许，申报会计师在实地访谈时会对访谈对象的生产车间进行参观；针对非终端客户，如访谈对象允许，申报会计师在实地访谈时会对访谈对象的仓库进行参观。

经核查,走访地点存在少部分非客户实际经营场所的情况,其具体情况如下:

走访客户名称	走访地点	非客户实际经营场所原因
百得(苏州)电动工具有限公司	苏州金鸡湖大酒店(2025史丹利百得(苏州)供应商答谢宴)	该公司所属集团——史丹利百得集团系世界五百强企业,其中国地区采购负责人日常办公地点位于广东地区。百得(苏州)电动工具有限公司作为集团下属企业,不具备采购决策权。 本次访谈的合格受访对象为史丹利百得集团中国地区采购负责人。该负责人因日常工作繁忙,此前发行人与项目组多次约访均未能成行。适逢史丹利百得(苏州)供应商答谢宴在苏州金鸡湖大酒店举办,该负责人作为主办方代表出席活动现场,并与多家供应商进行交流,项目组遂借此机会对其进行了访谈。 项目组通过该集团微信公众号核实,确认受访当日确系在苏州金鸡湖大酒店举办供应商答谢宴,相关信息有公开文章可查。项目组现场查看了酒店会场布置情况,对受访人员身份信息进行了核实。

7、客户经营情况是否与其向发行人的采购规模匹配

报告期内,申报会计师在针对发行人客户的访谈中,询问了其报告期各年度的经营规模情况;针对部分经销商、贸易商,申报会计师获取了其企业所得税申报表、进销存等资料;针对终端客户,如访谈对象允许,申报会计师在实地访谈时会对访谈对象的生产车间进行参观;针对非终端客户,如访谈对象允许,申报会计师在实地访谈时会对访谈对象的仓库进行参观。

经核查,发行人客户经营情况与其向发行人的采购规模均匹配。

8、核查结论

经核查,申报会计师在走访过程未发现异常情形,公司的收入具有真实性。

(二) 逐一说明各期对部分客户采取视频访谈的具体原因,视频访谈过程中对访谈对象的身份核实情况、视频访谈内容,实地走访是否存在障碍

报告期内,申报会计师对部分客户采取了视频访谈,主要系政策与签证限制,以及部分客户配合意愿较低所致,具体情况如下:

单位:家、万元

地区	项目	2025年收入	2024年收入	2023年收入	原因
印度	家数	6	4	4	由于印度国土面积较大、客户分布较广,且客户整体交易规模较小,因此对部分印度客户采用视频走访替代。
	收入金额	195.01	102.74	69.51	
中国台湾	家数	6	6	5	由于政策与出入境审批限制、中国台湾对大陆人员入境的管控严格,因此采用视频访谈进行替代。
	收入金额	629.49	628.64	482.20	

墨西哥	家数	1	1	1	客户与发行人交易规模较小，且不存在异常交易的情形；同时客户对实地走访配合意愿较低，且墨西哥地区签证审批较为严格，因此采用视频走访替代。
	收入金额	114.62	165.61	128.72	
土耳其	家数	1	1	1	受中东地区地缘政治局势紧张、区域安全风险上升影响，土耳其地区小客户采取视频走访进行替代。
	收入金额	21.89	36.23	65.04	
境内	家数	-	-	1	2023年后，发行人与客户不再进行合作，客户拒绝实地访谈。
	收入金额	-	-	543.83	
合计家数		14	12	12	
合计金额		961.01	933.22	1,289.32	
占主营业务收入比例		0.83%	1.01%	1.53%	

视频访谈过程中对访谈对象的身份进行核实，要求访谈对象在其任职公司办公场所、经营场地内接受访谈，镜头全方位展示办公环境，重点拍摄公司门头、LOGO等标志性标识，并要求访谈对象出示本人有效身份证/名片/工作证件等。

视频访谈内容与实地访谈内容一致，主要针对受访客户与发行人交易真实性、准确性进行核查，主要了解客户的经营情况，与发行人的合作情况、业务模式、结算方式、信用政策等信息、客户与发行人关联关系情况等。

视频走访全程完整录屏、录音，画面包含访谈双方、身份核验全过程、办公场景，并获取受访人签字确认的访谈记录、被访谈单位的营业执照复印件、受访人的身份证/名片/工作证件等。

四、逐一系列示各期客户发函收件地址或联系人与回函寄件地址或联系人不一致的具体情况，包括客户名称、交易金额、发函地址、收件联系人、回函地址、回函联系人、回函金额、地址或联系人不一致的原因及核实方式，对前述情形涉及客户的交易真实性发表明确核查意见。

（一）逐一系列示客户发函收件地址或联系人与回函寄件地址或联系人不一致的具体情况，包括客户名称、交易金额、发函地址、收件联系人、回函地址、回函联系人、回函金额、地址或联系人不一致的原因及核实方式

报告期内，公司客户发函收件地址或联系人与回函寄件地址或联系人不一致的情况合计 143 家，申报会计师对其中 139 家客户发函收件地址或联系人与回函寄件地址或联系人不一致的信息予以确认，不存在异常情况。其中，4 家客户未

能予以核实，分别为东莞市金和切削科技有限公司、东莞市丁特精密制造有限公司、西佑精密刀具（浙江）有限公司和京瓷精密工具（珠海）有限公司上海分公司，未能予以核实的原因主要是由于客户拖欠货款和客户撤销分公司，但申报会计师通过检查法院文书、检查期后回款等方式，确认上述 4 家客户已全部回款，销售具有真实性。

报告期内，公司客户函证中回函人员不一致主要系客户通过集团内部其他人员（包括股东，负责收发函证的员工，财务等）回函，回函地址不一致主要系客户通过集团其他办公地址等（包括厂房、同一控制下其他公司地址等）回函，相关发函、回函结果有效。具体详见附件一。

（二）对上述客户发函收件地址或联系人与回函寄件地址或联系人不一致的情况，保荐机构和申报会计师采取了如下核查程序：

对上述客户发函收件地址或联系人与回函寄件地址或联系人不一致的情况，申报会计师采取了如下核查程序：

1、通过纸质寄回或者电子邮件回复取得客户确认函，核实发函收件联系人与回函寄件联系人均为客户员工或者委托的快递人员等，相关发函、回函结果有效；发函收件地址与回函寄件地址均系客户相关工作地点，相关发函、回函结果有效。

2、对于未回传确认函的客户，通过电话联系寄件人核实寄件人身份、寄件地址的真实性并录音或者通过第三方网站查询回函人身份。

经核查，上述发函收件地址或联系人与回函寄件地址或联系人不一致的情形涉及的客户交易情况真实。

五、说明各期收入/应收账款回函不符但调节相符的金额及比例，按照客户名称、函证项目、发函及回函金额、发货时点、收入确认时点、开票时点、客户入账时点逐项列示收入/应收账款回函不符事项，回函不符的调节过程、调节依据；说明对各期末回函或回函不符客户采取的替代测试程序，说明替代测试开展的完整性、有效性。

（一）说明各期收入/应收账款回函不符但调节相符的金额及比例，按照客户名称、函证项目、发函及回函金额、发货时点、收入确认时点、开票时点、客户入账时点逐项列示收入/应收账款回函不符事项，回函不符的调节过程、调

节依据

1、回函不符主要原因

针对回函不符的客户函证，申报会计师实施了进一步核查程序，包括但不限于向公司财务人员、销售人员了解相关回函差异形成的原因，与客户进一步对账以获取客户回函金额对应的明细，并获取公司编制的函证不符调节表进行复核，核实调节表的信息与账面信息是否一致，获取证据以查验差异金额及原因是否合理；获取并检查了回函不符事项对应的销售合同/订单、销售出库单、签收单、报关单等单据；通过查验佐证单据，确认上述回函差异不影响营业收入的，无需进行收入调整；存在需要调整的，根据签收单或报关单等收入确认单据进行调整。

经核查，报告期内客户回函不符主要原因包括：

（1）时间差异：公司内销收入根据合同约定将产品运送至客户指定地点，经客户签收即确认合格，商品的控制权和所有权已经转移，已收取货款或取得收款权力且相关的经济利益很可能流入时确认收入。外销收入根据合同约定办理出口报关手续或将产品运送到指定地点或港口后，取得了收款权力且相关的经济利益很可能流入时确认收入。而客户存在以发票入账或办理入库手续时点作为采购入账依据的情形，使得客户核算的采购金额与公司核算的销售金额不一致。

（2）尾数差异：客户对回函数字计算存在尾差。

（3）其他差异：三一金票、双方对销售扣款、现金折扣账务处理时间存在差异等。报告期内，三一集团主要通过其签发的数字债权凭证（即“三一金票”）与发行人进行结算，按照财政部和证监会有关规定，“三一金票”应在应收账款列报，因此，公司持有“三一金票”均列报为应收账款，导致了发行人和三一集团下属公司应收账款函证不符差异较大。

2、按照客户名称、函证项目、发函及回函金额、发货时点、收入确认时点、开票时点、客户入账时点逐项列示收入/应收账款回函不符事项

(1) 2025 年

单位：万元

序号	客户名称	币种	函证项目	发函金额	回函金额	不符差异金额	披露不符原因	发货时点	收入确认时点	开票时点	客户入账时点
1	湖南三一泵路机械有限公司	CNY	应收账款	1,033.72	1,019.46	14.26	时间差异	2025 年 12 月	2025 年 12 月	2026 年 2 月	2026 年
			营业收入	1,852.08	1,839.46	12.62	时间差异	2025 年 12 月	2025 年 12 月	2026 年 2 月	2026 年
2	广东日信高精密科技股份有限公司	CNY	应收账款	377.85	377.35	0.50	时间差异	2025 年 12 月	2025 年 12 月	2026 年 2 月	2026 年
			营业收入	786.65	790.82	0.44	时间差异	2025 年 12 月	2025 年 12 月	2026 年 2 月	2026 年
						-4.62	其他差异				
3	雅安恒成精密刀具有限公司	CNY	应收账款	376.88	376.73	0.15	时间差异	2025 年 12 月	2025 年 12 月	2026 年 2 月	2026 年
						<0.01	尾数差异				
			营业收入	986.36	985.96	0.13	时间差异	2025 年 12 月	2025 年 12 月	2026 年 2 月	2026 年
4	昆山高伟精密工具有限公司	CNY	应收账款	344.06	343.12	0.94	时间差异	2025 年 12 月	2025 年 12 月	2026 年 1 月	2026 年
			营业收入	758.26	764.65	-7.23	其他差异				
						0.83	时间差异	2025 年 12 月	2025 年 12 月	2026 年 1 月	2026 年
5	山特维克工具制造(廊坊)有限公司	CNY	应收账款	312.81	242.77	65.36	时间差异	2025 年 12 月	2025 年 12 月	2026 年 1 月	2026 年
						4.69	时间差异	2025 年 12 月	2025 年 12 月	2025 年 12 月	2026 年
						-0.01	其他差异				
			营业收入	3,143.62	3,124.04	15.43	其他差异				
					4.15	时间差异	2025 年 12 月	2025 年 12 月	2025 年 12 月	2026 年	

6	捷可勃斯夹头制造 (苏州)有限公司	CNY	应收账款	167.20	167.20	<0.01	尾数差异				
			营业收入	330.46	330.46	<0.01	尾数差异				
7	上海钰工工具有限公司	CNY	应收账款	39.68	-	39.68	时间差异	2025年12月	2025年12月	2026年1月	2026年
			营业收入	670.70	667.94	2.76	其他差异				
8	贵州捷盛钻具股份有限公司	CNY	营业收入	215.96	215.96	<0.01	尾数差异				
9	广东鑫信智能装备有限公司	CNY	应收账款	231.71	229.65	2.06	其他差异				
			营业收入	397.35	395.53	1.82	其他差异				
10	盘起工业(大连)有限公司	CNY	应收账款	68.89	66.11	2.76	时间差异	2025年12月	2025年12月	2026年1月以及2月	2026年
						0.02	其他差异				
			营业收入	240.02	237.58	2.44	时间差异	2025年12月	2025年12月	2026年1月以及2月	2026年
11	无锡飞展模具制造有限公司	CNY	应收账款	68.67	48.17	<0.01	其他差异				
						<0.01	尾数差异				
						20.51	时间差异	2025年12月	2025年12月	2026年2月	2026年
			营业收入	215.45	197.30	18.15	时间差异	2025年12月	2025年12月	2026年2月	2026年
12	大连富士工具有限公司	CNY	应收账款	62.70	58.68	3.25	时间差异	2025年12月	2025年12月	2026年1月	2026年
						0.77	其他差异				
			营业收入	182.49	179.61	2.88	时间差异	2025年12月	2025年12月	2026年1月	2026年
13	无锡微研有限公司	CNY	应收账款	57.25	54.81	2.32	时间差异	2025年12月	2025年12月	2026年1月	2026年
						0.12	其他差异				
						2.06	时间差异	2025年12月	2025年12月	2026年1月	2026年
			营业收入	131.49	131.40	-1.97	时间差异	2024年12月	2024年12月	2025年1月	2025年
					<0.01	尾数差异					
14	DR GUHRING	USD	应收账款	21.29	38.14	-16.86	时间差异	2026年1月	2026年2月	2026年2月	2025年

			营业收入	87.21	72.91	31.16	时间差异	2025年1月	2025年1月	2025年2月	2024年
						-16.86	时间差异	2026年1月	2026年2月	2026年2月	2025年
15	SECO TOOLS	EUR	应收账款	6.97	6.92	0.05	时间差异	2025年12月	2025年12月	2025年12月	2026年
			营业收入	72.06	72.03	<0.01	尾数差异				
						-0.26	其他差异				
						0.24	时间差异	2024年12月	2025年1月	2025年1月	2024年
						0.05	时间差异	2025年12月	2025年12月	2025年12月	2026年
16	HUFSCHMIED ZERSPANUNGSSYS TEME GMBH HUFSCHMIED	EUR	应收账款	3.18	13.49	-10.31	时间差异	2025年12月	2026年1月	2026年2月	2025年
			营业收入	23.25	33.56	<0.01	尾数差异				
						-10.31	时间差异	2025年12月	2026年1月	2026年2月	2025年
						<0.01	尾数差异				
17	CARBON CUTTING TOOLS ENDUSTRIYEL LIMITED SIRKETI	USD	应收账款	0.14	0.12	0.02	其他差异				
18	TTI PARTNERS SPC ACTING FOR THE ACCOUNT OF MPUSD SP	USD	应收账款	61.65	52.77	0.68	其他差异				
						<0.01	尾数差异				
						8.20	时间差异	2025年12月	2025年12月	2025年12月	2026年
			营业收入	233.12	225.33	8.20	时间差异	2025年12月	2025年12月	2025年12月	2026年
						-20.96	时间差异	2024年12月	2024年12月	2024年12月	2025年
						20.55	其他差异				
<0.01	尾数差异										
19	江苏科达利精密工业 有限公司	CNY	应收账款	17.17	16.33	0.84	其他差异				
			营业收入	55.31	55.29	0.02	其他差异				
20	DONG SHIN	CNY	应收账款	53.37	52.90	-0.17	时间差异	2026年1月	2026年1月	2026年1月	2025年

	HI-TECH		营业收入	395.82	393.27	0.64	其他差异				
						0.64	其他差异				
						<0.01	尾数差异				
						2.09	时间差异	2024年12月	2025年1月	2025年1月	2024年
						-0.17	时间差异	2026年1月	2026年1月	2026年1月	2025年
21	Forbes Precision	USD	应收账款	20.33	13.97	5.14	时间差异	2025年12月	2025年12月	2025年12月	2026年
						1.22	其他差异				
						<0.01	尾数差异				
			营业收入	37.07	31.11	5.79	时间差异	2025年12月	2025年12月	2025年12月	2026年
						0.29	时间差异	2024年12月	2025年1月	2025年1月	2024年
						-0.11	时间差异	2024年12月	2024年12月	2024年12月	2025年
22	郑州市钻石精密制造有限公司	CNY	应收账款	114.33	105.39	8.94	时间差异	2025年12月	2025年12月	2026年1月	2026年
			营业收入	195.30	187.39	7.92	时间差异	2025年12月	2025年12月	2026年1月	2026年

(2) 2024年

单位：万元

序号	客户名称	币种	函证项目	发函金额	回函金额	不符差异金额	披露不符原因	发货时点	收入确认时点	开票时点	客户入账时点
1	株洲华锐精密工具股份有限公司	CNY	销售收入	3,411.33	3,472.97	-77.04	时间差异	2023年12月	2023年12月	2024年1月	2024年
						15.40	其他差异				
						-0.00	尾数差异				
2	上海三一重机股份有限公司	CNY	应收账款	3,953.39	429.79	2,869.06	其他差异				
						66.02	时间差异	2024年8、11、12月	2024年8、11、12月	2024年12月	2025年

序号	客户名称	币种	函证项目	发函金额	回函金额	不符差异金额	披露不符原因	发货时点	收入确认时点	开票时点	客户入账时点
						588.52	时间差异	2024年3-4、6-12月	2024年3-4、6-12月	2025年1月	2025年
			销售收入	3,238.50	2,659.26	58.42	时间差异	2024年8、11、12月	2024年8、11、12月	2024年12月	2025年
						520.82	时间差异	2024年3-4、6-12月	2024年3-4、6-12月	2025年1月	2025年
3	广东日信精密科技股份有限公司	CNY	应收账款	473.83	468.47	5.36	其他差异				
			销售收入	749.26	732.93	16.33	其他差异				
4	雅安恒成精密刀具有限公司	CNY	应收账款	238.89	239.18	-0.30	其他差异				
			销售收入	583.63	585.96	56.45	时间差异	2024年11、12月	2024年12月	2025年1月	2025年
						-58.78	时间差异	2023年11、12月	2023年12月	2024年1、2月	2024年
						<0.01	尾数差异				
5	三一汽车制造有限公司	CNY	应收账款	848.07	73.49	651.65	其他差异				
			销售收入	858.51	749.73	122.92	时间差异	2024年11、12月	2024年11、12月	2025年1月	2025年
						108.78	时间差异	2024年11、12月	2024年11、12月	2025年1月	2025年
6	昆山君亮精密刀具有限公司	CNY	应收账款	191.23	127.73	63.50	时间差异	2024年12月	2024年12月	2025年1月	2025年
			销售收入	201.02	145.58	56.20	时间差异	2024年12月	2024年12月	2025年1月	2025年
						-0.76	时间差异	2023年11、12月	2023年11、12月	2024年1月	2024年
						<0.01	尾数差异				
7	昆山高伟精密工具有限公司	CNY	应收账款	100.28	100.30	-0.02	其他差异				
			销售收入	424.53	424.54	-0.02	其他差异				
8	捷可勃斯夹头制造(苏州)有限公司	CNY	应收账款	95.26	95.26	<0.01	尾数差异				
			销售收入	279.44	274.79	-7.75	时间差异	2023年12月	2023年12月	2024年1月	2024年
						12.41	时间差异	2024年12月	2024年12月	2025年1月	2025年
						<0.01	尾数差异				

序号	客户名称	币种	函证项目	发函金额	回函金额	不符差异金额	披露不符原因	发货时点	收入确认时点	开票时点	客户入账时点
9	郑州市钻石精密制造有限公司	CNY	应收账款	60.82	56.92	3.89	时间差异	2024年12月	2024年12月	2025年1月	2025年
			销售收入	121.18	117.74	3.44	时间差异	2024年12月	2024年12月	2025年1月	2025年
10	贵州捷盛钻具股份有限公司	CNY	应收账款	23.17	23.17	<0.01	尾数差异				
			销售收入	225.07	225.07	<0.01	尾数差异				
11	山特维克工具制造（廊坊）有限公司	CNY	应收账款	176.84	132.18	44.66	时间差异	2024年12月	2024年12月	2025年1月	2025年
			销售收入	3,514.69	3,735.96	-260.87	时间差异	2023年12月	2023年12月	2024年1月	2024年
						39.52	时间差异	2024年12月	2024年12月	2025年1月	2025年
						0.08	其他差异				
<0.01	尾数差异										
12	锐智锋驰切削科技（苏州）有限公司	CNY	应收账款	47.08	42.45	4.63	时间差异	2024年12月	2024年12月	2025年1月	2025年
			销售收入	220.43	233.07	-12.56	其他差异				
						-4.17	时间差异	2023年12月	2023年12月	2024年1月	2024年
						4.09	时间差异	2024年12月	2024年12月	2025年1月	2025年
<0.01	尾数差异										
13	TTI PARTNERS SPC ACTING FOR THE ACCOUNT OF MPUSD SP	USD	应收账款	76.16	68.56	20.96	时间差异	2024年12月	2024年12月	2024年12月	2025年
						-13.35	其他差异				
						<0.01	尾数差异				
			销售收入	277.42	289.18	20.96	时间差异	2024年12月	2024年12月	2024年12月	2025年
						-13.44	时间差异	2023年12月	2023年12月	2023年12月	2024年
						-19.28	其他差异				
<0.01	尾数差异										
14	GSE MATERIALS B.V.	USD	销售收入	497.53	492.80	4.73	其他差异				

序号	客户名称	币种	函证项目	发函金额	回函金额	不符差异金额	披露不符原因	发货时点	收入确认时点	开票时点	客户入账时点
						<0.01	尾数差异				
15	SECO TOOLS B.V.	EUR	应收账款	10.22	10.46	-0.24	时间差异	2024年12月	2025年1月	2025年1月	2024年
			销售收入	64.80	58.15	-0.24	时间差异	2024年12月	2025年1月	2025年1月	2024年
						6.89	时间差异	2023年12月	2024年1月	2025年1月	2023年
16	DONG SHIN HI-TECH	CNY	应收账款	31.29	33.38	-2.09	时间差异	2024年12月	2025年1月	2025年1月	2024年
			销售收入	355.56	357.64	-2.09	时间差异	2024年12月	2025年1月	2025年1月	2024年
						<0.01	尾数差异				
17	MAPAL PRECISION TOOL SYSTEMS CO., LTD.	EUR	应收账款	3.86	4.09	-0.26	时间差异	2024年12月	2025年1月	2025年1月	2024年
						0.03	其他差异				
						<0.01	尾数差异				
			销售收入	19.16	17.63	1.76	时间差异	2023年12月	2024年1月	2024年1月	2023年
						-0.26	时间差异	2024年12月	2025年1月	2025年1月	2024年
						0.03	其他差异				
						<0.01	尾数差异				
18	WOLF PRECISION TOOLS INDIA PVT. LTD.	USD	应收账款	2.32	2.74	-0.42	其他差异				
			销售收入	21.35	19.17	2.06	时间差异	2023年12月	2024年1月	2025年1月	2023年
						0.11	其他差异				
19	无锡飞展模具制造有限公司	CNY	应收账款	167.26	151.04	16.23	时间差异	2024年12月	2024年12月	2025年1月	2025年
			销售收入	323.81	309.45	14.36	时间差异	2024年12月	2024年12月	2025年1月	2025年
20	无锡微研股份有限公司	CNY	应收账款	100.30	97.69	0.39	其他差异				
						2.22	时间差异	2024年12月	2024年12月	2025年1月	2025年

序号	客户名称	币种	函证项目	发函金额	回函金额	不符差异金额	披露不符原因	发货时点	收入确认时点	开票时点	客户入账时点
						<0.01	尾数差异				
			销售收入	113.51	111.54	1.97	时间差异	2024年12月	2024年12月	2025年1月	2025年
						<0.01	尾数差异				
21	江苏匠安精准模具有限公司	CNY	应收账款	26.12	22.79	3.34	时间差异	2024年12月	2024年12月	2025年1月	2025年
			销售收入	106.79	103.84	2.95	时间差异	2024年12月	2024年12月	2025年1月	2025年
22	大连盛世组合刀具辅具有限公司	CNY	应收账款	25.00	23.99	0.57	其他差异				
						0.45	时间差异	2024年12月	2024年12月	2025年1月	2025年
			销售收入	91.44	91.05	0.39	时间差异	2024年12月	2024年12月	2025年1月	2025年
23	江西安天高新材料股份有限公司	CNY	应收账款	19.78	19.21	0.57	时间差异	2024年12月	2024年12月	2025年1月	2025年
			销售收入	104.80	104.30	0.50	时间差异	2024年12月	2024年12月	2025年1月	2025年

(3) 2023年

单位：万元

序号	客户名称	货币	函证项目	发函金额	回函金额	不符差异金额	披露不符原因	发货时点	收入确认时点	开票时点	客户入账时点
1	上海三一重机股份有限公司	CNY	应收账款	3,392.66	932.52	111.78	时间差异	2023年8月至12月	2023年8月至12月	2023年12月	2024年
						1,926.52	其他差异				
						421.84	时间差异	2023年8月至12月	2023年8月至12月	2024年1月至5月	2024年
			销售收入	3,343.23	2,872.21	373.31	时间差异	2023年8月至12月	2023年8月至12月	2024年1月至5月	2024年
						-1.21	其他差异				
						98.92	时间差异	2023年8月至12月	2023年8月至12月	2023年12月	2024年
2	山特维克工具制造（廊坊）有限公司	CNY	应收账款	682.01	387.32	-0.10	其他差异				
						294.78	时间差异	2023年12月	2023年12月	2024年1月	2024年

			销售收入	3,350.65	3,190.20	-100.33	时间差异	2022年12月	2022年12月	2022年12月	2023年
						-0.08	其他差异				
						260.87	时间差异	2023年12月	2023年12月	2024年1月	2024年
3	百得（苏州）电动工具有限公司	CNY	应收账款	392.00	289.69	102.31	时间差异	2023年12月	2023年12月	2024年1月以及2月	2024年
			销售收入	841.34	848.40	90.54	时间差异	2023年12月	2023年12月	2024年1月以及2月	2024年
						-97.60	其他差异				
4	广东日信高精密科技股份有限公司	CNY	应收账款	247.35	261.61	-14.26	其他差异				
			销售收入	288.60	305.30	-16.70	时间差异	2024年1月	2024年1月	2024年1月	2023年
5	雅安恒成精密刀具有限公司	CNY	应收账款	107.99	66.50	38.25	时间差异	2023年11月12月	2023年12月	2024年1月	2024年
						3.24	其他差异				
			销售收入	1,497.06	1,463.21	33.85	时间差异	2023年11月12月	2023年12月	2024年1月	2024年
6	三一供应链科技（上海）有限公司	CNY	应收账款	89.15	-	89.15	其他差异				
7	捷可勃斯夹头制造（苏州）有限公司	CNY	应收账款	71.38	71.26	0.12	其他差异				
			销售收入	230.15	230.04	0.11	其他差异				
8	锐智锋驰切削科技（苏州）有限公司	CNY	应收账款	58.05	39.14	14.19	其他差异				
				-	-	4.72	时间差异	2023年12月	2023年12月	2024年1月	2024年
			销售收入	178.14	161.40	4.17	时间差异	2023年12月	2023年12月	2024年1月	2024年
				-	-	12.56	其他差异				
9	鑫鼎制刀（深圳）有限公司	CNY	应收账款	33.15	33.07	0.08	其他差异				
10	京瓷精密工具（珠海）有限公司上海分公司	CNY	应收账款	19.33	19.02	0.26	其他差异				
						0.06	时间差异	2023年12月	2023年12月	2024年1月	2024年
			销售收入	149.59	149.54	0.05	时间差异	2023年12月	2023年12月	2024年1月	2024年
11	THE ULTRA-MET COMPANY	USD	应收账款	86.61	98.45	-11.84	时间差异	2023年12月	2024年1月	2024年1月	2023年

						<0.01	尾数差异				
			销售收入	273.25	283.84	<0.01	尾数差异				
						1.24	时间差异	2023年1月	2023年1月	2023年1月	2022年
						-11.84	时间差异	2023年12月	2024年1月	2024年1月	2023年
12	TTI PARTNERS SPC ACTING FOR THE ACCOUNT OF MPUSD SP	USD	应收账款	61.07	40.51	13.44	时间差异	2023年12月	2023年12月	2023年12月	2024年
						7.12	其他差异				
						<0.01	尾数差异				
			销售收入	164.39	173.62	<0.01	尾数差异				
						13.44	时间差异	2023年12月	2023年12月	2023年12月	2024年
						-22.67	时间差异	2022年12月	2022年12月	2022年12月	2023年
13	ASIA CARBIDE CO.	USD	应收账款	51.90	52.05	-0.15	时间差异	2023年12月	2024年1月	2024年1月	2023年
			销售收入	175.94	176.08	-0.15	时间差异	2023年12月	2024年1月	2024年1月	2023年
14	TAIWAN GREEN POINT ENTERPRISES CO., LTD.	USD	应收账款	33.43	33.43	-	相符				
			销售收入	36.92	36.92	<0.01	其他差异				
15	TASK DE REPRESENTACAO IMPORTACAO E EXPORTACAO LTDA	USD	应收账款	28.06	28.06	-	相符				
			销售收入	68.15	68.28	-0.13	其他差异				
16	KARCAN KESICI TAKIM SAN. VE TIC. AS.	USD	应收账款	7.27	7.11	0.15	时间差异	2023年12月	2023年12月	2023年12月	2024年
						<0.01	尾数差异				
			销售收入	69.18	69.48	<0.01	尾数差异				
						-0.46	其他差异				
						0.15	时间差异	2023年12月	2023年12月	2023年12月	2024年
17	DONG SHIN HI-TECH	CNY	应收账款	36.64	36.64	-	相符				
			销售收入	370.97	370.22	0.75	其他差异				

18	SECO TOOLS B.V.	EUR	应收账款	1.41	8.30	-6.89	时间差异	2023年12月	2024年1月	2024年1月	2023年
			销售收入	43.56	47.58	2.86	时间差异	2022年12月	2023年1月	2023年1月	2022年
						-6.89	时间差异	2023年12月	2024年1月	2024年1月	2023年
19	MAPAL PRECISION TOOL SYSTEMS CO., LTD.	EUR	应收账款	0.98	2.74	-1.76	时间差异	2023年12月	2024年1月	2024年1月	2023年
			销售收入	17.30	18.50	-0.02	其他差异				
						0.58	时间差异	2022年12月	2023年1月	2023年1月	2022年
						-1.76	时间差异	2023年12月	2024年1月	2024年1月	2023年
20	AUGUST BECK GMBH & CO. KG	EUR	应收账款	0.56	1.23	0.22	时间差异	2023年12月	2023年12月	2023年12月	2024年
			销售收入	16.01	17.10	-0.89	时间差异	2023年12月	2024年1月	2024年1月	2023年
						<0.01	尾数差异				
						0.22	时间差异	2023年12月	2023年12月	2023年12月	2024年
						-0.42	其他差异				
-0.89	时间差异	2023年12月	2024年1月	2024年1月	2023年						
21	PT. SANTOSO TEKNINDO	CNY	应收账款	2.60	2.60	-	相符				
			销售收入	89.70	89.75	-0.04	其他差异				
22	无锡微研股份有限公司	CNY	应收账款	82.62	82.63	<0.01	尾数差异				
			销售收入	139.71	139.71	-	相符				
23	广东鑫信智能装备有限公司	CNY	应收账款	0.99	-	0.99	时间差异	2023年12月	2023年12月	2024年3月	2024年
			销售收入	129.30	128.43	0.87	时间差异	2023年12月	2023年12月	2024年3月	2024年
						<0.01	尾数差异				
24	大连盛世组合刀具辅具有限公司	CNY	应收账款	56.46	42.68	0.67	其他差异				
			销售收入	92.60	81.01	13.11	时间差异	2023年12月	2023年12月	2024年1月	2024年
						11.60	时间差异	2023年12月	2023年12月	2024年1月	2024年

25	舍弗勒（中国）有限公司	CNY	应收账款	88.98	79.51	9.48	时间差异	2023年12月	2023年12月	2024年1月以及2月	2024年
			销售收入	84.33	75.94	8.39	时间差异	2023年12月	2023年12月	2024年1月以及2月	2024年
26	江苏科达利精密工业有限公司	CNY	应收账款	25.17	22.27	2.90	其他差异				
			销售收入	61.81	73.08	-11.27	其他差异				
27	西安天高新材料股份有限公司	CNY	应收账款	17.97	12.32	3.39	时间差异	2023年11月	2023年11月	2023年12月	2024年
						2.26	时间差异	2023年12月	2023年12月	2024年1月	2024年
			销售收入	53.95	48.95	3.00	时间差异	2023年11月	2023年11月	2023年12月	2024年
						2.00	时间差异	2023年12月	2023年12月	2024年1月	2024年
28	江苏亚太轻合金科技股份有限公司	CNY	应收账款	8.06	5.11	1.87	时间差异	2023年11月12月	2023年11月12月	2023年12月	2024年
						1.07	时间差异	2023年12月	2023年12月	2024年2月	2024年
			销售收入	20.45	17.85	1.66	时间差异	2023年11月12月	2023年11月12月	2023年12月	2024年
						0.95	时间差异	2023年12月	2023年12月	2024年2月	2024年
29	三一汽车制造有限公司	CNY	应收账款	261.25	81.26	179.99	其他差异				

3、回函不符的调节过程、调节依据

报告期内，客户回函金额存在差异主要由于公司收入确认与客户采购确认的时点不同、回款入账时间差异、公司与客户对销售折让、手续费等入账时间不同、数字计算存在尾差等导致。对于回函不符的情形，申报会计师通过询问公司财务人员、销售人员，了解询证函回函差异的原因，并结合函证项目、发货时点、收入确认时点、开票时点、客户入账时点等信息分析函证不符的具体原因及不符事项构成，查阅差异事项对应的销售发票、签收单、报关单等相关资料，并对调节过程进行重算，确认上述回函差异不影响营业收入的，无需进行收入调整；需要进行差异调整的，根据签收单、报关单等收入确认单据调整。

(1) 2025 年

单位：万元

序号	客户名称	币种	函证项目	回函金额(收入为不含税)	被询证单位调整事项	其中：时间差异	尾数差异	其他差异	发行人调整事项	其中：时间差异	尾数差异	其他差异	调节后金额	公司账面金额	调节后是否存在差异
1	湖南三一泵路机械有限公司	CNY	应收账款	1,019.46	14.26	14.26	-	-	-	-	-	-	1,033.72	1,033.72	否
		CNY	营业收入	1,839.46	12.62	12.62	-	-	-	-	-	-	-	1,852.08	1,852.08
2	广东日信高精密科技股份有限公司	CNY	应收账款	377.35	0.50	0.50	-	-	-	-	-	-	377.85	377.85	否
		CNY	营业收入	790.82	-4.17	0.44	-	-4.62	-	-	-	-	-	786.65	786.65
3	雅安恒成精密刀具有限公司	CNY	应收账款	376.73	0.15	0.15	<0.01	-	-	-	-	-	376.88	376.88	否
		CNY	营业收入	985.96	0.39	0.13	-	0.26	-	-	-	-	-	986.36	986.36
4	昆山高伟精密工具有限公司	CNY	应收账款	343.12	0.94	0.94	-	-	-	-	-	-	344.06	344.06	否
		CNY	营业收入	764.65	-6.40	0.83	-	-7.23	-	-	-	-	-	758.26	758.26
5	山特维克工具制造(廊坊)有限公司	CNY	应收账款	242.77	70.04	70.05	-	-0.01	-	-	-	-	312.81	312.81	否
		CNY	营业收入	3,124.04	19.58	4.15	-	15.43	-	-	-	-	-	3,143.62	3,143.62
6	捷可勃斯夹头制造(苏州)有限公司	CNY	应收账款	167.20	<0.01	-	<0.01	-	-	-	-	-	167.20	167.20	否
		CNY	营业收入	330.46	<0.01	-	<0.01	-	-	-	-	-	-	330.46	330.46
7	上海钰工工具有限公司	CNY	应收账款	-	39.68	39.68	-	-	-	-	-	-	39.68	39.68	否
		CNY	营业收入	667.94	2.76	-	-	2.76	-	-	-	-	-	670.70	670.70
8	贵州捷盛钻具股份有限公司	CNY	营业收入	215.96	<0.01	-	<0.01	-	-	-	-	-	215.96	215.96	否
9	广东鑫信智能装备有限公司	CNY	应收账款	229.65	2.06	-	-	2.06	-	-	-	-	231.71	231.71	否

		CNY	营业收入	395.53	1.82	-	-	1.82	-	-	-	-	397.35	397.35	否
10	盘起工业（大连）有限公司	CNY	应收账款	66.11	2.78	2.76	-	0.02	-	-	-	-	68.89	68.89	否
		CNY	营业收入	237.58	2.44	2.44	-	-	-	-	-	-	-	240.02	240.02
11	无锡飞展模具制造有限公司	CNY	应收账款	48.17	20.50	20.51	-	<0.01	<0.01	-	<0.01	-	68.67	68.67	否
		CNY	营业收入	197.30	18.15	18.15	-	-	-	-	-	-	-	215.45	215.45
12	大连富士工具有限公司	CNY	应收账款	58.68	4.02	3.25	-	0.77	-	-	-	-	62.70	62.70	否
		CNY	营业收入	179.61	2.88	2.88	-	-	-	-	-	-	-	182.49	182.49
13	无锡微研有限公司	CNY	应收账款	54.81	2.44	2.32	-	0.12	-	-	-	-	57.25	57.25	否
		CNY	营业收入	131.40	0.09	0.09	-	-	<0.01	-	<0.01	-	-	131.49	131.49
14	DR GUHRING	USD	应收账款	38.14	-16.86	-16.86	-	-	-	-	-	-	21.29	21.29	否
		USD	营业收入	72.91	14.31	14.31	-	-	-	-	-	-	-	87.21	87.21
15	SECO TOOLS	EUR	应收账款	6.92	0.05	0.05	-	-	-	-	-	-	6.97	6.97	否
		EUR	营业收入	72.03	0.03	0.29	-	-0.26	<0.01	-	<0.01	-	-	72.06	72.06
16	HUFSCHMIED ZERSPANUNGSSYSTEME GMBH	EUR	应收账款	13.49	-10.31	-10.31	-	-	<0.01	-	<0.01	-	3.18	3.18	否
		EUR	营业收入	33.56	-10.31	-10.31	-	-	<0.01	-	<0.01	-	-	23.25	23.25
17	CARBON CUTTING TOOLS ENDUSTRIYEL LIMITED SIRKETI	USD	应收账款	0.12	0.02	-	-	0.02	-	-	-	-	0.14	0.14	否
18	TTI PARTNERS SPC ACTING FOR THE ACCOUNT OF MPUSD SP	USD	应收账款	52.77	8.20	8.20	-	-	0.68	-	<0.01	0.68	61.65	61.65	否
		USD	营业收入	225.33	-14.84	-12.76	-	-2.09	22.63	-	<0.01	22.63	233.12	233.12	否
19	江苏科达利精密工业有限公司	CNY	应收账款	16.33	0.84	-	-	0.84	-	-	-	-	17.17	17.17	否

		CNY	营业收入	55.29	0.02	-	-	0.02	-	-	-	-	55.31	55.31	否
20	DONG SHIN HI-TECH	CNY	应收账款	52.90	0.46	-0.17	-	0.64	-	-	-	-	53.37	53.37	否
		CNY	营业收入	393.27	2.55	1.91	<0.01	0.64	-	-	-	-	395.82	395.82	否
21	Forbes Precision	USD	应收账款	13.97	6.36	5.14	-	1.22	<0.01	-	<0.01	-	20.33	20.33	否
		USD	营业收入	31.11	5.96	5.98	-	-0.02	-	-	-	-	37.07	37.07	否
22	郑州市钻石精密制造有限公司	CNY	应收账款	105.39	8.94	8.94	-	-	-	-	-	-	114.33	114.33	否
		CNY	营业收入	187.39	7.92	7.92	-	-	-	-	-	-	195.30	195.30	否

(2) 2024 年度

单位：万元

序号	客户名称	货币	函证项目	回函金额(应收含税/收入不含税)	被询证单位调整事项	时间差异	尾数差异	其他差异	发行人调整事项	其中：时间性差异	尾数差异	其他原因	调节后金额	公司账面金额	调节后是否存在差异	
1	株洲华锐精密工具股份有限公司	CNY	应收账款	1,472.59	-	-	-	-	-	-	-	-	1,472.59	1,472.59	否	
		CNY	销售收入	3,472.97	-61.64	-77.04	-	15.40	<0.01	-	<0.01	-	-	3,411.33	3,411.33	否
2	上海三一重机股份有限公司	CNY	应收账款	429.79	654.54	654.54	-	-	2,869.06	-	-	2,869.06	3,953.39	3,953.39	否	
		CNY	销售收入	2,659.26	579.24	579.24	-	-	-	-	-	-	-	3,238.50	3,238.50	否
3	广东日信高精精密科技股份有限公司	CNY	应收账款	468.47	5.36	-	-	5.36	-	-	-	-	-	473.83	473.83	否
		CNY	销售收入	732.93	-0.89	-	-	-0.89	17.22	-	-	-	17.22	749.26	749.26	否
4	雅安恒成精密刀具有限公司	CNY	应收账款	239.18	-0.30	-	-	-0.30	-	-	-	-	-	238.89	238.89	否
		CNY	销售收入	585.96	-2.33	-2.33	-	-	<0.01	-	<0.01	-	-	583.63	583.63	否
5	三一汽车制造有限公司	CNY	应收账款	73.49	122.92	122.92	-	-	651.65	-	-	651.65	848.07	848.07	否	

		CNY	销售收入	749.73	108.78	108.78	-	-	-	-	-	-	858.51	858.51	否
6	昆山君亮精密刀具有限公司	CNY	应收账款	127.73	63.50	63.50	-	-	-	-	-	-	191.23	191.23	否
		CNY	销售收入	145.58	55.43	55.43	-	-	<0.01	-	<0.01	-	201.02	201.02	否
7	昆山高伟精密工具有限公司	CNY	应收账款	100.30	-0.02	-	-	-0.02	-	-	-	-	100.28	100.28	否
		CNY	销售收入	424.54	-0.02	-	-	-0.02	-	-	-	-	424.53	424.53	否
8	捷可勃斯夹头制造(苏州)有限公司	CNY	应收账款	95.26	-	-	-	-	<0.01	-	<0.01	-	95.26	95.26	否
		CNY	销售收入	274.79	4.65	4.65	-	-	<0.01	-	<0.01	-	279.44	279.44	否
9	郑州市钻石精密制造有限公司	CNY	应收账款	56.92	3.89	3.89	-	-	-	-	-	-	60.82	60.82	否
		CNY	销售收入	117.74	3.44	3.44	-	-	-	-	-	-	121.18	121.18	否
10	贵州捷盛钻具股份有限公司	CNY	应收账款	23.17	-	-	-	-	<0.01	-	<0.01	-	23.17	23.17	否
		CNY	销售收入	225.07	-	-	-	-	<0.01	-	<0.01	-	225.07	225.07	否
11	山特维克工具制造（廊坊）有限公司	CNY	应收账款	132.18	44.66	44.66	-	-	-	-	-	-	176.84	176.84	否
		CNY	销售收入	3,735.96	-221.26	-221.35	-	0.08	<0.01	-	<0.01	-	3,514.69	3,514.69	否
12	锐智锋驰切削科技（苏州）有限公司	CNY	应收账款	42.45	4.63	4.63	-	-	-	-	-	-	47.08	47.08	否
		CNY	销售收入	233.07	-0.08	-0.08	-	-	-12.56	-	<0.01	-12.56	220.43	220.43	否
		CNY	销售收入	152.27	-15.46	-15.46	-	-	<0.01	-	<0.01	-	136.81	136.81	否
13	TTI PARTNERS SPC ACTING FOR THE ACCOUNT OF MPUSD SP	USD	应收账款	68.56	20.96	20.96	-	-	-13.35	-	<0.01	-13.35	76.16	76.16	否
		USD	销售收入	289.18	7.52	7.52	-	-	-19.28	-	<0.01	-19.28	277.42	277.42	否
14	GSE MATERIALS B.V.	USD	应收账款	28.57	-	-	-	-	-	-	-	-	28.57	28.57	否
		USD	销售收入	492.80	-	-	-	-	4.73	-	<0.01	4.73	497.53	497.53	否

		USD	销售收入	64.94	1.31	1.31	-	-	-	-	-	-	66.25	66.25	否
15	SECO TOOLS B.V.	EUR	应收账款	10.46	-0.24	-0.24	-	-	-	-	-	-	10.22	10.22	否
		EUR	销售收入	58.15	6.65	6.65	-	-	-	-	-	-	64.80	64.80	否
16	DONG SHIN HI-TECH	CNY	应收账款	33.38	-2.09	-2.09	-	-	-	-	-	-	31.29	31.29	否
		CNY	销售收入	357.64	-2.09	-2.09	-	-	<0.01	-	<0.01	-	355.56	355.56	否
17	MAPAL PRECISION TOOL SYSTEMS CO., LTD.	EUR	应收账款	4.09	-0.23	-0.26	-	0.03	<0.01	-	<0.01	-	3.86	3.86	否
		EUR	销售收入	17.63	1.53	1.50	-	0.03	<0.01	-	<0.01	-	19.16	19.16	否
18	WOLF PRECISION TOOLS INDIA PVT. LTD.	USD	应收账款	2.74	-0.42	-	-	-0.42	-	-	-	-	2.32	2.32	否
		USD	销售收入	19.17	2.18	2.06	-	0.11	-	-	-	-	21.35	21.35	否
19	无锡飞展模具制造有限公司	CNY	应收账款	151.04	16.23	16.23	-	-	<0.01	-	<0.01	-	167.26	167.26	否
		CNY	销售收入	309.45	14.36	14.36	-	-	-	-	-	-	323.81	323.81	否
20	无锡微研股份有限公司	CNY	应收账款	97.69	2.61	2.22	-	0.39	<0.01	-	<0.01	-	100.30	100.30	否
		CNY	销售收入	111.54	1.97	1.97	-	-	<0.01	-	<0.01	-	113.51	113.51	否
21	江苏匠安精准模具有限公司	CNY	应收账款	22.79	3.34	3.34	-	-	-	-	-	-	26.12	26.12	否
		CNY	销售收入	103.84	2.95	2.95	-	-	-	-	-	-	106.79	106.79	否
22	大连盛世组合刀具辅具有限公司	CNY	应收账款	23.99	1.02	0.45	-	0.57	-	-	-	-	25.00	25.00	否
		CNY	销售收入	91.05	0.39	0.39	-	-	-	-	-	-	91.44	91.44	否
23	江西安天高新材料股份有限公司	CNY	应收账款	19.21	0.57	0.57	-	-	-	-	-	-	19.78	19.78	否
		CNY	销售收入	104.30	0.50	0.50	-	-	-	-	-	-	104.80	104.80	否

(3) 2023 年度

单位：万元

序号	客户名称	货币	函证项目	回函金额	被询证单位调整事项	其中：时间差异	尾数差异	其他差异	发行人调整事项	其中：时间差异	尾数差异	其他差异	调整后金额	账面金额	调整后是否存在差异
1	上海三一重机股份有限公司	CNY	应收账款	932.52	533.73	533.62	-	0.10	1,926.41	-	-	1,926.41	3,392.66	3,392.66	否
		CNY	销售收入	2,872.21	471.02	472.23	-	-1.21	-	-	-	-	3,343.23	3,343.23	否
2	山特维克工具制造（廊坊）有限公司	CNY	应收账款	387.32	294.69	294.78	-	-0.10	-	-	-	-	682.01	682.01	否
		CNY	销售收入	3,190.20	160.45	160.54	-	-0.08	-	-	-	-	3,350.65	3,350.65	否
3	百得（苏州）电动工具有限公司	CNY	应收账款	289.69	102.31	102.31	-	-	-	-	-	-	392.00	392.00	否
		CNY	销售收入	848.40	-7.06	90.54	-	-97.60	-	-	-	-	841.34	841.34	否
4	广东日信高精密科技股份有限公司	CNY	应收账款	261.61	4.61	-	-	4.61	-18.87	-	-	-18.87	247.35	247.35	否
		CNY	销售收入	305.30	-16.70	-16.70	-	-	-	-	-	-	288.60	288.60	否
5	雅安恒成精密刀具有限公司	CNY	应收账款	66.50	41.49	38.25	-	3.24	-	-	-	-	107.99	107.99	否
		CNY	销售收入	1,463.21	33.85	33.85	-	-	-	-	-	-	1,497.06	1,497.06	否
6	三一供应链科技（上海）有限公司	CNY	应收账款	-	-	-	-	-	89.15	-	-	89.15	89.15	89.15	否
		CNY	销售收入	87.41	-	-	-	-	-	-	-	-	87.41	87.41	否
7	捷可勃斯夹头制造(苏州)有限公司	CNY	应收账款	71.26	0.12	-	-	0.12	-	-	-	-	71.38	71.38	否
		CNY	销售收入	230.04	0.11	-	-	0.11	-	-	-	-	230.15	230.15	否
8	锐智锋驰切削科技（苏州）有限公司	CNY	应收账款	39.14	4.72	4.72	-	-	14.19	-	-	14.19	58.05	58.05	否
		CNY	销售收入	161.40	4.17	4.17	-	-	12.56	-	-	12.56	178.14	178.14	否
9	鑫鼎制刀（深圳）有限公司	CNY	应收账款	33.07	0.08	-	-	0.08	-	-	-	-	33.15	33.15	否
		CNY	销售收入	407.82	-	-	-	-	-	-	-	-	407.82	407.82	否
10	京瓷精密工具（珠海）有限公司上海分公司	CNY	应收账款	19.02	0.32	0.06	-	0.26	-	-	-	-	19.33	19.33	否
		CNY	销售收入	149.54	0.05	0.05	-	-	-	-	-	-	149.59	149.59	否

11	THE ULTRA-MET COMPANY	USD	应收账款	98.45	-11.84	-11.84	-	-	<0.01	-	<0.01	-	86.61	86.61	否
		USD	销售收入	283.84	-10.59	-10.59	-	-	<0.01	-	<0.01	-	273.25	273.25	否
12	TTI PARTNERS SPC ACTING FOR THE ACCOUNT OF MPUSD SP	USD	应收账款	40.51	20.56	13.44	-	7.12	<0.01	-	<0.01	-	61.07	61.07	否
		USD	销售收入	173.62	-9.23	-9.23	-	-	<0.01	-	<0.01	-	164.39	164.39	否
13	ASIA CARBIDE CO.	USD	应收账款	52.05	-0.15	-0.15	-	-	-	-	-	-	51.90	51.90	否
		USD	销售收入	176.08	-0.15	-0.15	-	-	-	-	-	-	175.94	175.94	否
14	TAIWANGREENPOINTENTERPRISESCO.,LTD.	USD	应收账款	33.43	-	-	-	-	-	-	-	-	33.43	33.43	否
		USD	销售收入	36.92	<0.01	-	-	<0.01	-	-	-	-	36.92	36.92	否
15	TASK DE REPRESENTACAO IMPORTACAO E EXPORTACAO LTDA	USD	应收账款	28.06	-	-	-	-	-	-	-	-	28.06	28.06	否
		USD	销售收入	68.28	-0.13	-	-	-0.13	-	-	-	-	68.15	68.15	否
16	KARCAN KESICI TAKIM SAN. VE TIC. AS.	USD	应收账款	7.11	0.15	0.15	-	-	<0.01	-	<0.01	-	7.27	7.27	否
		USD	销售收入	69.48	-0.30	0.15	-	-0.46	<0.01	-	<0.01	-	69.18	69.18	否
17	DONG SHIN HI-TECH	CNY	应收账款	36.64	-	-	-	-	-	-	-	-	36.64	36.64	否
		CNY	销售收入	370.22	0.75	-	-	0.75	-	-	-	-	370.97	370.97	否
18	SECO TOOLS B.V.	EUR	应收账款	8.30	-6.89	-6.89	-	-	-	-	-	-	1.41	1.41	否
		EUR	销售收入	47.58	-4.03	-4.03	-	-	-	-	-	-	43.56	43.56	否
19	MAPAL PRECISION TOOL SYSTEMS CO., LTD.	EUR	应收账款	2.74	-1.76	-1.76	-	-	-	-	-	-	0.98	0.98	否
		EUR	销售收入	18.50	-1.20	-1.18	-	-0.02	-	-	-	-	17.30	17.30	否
20	AUGUST BECK GMBH & CO. KG	EUR	应收账款	1.23	-0.67	-0.67	-	-	-	-	-	-	0.56	0.56	否
		EUR	销售收入	17.10	-1.09	-0.67	-	-0.42	<0.01	-	<0.01	-	16.01	16.01	否
21	PT. SANTOSO TEKNINDO	CNY	应收账款	2.60	-	-	-	-	-	-	-	-	2.60	2.60	否
		CNY	销售收入	89.75	-0.04	-	-	-0.04	-	-	-	-	89.70	89.70	否
22	无锡微研股份有限公司	CNY	应收账款	82.63	-	-	-	-	<0.01	-	<0.01	-	82.62	82.62	否

		CNY	销售收入	139.71	-	-	-	-	-	-	-	-	139.71	139.71	否
23	广东鑫信智能装备有限公司	CNY	应收账款	-	0.99	0.99	-	-	-	-	-	-	0.99	0.99	否
		CNY	销售收入	128.43	0.87	0.87	-	-	<0.01	-	<0.01	-	129.30	129.30	否
24	大连盛世组合刀具辅具有限公司	CNY	应收账款	42.68	13.78	13.11	-	0.67	-	-	-	-	56.46	56.46	否
		CNY	销售收入	81.01	11.60	11.60	-	-	-	-	-	-	92.60	92.60	否
25	舍弗勒（中国）有限公司	CNY	应收账款	79.51	9.48	9.48	-	-	-	-	-	-	88.98	88.98	否
		CNY	销售收入	75.94	8.39	8.39	-	-	-	-	-	-	84.33	84.33	否
26	江苏科达利精密工业有限公司	CNY	应收账款	22.27	2.90	-	-	2.90	-	-	-	-	25.17	25.17	否
		CNY	销售收入	73.08	-11.27	-	-	-11.27	-	-	-	-	61.81	61.81	否
		CNY	销售收入	58.92	4.24	4.24	-	-	-	-	-	-	63.16	63.16	否
27	江西安天高新材料股份有限公司	CNY	应收账款	12.32	5.65	5.65	-	-	-	-	-	-	17.97	17.97	否
		CNY	销售收入	48.95	5.00	5.00	-	-	-	-	-	-	53.95	53.95	否
28	江苏亚太轻合金科技股份有限公司	CNY	应收账款	5.11	2.94	2.94	-	-	-	-	-	-	8.06	8.06	否
		CNY	销售收入	17.85	2.61	2.61	-	-	-	-	-	-	20.45	20.45	否
29	三一汽车制造有限公司	CNY	应收账款	81.26	179.99			179.99					261.25	261.25	否

(二) 说明对各期末回函或回函不符客户采取的替代测试程序，说明替代测试开展的完整性、有效性

针对报告期内的未回函或回函不符客户函证，执行了以下具体程序：

1、取得对应收收入的销售合同（订单）、销售发票、签收单、报关单等资料，并检查产品数量、单价、金额、客户名称以及签收或报关日期与账面记录是否一致，以确定公司销售收入确认时点、金额、记录是否准确恰当；

2、对销售收入对应的应收账款期后回款情况进行检查，获取银行回单、承兑汇票等凭证，以确认收款记录准确无误。

综上，申报会计师对未回函或回函不符的客户函证执行了相应的替代测试程序，对未回函或回函不符的客户选取项目检查相关支持性文件，确认公司相关收入的真实性和准确性。经过上述差异调节及替代性程序，报告期各期回函不符或者未回函情况已经得到充分核查，核查程序完整、有效，可以支撑收入真实性的核查结论。

六、说明各期经销商、贸易商期末库存与其备货政策、备货周期等是否一致，各期期末库存的期后结转情况，是否实现终端销售；说明各期发行人向专营经销商销售的公允性、专营经销商销售的真实性及终端销售实现情况，对前述内容采取的具体核查程序和核查结论；结合前述内容说明对贸易商、经销商销售收入真实性的核查手段是否充分，并发表明确核查意见。

(一) 说明各期经销商、贸易商期末库存与其备货政策、备货周期等是否一致，各期期末库存的期后结转情况，是否实现终端销售

1、报告期各期经销商、贸易商期末库存情况

报告期内，公司经销商的进销存情况如下：

单位：万元

项目	2025 年	2024 年	2023 年
获取进销存对应经销商家数	13	11	13
经销商收入 (a)	16,396.85	13,789.72	14,305.34
获取进销存的经销商的收入 (b)	16,396.85	12,653.26	14,305.34
获取进销存的比例 (c=b/a)	100.00%	91.76%	100.00%
获取进销存的经销商期末库存 (d)	3,389.19	3,146.59	3,686.29
获取进销存的经销商期末库存占公司当期对其销售收入的比例 (e=d/b)	20.67%	24.87%	25.77%

截至报告期末，考虑到单次运输成本较高及运输周期较长，个别主要境外经销

商存在一定量的期末库存。公司主要经销商库存数量与其销售规模相匹配，其一般根据单次运输成本、终端客户需求和自身资金实力等因素动态调整的库存，期末库存属合理水平，不存在异常情况。

报告期内，公司贸易商的进销存情况如下：

单位：万元

项目	2025 年	2024 年	2023 年
获取进销存对应贸易商家数	38	28	28
贸易商收入 (a)	18,109.40	16,998.94	14,217.42
获取进销存的贸易商的收入 (b)	12,509.47	10,110.44	6,966.49
获取进销存的比例 (c=b/a)	69.08%	59.48%	49.00%
获取进销存的贸易商期末库存 (d)	3,488.33	3,081.52	1,487.27
获取进销存的贸易商期末库存占公司当期对其销售收入的比例 (e=d/b)	27.89%	30.48%	21.35%

截至报告期末，考虑到单次运输成本较高及运输周期较长，个别主要境外贸易商存在一定量的期末库存。公司主要贸易商库存数量与其销售规模相匹配，其一般根据单次运输成本、终端客户需求和自身资金实力等因素动态调整的库存，期末库存属合理水平，不存在异常情况。

2、经销商、贸易商期末库存情况与其备货政策、备货周期等是否一致

报告期内，针对经销商、贸易商期末库存情况，申报会计师对发行人主要经销商、贸易商发放了针对性的核查问卷，获取了 11 家经销商、28 家贸易商的问卷，其均表示期末库存情况与其备货政策、备货周期一致。

申报会计师还获取了发行人主要经销商、贸易商的进销存，其中获取进销存的经销商期末库存占公司当期对其销售收入的比例分别为 25.77%、24.87% 和 20.67%；获取进销存的贸易商期末库存占公司当期对其销售收入的比例分别为 21.35%、30.48% 和 27.89%，整体稳定。

综上，公司主要经销商、贸易商库存水平与其备货政策、备货周期匹配。

3、经销商、贸易商各期期末库存的期后结转情况，是否实现终端销售

针对 2023 年度、2024 年度经销商和贸易商的期末库存，申报会计师获取了发行人经销商、贸易商客户进销存，并根据 2024 年度和 2025 年度销售数据，判断其 2023 年度、2024 年度期末库存期后结转情况，具体情况如下：

项目	2024年	2023年
获取下年度进销存对应经销商、贸易商家数	51	39
年度期末库存尚未完全结转家数	0	0
核查期后销售情况金额占比	83.77%	73.94%

针对 2025 年度经销商和贸易商期末库存的期后结转情况，申报会计师发放了针对性的核查问卷，共计获取 11 家经销商和 28 家贸易商的访谈问卷，根据访谈问卷，其 2025 年末库存备货量大多在 3 个月以内。截至 2026 年 3 月末，多数经销商、贸易商的期末库存已消耗完毕。

经核查，截至 2026 年 3 月末，发行人经销商、贸易商 2023 年度和 2024 年度的期末库存基本完成结转，2025 年度的期末库存消耗情况正常，实现了终端销售。

（二）说明各期发行人向专营经销商销售的公允性、专营经销商销售的真实性及终端销售实现情况，对前述内容采取的具体核查程序和核查结论

报告期各期，发行人专营经销商分别为 3 家、3 家和 3 家。报告期各年度专营经销商均为常州市鑫瑞合金工具有限公司、广东长钢金属材料有限公司和惠州市艺展硬质合金有限公司。

针对各期发行人向专营经销商销售的公允性、专营经销商销售的真实性及终端销售实现情况，申报会计师及发行人的具体核查程序如下：

1、各期发行人向专营经销商销售的公允性

报告期各期，发行人对专营经销商的销售情况如下：

单位：元/千克

主体	2025年平均售价	2024年平均售价	2023年平均售价
常州市鑫瑞合金工具有限公司	*	*	*
主要可比产品内销平均价格	*	*	*

常州市鑫瑞合金工具有限公司主要采购标准实心棒材合金、内冷孔棒等，低售价的标准实心棒材占比较大，导致其整体采购价格略低于平均价，总体而言，公司对其价格与对其他客户售价与不存在重大差异，具有合理性。

单位：元/千克

主体	2025 年平均售价	2024 年平均售价	2023 年平均售价
广东长钢金属材料有限公司	*	*	*
主要可比产品内销平均价格	*	*	*

广东长钢金属材料有限公司主要采购新能源行业客户所用的板材等耐磨合金产品。销售单价均低于平均价格，主要因其采购了部分低价牌号板材产品，拉低总体采购单价。此外，2025 年广东长钢金属材料有限公司考虑到钨原料涨价等外部因素，上半年向长鹰采购产品较多，进一步导致销售单价低于 2025 年平均水平。

单位：元/千克

主体	2025 年平均售价	2024 年平均售价	2023 年平均售价
惠州市艺展硬质合金有限公司	*	*	*
主要可比产品内销平均价格	*	*	*

惠州市艺展硬质合金有限公司主要采购精密电子冲压件所需硬质合金板材等耐磨合金产品，销售价格略低的原因包括：公司向惠州市艺展硬质合金有限公司等专营经销商定价稍低以及其自身采购其他低价产品的结构性影响。总体上看，公司向惠州市艺展硬质合金有限公司销售价格波动幅度与主要可比产品平均销售价格接近，不存在重大差异。

报告期各期，专营经销商毛利率水平与经销商整体情况比较如下：

单位：%

主体	2025 年毛利率	2024 年毛利率	2023 年毛利率
专营经销商毛利率	19.46	14.30	17.38
经销商毛利率	20.79	15.15	17.71

如上表，专营经销商毛利率与经销商整体变动趋势保持一致。出于对专营经销商的支持，公司对其销售产品定价通常略低于普通客户，因此销售毛利率稍低于经销商整体水平。

综上，公司在参考市场价格和保证公司毛利的基础上，与经销商协商确定价格，定价一般略低于其他类型客户，公司向专营经销商的销售具有公允性。

2、专营经销商的销售真实性

申报会计师为了核查专营经销商销售真实性，执行了以下程序：

（1）函证

报告期各期，发行人对专营经销商发放了函证，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025年	2024年	2023年
专营经销商收入	7,950.49	7,093.78	8,046.98
发函金额	7,950.49	7,093.78	8,046.98
发函比例	100%	100%	100%
回函相符金额	7,950.49	7,093.78	8,046.98
回函相符比例	100%	100%	100%

（2）走访

报告期内，发行人对专营经销商均进行了实地访谈，了解签约经销商的基本情况、双方合作情况、客户与发行人之间是否存在关联关系等，获取了受访对象名片、专营经销商的营业执照等文件，并在实地走访时查看了专营经销商的仓库。

（3）盘点

针对专营经销商，申报会计师于2024年1月、2025年1月对广东长钢金属材料有限公司、惠州市艺展硬质合金有限公司、常州市鑫瑞合金工具有限公司进行了实地盘点；于2025年12月末、2026年1月对常州市鑫瑞合金工具有限公司、常州市德翔合金工具有限公司、广东长钢金属材料有限公司和惠州市艺展硬质合金有限公司进行了实地盘点，盘点比例均超过70%。

3、专营经销商销售终端销售实现情况

报告期内，公司专营经销商的进销存情况如下：

单位：万元

项目	2025年	2024年	2023年
获取进销存对应专营经销商家数	4	3	3
专营经销商收入（a）	7,950.49	7,093.78	8,046.98
获取进销存的专营经销商的收入（b）	7,950.49	7,093.78	8,046.98
获取进销存的比例（c=b/a）	100%	100%	100%
获取进销存的专营经销商期末库存（d）	883.94	1,568.64	1,741.32
获取进销存的专营经销商期末库存占公司当期对其销售收入的比例（e=d/b）	11.12%	22.11%	21.64%

注：统计获取进销存家数时按单体口径统计。

根据 2024 年度、2025 年度专营经销商的进销存数据，其 2023 年度、2024 年度的期末库存均已实现销售；同时，申报会计师获取了针对专营经销商 2025 年度期后销售情况的问卷，根据问卷回复，其 2025 年度库存期后销售情况良好。

4、核查结论

经核查，申报会计师认为发行人向专营经销商的销售价格具备公允性、专营经销商的销售真实、专营经销商实现了终端销售。

（三）结合前述内容说明对贸易商、经销商销售收入真实性的核查手段是否充分，并发表明确核查意见

1、核查程序

申报会计师针对发行人贸易商、经销商销售收入真实性执行如下有效核查程序：

（1）内部控制测试

申报会计师访谈了发行人销售部门负责人，查阅了发行人销售循环相关内控制度文件，了解发行人销售相关内部控制制度及其运行情况；根据控制测试的样本规模选取标准的相关要求确定样本量，获取发行人的销售合同订单、发货单、销售出库单、收入确认凭据、销售发票、银行回单等原始资料，执行控制测试，评价与经销商相关内控制度设计的合理性和执行的有效性。

（2）实地走访或视频访谈

申报会计师通过视频及实地走访非终端客户、勘察其经营办公地址，了解非终端客户背景及其主营业务、查看非终端客户经营资质、了解其与发行人的业务合作过程、产品定价、物流安排及运费承担、返利等特殊约定、退换货、非终端客户库存等情况，确认非终端客户的销售规模与其资金实力、渠道资源、商品是否实现终端销售，是否存在为发行人大量囤货的情形，是否存在第三方回款或现金回款的情况等。

①经销商访谈情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
访谈家数	13	14	13
经销商业务收入（a）	16,396.85	13,789.72	14,305.34

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
实地访谈收入金额 (b)	16,282.23	13,624.11	14,176.62
视频访谈收入金额 (c)	114.62	165.61	128.72
访谈金额 (e=b+c)	16,396.85	13,789.72	14,305.34
访谈占比 (f=e/a)	100.00%	100.00%	100.00%

②贸易商访谈情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
访谈家数	82	72	60
贸易商业收入 (a)	18,109.40	16,998.94	14,217.42
实地访谈收入金额 (b)	14,357.63	13,541.48	9,647.27
视频访谈收入金额 (c)	345.94	486.76	262.97
访谈金额 (e=b+c)	14,703.57	14,028.23	9,910.24
访谈占比 (f=e/a)	81.19%	82.52%	69.70%

(3) 分析性复核

申报会计师针对发行人经销商、贸易商收入执行分析性程序，包括对报告期内经销商数量及收入的变动情况、毛利率水平和变动趋势、终端客户与非终端客户销售价格差异原因及合理性等情况进行分析，分析是否存在重大差异。

(4) 细节测试

对经销收入、贸易收入执行销售细节测试，查阅发行人向签约经销商销售货物的销售合同或订单、出库单、报关单、货运提单、销售发票、客户签收记录等，检查经销收入确认原则的准确性和合理性。

申报会计师对报告期内经销收入执行细节测试，细节测试比例分别为 97.90%、91.22%和 93.97%。

申报会计师对报告期内贸易收入执行细节测试，细节测试比例分别为 65.98%、70.74%和 68.92%。

(5) 函证

报告期内，申报会计师对发行人经销商收入的发函及回函情况如下：

单位：万元

项目	2025年	2024年	2023年
经销业务收入	16,396.85	13,789.72	14,305.34
发函金额	16,282.23	13,789.72	14,305.34
发函比例	99.30%	100.00%	100.00%
回函相符金额	16,282.23	13,789.72	11,801.12
回函相符比例	99.30%	100.00%	82.49%
回函不符调节后相符金额	-	-	2,504.22
回函不符调节后相符比例	-	-	17.51%
回函确认金额	16,282.23	13,789.72	14,305.34
回函确认比例	99.30%	100.00%	100.00%

报告期内，申报会计师对发行人贸易商收入的发函及回函情况如下：

单位：万元

项目	2025年	2024年	2023年
贸易业务收入	18,109.40	16,998.94	14,217.42
发函金额	15,850.64	15,174.30	12,621.95
发函比例	87.53%	89.27%	88.78%
回函相符金额	15,850.64	11,103.92	9,741.24
回函相符比例	87.53%	65.32%	68.52%
回函不符调节后相符金额	-	3,480.43	1,705.13
回函不符调节后相符比例	-	20.47%	11.99%
回函确认金额	15,850.64	14,584.35	11,446.37
回函确认比例	87.53%	85.80%	80.51%
替代测试金额	-	589.95	1,175.58
替代测试比例	-	3.47%	8.27%
函证合计确认收入金额	15,850.64	15,174.30	12,621.95
函证合计确认收入比例	87.53%	89.27%	88.78%

（6）抽查监盘

发行人经销商模式均为买断式销售，所销售产品收入确认后由经销商、贸易商自行承担存货管理的相关权利或义务，经销商、贸易商依据其实际经营情况自行决定其向发行人的订货周期、数量及产品类型等，并自行决定其实际库存数量。因此，

发行人不会对经销商、贸易商库存情况进行盘点。

申报会计师在制定签约经销商核查计划时，充分考虑了获取签约经销商进销存信息的对于验证客户销售真实度的必要性，并于走访时查看发行人产品仓库的库存情况，并有针对性地对专营经销商常州市鑫瑞合金工具有限公司、惠州市艺展硬质合金有限公司、广东长钢金属材料有限公司进行了实地盘点，确认不存在存货大量积压的情况。

（7）资金流水核查

申报会计师通过获取发行人及其董事、前监事、高级管理人员、关键岗位人员银行流水，并与主要经销商及贸易商信息比对，检查是否存在异常往来，是否存在代客户支付货款等异常情形；取得发行人的现金日记账和序时账，核查是否存在通过现金回款的情况。

（8）经销商基本情况及关联关系核查

申报会计师取得发行人经销商、贸易商客户明细表，通过国家企业信用信息公示系统、天眼查、企查查等网络工具查询境内主要经销商、贸易商工商注册信息，包括成立时间、注册地、主要股东、经营范围、董事、监事、高级管理人员等事项，核查经销商、贸易商经营状况及经销商、贸易商与发行人之间的关联关系，以及客户之间的关联关系；通过中信保查询报告期境外主要经销商、贸易商相关信息，了解境外主要经销商、贸易商股东，实际控制人等，核查境外经销商、贸易商与发行人的关联关系。

（9）终端销售核查

详见本题回复之“六/（一）说明各期经销商、贸易商期末库存与其备货政策、备货周期等是否一致，各期期末库存的期后结转情况，是否实现终端销售”。

2、核查意见

经核查，申报会计师认为报告期内发行人对其经销商、贸易商的销售收入真实、准确。

七、在资金流水核查专项说明中补充对发行人及发行人控股股东、实际控制人、董事、前监事、高级管理人员、关键岗位人员以及报告期内离任人员的大额资金流水核查的具体情况，逐笔说明交易对手方与被核查对象关系、款项发生原因或背景等，并说明取得的相关说明或支撑性底稿，更新并提交资金流水核查专项说明；在问询回复中对前述主体与发行人关联方、客户、供应商、发行人其他员工等是否存在异常大额资金往来、是否存在体外资金循环形成销售回款或承担成本费用的情形发表明确核查意见。

申报会计师已在资金流水核查专项说明中对发行人及发行人控股股东、实际控制人、董事、前监事、高级管理人员、关键岗位人员以及报告期内离任人员大额资金流水核查的具体情况，逐笔说明交易对手方与被核查对象关系、款项发生原因或背景等，并说明取得的相关说明或支撑性底稿，申报会计师已针对前述事项更新并提交资金流水核查专项说明。具体参见申报会计师出具的《立信会计师事务所（特殊普通合伙）关于昆山长鹰硬质材料科技股份有限公司资金流水核查的专项说明》。

针对法人（企业）资金流水，申报会计师筛选出发行人及其子公司流水中人民币单笔交易额大于或等于 50 万元（或等值该重要性水平的外币交易），并与银行存款日记账进行交叉双向核对，关注流水与账面记录的一致性、真实性，确认交易相关方的身份，并进一步复核银行存款日记账与银行流水中所载明的信息是否一致、款项的收支是否与经营活动、资产购置、对外投资活动相关。

针对关键自然人资金流水，申报会计师筛选出发行人控股股东、实际控制人、董事、前监事、高级管理人员、关键岗位人员银行流水中单笔发生额大于或等于 5 万元，或者短期内针对同一往来方累计金额大于或等于 5 万元的银行流水，并从中进一步筛选出该等人员与发行人的大额资金往来。

经核查，发行人及发行人控股股东、实际控制人、董事、前监事、高级管理人员、关键岗位人员以及报告期内离任人员与发行人关联方、客户、供应商、发行人其他员工等不存在异常大额资金往来、不存在体外资金循环形成销售回款或承担成本费用的情形。

八、结合前述核查情况对报告期内发行人收入的真实、准确、完整发表明确意见。

（一）核查程序

申报会计师履行的主要核查程序如下：

1、了解与收入确认相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制运行有效性。

2、根据重要性水平选取客户执行访谈程序，了解被访谈单位与发行人的业务合作背景、交易内容、定价方式、货物运输及签收验收情况、货款结算情况、对发行人产品及服务的评价、未来合作意向以及与发行人及其关联方是否存在关联关系、利益安排、交易过程的合法合规性等信息，以核实发行人销售收入的真实性。

报告期内，对客户执行访谈程序覆盖金额及比例情况详见本题回复“一、/（一）结合客户数量、客户销售金额、客户所在地域等因素，说明函证、走访程序选取核查样本的方法”。

3、根据客户销售额、各期末应收账款余额（含合同负债），结合重要性水平选取客户执行函证程序。针对回函不符或未回函的情形，已执行的替代程序具体如下：

①对于回函不符的情形，询问发行人财务人员，了解回函存在差异的具体原因并分析合理性，获取发行人编制的回函差异调节表，核对调节后金额与发行人账面金额是否一致，复核差异调节表的准确性；②对于未回函的情形，获取相关客户与收入确认相关的销售合同（订单）、销售发票、签收单、报关单、回款记录等支持性证据，以核实发行人收入确认的真实性和准确性。

报告期内，对收入执行函证程序覆盖金额及比例情况详见本题回复“一、/（一）结合客户数量、客户销售金额、客户所在地域等因素，说明函证、走访程序选取核查样本的方法”。

4、销售细节测试

报告期内，申报会计师针对收入真实性，执行了相关细节测试，获取并复核公司报告期内销售收入明细账，检查出库单、物流单据、报关单、提单、签收单等收入确认支持性凭证，对公司收入的真实性、准确性、完整性进行了核查。报告期内，细节测试比例分别为 69.19%、68.76%和 70.95%。

5、销售截止性测试

申报会计师对发行人报告期各期资产负债表日前后一个月确认的销售收入执行了截止性测试。获取了发行人报告期各期末前后一个月销售收入的明细表及序时账，抽取了部分客户的收入确认单据，将其对应的签收单日期、报关单据与财务入账日期进行核对，以检查销售收入是否记录在恰当的会计期间：

单位：万元

项目	2025年12月-2026年1月	2024年12月-2025年1月	2023年12月-2024年1月
截止性测试核查金额	26,969.14	18,404.19	18,961.65
营业收入	9,446.43	6,874.30	4,175.44
截止性测试核查比例	35.03%	37.35%	22.02%

6、期后回款测试

取得并查阅报告期内应收账款的期后回款明细表，核查应收账款的期后回款情况。截至 2026 年 3 月 31 日，报告期各期末，公司应收账款期后回款情况如下：

单位：万元、%

项目	2025-12-31		2024-12-31		2023-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
期末应收账款余额	31,833.60	-	28,558.13	-	23,139.90	-
回款金额	23,437.73	73.63	27,631.42	96.76	22,656.93	97.91

7、资金流水核查

申报会计师已按照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 2 号》（以下简称《2 号指引》）2-18 资金流水核查的相关要求进行核查，针对公司资金流水进行核查，并出具资金流水核查的专项说明，在专项说明中说明了资金流水核查的异常情形的核查情况和核查结论，并对报告期内公司是否存在体外资金循环或第三方为公司承担成本费用等情形发表了明确意见。经核查，公司及其他核查对象的资金流水不存在异常情形，公司不存在体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：报告期内，发行人收入真实、准确、完整。

问题2. 最近一期业绩增长原因及可持续性

根据申请文件及问询回复：（1）2022年至2024年，发行人营业收入持续增长，但受毛利率下降以及期间费用持续增长的影响，净利润呈现下滑趋势；2022年至2024年，发行人归母扣非后净利润分别为8,150.58万元、6,811.32万元和5,872.35万元。

（2）2025年1-6月，发行人毛利率进一步下降，但受收入持续增长和期间费用减少的影响，发行人归母扣非后净利润较去年同期增长30.58%。发行人预计2025全年归母扣非后净利润较2024年同期增长幅度预计进一步扩大。（3）2022年至2025年1-6月，当原材料价格下降时，发行人产品销售价格下降幅度大于原材料价格下降幅度；当原材料价格上升时，发行人产品销售价格上涨幅度低于原材料价格上涨幅度，因此报告期内毛利率持续下滑。

请发行人：（1）量化分析说明导致2025年上半年归母扣非后净利润同比增长30.58%的主要原因，说明销售价格变动、原材料价格变动、产品结构变化、期间费用减少等因素对净利润的具体影响程度，详细说明2025年上半年研发费用、销售费用、管理费用、财务费用等较去年同期减少的具体原因及合理性，发行人期间费用变动与收入增长是否匹配，ROBERT股权激励事项的具体会计处理、是否符合《企业会计准则》相关规定、对报告期内业绩的具体影响，是否存在少计成本费用调节利润的情形，前述导致发行人业绩增长的因素是否具有偶发性，发行人业绩增长是否可持续。（2）逐一说明2025年1-6月发行人与同行业可比公司净利润变动趋势不一致的原因，说明期后下游行业及主要客户、同行业可比公司业绩变化情况，发行人期后业绩变动趋势与主要客户、同行业是否一致，详细分析差异原因及合理性。（3）结合期后原材料价格变动、产品销售单价调整、单位成本变动情况等说明发行人毛利率是否会进一步下滑并充分揭示风险；结合发行人市场地位、产品竞争优势等说明发行人是否具有议价能力，是否存在以价换量、增收不增利的情形，发行人采取的具体应对措施及对经营业绩的影响，结合前述情况揭示相关风险并作重大事项提示；说明报告期内发行人毛利率变动趋势是否与同行业可比公司一致，说明差异原因及合理性。（4）说明各期主要产品单位成本的具体构成及变动情况，包括单位材料成本、单位人工成本、单位制造费用，分析单位成本变动的原因，结合不同产品的直接材料构成分析各期主要产品的单位材料成本变动情况是否与原材料市场价格

变动相符。(5)说明各期主要原材料单耗水平是否存在异常变动、与可比公司水平是否存在较大差异；结合同一型号产品的单位成本、销售单价量化分析同一型号产品向不同客户销售毛利率存在差异的原因，是否存在毛利率显著偏高或毛利率显著提升的客户。(6)结合最新贸易政策变化说明发行人对境外客户销售是否具有可持续性，是否存在大幅波动的风险，发行人采取的具体应对措施及其有效性，风险揭示是否充分。(7)说明发行人2025年收入、毛利率、成本、期间费用、净利润、加权平均净资产收益率等财务指标的变动情况及变动原因，2025年全年净利润增长幅度预计进一步扩大的真实合理性，结合期后客户变化、在手订单及未来收入贡献情况、发行人期后业绩变动情况、下游应用领域需求，分析说明发行人期后业绩是否存在下滑风险，能否持续符合发行上市条件。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见。

【公司回复】

一、量化分析说明导致2025年上半年归母扣非后净利润同比增长30.58%的主要原因，说明销售价格变动、原材料价格变动、产品结构变化、期间费用减少等因素对净利润的具体影响程度，详细说明2025年上半年研发费用、销售费用、管理费用、财务费用等较去年同期减少的具体原因及合理性，发行人期间费用变动与收入增长是否匹配，ROBERT股权激励事项的具体会计处理、是否符合《企业会计准则》相关规定、对报告期内业绩的具体影响，是否存在少计成本费用调节利润的情形，前述导致发行人业绩增长的因素是否具有偶发性，发行人业绩增长是否可持续。

(一)量化分析说明导致2025年上半年归母扣非后净利润同比增长30.58%的主要原因，说明销售价格变动、原材料价格变动、产品结构变化、期间费用减少等因素对净利润的具体影响程度

2025年1-6月，公司经营业绩与上年同期对比情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年1-6月	变动比例
营业收入	49,018.38	46,535.97	5.33%
营业成本	40,247.05	37,613.83	7.00%

项目	2025年1-6月	2024年1-6月	变动比例
综合毛利额	8,771.33	8,922.14	-1.69%
综合毛利率	17.89%	19.17%	下降 1.28 个百分点
销售费用	1,352.91	1,816.96	-25.54%
管理费用	2,243.06	2,259.88	-0.74%
研发费用	1,879.30	2,010.70	-6.54%
财务费用	-362.34	148.54	-343.93%
期间费用合计	5,112.92	6,236.09	-18.01%
期间费用率	10.43%	13.40%	下降 2.97 个百分点
资产减值损失	-70.57	-259.47	-72.80%
利润总额	3,626.96	2,781.82	30.38%
净利润	3,242.43	2,581.27	25.61%
归母扣非后净利润	3,049.23	2,335.06	30.58%

如上表所示,2025年1-6月,公司实现营业收入49,018.38万元,同比增长5.33%;营业成本40,247.05万元,同比增长7.00%。但收入增速低于成本增速,导致毛利率由19.17%下降至17.89%,下滑1.28个百分点,毛利同比减少150.81万元。期间费用方面,期间费用合计为5,112.92万元,同比减少1,123.17万元,降幅达18.01%,其中销售费用和财务费用降幅最大,对利润形成正向贡献。此外,资产减值损失同比减少188.90万元,主要由于2025年6月末相关产品市场价格上升,带动存货可变现净值上升,同时公司适时处置一批长库龄存货,使得存货跌价准备计提金额有所减少。

具体分析如下:

1、销售价格变动、原材料价格变动、产品结构变化对净利润的具体影响程度

(1) 营业毛利变动分析

2025年1-6月,公司毛利同比下降150.81万元。报告期内,公司营业收入的构成中,主营业务收入占比约为95%,故下文以主营业务收入中主营业务产品的销售收入变动情况说明如下:

单位：万元、%

产品类型	2025年1-6月			2024年1-6月			变动		
	收入	毛利	毛利率	收入	毛利	毛利率	收入	毛利	毛利率
硬质合金	38,496.31	7,292.78	18.94	38,170.48	7,434.40	19.48	325.83	-141.62	-0.53
数控刀片	4,795.86	599.77	12.51	3,952.60	656.14	16.60	843.26	-56.37	-4.09
工程工具用截齿	2,490.25	221.02	8.88	1,329.62	129.83	9.76	1,160.63	91.19	-0.89
合计	45,782.42	8,113.57	17.72	43,452.70	8,220.37	18.92	2,329.72	-106.80	-1.20

如上表所示，2025年1-6月，公司主营业务收入同比增长2,329.72万元，但毛利率下降1.20个百分点，导致主营业务毛利下降106.80万元。从毛利变动角度分析，2025年1-6月，公司主营业务毛利下降主要系硬质合金毛利下降所致，减少了141.62万元。此外，数控刀片毛利同比下降56.37万元，工程工具用截齿毛利同比上升91.19万元，对主营业务毛利也有所影响。

从销售价格变动、原材料价格变动、产品结构变化角度进一步说明如下：

①2024年1-6月及2025年1-6月，单位售价、单位成本同比变动情况如下：

单位：元/千克、元/件

产品类型	单位售价			单位成本		
	2025年1-6月	2024年1-6月	变动比例	2025年1-6月	2024年1-6月	变动比例
硬质合金	437.21	433.82	0.78%	354.38	349.33	1.45%
数控刀片	535.25	521.77	2.58%	468.31	435.16	7.62%
工程工具用截齿	33.21	76.52	-56.60%	30.27	69.05	-56.16%

如上表所示，2025年1-6月，公司硬质合金单位售价为437.21元/千克，同比上涨0.78%，单位成本为354.38元/千克，同比上涨1.45%；数控刀片单位售价为535.25元/千克，同比上涨2.58%，单位成本为468.31元/千克，同比上涨7.62%；工程工具用截齿单位售价为33.21元/件，同比下降56.60%，单位成本为30.27元/件，同比下降56.16%。

公司产品的主要原材料为碳化钨粉，并且成本结构中直接材料占比超过75%，因此，碳化钨粉市场价格变动显著影响产品成本。2024年至2025年6月，公司碳化钨粉采购单价分别增长7.65%和9.62%，导致单位成本有所上升，同时受到短期市场需求下降、市场竞争激烈的影响，公司未能在短期内及时传导原料成本上涨压力，导致单位成本涨幅高于单位售价涨幅，毛利率有所下降。工程工具用截齿单位售价

和单位成本均快速降低主要是由于产品结构变化所致，2025年1-6月，马路铣刨齿销量占比有所增加，而该产品单位售价和单位成本均低于其他产品。

②2024年1-6月及2025年1-6月，单位售价、单位成本、销量变动对收入及成本影响情况如下：

单位：万元

1、单位售价、销量变动对收入变动的的影响			
项目	收入变动	单位售价影响	销量影响
硬质合金	325.83	298.28	27.55
数控刀片	843.26	102.12	741.14
工程工具用截齿	1,160.63	-752.56	1,913.19
合计	2,329.72	-352.17	2,681.89
2、单位成本、销量变动对成本变动的的影响			
项目	成本变动	单位成本影响	销量影响
硬质合金	467.46	444.33	23.13
数控刀片	899.63	251.12	648.51
工程工具用截齿	1,069.44	-673.85	1,743.29
合计	2,436.53	21.61	2,414.92

如上表所示，硬质合金收入及成本增长主要受到单位售价/成本上涨的影响，数控刀片收入及成本增长主要受到销量上涨的影响，工程工具用截齿收入及成本增长主要受到销售上涨的影响。

(2) 产品结构变化分析

2024年1-6月及2025年1-6月，主要产品的主营业务收入及其占比、毛利率如下：

单位：万元、%

产品类型	2025年1-6月			2024年1-6月			变动		
	收入	占比	毛利率	收入	占比	毛利率	收入	占比	毛利率
硬质合金	38,496.31	84.09	18.94	38,170.48	87.84	19.48	325.83	-3.76	-0.53
数控刀片	4,795.86	10.48	12.51	3,952.60	9.10	16.60	843.26	1.38	-4.09
工程工具用截齿	2,490.25	5.44	8.88	1,329.62	3.06	9.76	1,160.63	2.38	-0.89
合计	45,782.42	100.00	17.72	43,452.70	100.00	18.92	2,329.72	100.00	-1.20

如上表所示，2025年1-6月，数控刀片与工程工具用截齿因销售规模快速增长，销售占比显著上升。同时这两类产品毛利率较低，且其中数控刀片的毛利率下降较快，因此这两类产品销售占比提升对主营业务毛利率产生了负面影响。

为进一步说明上述产品结构变动对主营业务毛利率变动的影响，对2025年1-6月主营业务毛利率同比变动情况说明如下：

单位：%

产品类别	2025年1-6月		2024年1-6月		产品结构变动对主营业务毛利率变动的影响	各类产品毛利率变动对主营业务毛利率变动的影响	主营业务毛利率变动
	收入占比①	毛利率②	收入占比③	毛利率④			
硬质合金	84.09	18.94	87.84	19.48	-0.27	-0.93	-1.20
数控刀片	10.48	12.51	9.1	16.6			
工程工具用截齿	5.44	8.88	3.06	9.76			

注：产品结构变动对主营业务毛利率变动的影响⑤=Σ[(①-③)*④]；各类产品毛利率变动对主营业务毛利率变动的影响⑥=Σ[(②-④)*①]

如上表所示，2025年1-6月主营业务毛利率同比下降1.20个百分点，其中产品结构变动对主营业务毛利率变动的影响为-0.27个百分点，各类产品毛利率变动对主营业务毛利率变动的影响为-0.93个百分点。2025年1-6月，主营业务毛利同比降低106.80万元，其中产品结构变动对主营业务毛利变动影响为-24.03万元，各类产品毛利率变动对主营业务毛利变动的影响为-82.77万元。

2、期间费用等其他成本费用支出对利润的具体影响程度

2025年1-6月，期间费用等其他主要成本费用支出对利润总额的影响如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年1-6月	对利润总额的影响金额变动	变动比例	影响金额占上年同期利润总额的比例
销售费用	1,352.91	1,816.96	464.05	-25.54%	16.68%
管理费用	2,243.06	2,259.88	16.82	-0.74%	0.60%
研发费用	1,879.30	2,010.70	131.40	-6.54%	4.72%
财务费用	-362.34	148.54	510.88	-343.93%	18.36%
信用减值损失	-115.53	-285.36	169.83	-59.51%	6.10%
资产减值损失	-70.57	-259.47	188.90	-72.80%	6.79%

如上表所示，2025年1-6月，公司销售费用较上年同期下降25.54%，影响金额

占上年同期利润总额的比例为 16.68%，主要是由于 ROBERT PATRICK CARROLL 根据员工持股平台合伙协议的约定，于 2025 年 4 月退出持股平台，相应冲回股份支付累计费用 378.16 万元。

2025 年 1-6 月，公司财务费用较上年同期下降 343.93%，影响金额占上年同期利润总额的比例为 18.36%，主要是受到 2025 年上半年欧元升值较快及出售外汇的影响，汇兑损益有所增加。

其他因素：2025 年 1-6 月，由于公司应收账款结构改善，信用减值损失计提金额较上年同期有所减少；同时，受到碳化钨粉价格上涨的影响，相关产品市场价格上涨，带动存货的可变现净值有所上升，计提的资产减值损失有所减少。

综上所述，公司 2025 年 1-6 月业绩同比上升，主要受期间费用下降的影响。

(二) 详细说明 2025 年上半年研发费用、销售费用、管理费用、财务费用等较去年同期减少的具体原因及合理性，发行人期间费用变动与收入增长是否匹配

2025 年 1-6 月，期间费用同期对比变动情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年 1-6 月	变动比例
销售费用	1,352.91	1,816.96	-25.54%
管理费用	2,243.06	2,259.88	-0.74%
研发费用	1,879.30	2,010.70	-6.54%
财务费用	-362.34	148.54	-343.93%
合计	5,112.92	6,236.09	-18.01%

由上表可知，2025 年 1-6 月，公司各项期间费用均呈现不同程度下降，合计下降 18.01%，具体分析如下：

1、销售费用变动

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年 1-6 月	变动比例
职工薪酬	1,214.43	1,312.29	-7.46%
股份支付	-345.70	56.56	-711.21%
其他	484.18	448.11	8.05%
合计	1,352.91	1,816.96	-25.54%

如上表所示，2025年1-6月公司销售费用较上年同期减少464.06万元，主要系职工薪酬减少97.86万元和股份支付费用减少402.26万元所致。根据公司的销售制度，销售人员工资奖金主要受到销售额和销售毛利的影响，2025年1-6月，由于销售毛利较低，销售人员工资奖金较上年同期有所下降。股份支付费用减少402.26万元，主要是由于ROBERT PATRICK CARROLL（以下简称“ROBERT”）退出持股平台，相应冲回股份支付累计费用所致。

ROBERT入股及退出的具体情况如下：

（1）入股

ROBERT系公司中层销售人员，国籍及经常居住地为美国，主要负责向境外/外资企业推介公司产品。

2020年，ROBERT通过加入第二次股权激励计划，成为长盈投资（员工持股平台）的有限合伙人，从而间接持有1%的公司股权。授予ROBERT的股权价格为5.47元/股，低于授予日公允价值（以最近一次外部投资者增资价格12.87元/股为参考）。因此，差额部分确认为股份支付费用，并在服务期限内予以分摊。

ROBERT入伙时，作为丙方，签订了《<昆山长盈投资管理企业（有限合伙）合伙协议之补充协议>之补充协议》（以下简称“《长盈投资补充协议》”），协议明确约定：“有以下情形之一时，合伙人可以退伙：（1）经执行事务合伙人同意退伙；（2）如公司直至2024年12月31日未能实现IPO，新晋合伙人可以退伙，原始合伙人以原始出资额加计银行同期贷款利息或退伙前一期期末经审计净资产价格中高者收购。”

因此，根据上述约定，如公司未能在2024年12月前上市，则ROBERT享有退出合伙平台的权利。

（2）退出

2024年6月，上海证券交易所出具上证上审〔2024〕151号《关于终止对昆山长鹰硬质材料科技股份有限公司首次公开发行股票并在沪市主板上市审核的决定》，决定终止对公司上市申请的审核，公司未能在2024年12月前实现上市目标。ROBERT作为外籍员工，并且经常居住地为美国，经过一次上市申报周期以后，主动表达了退股意愿。

2025年4月，ROBERT分别与黄启君、陈碧、阳铁飞、戴新光签订转让协议，将长盈投资的出资额转回给创始股东黄启君、陈碧、阳铁飞、戴新光。转让价格按照《长盈投资补充协议》约定，以公司2024年度经审计净资产为依据确定。公司将相关的已摊销确认的股份支付费用在退出当期予以冲销，冲回股份支付金额为378.16万元。

除ROBERT外，其他员工均已重新签订了各员工持股平台的补充协议，协议约定“有以下情形之一时，合伙人可以退伙：（1）经执行事务合伙人同意退伙；（2）如公司直至2029年12月31日未能实现A股上市，乙方、丙方、丁方可以退伙……原始合伙人以原始出资额加计银行同期贷款利息或退伙前一期期末经审计净资产价格中高者收购。”

因此，根据协议约定，如公司未能在2029年12月底前实现A股上市，则员工拥有退出持股平台的权利。目前，公司处于北交所IPO受理中，除离职人员外，不存在其他员工退伙的情形，员工持股平台人员相对稳定。

2、管理费用变动

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年1-6月	变动比例
职工薪酬	1,167.76	1,253.05	-6.81%
折旧与摊销	288.44	291.78	-1.14%
中介机构费	205.95	151.00	36.39%
办公费	226.67	207.37	9.31%
其他	354.24	356.68	-0.68%
合计	2,243.06	2,259.88	-0.74%

如上表所示，2025年1-6月，公司管理费用较上年同期减少16.82万元，略有下降，主要系管理人员薪酬项目较上年同期有所减少。

3、研发费用变动

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年1-6月	变动比例
职工薪酬	849.99	906.66	-6.25%
材料费	544.25	575.90	-5.50%
模具费	194.46	202.88	-4.15%

项目	2025年1-6月	2024年1-6月	变动比例
折旧与摊销	132.48	181.93	-27.18%
其他	158.12	143.33	10.32%
合计	1,879.30	2,010.70	-6.54%

如上表所示，2025年1-6月，公司研发费用较上年同期减少131.40万元，主要系2025年上半年新增研发项目数量同比增加，而新增研发项目的前期投入相对较小所致。

4、财务费用变动

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年1-6月	变动比例
利息费用	39.86	78.23	-49.05%
减：利息收入	51.65	40.54	27.41%
汇兑损益	-406.62	66.82	-708.53%
其他	56.07	44.03	27.34%
合计	-362.34	148.54	-343.93%

如上表所示，2025年1-6月，公司财务费用较上年同期减少510.88万元，主要系汇兑收益较上年同期增加473.44万元所致。2024年1-6月，整体外汇汇率比较稳定，欧元与美元兑人民币汇率波动较小，汇兑损益对利润影响较小；2025年1-6月，受欧元等外币升值以及出售外汇的影响，汇兑收益有所增加，使得财务费用较上年同期有所降低。

2024年至2025年6月，欧元兑人民币汇率情况如下所示：



数据来源: Wind

2024 年至 2025 年 6 月，美元兑人民币汇率情况如下所示:



数据来源: Wind

(三) ROBERT 股权激励事项的具体会计处理、是否符合《企业会计准则》相关规定、对报告期内业绩的具体影响

1、公司对于 ROBERT 股权激励事项的具体会计处理如下：

(1) 授予时，公司根据授予价 5.47 元/股与公允价（最近一次外部投资者增资价格）12.87 元/股之间的差额确认股份支付费用总额为 5,550,000.00 元；

(2) 等待期内摊销时，公司根据股权激励计划中约定的服务期限确定摊销月数，股份支付费用总金额除以摊销月数得到每月摊销额。每月账务处理为：

借：销售费用—股份支付

贷：资本公积—其他资本公积

截至 2025 年 4 月，公司对 ROBERT 累计确认股份支付费用金额为 3,781,617.65 元；

(3) 冲回时，公司对于上述累计确认股份支付费用全部冲回，账务处理为：

借：资本公积—其他资本公积 3,781,617.65 元

贷：销售费用—股份支付 3,781,617.65 元

2、符合《企业会计准则》相关规定

根据《企业会计准则第 11 号—股份支付》第六条规定，完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，应当以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按照权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和资本公积。在资产负债表日，后续信息表明可行权权益工具的数量与以前估计不同的，应当进行调整，并在可行权日调整至实际可行权的权益工具数量。

《企业会计准则第 11 号——股份支付（应用指南）》规定，“等待期内每个资产负债表日，企业应当根据最新取得的可行权职工人数变动等后续信息作出最佳估计，修正预计可行权的权益工具数量。在可行权日，最终预计可行权权益工具的数量应当与实际可行权数量一致。根据上述权益工具的公允价值和预计可行权的权益工具数量，计算截至当期累计应确认的成本费用金额，再减去前期累计已确认金额，作为当期应确认的成本费用金额。”

公司在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权权益工具数量的最佳估计为

基础计算当期应分摊的股份支付费用，分别计入销售费用和资本公积。激励对象 ROBERT 退出，因未满足提前设定股权激励的可行权条件，公司修正后其预计可行权的权益工具数量为零，计算截至退出时累计应确认的成本费用金额为零，在退出时，应减去前期累计已确认金额，当期应确认的成本费用金额即为应当转回的前期已确认的股份支付费用金额。

综上，公司已经按照《企业会计准则第 11 号——股份支付》等相关规定，进行股份支付处理，相关处理符合《企业会计准则》的规定。

3、对报告期内业绩的具体影响

2025 年 4 月，公司冲回累计确认的股份支付费用，冲减销售费用 378.16 万元，增加 2025 年 1-6 月扣非后归母净利润 378.16 万元，占当期扣非后归母净利润的比例为 12.40%；2025 年度，公司扣非后归母净利润为 12,001.99 万元，冲回的股份支付费用占当期扣非后归母净利润仅为 3.15%，对公司业绩不构成重大影响。

（四）是否存在少计成本费用调节利润的情形，前述导致发行人业绩增长的因素是否具有偶发性，发行人业绩增长是否可持续

报告期内，公司对职工薪酬计提充分，对资产折旧与摊销计提按照一贯的折旧摊销政策进行处理，对其他成本费用中的已发生未到票的费用进行了暂估和预提，公司本次申报的财务报表已真实、准确、完整反映公司成本费用情况，不存在少计成本费用调节利润的情形。前述事项中 ROBERT 因退出股权激励计划，导致累计确认的股份支付费用在当期冲回增加利润的业务情形具有偶发性，对公司财务报表无持续影响。

2025 年 7-12 月，公司实现营业收入为 72,584.52 万元，较 2025 年 1-6 月环比增长 48.08%。2025 年 7-12 月，公司实现扣非后归母净利润为 8,952.77 万元，较 2025 年 1-6 月环比增长 193.61%，期后业绩快速增长，经营业绩增长具有可持续性。

二、逐一说明 2025 年 1-6 月发行人与同行业可比公司净利润变动趋势不一致的原因，说明期后下游行业及主要客户、同行业可比公司业绩变化情况，发行人期后业绩变动趋势与主要客户、同行业是否一致，详细分析差异原因及合理性。

（一）逐一说明 2025 年 1-6 月发行人与同行业可比公司净利润变动趋势不一致

的原因

2025年1-6月，公司与同行业可比公司扣非后归属于母公司所有者的净利润情况如下：

单位：万元

公司名称	2025年1-6月	2024年1-6月	变动
中钨高新	48,396.08	11,788.36	310.54%
厦门钨业	92,253.81	85,793.98	7.53%
翔鹭钨业	947.01	-4,048.31	123.39%
章源钨业	10,684.39	11,171.48	-4.36%
欧科亿	-1,914.72	3,777.64	-150.69%
新锐股份	9,389.83	8,250.14	13.81%
河源富马	471.41	327.51	43.94%
肯特合金	637.56	754.21	-15.47%
发行人	3,049.23	2,335.06	30.58%

如上表所示，2025年1-6月，发行人扣非后归母净利润同比增长30.58%，与中钨高新、厦门钨业、翔鹭钨业、新锐股份、河源富马的变动趋势保持一致，与欧科亿、章源钨业、肯特合金的变动趋势不一致，具体分析如下：

2025年1-6月，欧科亿净利润下降150.69%，主要是因为：数控刀具产业园项目产能利用率较低；同时，固定资产折旧增加，材料成本大幅上升，导致公司综合毛利率同比下降；叠加期间费用率同比上升，净利润大幅下滑。

2025年1-6月，章源钨业净利润下降4.36%，主要受到销售收入增长和毛利率下滑的共同影响，利润小幅下滑。

2025年1-6月，肯特合金净利润下降15.47%，主要受存货减值损失计提增加、研发投入加大影响。

2025年1-6月，受原材料碳化钨粉市场价格持续上涨影响，公司成本端承压，毛利率有所下滑。但由于收入提升和期间费用下降，成本增加对利润的负面影响被抵消，净利润实现回升。因此，公司净利润变动趋势与欧科亿、章源钨业、肯特合金不一致，具有合理性。

（二）说明期后下游行业及主要客户、同行业可比公司业绩变化情况，发行人

期后业绩变动趋势与主要客户、同行业是否一致，详细分析差异原因及合理性

1、期后下游行业情况

硬质合金广泛应用于装备制造、消费电子、汽车制造、家具家装、基础设施建设、矿产能源、半导体、新能源、航空航天等各个国民经济领域，因此，硬质合金行业景气度与宏观经济直接相关。

（1）宏观经济情况

据国家统计局公报，中国经济运行稳中有进，2025 年全年国内生产总值首次突破 140 万亿元大关，达 1,401,879 亿元，按不变价格计算比上年增长 5.0%。工业增加值达到 416,826 亿元，比上年增长 5.8%，规模以上工业增加值增长 5.9%。企业效益方面，全年规模以上工业企业利润总额 73,982 亿元，比上年增长 0.6%，扭转了此前连续三年下降的态势，其中制造业利润增长 5.0%，装备制造业利润增长 7.7%，高技术制造业利润增长 13.3%。经济的平稳运行与工业经济的稳中有进，为硬质合金行业提供了稳定的宏观环境，行业景气度获得有力支撑。

（2）下游行业情况

①汽车行业

汽车领域是切削刀具最大的应用市场之一。在传统汽车制造中，切削刀具广泛用于发动机（包括缸体、缸盖、曲轴、凸轮轴和连杆）、变速箱、车桥、传动轴、制动器、轮毂等零部件的金属切削加工。而在新能源汽车领域，除新增三电系统（电池、电机、电控）的加工需求外，轻量化材料的应用也日益广泛，铝合金、碳纤维等材料使用量的提升扩大了切削刀具的使用场景。

2025 年全年，我国汽车产销累计完成 3,453.1 万辆和 3,440 万辆，同比分别增长 10.4%和 9.4%，产销量再创历史新高，连续 17 年位居全球第一。其中，新能源汽车产销分别完成 1,662.6 万辆和 1,649 万辆，同比分别增长 29%和 28.2%，传统燃料汽车全年国内销量为 1,342.7 万辆，同比下降 4%。从全年走势看，汽车行业整体呈现稳中有进的发展态势，新能源汽车渗透率持续提升，12 月单月新能源汽车新车销量占比达到 52.3%，燃油车市场在上半年下滑后于下半年逐步企稳，全年降幅较上半年有所收窄。

②通用机械行业

通用机械具有通用性强、应用范围广等特点，主要包括泵、阀门、风机、压缩机、减变速机、干燥设备、分离机械、气体净化设备等产品类别，广泛应用于钢铁、电力、石油、化工、轻工业、食品医药、机械制造等国民经济各部门。在通用机械领域，硬质合金刀具主要应用于泵阀类零件（如不锈钢法兰、阀门、流体部件）、液压件、通用零部件以及各类机械基础件的精密加工。

通用机械行业作为机械工业的重要组成部分，2025 年全年，呈现稳中有进的发展态势。机械工业规模以上企业实现营业收入 33.2 万亿元，总量创新高，同比增长 6.0%，实现利润总额 1.7 万亿元，增速由上年的下降转为增长，同比增长 5.9%。

③ 航空航天行业

航空航天装备制造属于精密制造行业，其材料多为钛合金、高温合金、高强度钢、复合材料等高性能难加工材料，零件结构多为深腔、深孔、复杂曲面等弱刚性形态。同时，部件种类多样、加工工艺繁复，因此对长寿命、高可靠性的高性能硬质合金刀具有迫切需求。

2025 年，航空、航天器及设备制造行业利润同比增长 13.3%；民用航空领域，2025 年全行业完成运输总周转量 1640.8 亿吨公里、旅客运输量 7.7 亿人次、货邮运输量 1,017.2 万吨，同比分别增长 10.5%、5.5% 和 13.3%，民航全行业实现盈利 65 亿元。

④ 发电设备行业

发电设备领域涵盖风电、核电、光伏等细分行业，硬质合金刀具主要应用于风力发电机主轴轴承孔的精镗加工、核电压力容器密封面的超精密车削、以及光伏硅晶体切割用高耐磨导轮。

2025 年我国发电设备领域呈现新能源主导装机的显著特征。截至 2025 年底，全国发电装机容量 38.9 亿千瓦，同比增长 16.1%，其中风电装机容量 6.4 亿千瓦，增长 22.9%，太阳能发电装机容量 12.0 亿千瓦，增长 35.4%，风电与太阳能发电合计装机 18.4 亿千瓦，在总装机中占比达 47.3%，首次历史性超过火电装机。核电领域，截至 2025 年底全国运行核电机组 59 台，装机容量 6,248 万千瓦，同比增长 2.7%。

⑤ 消费电子行业

消费行业的电子产品外壳、精密部件、电路板等构件具有广泛的刀具加工需求。

而其中钛合金中框、不锈钢折叠机构件等新材料具有较高的加工难度，硬质合金微径刀具的使用量随着上述新材料的运用而不断增长。

2025 年我国电子信息制造业生产增长较快，效益稳步提升。全年规模以上电子信息制造业增加值同比增长 10.6%。从效益看，规模以上电子信息制造业实现营业收入 17.4 万亿元，同比增长 7.4%，实现利润总额 7,509 亿元，同比增长 19.5%。

⑥家具家装行业

家具家装领域对硬质合金工具的需求主要集中于木工数控刀具，具体应用包括板材开料用硬质合金锯片、镗铣成型刀具、封边修边刀具以及钻孔刀具等。

2025 年我国家具家装行业呈现内需回暖与生产承压并存的态势。从生产端看，2025 年规模以上家具制造业实现营业收入 6,125.1 亿元，同比下降 10.7%，实现利润总额 328.1 亿元，同比下降 12.1%。面对上述情况，国家多项利好政策不断落地，预期未来家具家装市场将较为稳定。

⑦地矿凿岩领域

凿岩类硬质合金作为凿岩工具的核心组成部分，其市场规模与矿业开采和基础设施建设需求紧密相关。凿岩工具为矿山工具，主要包括牙轮钻具、潜孔钻具、顶锤钻具、金刚石取芯钻头、天井钻进钻具、顶锤式冲击钻具等，下游主要应用于矿山开采、基础设施建设、石油钻采等领域。

2025 年我国地矿工程领域呈现勘查投资持续回升、找矿成果显著突破、地质勘查经济稳中有进的发展态势。全国规模以上采矿业增加值同比增长 5.6%，采矿业利润总额为 8,345.1 亿元，有力支撑了能源和原材料供应。在新一轮找矿突破战略行动持续推进下，矿产勘查投资实现连续四年正增长，2025 年全国新发现矿产地超过 80 处，锂、钨、锡、磷、稀土、铜等战略性矿产大幅增储。

综合上述分析，2025 年我国工业经济运行呈现结构性分化特征。在汽车、消费电子、新能源、通用装备等下游应用领域，行业整体发展态势良好，规模以上企业效益稳步提升，为上游硬质合金行业提供了稳定的需求支撑。相较而言，家具家装行业表现相对偏弱。

按加工材料分，公司产品类型分为金属加工类、木材加工类、模具类和地矿工程类，其中金属加工类、木材加工类、地矿工程类占收入比例合计为 84.99%、85.97%

和 85.86%，系公司的主要产品，终端应用集中于汽车、消费电子、新能源、通用装备等行业。受益于上述下游行业良好的发展态势，公司 2025 年下半年收入呈现快速增长趋势。报告期内，木材加工类产品收入占比分别为 10.73%、10.59%和 10.11%，占比较低，非公司主要的产品类型，受限于下游家具家装行业景气度不高，收入增长较为有限。

综上所述，2025 年，公司主要产品的终端应用领域发展趋势良好。同时，公司充分发挥市场地位、技术创新等方面的优势，实现销售收入 121,602.91 万元，净利润 12,547.63 万元，较上年同期经营业绩大幅提升，因此，期后下游行业与公司业绩变动趋势一致。

2、期后主要客户业绩变动情况

报告期内，公司前十大客户中，山特维克集团、三一集团子公司三一重工、华锐精密、TTI 集团为上市公司，期后业绩情况如下：

公司名称	营业收入			归母净利润		
	2025年	2024年	变动率	2025年	2024年	变动率
山特维克 (证券简称: SAND)	1,206.80亿瑞典克朗	1,228.78亿瑞典克朗	-1.79%	146.91亿瑞典克朗	122.45亿瑞典克朗	19.98%
三一重工 (600031.SH)	89,231,023千元	77,773,391千元	14.73%	8,408,057千元	5,955,567千元	41.18%
华锐精密 (688059.SH)	100,042.82万元	75,905.73万元	31.80%	18,664.52万元	10,695.91万元	74.50%
TTI集团 (00669.HK)	152.6亿美元	146.2亿美元	4.4%	11.98亿美元	11.22亿美元	6.8%

如上表所示，根据山特维克发布的定期报告，山特维克 2025 年营业收入同比小幅下降 1.79%，净利润同比大幅增长 19.98%，盈利水平稳步提升；根据三一重工 2025 年年报，营业收入增长 14.73%，净利润增长 41.18%，实现利润水平的大幅提升；根据华锐精密 2025 年年报，营业收入增长 31.80%，净利润增长 74.50%；根据 TTI 集团 2025 年业绩公告，公司实现营收、利润、毛利率、现金流全面创历史新高，主要系高毛利业务占比提升、产品结构优化、生产效率改善，财务与经营质量稳健。上述客户中，华锐精密业绩上升的主要原因为：下游市场需求回暖，产销量同比增长；同时针对碳化钨粉等主要原材料价格上涨的情况，公司相应上调产品售价；叠加费用管控与规模效应，盈利能力大幅改善。

综上，发行人主要客户 2025 年期后业绩整体保持增长趋势，与发行人变动趋势一致。

3、期后同行业可比公司业绩情况

期后同行业可比公司业绩变动情况如下：

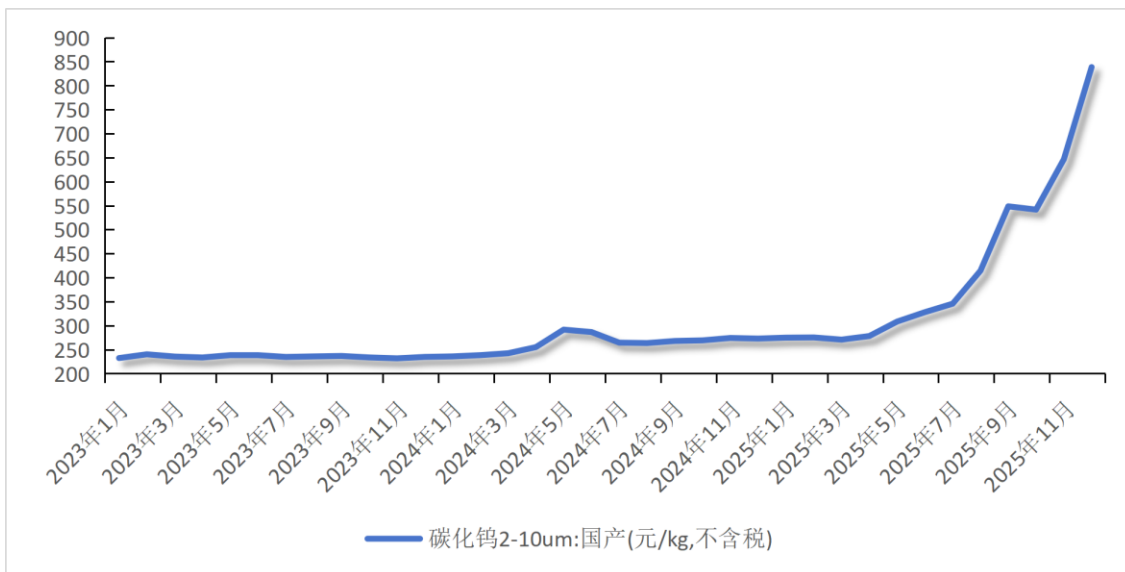
单位：万元

公司名称	营业收入			扣非归母净利润		
	2025年	2024年	变动率	2025年	2024年	变动率
中钨高新	1,763,851.09	1,474,277.00	19.64%	111,315.23	16,241.00	585.40%
厦门钨业	4,626,458.27	3,519,646.12	31.45%	218,979.95	151,895.53	44.16%
翔鹭钨业	240,854.79	174,901.82	37.71%	13,484.19	-12,050.34	211.90%
章源钨业	520,194.40	367,325.17	41.62%	29,559.82	17,996.87	64.25%
欧科亿	145,741.52	112,718.62	29.30%	7,285.44	2,628.98	177.12%
新锐股份	249,286.40	186,183.31	33.89%	21,925.67	15,713.86	39.53%
河源富马	32,031.01	27,140.40	18.02%	2,836.18	841.61	236.99%
肯特合金	57,306.54	45,068.91	27.15%	3,803.46	1,197.21	217.69%

同行业可比公司经营业绩均实现大幅增长，业绩变动趋势与发行人保持一致。

三、结合期后原材料价格变动、产品销售单价调整、单位成本变动情况等说明发行人毛利率是否会进一步下滑并充分揭示风险；结合发行人市场地位、产品竞争优势等说明发行人是否具有议价能力，是否存在以价换量、增收不增利的情形，发行人采取的具体应对措施及对经营业绩的影响，结合前述情况揭示相关风险并作重大事项提示；说明报告期内发行人毛利率变动趋势是否与同行业可比公司一致，说明差异原因及合理性。

（一）结合期后原材料价格变动、产品销售单价调整、单位成本变动情况等说明发行人毛利率是否会进一步下滑并充分揭示风险



2023-2025年，主要原材料碳化钨粉公开市场价格变动趋势如下：

注：碳化钨粉市场价格数据来源于 Wind。

如上图所示，2025年下半年碳化钨粉市场价格整体呈增长趋势。

2025年上半年及2025年下半年，硬质合金及数控刀片产品销售单价、单位成本、毛利率变动情况如下所示：

单位：元/千克

项目	2025年7-12月	2025年1-6月	变动率
单位售价	564.81	446.26	26.57%
单位成本	404.97	364.90	10.98%
毛利率	28.30%	18.23%	10.07个百分点

如上表所示，2025年下半年，在原材料碳化钨粉持续单边上涨的背景下，公司顺利传导成本压力，实现毛利率的快速回升，主要是由于以下因素：

①下游需求增长。2025年7-12月，规模以上工业企业利润加快恢复，且碳化钨价格进入单边上涨期，宏观经济向好和原料价格上涨为产品提价提供了成本支撑，下游客户亦因库存消耗而加大采购，硬质合金行业各大企业普遍上调产品售价。

②低端产能出清。原材料价格的快速上涨，迫使不具备技术、资金优势的低端产能陆续停产停工，优化了硬质合金市场供给。2025年中央经济工作会议明确提出：深入整治“内卷式”竞争，营造公平竞争市场环境。因此，在政策的支持下，硬质合金行业供需趋于平衡。

③库存成本较低。公司深耕硬质合金行业二十余年，2023-2025年产量位列国内第五，系行业主要生产商之一。公司日常保有一定量的碳化钨粉安全库存，该部分存货的成本较低。同时，基于对下游需求及原料价格的预测，公司与碳化钨粉供应商签订了大额采购合同，提前锁定采购价格，有效降低了产品综合生产成本。

在此背景下，2025年下半年，公司得以顺利传导原材料价格上涨的成本压力，毛利率快速回升。2026年1-3月，公司进一步提升产品售价，主营业务毛利率进一步上升至44.83%。

综上所述，公司毛利率进一步下滑风险较小，同时公司已在招股说明书“重大事项提示/五、特别风险提示”和“第三节/一、经营风险”披露如下：

“（三）毛利率波动的风险

报告期各期，公司主营业务毛利率分别为21.79%、19.38%和**23.60%**，**2023-2024年**，硬质合金产业主要原材料碳化钨价格持续上涨，与此同时，**受下游行业短期需求萎缩、市场竞争加剧的影响**，公司原料成本不能全部转嫁给需求方，公司毛利率出现下降。**若钨产业链上下游市场供需情况变化，导致碳化钨价格剧烈波动，公司销售单价和毛利率存在下降可能。**

若未来全球经济衰退，碳化钨等原材料价格保持高位或进一步提升，则公司可能出现毛利率下滑的风险。”

（二）结合发行人市场地位、产品竞争优势等说明发行人是否具有议价能力，是否存在以价换量、增收不增利的情形，发行人采取的具体应对措施及对经营业绩的影响，结合前述情况揭示相关风险并作重大事项提示

1、公司的市场地位

根据中国钨业协会统计数据，2024年，国内硬质合金年产1000吨以上的厂商仅有18家，年产2000吨以上的厂商仅有5家。2024年，公司年产硬质合金2,105.1吨，系年产2000吨以上的硬质合金厂商之一，因此，公司系国内硬质合金的主要供应商。

2022-2024年，公司硬质合金产量为1,762.8吨、1,993.1吨、2,105.1吨，市场排名及占有率具体情况如下：

2024年度			
排名	名称	产量(吨)	占比(%)
1	株洲硬质合金集团有限公司	8,149.9	13.58
2	厦门金鹭特种合金有限公司	5,717.0	9.53
3	自贡硬质合金有限责任公司	3,191.5	5.32
4	株洲欧科亿数控精密刀具股份有限公司	2,310.1	3.85
5	长鹰硬科	2,105.1	3.51
6	浙江德威硬质合金制造有限公司	1,954.9	3.26
7	苏州新锐合金工具股份有限公司	1,810.5	3.02
8	蓬莱市超硬复合材料有限公司	1,750.8	2.92
9	株洲精工硬质合金有限公司	1,540.0	2.57
10	株洲钻石切削刀具股份有限公司	1,492.7	2.49
2023年度			
排名	名称	产量(吨)	占比(%)
1	株洲硬质合金集团有限公司	8,028.0	15.15
2	厦门金鹭特种合金有限公司	5,157.0	9.73
3	自贡硬质合金有限责任公司	3,337.1	6.30
4	株洲欧科亿数控精密刀具股份有限公司	2,222.5	4.19
5	长鹰硬科	1,993.1	3.76
6	蓬莱市超硬复合材料有限公司	1,884.0	3.55
7	浙江德威硬质合金制造有限公司	1,671.5	3.15
8	苏州新锐合金工具股份有限公司	1,563.9	2.95
9	济南市冶金科学研究所有限责任公司	1,483.4	2.80
10	株洲精工硬质合金有限公司	1,398.0	2.64
2022年度			
排名	名称	产量(吨)	占比(%)
1	株洲硬质合金集团有限公司	8,177.1	16.19
2	厦门金鹭特种合金有限公司	4,422.3	8.76
3	自贡硬质合金有限公司	3,579.5	7.09
4	株洲欧科亿数控精密刀具股份有限公司	1,937.8	3.84
5	长鹰硬科	1,762.8	3.49
6	蓬莱市超硬复合材料有限公司	1,713.0	3.39
7	浙江德威硬质合金制造有限公司	1,620.7	3.21
8	株洲精工硬质合金有限公司	1,402.0	2.78
9	九江金鹭硬质合金有限公司	1,360.7	2.69
10	济南市冶金科学研究所有限责任公司	1,303.0	2.58

如上表所示，2022-2024年，公司硬质合金产量均位居国内第五名，形成了较为领先的行业地位。

2、产品竞争优势

(1) 深耕材料基体，以核心技术驱动产品性能领先

相较于同行业公司，公司更专精于硬质合金产业链中游，深耕材料学领域。在硬质合金行业内，以森拉天时、肯纳金属、日本住友等欧美日韩企业代表行业领先水平。随着公司的研发能力及制造水平持续提升，公司部分产品的指标和参数均达到了可与国际同行比肩的水平。

经中南大学粉末冶金研究院质检中心检测，公司具代表性的产品如 MH10F、CS43、SH904、UH5、DF30、DF20，其检测指标数据与国际知名厂商同类产品的性能相近，充分体现公司该部分牌号的硬质合金产品性能与上述国际知名厂商相比具有一定竞争力。

公司各应用领域产品关注的重要性能及竞品公司情况如下：

①MH10F

厂家		森拉天时	长鹰硬科	说明
牌号		CTS20D	MH10F	
性能指标	硬度 (HRA)	91.9	91.9	硬度与竞品相当
	抗弯强度 (N/mm ²)	4000	4143.2	抗弯强度略高于竞品
	断裂韧性 (MPa·m ^{1/2})	10.4	11.0	断裂韧性略高于竞品

②CS43

厂家		日本住友	长鹰硬科	说明
牌号		AF512	CS43	
性能指标	硬度 (HRA)	92.0	92.6	硬度略高于竞品
	抗弯强度 (N/mm ²)	4400	4559.5	抗弯强度略高于竞品
	断裂韧性 (MPa·m ^{1/2})	9.0	10.1	断裂韧性略高于竞品

③SH904

厂家		日本住友	长鹰硬科	说明
牌号		AF209	SH904	
性能指标	硬度 (HRA)	93.5	93.9	硬度略高于竞品
	抗弯强度 (N/mm ²)	4000	4644.1	抗弯强度略高于竞品
	断裂韧性 (MPa·m ^{1/2})	5.5	9.5	断裂韧性高于竞品

④UH5

厂家		森拉天时	长鹰硬科	说明
牌号		KCR06	UH5	
性能指标	硬度 (HRA)	93.6	94.3	硬度略高于竞品
	抗弯强度 (N/mm ²)	2600	3635.9	抗弯强度略高于竞品
	断裂韧性 (MPa·m ^{1/2})	8.5	8.1	断裂韧性略低于竞品

⑤DF30

厂家		肯纳金属	长鹰硬科	说明
牌号		CD650	DF30	
性能指标	硬度 (HRA)	90.2	90.5	硬度略高于竞品
	抗弯强度 (N/mm ²)	3790	4605.6	抗弯强度略高于竞品
	断裂韧性 (MPa·m ^{1/2})	12.5	16.7	断裂韧性略高于竞品

⑥DF20

厂家		肯纳金属	长鹰硬科	说明
牌号		KR466	DF20	
性能指标	硬度 (HRA)	90.0	89.5	硬度略低于竞品
	抗弯强度 (N/mm ²)	3310	4522.3	抗弯强度略高于竞品
	断裂韧性 (MPa·m ^{1/2})	15.6	13.0	断裂韧性略低于竞品

整体来看，公司具有代表性的几类产品与国际知名厂商同类产品的性能相近，公司该部分牌号硬质合金产品在性能方面与上述国际知名厂商相比具有一定竞争力。

(2) 产品种类丰富，下游覆盖面广

基于硬质合金材料技术，公司在产业链中游做深做宽，不断丰富产品形态，目前已拥有 140 余个牌号、21 万余种规格的硬质合金产品，形成了覆盖面极广的产品矩阵，包括金属加工类、木材加工类、模具类、地矿工程类以及数控刀具等，实现了对装备制造、消费电子、汽车制造、家具家装、基础设施建设、矿产能源、新能源等下游领域的全面渗透。

(3) 基于产品定制化优势，满足客户差异化需求

在拥有丰富牌号的基础上，公司以客户需求为中心，针对不同行业的产品特性开展产品及生产工艺的研发，持续为客户提供系统、完整的定制化解决方案。针对

客户对精加工产品、特殊规格型号产品需求，以及整体降本增效的考虑，公司采用自主研发的近净成型工艺，通过冷等静压成型技术，明显缩短了材料到成品的加工周期，提升了产品性能，同时有效降低了原材料的损耗。公司的技术工艺水平既能够保障客户即时性需求和产品质量，提升了客户自身的生产效率，得到了客户和市场的广泛认可。

报告期内，公司已在行业中取得了明显的竞争优势及稳固的市场地位，公司产品类型丰富、应用领域广泛，技术储备充足、产品性能突出，在产业链中具有较强的议价权与抗风险能力。受益于上述有利因素，公司 2025 年实现营业收入 121,602.91 万元，净利润 12,547.63 万元，较上年同期分别增长 25.12%、97.30%，经营业绩实现大幅增长。

采用连环替代法对 2025 年的单位价格及销量变动对收入变动的情况如下：

单位：万元

项目	收入增长	销量贡献		单价贡献	
		金额	占比	金额	占比
硬质合金	16,432.02	3,933.30	23.94%	12,498.72	76.06%
数控刀片	4,355.59	2,646.77	60.77%	1,708.82	39.23%
工程工具用截齿	2,098.70	4,158.94	198.17%	-2,060.24	-98.17%

注：销量贡献=（本年销量-上年销量）*上年单价；单价贡献=本年销量*（本年单价-上年单价）。

如上表所示，公司营业收入增长主要源于销售单价的增长，因此不存在以价换量、增收不增利的情形。

3、发行人的应对措施及对经营业绩的影响

针对原材料涨价的情况，公司主要采取了以下应对措施：

（1）根据市场情况，适时调整产品售价

硬质合金作为现代工业中关键材料，具有应用领域广泛且需求刚性的特点。因此，尽管主要原材料碳化钨粉的成本传导在短期内存在一定滞后，但从长期来看，原材料价格的上涨必然能够向下游传导，从而推动硬质合金价格提升。

2024 年 5 月至 2025 年 6 月，碳化钨粉市场价格快速冲高回调，短期内剧烈的价格波动使得下游客户难以判断未来价格变动趋势，加之客户通常备有一定库存，导致客户短期内对硬质合金提价的接受度较低，延缓了成本传导速度。然而，随着下

游客户库存水平逐步下降、原材料价格走势稳定上涨，硬质合金价格具备了坚实的上调基础。

作为中国市场硬质合金行业前五的企业，公司始终密切关注市场动态，并积极响应价格走势。自 2025 年 5 月以来，公司逐步上调产品价格，以更好地契合市场环境变化。2025 年 7-12 月，公司主要产品单位售价较 2025 年 1-6 月环比提升 26.57%，覆盖单位成本 10.98% 的上涨，有效传导了原材料价格上涨的压力，推动毛利率与净利润显著提升。

（2）加大研发投入，优化生产工艺，提高生产效率

公司持续加大研发投入，优化生产工艺，提高生产效率，扩大高附加值产品的市场份额以提升对下游客户的议价能力，并通过提高生产效率降低生产成本，缓解原材料价格上涨风险。

2023 年至 2025 年，公司硬质合金工具产品销售收入从 9,463.27 万元增长至 18,445.16 万元，复合增长率高达 39.61%，收入规模快速提升，为公司收入增长起到了关键作用。

（3）制定并有效执行采购内控制度

公司制定并有效执行《供应商管理制度》《原料采购管理制度》，规范公司主要原料的采购流程，提高采购工作效率，最大化降低生产成本。公司基于对产业上下游的分析，预期原材料市场价格将出现上涨的情况下，结合在手订单以及计划排产情况，与供应商签订采购合同，以锁定未来一段时期的原材料采购价格，能够在一定程度上平滑原材料采购价格，减少原材料价格波动对公司利润带来的影响。

（4）与主要原材料供应商建立稳定合作关系

公司选择主要供应商时，综合考虑采购价格、产品质量、合作稳定性及物流成本等诸多因素。目前，公司与主要供应商建立了稳定、深入的合作关系，随着业务规模的扩大发行人将利用稳定且逐步扩大的采购规模优势建立了一定的议价能力。

（5）推进再生原料在产品中的使用

2025 年《政府工作报告》明确提出“强化再生资源循环利用”。2025 年以来，碳化钨价格涨幅过快，公司通过多种渠道扩充原料来源。相较于原生碳化钨，硬质合金废料的的市场价值相对被低估，价格仅为前者的一半左右。为此，公司于 2025 年

下半年着手布局再生钨原料的回收利用工作，通过采购废合金并进行再生加工的方式，有效降低了原料的整体采购成本。

综上，通过实施上述有效措施，公司 2025 年营业收入为 121,602.91 万元，净利润为 12,547.63 万元，较上年同期分别增长 25.12%、97.30%，经营业绩实现大幅增长。因此，公司针对原材料价格变动的应对措施具有有效性。

公司已在招股说明书“重大事项提示/五、特别风险提示”和“第三节/一、经营风险”补充披露如下：

“（四）利润大幅波动的风险

报告期各期，发行人扣除非经常性损益后归母净利润分别为 6,811.32 万元、5,872.35 万元和 12,001.99 万元，加权平均净资产收益率分别为 12.39%、9.49%和 16.62%，利润波动较大。2024 年，公司扣非后归母净利润及加权平均净资产收益率出现了一定程度的下滑，主要原因为受到供求关系短期波动的影响，产品售价的上升幅度低于原材料成本的上升幅度，从而导致毛利率同步下降所致。若经济运行波动加剧，原材料价格大幅调整、下游客户或市场需求发生变化，可能对公司利润产生负面影响，甚至进一步导致公司不符合发行上市条件。

此外，由于 2025 年下半年公司主要原材料碳化钨价格大幅提升，加剧了下游对公司硬质合金产品的采购需求。若未来出现原料价格大幅下降等不利情形，可能对公司经营业绩产生负面影响。”

（三）说明报告期内发行人毛利率变动趋势是否与同行业可比公司一致，说明差异原因及合理性

1、硬质合金

单位：%

公司名称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
中钨高新	18.93	18.63	14.11
厦门钨业	未披露	未披露	未披露
翔鹭钨业	15.50	5.73	15.70
章源钨业	19.76	19.13	14.30
欧科亿	19.52	15.42	14.93
新锐股份	26.86	19.39	22.18

公司名称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
河源富马	19.90	13.73	14.59
肯特合金	14.14	13.00	14.56
平均数	19.28	14.40	16.04
发行人	24.42	19.82	22.82

注 1：2023 年中钨高新相关数据取自定期报告中其他硬质合金产品毛利率。2024 年，中钨高新实施重大资产重组，收购同一控制下的钨矿企业柿竹园公司，导致追溯调整以前年度会计数据，使得硬质合金毛利率不可比（年报中上述数据调整未做详细解释，披露值为 18.63%，但同时披露与上年相比幅度为-0.53%），故同行业公司平均毛利率剔除中钨高新的影响。

注 2：厦门钨业未单独披露硬质合金毛利率。

如上表所示，报告期内公司毛利率变动趋势与同行业可比公司平均水平一致。受产品结构、功能定位及业务模式等因素影响，公司毛利率与可比公司之间存在差异，具体原因如下：

在可比公司中，中钨高新、翔鹭钨业、章源钨业成立时间较早，凭借历史背景形成了从钨精矿到硬质合金工具的完整产业链，产品布局大而全。发行人自成立以来，则始终专注于硬质合金中下游领域，产品覆盖多数应用方向，并在材料方面做深做广。据中国钨业协会统计，发行人硬质合金产量国内排名第五，部分牌号产品性能接近国际先进水平，主要产品技术指标优于国标较高等级，行业地位较为领先。因此，发行人在硬质合金专业领域形成了技术及定位优势，支撑了较高的毛利率水平。

另一方面，新锐股份、欧科亿、河源富马及肯特合金亦专注于硬质合金中下游，其中新锐股份毛利率与发行人较为接近。欧科亿部分产品为用于木材加工的通用型硬质合金（如锯齿、圆片），工艺相对成熟，毛利率较低；河源富马以非标异型定制产品为主，毛利率受客户结构影响较大，不同年份间波动幅度较大，因此毛利率部分年份和发行人相近，部分年份低于发行人；肯特合金专注于凿岩及工程合金细分市场，而发行人产品以金属加工为主，后者整体毛利率通常高于凿岩类产品。

综上，报告期内发行人毛利率变动趋势与同业一致，水平较高主要源于公司持续专注于硬质合金中下游，在材料研发、混合料制备、复杂成型及烧结工艺等核心技术方面具备行业领先能力，毛利率差异具有合理性。

2、硬质合金工具

单位：%

公司	2025 年度	2024 年度	2023 年度
中钨高新	35.05	33.30	33.58
欧科亿	25.44	29.85	40.42
新锐股份	36.07	36.64	38.88
平均值	32.19	33.26	37.63
发行人	19.27	16.43	13.58

注 1：中钨高新硬质合金工具毛利率取自定期报告“切削刀具及工具”；2024 年、2025 年新锐股份硬质合金工具毛利率取自定期报告“凿岩工具及配套服务”及“切削工具”毛利率；2023 年，新锐股份硬质合金工具毛利率取自定期报告“硬质合金工具”毛利率。

如上表所示，报告期内，公司硬质合金工具毛利率低于同行业可比公司。

发行人自 2021 年及 2022 年起，在硬质合金材料研发基础上逐步拓展至硬质合金工具领域，目前处于市场开拓与品牌建设增长期，产能尚未完全释放，产品定价策略亦受到一定影响。相比之下，中钨高新、欧科亿、新锐股份等同行业公司深耕硬质合金工具行业多年，已成为行业主要生产企业，积累了稳定的优质客户资源、核心技术及品牌优势，因此其毛利率水平高于发行人具有业务合理性。

四、说明各期主要产品单位成本的具体构成及变动情况，包括单位材料成本、单位人工成本、单位制造费用，分析单位成本变动的原因，结合不同产品的直接材料构成分析各期主要产品的单位材料成本变动情况是否与原材料市场价格变动相符。

公司主要产品分为硬质合金、硬质合金工具两类，直接材料占比均较高，直接材料以碳化钨粉、钴粉为主。其中，硬质合金产品以碳化钨粉为核心原料，其用量占比约为 85%-97%，除碳化钨粉和钴粉外，公司还会根据产品所需的不同性能要求，添加相应的其他金属元素，共同保障产品的硬度、韧性；数控刀片对生产设备精度要求较高，因此其直接人工及制造费用占比高于硬质合金产品，其碳化钨粉用量占比约为 82%-94%，略低于硬质合金；工程工具用截齿原材料由硬质合金与钢材底座组成，因此其碳化钨粉及钴粉的投入占比，低于其他产品。

1、硬质合金

单位：元/千克

项目	2025年度		2024年度		2023年度
	金额	变动额	金额	变动额	金额
单位材料成本	309.38	39.10	270.28	8.70	261.58
单位人工	31.99	-6.24	38.23	2.02	36.21
单位制造费用	31.57	-5.00	36.57	2.40	34.17
单位运输及出口费用	4.72	0.77	3.95	0.08	3.87
单位成本	377.66	28.62	349.04	13.21	335.83

2024年，硬质合金单位成本同比上升13.21元/千克，主要受单位材料成本上涨影响。其中，受碳化钨粉市场价格上涨影响，单位直接材料成本相应增加；单位人工成本小幅上升，主要系当期生产人员数量及薪酬水平有所增长；单位制造费用小幅上升，主要因机器设备投入有所增加所致。

2025年，硬质合金单位成本同比上升28.62元/千克，主要系单位材料成本大幅上涨所致。具体来看，单位材料成本较上年同比增加39.10元/千克，主要原因是碳化钨粉、钴粉市场价格出现显著上涨，直接导致单位产品材料成本同比增加；与此同时，单位人工、单位制造费用分别同比下降6.24元/千克、5.00元/千克，部分抵消了直接材料上涨带来的成本压力。单位人工和单位制造费用下降主要源于：（1）公司持续优化人员结构，2025年硬质合金主要生产主体长鹰硬科（母公司）及昆山东大平均生产人员数量同比下降14.60%，职工薪酬下降导致单位人工降低；（2）公司通过持续加强研发投入和技术积累，提升现有产品工艺技术和生产效率，带动单位人工及单位制造费用小幅下降；同时，2025年硬质合金产量稳步增长，推动产能利用率提升，加之公司加强成本管控、优化生产制造流程，进一步提升了生产效率，有效摊薄了制造费用。

2、硬质合金工具

单位：元/千克、

类型	项目	2025年度		2024年度		2023年度
		金额	变动额	金额	变动额	金额
数控刀片	单位材料成本	307.85	41.89	265.96	-0.47	266.43
	单位人工	51.13	-1.32	52.45	-0.36	52.81

	单位制造费用	112.78	-0.68	113.46	-6.74	120.20
	单位运输及出口费用	3.35	0.65	2.70	0.07	2.64
	单位成本	475.11	40.54	434.57	-7.50	442.08
工程工具用截齿	单位材料成本	26.79	-8.43	35.22	-22.44	57.66
	单位人工	0.81	-1.22	2.03	-1.69	3.72
	单位制造费用	3.77	-1.18	4.95	-1.15	6.10
	单位运出及出口费用	1.58	-0.38	1.96	-0.66	2.62
	单位成本	32.95	-11.21	44.16	-25.94	70.11

（1）数控刀片

2024年，数控刀片单位成本较上年下降7.50元/千克，主要系单位制造费用下降所致，单位材料成本与单位人工成本整体变动较小。受益于数控刀片产量提升，规模效应显现，带动单位制造费用有所降低。

2025年，单位成本较上年上涨40.54元/千克，主要受原材料市场价格大幅上涨影响，单位材料成本显著增加；单位人工成本与单位制造费用小幅下降，主要系数控刀片产量提升，规模效应所致。

（2）工程工具用截齿

工程工具用截齿主要原材料由硬质合金与钢材底座构成，其中硬质合金重量占比较低，因此受碳化钨粉市场价格波动影响相对较小。报告期内，产品单位成本下降主要系产品结构变动所致。2023年，公司新开发马路铣刨齿产品，该产品主要应用于水泥及沥青路面刨铣作业，单位成本较低，随着其销量占比提升，拉低了工程工具用截齿整体单位成本。

综上，不同产品的单位材料成本变动情况与原材料市场价格变动相符。

五、说明各期主要原材料单耗水平是否存在异常变动、与可比公司水平是否存在较大差异；结合同一型号产品的单位成本、销售单价量化分析同一型号产品向不同客户销售毛利率存在差异的原因，是否存在毛利率显著偏高或毛利率显著提升的客户。

（一）说明各期主要原材料单耗水平是否存在异常变动、与可比公司水平是否存在较大差异

单位：吨

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
碳化钨粉耗用量	2,023.03	1,873.71	1,645.92
钴粉耗用量	239.77	240.21	197.58
减：在产品及半成品期初期末影响	84.31	17.84	-75.44
碳化钨粉及钴粉耗用量合计	2,178.50	2,096.08	1,918.94
产成品产出量	2,279.22	2,105.13	1,993.14
单耗水平	0.96	0.99	0.96

注：单耗水平=主要原材料耗用量/产成品产出量

报告期各期，主要原材料单耗水平分别为 0.96、0.99 和 0.96，单耗水平较为稳定，不存在明显异常。

由于原料单耗水平并非上市公司/挂牌公司必要披露数据，因此同行业可比公司未披露相关数据。

（二）结合同一型号产品的单位成本、销售单价量化分析同一型号产品向不同客户销售毛利率存在差异的原因，是否存在毛利率显著偏高或毛利率显著提升的客户

硬质合金以其高硬度、高韧性及优异的耐磨性能，广泛应用于国民经济各领域。依据国家标准及应用场景的差异，硬质合金主要可分为切削工具用合金、凿岩及工程工具用合金、耐磨零件用合金三大类别。具体分类情况如下：

行业分类	国家标准	利用硬质合金产品特性	被加工材料/作用对象
切削工具用合金	《GB_T18376.1-2008 硬质合金牌号第 1 部分：切削工具用硬质合金牌号》	高硬度	铸铁、有色金属、钢材、不锈钢、高温合金、钛合金等
凿岩及工程工具用合金	《GB_T18376.2-2014 硬质合金牌号第 2 部分：地质、矿山工具用硬质合金牌号》	高韧性	岩石、煤层、土层、矿体、地热层等
耐磨工具用合金	《GB_T18376.3-2015 硬质合金牌号第 3 部分：耐磨零件用硬质合金牌号》	高耐磨性	耐磨工况下的零件、模具、冲压件、密封件、测量工具等

报告期内，公司依托在硬质合金领域的技术与制造优势，向下游产业链延伸，拓展了数控刀片及工程工具用截齿两类产品。其中，数控刀片主要应用于各类金属零部件的机械加工，工程工具用截齿主要用于基础设施建设领域。上述两类产品在下游应用领域高度特征化，与硬质合金存在显著差异。

基于上述情况，公司产品可进一步细分为以下五类：切削工具用硬质合金、耐

磨零件用硬质合金、凿岩及工程工具用硬质合金、数控刀片，以及工程工具用截齿。

报告期内，公司各类型产品销售情况如下：

单位：万元

类别	2025年		2024年		2023年	
	金额	毛利率	金额	毛利率	金额	毛利率
切削工具用合金	72,427.34	27.23%	59,896.70	20.46%	56,702.34	22.98%
耐磨工具用合金	18,064.72	14.96%	14,670.42	18.85%	13,203.50	24.81%
凿岩及工程工具用合金	6,556.82	19.46%	6,049.74	15.92%	4,986.84	15.80%
数控刀片	12,553.54	23.56%	8,197.95	19.07%	5,812.61	14.55%
工程工具用截齿	5,891.61	10.11%	3,792.91	10.74%	3,650.66	12.04%
合计	115,494.04	23.60%	92,607.72	19.38%	84,355.95	21.79%

公司拥有 140 余个产品牌号、21 万余种产品规格，产品类型繁多，影响毛利的因素也较为复杂。不同产品在类型、型号、配方、加工形状、加工方式及加工难度上各不相同，导致毛利率水平存在差异。即便是同一产品，销售给不同客户时，毛利率也会因客户类型、下游应用领域、采购时点、原料价格波动等因素而有所差异。

上述主要产品单位成本、单价、毛利率分析的具体情况如下：

1、切削工具用合金

报告期内，公司销售切削工具用合金的前五大客户情况如下：

单位：万元

年份	客户名称	主营业务收入	毛利率
2025 年度	山特维克集团	6,116.10	*
	常州市鑫瑞合金工具有限公司	4,666.92	*
	GSE MATERIALS B.V.	2,921.77	*
	HARTMETALL UND WERKZEUG SYSTEME WILKE GMBH.	2,513.63	*
	ASIA CARBIDE CO.	1,883.02	*
	合计	18,101.45	
2024 年度	山特维克集团	5,593.02	*
	常州市鑫瑞合金工具有限公司	4,367.85	*
	GSE MATERIALS B.V.	3,465.80	*
	株洲华锐精密工具股份有限公司	3,410.12	*
	HARTMETALL UND WERKZEUG SYSTEME WILKE GMBH.	2,659.39	*

年份	客户名称	主营业务收入	毛利率
	合计	19,496.19	
2023 年度	常州市鑫瑞合金工具有限公司	4,882.89	*
	山特维克集团	4,383.28	*
	株洲华锐精密工具股份有限公司	4,053.93	*
	HARTMETALL UND WERKZEUG SYSTEME WILKE GMBH.	1,933.39	*
	THE ULTRA-MET COMPANY	1,814.98	*
	合计	17,068.48	

上述主要客户毛利率变动情况如下：

单位：万元、%、元/千克

所属集团	2025年度				2024年度				2023年度			
	主营业务收入	毛利率	单价	单位成本	主营业务收入	毛利率	单价	单位成本	主营业务收入	毛利率	单价	单位成本
山特维克集团	6,116.10	*	*	*	5,593.02	*	*	*	4,383.28	*	*	*
常州市鑫瑞合金工具有限公司	4,666.92	*	*	*	4,367.85	*	*	*	4,882.89	*	*	*
GSE MATERIALS B.V.	2,921.77	*	*	*	3,465.80	*	*	*	1,370.36	*	*	*
株洲华锐精密工具股份有限公司	76.60	*	*	*	3,410.12	*	*	*	4,053.93	*	*	*
HARTMETALL UND WERKZEUGSYSTEME WILKE GMBH.	2,513.63	*	*	*	2,659.39	*	*	*	1,933.39	*	*	*
ASIA CARBIDE CO.	1,883.02	*	*	*	1,118.23	*	*	*	1,223.75	*	*	*
THE ULTRA-MET COMPANY	167.99	*	*	*	1,283.95	*	*	*	1,814.98	*	*	*

报告期内，公司切削工具用合金的毛利率分别为 22.98%、20.46%和 27.23%，该类产品具备技术含量高、尺寸精度优、加工性能突出等优势，整体市场竞争力较强。

山特维克集团为全球领先的刀具企业，毛利率显著高于其他主要客户，主要原因系该客户主要向公司采购定制带孔棒材，该类产品技术难度大、工艺复杂度高、技术附加值突出，且客户对产品品质与稳定性要求严格，对合理定价具备较高接受度，因此整体毛利率水平更高。报告期内，公司对山特维克毛利率较为稳定。

GSE MATERIALS B.V. 以采购实心棒材为主，对应产品的销售单价及毛利率相对较低。由于客户对公司产品品质及价格认可度较高，2024 年采购规模有所扩大。2025 年，受原材料价格大幅上涨影响，公司提高产品售价，毛利率相应提升。

华锐精密系 A 股上市的企业，公司主要向其销售棒材合金产品，用于铣刀等刀具生产制造。2025 年，受华锐精密自身发展战略调整影响，其对公司的采购需求有所下降，当期交易规模相对较小，且相关交易主要集中于年初发生，因此当期毛利率未出现提升，整体水平更贴近 2024 年度毛利率水平。

常州市鑫瑞合金工具有限公司、HARTMETALL UND WERKZEUG SYSTEME WILKE GMBH、ASIA CARBIDE CO.为签约经销商，定价相对偏低。其中常州市鑫瑞合金工具有限公司主要采购标准实心棒材合金，HARTMETALL UND WERKZEUG SYSTEME WILKE GMBH.主要向公司采购木工用切削合金，其毛利率波动与公司切削用合金整体基本保持一致。

报告期内，THE ULTRA-MET COMPANY 毛利率下滑，主要系 2025 年美国加征关税导致公司对其销售收入减少，叠加客户采购集中于上半年、下半年订单量偏低，使得单位售价涨幅低于单位成本涨幅所致。

2、耐磨工具用合金

报告期内，公司累计销售耐磨工具合金的前五大客户情况如下：

单位：万元

年份	客户名称	主营业务收入	毛利率
2025 年度	广东长钢金属材料有限公司	2,200.27	*
	惠州市艺展硬质合金有限公司	1,075.74	*
	任丘市丰源合金模具销售有限公司	904.70	*
	广东日信高精密科技有限公司	771.71	*
	MALAR TRADING AB	666.10	*
	合计	5,618.52	
2024 年度	广东长钢金属材料有限公司	2,166.00	*
	任丘市丰源合金模具销售有限公司	748.45	*
	广东日信高精密科技有限公司	717.44	*
	惠州市艺展硬质合金有限公司	606.10	*
	MALAR TRADING AB	589.60	*
	合计	4,827.58	
2023 年度	广东长钢金属材料有限公司	2,433.71	*
	惠州市艺展硬质合金有限公司	630.93	*
	任丘市丰源合金模具销售有限公司	591.05	*
	MALAR TRADING AB	407.80	*
	DONG SHIN HI-TECH	339.82	*
	合计	4,403.31	

上述主要客户毛利率变动情况如下：

单位：万元、%、元/千克

所属集团	2025年度				2024年度				2023年度			
	主营业务收入	毛利率	单价	单位成本	主营业务收入	毛利率	单价	单位成本	主营业务收入	毛利率	单价	单位成本
广东长钢金属材料有限公司	2,200.27	*	*	*	2,166.00	*	*	*	2,433.71	*	*	*
惠州市艺展硬质合金有限公司	1,075.74	*	*	*	606.10	*	*	*	630.93	*	*	*
任丘市丰源合金模具销售有限公司	904.70	*	*	*	748.45	*	*	*	591.05	*	*	*
广东日信高精密科技有限公司	771.71	*	*	*	717.44	*	*	*	317.68	*	*	*
MALAR TRADING AB	666.10	*	*	*	589.60	*	*	*	407.80	*	*	*
DONG SHIN HI-TECH	339.82	*	*	*	326.79	*	*	*	339.82	*	*	*

报告期内，公司耐磨工具用合金毛利率分别为 24.81%、18.85%和 14.96%，整体呈现下降趋势。公司耐磨工具合金主要包括锻造耐磨合金、连续冲压耐磨合金等，该类合金在电火花加工及研磨过程中具有耐腐蚀、防开裂、抗崩缺的优越性能，在冲压工况使用中有着良好的耐剥落和耐磨损性能，因此，耐磨工具合金整体单位成本较高。

广东长钢金属材料有限公司主要向公司采购硬质合金板材等模具合金产品，应用于新能源等领域。2024 年其毛利率有所下滑，主要系市场竞争加剧，产品单位售价涨幅低于单位成本涨幅所致。

惠州市艺展硬质合金有限公司主要向公司采购硬质合金板材等模具合金产品，应用于精密电子产业，报告期内毛利率持续下降。2024 年毛利率下降主要因市场竞争激烈、原材料价格大幅波动，公司下调产品售价；2025 年毛利率进一步下降主要受客户采购时点影响，该客户于 2025 年上半年签订大额采购订单，以提前锁定价格，在下半年原材料价格大幅上涨的背景下，毛利率有所下滑。

任丘市丰源合金模具销售有限公司主要采购冷镦模硬质合金，毛利率较低，报告期内呈现先下降后上升的波动特征。2024 年，该公司毛利率为-4.58%，主要系公司为开拓河北、温州等区域市场，给予该客户较低的销售价格，叠加原材料价格剧烈波动，导致毛利率由微利转为微亏；2025 年，公司上调产品售价，毛利率小幅回升。

MALAR TRADING AB 主要采购预制件耐磨合金、特异型耐磨零件，定制化程度高，毛利率显著高于其他主要客户。2025 年该客户毛利率出现回落，主要原因系其采购产品结构发生变动：2025 年，该客户采购标准化产品的比例提升，导致毛利率下降。

3、凿岩及工程工具用合金

报告期内，公司销售凿岩及工程工具用合金的前五大客户情况如下：

单位：万元

年份	客户名称	主营业务收入	毛利率
2025 年度	TTI 集团	1,579.76	*
	青岛好泰机械有限公司	1,184.10	*
	青岛诚锐信机械有限公司	865.55	*
	山特维克集团	737.48	*
	HARTMETALL UND WERKZEUG SYSTEME WILKE GMBH.	221.63	*
	合计	4,588.53	
2024 年度	TTI 集团	1,959.01	*
	青岛诚锐信机械有限公司	723.92	*
	青岛好泰机械有限公司	572.10	*
	山特维克集团	444.13	*
	HELLER TOOLS GMBH	243.94	*
	合计	3,943.09	
2023 年度	TTI 集团	1,167.91	*
	青岛诚锐信机械有限公司	819.06	*
	青岛好泰机械有限公司	521.65	*
	山特维克集团	254.06	*
	HELLER TOOLS GMBH	233.97	*
	合计	2,996.66	

上述主要客户毛利率变动情况如下：

单位：万元、%、元/千克

所属集团	2025年度				2024年度				2023年度			
	主营业务收入	毛利率	单价	单位成本	主营业务收入	毛利率	单价	单位成本	主营业务收入	毛利率	单价	单位成本
TTI集团	1,579.76	*	*	*	1,959.01	*	*	*	1,167.91	*	*	*
青岛好泰机械有限公司	1,184.10	*	*	*	572.10	*	*	*	521.65	*	*	*
青岛诚锐信机械有限公司	865.55	*	*	*	723.92	*	*	*	819.06	*	*	*
山特维克集团	737.48	*	*	*	444.13	*	*	*	254.06	*	*	*
HARTMETALL UND WERKZEUG SYSTEME WILKE GMBH.	221.63	*	*	*	228.32	*	*	*	177.73	*	*	*
HELLER TOOLS GMBH	133.11	*	*	*	243.94	*	*	*	233.97	*	*	*

报告期内，公司凿岩及工程工具用合金毛利率分别为 15.80%、15.92% 和 19.46%，整体呈现上涨趋势。

凿岩及工程工具用合金境内销售主要以盾构刀为主，盾构刀具市场规模大、产品规格多，市场竞争相对激烈，公司为进一步拓展该下游领域、采取了相对低价的市场定价策略，毛利率总体偏低。随着客户对公司产品的认可度及黏性持续提升，产品售价逐步提高，同时生产工艺及材料技术不断改善，单位成本有所下降，使得报告期内公司毛利率上升。

境外客户方面，公司主要以销售凿岩工具齿合金为主，毛利率相对较高，主要客户为 TTI 集团、HARTMETALL UND WERKZEUG SYSTEME WILKE GMBH、HELLER TOOLS GMBH 等，上述客户将相关产品用于替代国外品牌的高端硬质合金产品，对价格接受程度较高，因此毛利率水平高于境内客户。

4、数控刀片

报告期内，公司销售数控刀片的前五大客户情况如下：

单位：万元

年份	客户所属集团	主营业务收入	毛利率
2025 年度	浙江普菲特切削工具有限公司	1,972.51	*
	温岭市德尚数控工具有限公司	626.56	*
	东莞市蒂兹五金机械有限公司	487.56	*
	无锡大韩数控工具有限公司	428.93	*
	上海悉禹数控科技有限公司	320.41	*
	合计	3,835.97	
2024 年度	浙江普菲特切削工具有限公司	988.66	*
	浙江社云数控刀具有限公司	447.31	*
	东莞市蒂兹五金机械有限公司	334.40	*
	温岭市德尚数控工具有限公司	262.62	*
	株洲金特硬质合金有限公司	210.52	*
	合计	2,243.52	
2023 年度	浙江普菲特切削工具有限公司	949.28	*
	东莞市蒂兹五金机械有限公司	494.24	*
	浙江社云数控刀具有限公司	254.86	*
	苏州凯诺伊精密工具有限公司	156.17	*
	常州市创锦工具有限公司	151.82	*
	合计	2,006.38	

上述客户毛利率变动情况如下：

单位：万元、%、元/千克

所属集团	2025年度				2024年度				2023年度			
	主营业务收入	毛利率	单价	单位成本	主营业务收入	毛利率	单价	单位成本	主营业务收入	毛利率	单价	单位成本
浙江普菲特切削工具有限公司	1,972.51	*	*	*	988.66	*	*	*	949.28	*	*	*
东莞市蒂兹五金机械有限公司	487.56	*	*	*	334.40	*	*	*	494.24	*	*	*
温岭市德尚数控工具有限公司	626.56	*	*	*	262.62	*	*	*	-	*	*	*
浙江社云数控刀具有限公司	135.18	*	*	*	447.31	*	*	*	254.86	*	*	*
上海悉禹数控科技有限公司	320.41	*	*	*	209.38	*	*	*	149.99	*	*	*
苏州凯诺伊精密工具有限公司	294.57	*	*	*	207.46	*	*	*	156.17	*	*	*
无锡大韩数控工具有限公司	428.93	*	*	*	91.20	*	*	*	-	*	*	*
株洲金特硬质合金有限公司	153.85	*	*	*	210.52	*	*	*	114.06	*	*	*
常州市创锦工具有限公司	54.32	*	*	*	74.75	*	*	*	151.82	*	*	*

报告期内，数控刀片毛利率分别为 14.55%、19.07% 和 23.56%，整体呈现增长趋势。

浙江普菲特切削工具有限公司主要采购数控刀片基体，2025 年毛利率显著上升，主要原因是其基于对市场行情的判断，于第四季度进行大规模采购，而公司 2025 年第四季度整体毛利率较高，从而拉高了全年的毛利率水平。东莞市蒂兹五金机械有限公司、温岭市德尚数控工具有限公司采购产品以涂层数控刀具为主，该产品具备更优的抗崩损性与耐磨性，单位售价及成本相对较高。其他主要客户之间的毛利率差异，主要受产品规格型号、采购规模及采购时点影响，整体变动趋势与公司数控刀片毛利率基本保持一致。

5、工程工具用截齿

报告期内，公司销售工程工具用截齿的主要客户情况如下：

单位：万元、%、元/件

所属集团	2025年度				2024年度				2023年度			
	主营业务收入	毛利率	单价	单位成本	主营业务收入	毛利率	单价	单位成本	主营业务收入	毛利率	单价	单位成本
三一集团	5,008.72	*	*	*	3,250.65	*	*	*	3,551.70	*	*	*

公司工程工具用截齿客户集中度较高，对三一集团销售占比超过 85%。报告期内，工程工具用截齿毛利率分别为 12.04%、10.74%和 10.11%，呈小幅下滑趋势，主要是受到与三一集团毛利率变化的影响。

报告期内，公司新开发的马路铣刨齿销量占比提升，该产品主要用于水泥及沥青路面的刨铣，单价和毛利较低，带动整体单价及单位成本大幅降低。同时，三一集团议价能力较强，公司对其执行年度价格调整机制，2025 年，受原材料价格大幅上涨影响，毛利率有所降低。公司对三一集团的调价政策自 2025 年 11 月起调整为不定期价格调整，以更好地应对成本波动压力。

六、结合最新贸易政策变化说明发行人对境外客户销售是否具有可持续性，是否存在大幅波动的风险，发行人采取的具体应对措施及其有效性，风险揭示是否充分。

（一）结合最新贸易政策变化说明发行人对境外客户销售是否具有可持续性，是否存在大幅波动的风险

1、贸易政策及其变化情况

报告期内，公司境外主要销售地区为美国、德国、荷兰、巴西、日本和韩国，公司对主要出口国家或地区实现的销售收入合计分别为 16,163.48 万元、19,996.58 万元和 20,251.64 万元，占外销收入的比例分别为 56.82%、61.20%和 55.55%。

从硬质合金产品的竞争格局上看，全球硬质合金产业链存在“分工+合作+竞争”的模式，近年来，中国硬质合金产业充分发挥比较优势、不断参与国际分工，且随着技术水平及产品品质的提升，向全球供应的硬质合金产品的附加值及规模不断增加，目前已成为全球硬质合金产量最大的国家，占全球产量超过百分之四十，在全球硬质合金产业链扮演了愈发重要的角色。

报告期内，主要出口国家或地区的关税情况如下：

（1）美国

2018 年 9 月，美国对价值 2,000 亿美元的中国商品加征 10%的关税，2019 年 5 月，美国宣布将 2000 亿美元中国商品的关税从 10%提高到 25%。公司产品属于上述商品范围，2019 年 5 月至 2024 年 12 月，公司产品的美国关税未发生变化。美国加

征关税以后，公司灵活调整销售策略，与客户共同承担加征关税的影响。

2025年3月3日，美国对华部分商品加征20%的“芬太尼关税”，公司产品属于上述商品范围。2025年4月2日，美国进一步对华加征34%的“对等关税”，2025年4月8日，美国将加征关税从34%提升至84%，4月9日进一步加至125%。5月12日，中美达成协议，美国将4月“对等关税”降至34%，其中保留10%基准关税，剩余24%的关税暂停执行90天。2025年8月12日，中美双方会谈后，继续暂停执行24%的关税，执行10%基准关税。2025年11月10日，根据中美经贸磋商达成的成果，美国对中国商品加征的“芬太尼关税”从20%降低至10%，自2025年11月10日起生效。美国继续暂停对中国商品加征的24%“对等关税”，维持现行的10%基准关税。

2026年2月，根据美最高法院关税诉讼案裁决和美国政府相关行政令、公告等，美方已停止征收上述关税，但同时又依据122条款加征了10%的进口附加费。

综合上述信息，截至目前，美国对发行人商品征收关税总额为39.6%（4.6%基础关税+25%加征关税+10%进口附加费）。

2026年3月，美国贸易代表办公室（USTR）对中国发起了301调查，美国贸易政策存在恶化的可能性。

（2）其他地区

除美国外，公司境外销售的其他主要国家或地区没有发布相关贸易限制措施，该部分国家或地区适用于公司产品的关税税率正常，不存在利用征收高额关税的方式限制中国产品进口的情形。

2、境外客户的可持续性

公司对境外客户的销售具有可持续性，具体分析如下：

（1）硬质合金具有较高的工业价值，可替代性较低

硬质合金具有较高的工业应用价值，同时具备高硬度、高韧性、高耐磨的特性。基于上述性能优势，硬质合金广泛应用于装备制造、消费电子、汽车制造、家具家装、基础设施建设、矿产能源、半导体、新能源、航空航天等领域，呈现需求刚性较强、可替代性较低的特征。因此，面对关税加征的外部压力，硬质合金凭借其不可替代的性能优势及广泛的应用领域，仍将保持较强的需求。

（2）境外客户对中国制造存在依赖

我国是全球最大的硬质合金生产国，产量占全球总量的 43.20%，同时也是全球重要的硬质合金出口大国。出口金额从 2017 年的 32.93 亿元增长至 2024 年的 47.95 亿元，表明全球硬质合金市场在供应链层面对中国厂商存在一定依赖。

2025 年 2 月，我国对特定钨相关物项（公司产品不在上述范围内）实施出口管制，碳化钨粉及混合料出口受到管制，公司产品属于下游深加工制品，不在管制范围之列，出口业务未受限制。在海外供应链对国内上游材料依存度较高的背景下，凭借国内完整的产业链配套优势，境外客户对中国硬质合金产品依赖进一步加强。

（3）全球贸易政策趋于稳定

2025 年，全球贸易政策呈现频繁波动态势，尤以美国政策调整最为显著。鉴于中国制造业在全球供应链中占据关键地位，各国在面临国内通胀压力的背景下，逐步调整对华贸易政策取向。韩国、加拿大、英国、德国等多国政府首脑相继访华，高层对话机制持续运转，并达成了一系列贸易合作。

报告期内，发行人境外主营业务收入为 28,445.44 万元、32,675.81 万元和 36,458.44 万元，对美国出口的主营业务收入分别为 5,824.63 万元、6,090.32 万元及 4,408.17 万元，整体保持稳定。

随着全球贸易环境逐步改善，主要经济体对华经贸合作持续深化，公司境外销售业务有望在现有基础上保持稳健增长。

（4）在手订单支撑境外销售持续增长

公司持续拓展海外销售，报告期内，公司境外主营业务收入分别为 28,445.44 万元、32,675.81 万元和 36,458.44 万元；截至 2025 年末，公司外销的在手订单为 14,035.61 万元，订单充足，未来境外销售具备良好的可持续性。

综上所述，从供给端看，我国作为全球最大的硬质合金生产国，在全球供应链中占据关键地位，出口规模持续扩大，境外市场对中国厂商存在一定依赖；从需求端看，硬质合金产品具备较强的需求刚性，广泛应用于多个工业领域，可替代性较低；从国际贸易环境看，2025 年全球贸易政策虽经历波动，但随着各国逐步调整对华贸易政策，美国对华关税水平亦有所下调，全球贸易环境趋于稳定。基于上述因素，公司持续拓展海外市场，报告期内境外销售收入稳步增长，2025 年末在手订单

充裕，境外客户销售整体具备良好的可持续性。

（二）发行人采取的具体应对措施及其有效性，风险揭示是否充分

1、技术创新驱动产品升级，巩固议价能力

公司积极通过持续研发创新，持续向客户提供有竞争力的产品，丰富产品品类和应用领域，持续加深与既有客户的合作。

面对 2025 年以来原材料价格波动及海外市场竞争，公司持续加大研发投入，报告期各期，研发投入分别为 3,610.75 万元、4,078.64 万元及 4,891.25 万元，占营业收入的比例分别为 4.10%、4.20%及 4.02%。公司通过优化材料配方及生产工艺，提升产品硬度、韧性及耐磨性，对标国际一线品牌标准，确保产品性能领先。报告期内，境外销售毛利率分别为 24.97%、23.56%及 28.45%，保持了较高的毛利水平。

通过提升产品性能，公司有效对冲了关税风险，保障了境外销售毛利水平的稳定性。

2、深化优势市场布局，拓展新兴应用领域

随着中国制造业转型升级、新兴产业持续涌现和增长，发行人重点开拓新能源汽车、消费电子及风电等新兴下游行业。针对不同行业加工难点，开发专用的硬质合金牌号，市场拓展情况良好。

该措施进一步分散了单一行业周期波动风险。尽管部分国家设置关税壁垒，但全球新能源产业链对硬质合金需求保持刚性。通过切入高增长下游行业，发行人弥补了原有领域订单减少的风险。借助中国新能源产业链全球领先地位，实现“搭船出海”，切实提升了全球供应链中的产品份额。

3、推进市场多元化，降低单一市场依赖

在内销方面，公司不断拓宽内销渠道，提高内销收入的占比，抵消境外贸易政策变化对公司整体业务的影响。公司建立“终端客户为主、非终端客户为辅”的营销体系，销售网络覆盖长三角、珠三角、京津冀及成渝地区等国内主要经济圈，2023-2025 年，公司内销收入持续增长。

在外销方面，针对美国关税政策波动，公司实施市场多元化战略，加大对欧洲及日韩市场开发力度，并积极布局新兴市场。通过降低对单一美国市场的依赖，提升公司境外销售收入的稳定性。2023-2025 年，公司境外主营业务收入分别为

28,445.44 万元、32,675.81 万元和 36,458.44 万元，境外市场不断稳固。

通过持续实施市场多元化战略，2023-2025 年，公司对美国出口的主营业务收入分别为 5,824.63 万元、6,090.32 万元及 4,408.17 万元，占收入比例分别为 6.61%、6.27% 和 3.63%，金额和占比整体较小，因此，美国单一市场波动已无法对发行人整体境外销售造成重大冲击。

4、把握需求刚性特征，夯实销售可持续基础

硬质合金被誉为“工业的牙齿”，其需求与全球制造业高度相关，具备显著需求刚性。根据《金属加工》发布的《硬质合金及硬质合金工具的现状与发展趋势分析》报告，2025 年我国硬质合金行业中，切削刀具合金规模约 170.26 亿元，凿岩及工程工具合金市场规模约为 52.50 亿元，模具用硬质合金市场规模约为 24.75 亿元，预计到 2030 年，硬质合金市场总容量将达到约 2,080.12 亿元，行业具备长期增长潜力和广阔的发展空间。

2025 年以来贸易政策变化剧烈，但未改变全球硬质合金的总量需求。随着全球制造业的长期发展，硬质合金消耗量将持续增加。

5、强化精细化成本管控，完善内部控制体系

公司通过引入 MES 系统优化全流程工序并推行精益生产，有效提升了良品率及人均产出，在原材料价格上涨的背景下将精细化成本管控能力直接转化为市场竞争优势。当海外竞争对手因依赖中国原料进口而成本提升时，公司在国内资源端具备供应链协同优势，配合内部成本控制提高了盈利水平。

6、加强品牌推广与市场沟通，深化客户合作关系

公司积极参加境内外展会，推广公司品牌，不断开拓境外新客户、新市场。报告期内，公司积极参加深圳 DMP 大湾区工业博览会、德国 EMO 汉诺威展会等展会，展示公司品牌形象、推广公司产品，并通过邀请客户参观考察公司生产基地等方式进行深入交流，从而获得新的合作机会。

综上所述，在技术层面，公司持续加大研发投入，提升产品性能并确保对标国际标准，从而增强议价能力、对冲关税成本压力。在市场布局层面，一方面拓展新能源、风电等新兴应用领域，另一方面推进市场多元化战略，在巩固内销市场的同时积极开拓新兴市场。在内控管理层面，通过引入 MES 系统和精益生产强化成本管

控，依托国内供应链协同优势维持毛利水平，同时积极参与境内外展会、加强客户实地沟通，进一步巩固客户互信与合作关系。

上述措施的系统性实施，使公司在贸易政策变化的环境变化中保持了较强的经营韧性，截至报告期末公司境外在手订单充裕。公司对境外客户的销售具备良好的可持续性。

相关风险已在招股说明书“重大事项提示/五、/（五）外销收入下滑风险”及“第三节/一、/（五）外销收入下滑风险”充分披露如下：

“近年来，伴随着全球产业格局的深度调整，部分国家的贸易保护主义风潮加剧。我国中高端制造业在不断发展壮大的过程中，将面临国际合作持续深化的同时，贸易环境更为复杂的局面。

报告期内，公司境外主营业务收入分别为 28,445.44 万元、32,675.81 万元和 36,458.44 万元，占主营业务收入比重分别达到 33.72%、35.28%和 31.57%，整体占比较高。若未来国际贸易环境恶化，境外下游客户的采购受到限制或者公司产品的境外价格竞争力受到削弱，将影响到公司出口业务的开展，从而对公司的经营业绩产生不利影响。”

七、说明发行人 2025 年收入、毛利率、成本、期间费用、净利润、加权平均净资产收益率等财务指标的变动情况及变动原因，2025 年全年净利润增长幅度预计进一步扩大的真实合理性，结合期后客户变化、在手订单及未来收入贡献情况、发行人期后业绩变动情况、下游应用领域需求，分析说明发行人期后业绩是否存在下滑风险，能否持续符合发行上市条件。

（一）说明发行人 2025 年收入、毛利率、成本、期间费用、净利润、加权平均净资产收益率等财务指标的变动情况及变动原因，2025 年全年净利润增长幅度预计进一步扩大的真实合理性

公司 2025 年与 2024 年收入、成本、期间费用、毛利率等财务指标的变动情况如下：

单位：万元

项目	2025 年	2024 年	变动金额	变动幅度
营业收入	121,602.91	97,186.48	24,416.43	25.12%
营业成本	93,383.01	78,188.06	15,194.95	19.43%
毛利	28,219.89	18,998.42	9,221.47	48.54%
毛利率	23.21%	19.55%	3.66 个百分点	-
税金及附加	650.64	541.87	108.77	20.07%
销售费用	3,745.89	3,483.05	262.84	7.55%
管理费用	4,794.02	4,596.62	197.40	4.29%
研发费用	4,891.25	4,078.64	812.61	19.92%
财务费用	139.41	-138.04	277.45	200.99%
净利润	12,547.63	6,359.72	6,187.91	97.30%
归属于母公司所有者的净利润	12,471.22	6,348.63	6,122.59	96.44%
归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润	12,001.99	5,872.35	6,129.64	104.38%
加权平均净资产收益率	17.27	10.26	7.01 个百分点	

如上表所示，2025 年，公司营业收入为 121,602.91 万元，较去年增长 25.12%，综合毛利率为 23.21%，较去年增长 3.66 个百分点，收入和毛利率的增长使得毛利增加 9,221.47 万元。2025 年归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润为 12,001.99 万元，较去年增加 6,129.64 万元，涨幅为 104.38%，主要原因如下：

1、收入增加了 24,416.43 万元，增幅为 25.12%

报告期各期，公司主营业务收入占营业收入的比例为 95%左右，2025 年公司营业收入增加 24,416.43 万元，主要是由于主营业务收入的增加所致，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年收入	2024 年收入	收入增长	增长贡献率
硬质合金	97,048.88	80,616.86	16,432.02	71.80%
数控刀片	12,553.54	8,197.95	4,355.59	19.03%
工程工具用截齿	5,891.61	3,792.91	2,098.70	9.17%
合计	115,494.04	92,607.72	22,886.32	100.00%

如上表所示，2025 年，公司主营业务收入的增加主要是由于硬质合金收入的增长，其次是由于数控刀片收入的增长。

报告期内，公司细分产品的销售数量、平均单价及变动情况如下：

项目	2025 年		2024 年	
	销售数量	单位价格	销售数量	单位价格
硬质合金（吨、元/千克）	1,942.17	499.69	1,851.82	435.34
数控刀片（吨、元/千克）	201.96	621.58	152.67	536.98
工程工具用截齿（万件、元/件）	160.74	36.65	76.67	49.47

报告期内，公司细分产品的单位价格及销量变动对收入变动的情况如下：

单位：万元

项目	收入增长	销量贡献		单价贡献	
		金额	占比	金额	占比
硬质合金	16,432.02	3,933.30	23.94%	12,498.72	76.06%
数控刀片	4,355.59	2,646.77	60.77%	1,708.82	39.23%
工程工具用截齿	2,098.70	4,158.94	198.17%	-2,060.24	-98.17%

注：销量贡献=（本年销量-上年销量）*上年单价；单价贡献=本年销量*（本年单价-上年单价）。

如上表所示，硬质合金和数控刀片的销售单价和销售数量均有所增加，使收入实现高速增长。其中，硬质合金收入增长源于单价的提升，主要是由于公司能够有效将原材料成本压力传导至下游客户；数控刀片收入增长源于销量的增长，主要是由于公司数控刀片产品经过持续的业务拓展，品牌知名度和市场占有率持续上升所致。

工程工具用截齿收入增长主要源于销量的增长，单价有所下降，主要是由于马路铣刨齿收入占比上升所致。该产品单价较低，但销量增长较快，使得工程工具用截齿收入整体呈现增长。

2、毛利率上升了 3.66 个百分点

相较于上年同期，2025 年公司综合毛利率上涨 3.66 个百分点，主要源于主营业务中硬质合金毛利率的快速回升和数控刀片毛利率的提升，具体分析如下：

(1) 硬质合金毛利率分析

硬质合金毛利率变动情况如下：

单位：元/千克

项目	2025 年	2024 年
单位售价	499.69	435.34
单位成本	377.66	349.04
毛利率	24.42%	19.82%

如上表所示，2025 年单位售价同比上涨 64.35 元/千克，单位成本同比上涨 28.62 元/千克，单位售价上升幅度高于单位成本上升幅度，导致毛利率的上升 4.60 个百分点，毛利率水平快速回升。

(2) 硬质合金工具产品毛利率分析

硬质合金工具毛利率变动情况如下：

单位：元/千克、元/件

项目		2025 年	2024 年
数控刀片	单位售价	621.58	536.98
	单位成本	475.12	434.57
	毛利率	23.56%	19.07%
工程工具用截齿	单位售价	36.65	49.47
	单位成本	32.95	44.16
	毛利率	10.11%	10.73%

①数控刀片毛利率分析

近年来，公司持续推进产业链延伸，数控刀片业务经过前期市场培育及展会推广，品牌认知度和市场认可度逐步提升。2025 年，随着数控刀片产品单价上升以及规模效应显现，其毛利率水平逐步提升，向行业成熟水平靠拢，毛利率同比上升 4.49 个百分点。

②工程工具用截齿毛利率分析

2025 年，公司工程工具用截齿毛利率整体保持稳定。

3、成本增加了 15,194.95 万元，增幅为 19.43%

公司主营业务成本主要由直接材料、直接人工、制造费用以及运输及出口费用构成。其中，直接材料占主营业务成本的比例分别为 76.77%、76.10% 和 80.02%。公

司主要原材料为碳化钨粉和钴粉，其价格波动对公司成本影响较大。2025 年，受主要原材料碳化钨粉、钴粉价格上涨影响，公司成本显著上升；同时，公司销量由 2024 年的 2,120.88 吨增加至 2025 年的 2,236.98 吨，销量的提升在一定程度上使得成本上升。

4、期间费用 13,570.57 万元，增幅为 12.90%

(1) 销售费用同比增加了 262.84 万元，增幅为 7.55%

与上年同期相比，2025 年销售费用增加了 262.84 万元，增幅为 7.55%，主要系随着业务规模扩大和销售业绩达成率上升，销售团队的工资薪金较 2024 年增加 651.09 万元所致。

(2) 管理费用同比增加了 197.40 万元，增幅为 4.29%

与上年同期相比，2025 年管理费用增加了 197.40 万元，增幅为 4.29%，主要系公司在 2025 年完成股转系统挂牌及向北交所提交申报文件，导致中介机构费增加 130.00 万元。

(3) 研发费用同比增加了 812.61 万元，增幅为 19.92%

与上年同期相比，2025 年研发费用增加了 812.61 万元，增幅为 19.92%，主要系公司持续增加研发投入，新增研发项目较多所致。

(4) 财务费用同比增加了 277.45 万元，增幅为 200.99%

与上年同期相比，2025 年财务费用增加了 277.45 万元，增幅为 200.99%，主要系 2025 年下半年人民币升值，导致汇兑损益较上年同期减少 236.74 万元所致。

综上所述，销售收入的快速上涨和销售毛利率的回升，导致公司毛利快速增长，同时由于规模效应，期间费用增长速度低于营业收入的增长速度，因此公司净利润增加了 6,187.91 万元、加权平均净资产收益率上升了 7.01 个百分点。

5、2025 年全年净利润增长幅度预计进一步扩大的真实合理性

基于对公司经营数据的分析、宏观经济的数据统计以及行业竞争格局的演变趋势，公司 2025 年全年净利润增长幅度较前期进一步扩大，具体分析如下：

(1) 宏观经济指标回暖，工业企业利润逐步修复

据国家统计局公报，中国经济运行稳中有进，全年国内生产总值首次突破 140 万亿元大关，达 1,401,879 亿元，按不变价格计算比上年增长 5.0%。工业增加值达到

416,826 亿元，比上年增长 5.8%，规模以上工业增加值增长 5.9%。企业效益方面，全年规模以上工业企业利润总额 73,982 亿元，比上年增长 0.6%，扭转了此前连续三年下降的态势，其中制造业利润增长 5.0%，装备制造业利润增长 7.7%，高技术制造业利润增长 13.3%。

经济的平稳运行与工业经济的稳中有进，为硬质合金行业提供了稳定的宏观环境，行业景气度获得有力支撑。

(2) 行业景气度触底回升，与同行业公司变动一致

2024-2025 年上半年，受原材料价格短期波动和行业竞争加剧的影响，硬质合金行业企业在成本端与销售端同时承压，盈利能力有所降低。2025 年下半年以来，随着下游客户因库存消耗而加大采购，行业内主要企业普遍上调售价，销量及毛利率快速回升，从而带动净利润增长。

同行业可比公司 2025 年业绩变动情况如下：

单位：万元

公司名称	营业收入			扣非归母净利润		
	2025年	2024年	变动率	2025年	2024年	变动率
中钨高新	1,763,851.09	1,474,277.00	19.64%	111,315.23	16,241.00	585.40%
厦门钨业	4,626,458.27	3,519,646.12	31.45%	218,979.95	151,895.53	44.16%
翔鹭钨业	240,854.79	174,901.82	37.71%	13,484.19	-12,050.34	211.90%
章源钨业	520,194.40	367,325.17	41.62%	29,559.82	17,996.87	64.25%
欧科亿	145,741.52	112,718.62	29.30%	7,285.44	2,628.98	177.12%
新锐股份	249,286.40	186,183.31	33.89%	21,925.67	15,713.86	39.53%
河源富马	32,031.01	27,140.40	18.02%	2,836.18	841.61	236.99%
肯特合金	57,306.54	45,068.91	27.15%	3,803.46	1,197.21	217.69%

如上表所示，同行业可比公司营业收入和扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润均实现了快速增长，与公司变动趋势保持一致。

(3) 成本传导机制逐步恢复，毛利率实现修复性回升

2024 年至 2025 年上半年，公司毛利率出现阶段性下滑，主要系当期原材料价格短期内上下波动，剧烈的价格波动使得下游客户难以判断未来价格变动，因此不愿接受涨价；并且下游客户通常备有一定库存，可通过消耗库存的方法维持日常经营，导致公司销售单价提升受限，成本端与销售端同时承压。在此期间，公司长期看好

行业发展，为维持市场份额及客户黏性，承担了原材料的价格上涨的增量成本。

2025 年下半年以来，上述情况发生转变：一方面，碳化钨价格进入确定性上涨通道，下游客户库存消耗至低位，补库需求刚性释放；另一方面，供给端中小产能的出清改善了市场定价环境。在此背景下，公司自 2025 年 5 月起逐步调整产品售价，实现了成本的顺利传导，毛利率水平快速回升。

2025 年中央经济工作会议提出“综合整治‘内卷式’竞争，营造公平竞争市场环境”，为制造业良性发展提供了政策导向。硬质合金行业此前存在的低水平产能及价格竞争有望得到一定程度的规范。

公司作为硬质合金行业主要企业之一，2022-2024 年，产量均位居国内第五，市场份额位居行业前列。在行业低端产能出清过程中，公司凭借规模优势和技术积累，获得相对更强的议价能力，在市场竞争中更具优势。

（4）数控刀片业务拓展，产品结构有所优化

近年来，公司持续推进产业链延伸，数控刀片业务经过前期市场培育及展会推广，品牌认知度和市场认可度逐步提升。2025 年，随着数控刀片产品单价上升以及规模效应显现，其毛利率水平逐步提升，向行业成熟水平靠拢。

数控刀片业务作为高附加值产品，其收入占比和毛利率水平的提升对公司整体毛利率产生了正向贡献，产品结构优化效应逐步体现。

（5）国际贸易环境边际改善，出口业务逐步恢复

公司产品部分销往美国市场，2025 年上半年，受国际贸易政策变化影响，对美出口面临一定关税压力。进入下半年，部分产品的关税成本有所下调，前期受影响的出口业务逐步恢复。

综上所述，受宏观经济回暖、行业供需结构优化、成本传导机制恢复、产品结构优化及外部贸易环境改善等多重因素影响，公司 2025 年净利润增长具有真实性和合理性。

（二）结合期后客户变化、在手订单及未来收入贡献情况、发行人期后业绩变动情况、下游应用领域需求，分析说明发行人期后业绩是否存在下滑风险，能否持续符合发行上市条件

1、期后客户变化情况

2025年，公司主营业务收入达500万元以上的客户有42家，其中41家客户在2026年1-3月持续与公司产生交易，因此，公司客户群体稳定。

2、在手订单及未来收入贡献情况

公司与下游客户保持了长期良好的合作关系，通常采用“框架协议+销售订单”或“销售合同”的合作模式。在具体合作中，客户根据自身生产计划安排和需求向公司下达采购订单，公司订单交货周期正常，通常为1-2个月。

截至2025年12月31日，公司在手订单金额为35,457.83万元，2026年1-3月，公司销售收入为56,193.27万元，在手订单金额与期后营业收入增长相匹配，期后业绩持续增长。

截至2026年4月30日，公司在手订单金额为55,754.85万元，预计能于2026年转化为收入。

3、期后业绩变动情况

报告期内，硬质合金的主要原材料碳化钨持续大幅上涨，公司凭借市场规模优势、技术优势和资金优势，实现产品量价齐升。2025年第一季度，公司营业收入21,316.76万元，归属于母公司所有者的净利润为1,189.03万元。2026年1-3月，公司营业收入为56,193.27万元，毛利率为44.20%，归属于母公司所有者的净利润为16,693.15万元，销售收入、毛利率和净利润大幅上涨。

2026年1-3月，公司经营业绩大幅上涨，主要是由于以下因素：

(1) 下游需求增长。根据国家统计局数据，2026年1到3月中国经济运行起步有力，主要指标普遍回暖，多项表现好于预期。全国规模以上工业增加值同比增长6.1%，比上年四季度加快1.1个百分点，其中装备制造业和高技术制造业增加值分别增长8.9%和12.5%。需求端同步改善；社会消费品零售总额同比增长2.4%比上年四季度加快0.7个百分点；固定资产投资同比增长1.7%，由上年全年下降3.8%转为正增长；货物进出口总额同比增长15%，增速较去年全年明显加快。宏观经济提升了硬质合金行业的景气度。

(2) 主要原料碳化钨价格快速上涨。2026年以来，碳化钨价格进一步快速单边上涨期，碳化钨粉不含税价格从一月平均1,066.15元/千克上涨至三月平均2,003.42元/千克，原料价格上涨为产品提价提供了成本支撑，公司适时上调产品售价，从而

提升整体经营业绩。

(3) 低端产能出清。原材料价格的快速上涨，迫使不具备技术、资金优势的低端产能陆续停产停工，优化了硬质合金市场供给。原材料价格的快速上涨，迫使不具备技术、资金优势的中小企业、低端产能陆续停产停工，优化了硬质合金市场供给。2025 年中央经济工作会议明确提出：深入整治“内卷式”竞争，营造公平竞争市场环境。因此，在政策的支持下，硬质合金行业供需将趋于平衡。

(4) 库存成本较低。公司深耕硬质合金行业二十余年，系行业主要生产商之一，为保证生产、销售活动的稳定性，公司日常保有一定量的原料安全库存。2025 年以来碳化钨价格大幅提升，公司基于对市场的预测，进一步提升原料安全储备规模。随着产品销售，上述储备在 2026 年逐步释放，导致公司单位成本提升低于售价提升幅度。

受上述因素影响，同行业可比公司或硬质合金相关公司均在 2026 年一季度实现了业绩的快速提升，具体情况如下：

单位：万元

项目	2026 年一季度归属于母公司所有者的净利润	2025 年一季度归属于母公司所有者的净利润	变动
中钨高新	92,109.05	22,097.22	316.84%
厦门钨业	110,681.60	39,099.52	183.08%
翔鹭钨业	25,051.17	830.30	2,917.13%
章源钨业	38,131.29	4,256.78	795.78%
欧科亿	20,389.47	766.32	2,560.71%
新锐股份	31,230.35	4,618.85	576.15%
华锐精密	17,518.92	2,922.40	499.47%

注：数据来源于可比公司 2026 年第一季度报告。

如上表所示，相关公司均实现了净利润的快速提升，与发行人变动趋势一致。

随着公司不断进行采购和销售活动，公司存货持有平均成本将会提升。相较于 2026 年 1-3 月，公司毛利率可能会出现下滑，但受到下游需求增长、低端产能出清、原料价格较高的影响，硬质合金行业建立了良好的价格传导机制。公司主要根据原材料库存价格进行报价，当原材料成本传导良好时，公司能够以较大的市场份额、良好的技术优势实现正常利润，业绩具有持续性。

4、下游应用领域需求

硬质合金广泛应用于装备制造、消费电子、汽车制造、家具家装、基础设施建设、矿产能源、半导体、新能源、航空航天等各个国民经济领域，下游应用市场的发展情况对硬质合金材料的市场需求具有重要影响。

应用市场	应用场景	下游市场发展情况
汽车制造	传统汽车主要应用于汽车的发动机（包括缸体、缸盖、曲轴、凸轮轴和连杆）、变速箱、车桥、传动轴、制动器、轮毂等零部件制造；新能源汽车则新增三电系统（电池、电机、电控）的加工场景以及新能源汽车轻量化材料（铝合金、高强度钢）的应用。	2025年，汽车产销量分别完成3453.1万辆和3440万辆，同比分别增长10.4%和9.4%，产销规模连续三年保持在3000万辆以上。 在人均保有量方面，我国千人汽车保有量处于稳健增长阶段。截至2025年底，我国汽车保有量约为3.53亿辆，千人汽车保有量达到250辆左右。 与发达国家相比，目前我国汽车人均保有量仍然具有较大提升空间。美国千人汽车保有量在800辆以上，日本、欧洲也已达到500辆以上，未来随着我国城镇化水平提高、居民消费水平不断提升，我国汽车保有量将持续增长，汽车行业长期来看仍存在较大增长空间
通用设备	泵阀类零件（如不锈钢法兰、阀门、流体部件）、液压件、通用零部件以及各类机械基础件的精密加工。	工业和信息化部、农业农村部、商务部、中国人民银行、海关总署、市场监管总局等多部门联合印发了《机械行业稳增长工作方案（2025—2026年）》，旨在推动机械行业高质量发展，为工业经济稳定运行提供有力支撑，提出，2025—2026年力争机械行业营业收入平均增速达到3.5%左右，到2026年营业收入突破10万亿元。
航空航天	主要应用于钛合金、高温合金、复合材料等难加工材料的结构件加工。	在民用飞机领域，根据中国商飞公司《中国商飞市场预测年报（2020-2039年）》，未来20年中国航空市场将接收50座以上客机8725架，市场价值约8.97万亿元，庞大的飞机制造和零部件加工需求将为国产高性能硬质合金刀具带来广阔的市场空间
发电设备	发电设备领域涵盖风电、核电、光伏等细分行业，硬质合金刀具主要应用于风力发电机主轴轴承孔的精密加工、核电压力容器密封面的超精密车削、光伏硅晶体切割用高耐磨导轮。	在能源转型战略的驱动下，该行业正迎来高速增长周期，风电、光伏、预计上述领域均能实现多年的连续增长趋势。
消费电子	半导体引线框架、边框、背板、折叠机构件。	根据Canalys、IDC、灼识咨询数据，全球消费电子出货量（含智能手机、平板电脑、智能穿戴和笔记本电脑）预计将从2024年的21.08亿台增长至2030年的26.23亿台，年复合增长率为3.7%。
家具家装	硬质合金锯片、铣铣成型刀具、封边修边刀具以及钻孔刀具，用于实木、人造板等各类木材。	2024年密集出台的以旧换新、绿色智能家居补贴等政策在2025年进入全面落地期，国家下达首批625亿元“国补”资金继续支持以旧换新，家装家居被纳入消费品以旧换新补贴范围，直接刺激了存量房业主的翻新改造意愿，预期未来家具家装市场将较为稳定。
地矿凿岩领域	牙轮钻具、潜孔钻具、顶锤钻具的核心零部件。	根据《金属加工》杂志文章预测，中国凿岩工具行业在2025年市场规模已突破150亿元，预计2025至2030年复合增长率达9.2%。
模具	硬质合金模具主要为冲压模具、拉伸模具、冷墩模具，主要加工对象为金属材料。	中国作为全球制造中心，以及新能源汽车、消费电子、航空航天等高端制造领域对模具需求具有拉动作用，预期未来需求持续增加。

由上表所示，除家具家装以外，硬质合金其他主要应用领域均展现出持续增长的态势，预计将带动对公司产品需求的稳步上升。

综上所述，2026年1-3月，公司客户群体保持稳定，公司销售具有持续性。公

司在手订单转化情况良好，截至 2026 年 3 月 31 日，公司在手订单预计均能于 2026 年上半年转化为收入。得益于下游应用领域良好的发展情况，市场对硬质合金的需求预计将稳步上升，为公司业绩提供有力支撑。发行人期后业绩下滑风险较小，预计能够持续符合发行上市条件。

综上，公司经营业绩下滑风险较小，同时公司已在招股说明书“重大事项提示/五、特别风险提示”和“第三节/一、经营风险”补充披露如下：

“（四）利润大幅波动的风险

报告期各期，发行人扣除非经常性损益后归母净利润分别为 6,811.32 万元、5,872.35 万元和 12,001.99 万元，加权平均净资产收益率分别为 12.39%、9.49%和 16.62%，利润波动较大。2024 年，公司扣非后归母净利润及加权平均净资产收益率出现了一定程度的下滑，主要原因为受到供求关系短期波动的影响，产品售价的上升幅度低于原材料成本的上升幅度，从而导致毛利率同步下降所致。若经济运行波动加剧，原材料价格大幅调整、下游客户或市场需求发生变化，可能对公司利润产生负面影响，甚至进一步导致公司不符合发行上市条件。

此外，由于 2025 年下半年公司主要原材料碳化钨价格大幅提升，加剧了下游对公司硬质合金产品的采购需求。若未来出现原料价格大幅下降等不利情形，可能对公司经营业绩产生负面影响。”

八、请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见

（一）核查程序

申报会计师履行的主要核查程序如下：

1、获取公司销售收入成本明细表和原材料采购明细表，结合 2025 年上半年主要产品销售价格、原材料价格及产品结构变动情况，分析对净利润的影响程度。分析期间费用对公司业绩的影响，是否存在少计成本费用调节利润的情形，分析发行人业绩增长是否可持续。

2、查阅硬质合金行业的行业报告及研究报告、同行业可比公司的定期报告、主要客户定期报告等资料，分析发行人期后业绩变动趋势与同行业公司、主要客户是否一致。

3、结合期后原材料价格变动、产品销售单价调整、单位成本变动情况等说明发行人毛利率是否会进一步下滑并充分揭示风险；

4、查阅中国钨业协会资料，了解公司市场地位、产品竞争优势，分析发行人是否具有议价能力，是否存在以价换量、增收不增利的情形，了解发行人采取的具体应对措施及对经营业绩的影响。

5、查阅同行业可比公司的定期报告，分析毛利率变动与发行人变动趋势的一致性。

6、获取公司主要产品的主要原材料耗用情况，分析单耗水平变动趋势。

7、获取发行人成本明细表，分析不同产品成本中单位成本构成的差异及变动情况。量化分析同一类型产品的单位成本、销售单价向不同客户销售毛利率存在差异的原因，分析是否存在毛利率显著偏高或毛利率显著提升的客户。

8、检索中国商务部外贸实物查询服务等网站，查询主要进口国的贸易政策情况，分析汇率、关税、进口国贸易政策变化对境外客户销售的影响。

9、对发行人 2026 年 1-3 月财务报表进行审阅并出具审阅报告，获取 2025 年末在手订单、2026 年 4 月末在手订单、2026 年 1-3 月主要客户销售数据，查阅宏观经济发展情况、原材料价格波动情况、部分硬质合金行业公司 2026 年一季度业绩情况，分析 2026 年 1-3 月发行人业绩情况，分析发行人期后业绩变动情况、下游应用领域需求，分析发行人期后业绩是否存在下滑风险，能否持续符合发行上市条件。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、发行人期间费用变动与收入增长相匹配，ROBERT 股权激励事项的会计处理符合《企业会计准则》相关规定，对报告期内业绩影响较小，不存在少计成本费用调节利润的情形。前述事项中 ROBERT 因退出股权激励计划，导致累计确认的股份支付费用在当期冲回增加利润的业务情形具有偶发性，对公司财务报表无持续影响，发行人业绩增长具有可持续性，不依赖于股份支付冲回。

2、2025 年 1-6 月，发行人与部分同行业可比公司净利润变动趋势不一致具有合理性；公司下游行业及主要客户、同行业可比公司期后业绩整体保持增长趋势，与发行人变动趋势一致，具有合理性。

3、期后原材料价格持续大幅上涨，发行人相应上调产品销售单价，且售价涨幅高于单位成本涨幅，使得毛利率有所上升，相关风险已在招股说明书中进行披露；报告期内，公司已在行业中取得了明显的竞争优势及稳固的市场地位，公司产品类型丰富、应用领域广泛，技术储备充足、产品性能突出，在产业链中具有较强的议价权与抗风险能力，长期来看，不存在以价换量、增收不增利的情形。发行人已采取相应有效措施，经营业绩实现大幅增长，相关风险已在招股说明书进行披露；报告期内发行人毛利率变动趋势与小部分同行业可比公司存在差异，主要系技术差异、产品结构差异所致，具有合理性。

4、各期主要产品单位成本变动具有合理性，不同产品的直接材料成本变动情况与原材料市场价格变动相符。

5、发行人各期主要原材料单耗水平稳定，不存在明显异常，与可比公司水平不存在较大差异；同一型号产品向不同客户销售毛利率存在差异主要受客户类型、下游应用领域、采购时点等因素影响，具有真实、合理的业务背景。

6、除美国以外，报告期内主要进口国的贸易政策情况未发生重大不利变化，发行人境外销售收入稳定、具有可持续性，不存在较大的下滑风险，已在招股说明书进行重大事项提示和风险揭示。

7、发行人 2025 年销售收入的快速上涨和销售毛利率的回升，使得公司毛利快速增长，同时由于规模效应，期间费用占比有所降低，因此公司净利润、加权平均净资产收益率上升，增长幅度进一步扩大具有真实合理性。发行人期后营业收入、净利润实现快速增长，主要客户合作稳定、下游需求旺盛、在手订单充足，业绩不存在下滑风险，预计能够持续符合发行上市条件。

问题4. 其他问题

(1) 进一步说明研磨体金额变动的合理性。根据申请文件及问询回复，报告期内，研磨体系原材料最主要的组成部分，研磨体系球磨工序的必备作用介质，而球磨工序系硬质合金生产的必备工序。研磨体与公司球磨机数量、球磨机容量及硬质合金产能具有相关性，报告期各期末，公司研磨体结存金额分别为1,918.73万元、2,513.30万元、3,267.34万元及3,263.45万元。请发行人：说明各期消耗、结存的研磨体金额与公司球磨机数量、球磨机容量、硬质合金产能的具体匹配关系；进一步分析各期末研磨体结存金额变动的合理性，发行人研磨体列报、研磨体金额及占比与同行业可比公司是否存在较大差异。

(2) 关于股权清晰及经营稳定性。根据申请文件及问询回复，股权激励过程中由于部分员工存在资金缺口，黄启君、阳铁飞等创始股东通过持股平台向员工提供借款，阳铁飞、戴新光与黄启君共同作为含有特殊条款的协议签署主体；阳铁飞为公司创始股东，目前持股16.63%（第三大股东），曾担任公司董事，目前担任江西长裕总经理，主管江西长裕日常经营；戴新光为公司创始股东，目前持股8.00%（第四大股东），曾担任公司监事，目前担任技术中心总工程师。请发行人：①结合持股平台的合伙人协议、相关主体之间借款资金及还款资金来源、资金流水核查情况等，说明通过持股平台向员工提供借款的真实性、合理性及合规性，相关资金是否存在流向公司客户、供应商等异常情况，是否存在股权代持等影响股权清晰稳定的情形。②结合阳铁飞、戴新光持股情况，在公司及子公司设立、日常经营管理中发挥的作用，与实际控制人在参与公司经营管理等方面的一致行动情况，说明未认定为共同实际控制人、一致行动人是否合理，是否存在通过实际控制人、一致行动人认定规避股份限售、同业竞争等监管要求的情形，是否存在影响公司股权及经营稳定的情形。

(3) 关于信息披露质量。请发行人：①结合公司实际经营情况、募投项目建设情况等因素，进一步完善重大事项提示及风险揭示，提高风险揭示准确性、充分性。②全面校对招股说明书等信息披露文件、申请文件中文字表述、数据等是否准确。

请保荐机构核查上述事项，申报会计师核查上述事项（1）（3），发行人律师

核查上述事项（2）（3），并发表明确意见。

【公司回复】

一、进一步说明研磨体金额变动的合理性

（一）说明各期消耗、结存的研磨体金额与公司球磨机数量、球磨机容量、硬质合金产能的具体匹配关系，进一步分析各期末研磨体结存金额变动的合理性

发行人生产环节主要分为“混合料制备-成型-烧结-精深加工”四道工序，其中混合料制备工序可以细分为球磨混料工序和喷雾制粒工序，研磨体系球磨工序中必备耗材。

研磨体主要为传统球状或圆柱状硬质合金，使用时将研磨体加入球磨机中，球磨机转动时，碳化钨粉、钴粉和研磨体被不断带起和抛落，借助重力效应，研磨体以一定的冲击力作用于碳化钨粉和钴粉，以达到冲击破碎、混合均匀的目的。研磨体自身在球磨过程中逐渐破碎并消耗，与碳化钨、钴粉等原料混合在一起成为公司的硬质合金混合料。

1、报告期各期，结存的研磨体金额与公司球磨机数量、球磨机容量的具体匹配关系

研磨体的结存量主要与球磨机数量及球磨机的容量密切相关。根据《硬质合金生产原理和质量控制》等文献，研磨体的装填量需与球磨机有效容积保持适当比例（即球料比），以确保球磨工艺达到最佳效果。因此，硬质合金结存量与球磨机数量及球磨机的容量呈正比关系。

除球磨机内正常运转的研磨体外，公司还储备了一定量的备用研磨体，以应对日常损耗及满足球磨机额定装填量的动态调整需求。

报告期各期末，结存的研磨体重量与球磨机数量、球磨机容量的匹配关系如下：

单位：台、公斤

型号	2025 年末			2024 年末			2023 年末		
	台数	结存重量	每台结存重量	台数	结存重量	每台结存重量	台数	结存重量	每台结存重量
600L	76	136,088.00	1,790.63	75	124,543.77	1,660.58	67	106,456.00	1,588.90
300L	40	30,999.50	774.99	39	27,333.50	700.86	35	24,260.00	693.14
50L	4	800.00	200.00	5	941.90	188.38	5	900.00	180.00
小计	120	167,887.50	1,399.06	119	152,819.17	1,284.19	107	131,616.00	1,230.06
备用		10,407.02			27,763.22			16,882.26	
合计		178,294.52			180,582.39			148,498.26	

如上表所示，报告期各期末，研磨体的结存重量与球磨机数量呈显著正相关。随着球磨机数量的增加，研磨体结存重量也相应上升。

报告期内，600L 球磨机数量增长较快，其单台结存重量也明显增加，主要由于公司产销量持续扩大。为满足生产需求，提高混合料的生产效率，公司一方面增加球磨机设备，另一方面动态调整单台球磨机的额定装填重量，使研磨体装填量相应增加，研磨时间缩短，以提高混合料的生产量。此外，公司各期末均备存一定量备用研磨体，主要用于及时补充球磨机生产过程中的正常消耗。

2024 年末，备用的研磨体结存重量较大，除及时补充消耗外，主要用于满足 2025 年球磨机额定装填重量调整的需求。

2、报告期各期，消耗的研磨体金额与硬质合金产能的具体匹配关系

报告期各期，消耗的研磨体重量与硬质合金产能的具体匹配关系如下：

单位：吨

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
硬质合金产能	2,288.83	2,250.39	2,027.45
研磨体耗用重量	8.90	8.32	7.77
比例	0.39%	0.37%	0.38%

如上表所示，报告期各期，研磨体消耗重量和硬质合金产能的比例分别为 0.38%、0.37% 和 0.39%，基本保持稳定，因此研磨体消耗重量和硬质合金产能具有匹配性。

综上所述，各期消耗、结存的研磨体金额与公司球磨机数量、球磨机容量、硬质合金产能具有匹配关系，各期末研磨体结存金额变动具有合理性。

（二）发行人研磨体列报、研磨体金额及占比与同行业可比公司是否存在较大差异

1、研磨体逐步并入产混合料组成

研磨体是实现球磨功能的必要耗材。公司主营业务为硬质合金产品的研发、生产及销售。硬质合金的生产工艺以粉末冶金为基础，其中球磨工序是实现碳化钨与钴均匀混合与粒度细化的核心环节。经查询同行业可比公司公开披露信息，球磨工艺是硬质合金生产过程中通行的标准化制备技术，在行业内具有普遍应用。根据《硬质合金生产原理和质量控制》所述：“球磨过程使组元分布均匀，组元粒度细化，

是通过研磨体之间相对碰撞和摩擦来实现的”。因此，研磨体是实现球磨功能的必要耗材。

研磨体主要为传统球状或圆柱状硬质合金，使用时将研磨体加入球磨机中，球磨机转动时，碳化钨粉、钴粉和研磨体被不断带起和抛落，借助重力效应，研磨体以滚动研磨或冲击研磨的方式，作用于碳化钨粉和钴粉，以达到冲击破碎、混合均匀的目的。研磨体自身在球磨过程中逐渐破碎并消耗，与碳化钨、钴粉等原料混合在一起成为公司的硬质合金混合料。因此，研磨体随着球磨工艺逐渐消耗，成为混合料的组成部分，经后续工序加工后，最终对外销售。

2、发行人的研磨体的列报方式具有合理性

（1）发行人将研磨体列报为存货符合会计准则的规定

研磨体作为球磨工序的核心耗材，公司将其作为存货列报，符合企业会计准则的相关规定，具有合理性，具体分析如下：

①符合存货定义及确认条件

根据《企业会计准则第 1 号——存货》规定，存货是指企业在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物料等。

研磨体在生产过程中逐渐消耗并最终成为混合料的组成部分，属于在生产过程中耗用的物料，符合存货的定义。

②消耗特性符合“在生产过程中耗用”的确认原则

研磨体在使用过程中逐渐破碎、损耗，其价值随球磨工序的逐步转移至混合料成本中，符合“在生产过程中耗用的材料和物料”的存货属性。相较于固定资产在使用过程中保持实物形态并分期折旧的特征，研磨体在使用中实物形态持续改变并最终消耗殆尽，其价值转移方式更接近原材料消耗，而非固定资产折旧。

③成本可靠计量

公司球磨工艺所使用的研磨体全部为自制，为保障成本核算的准确性，公司建立了研磨体消耗的定期监测机制，每两个月对研磨体进行称重，以校准其在球磨机内的最佳填充量。在此过程中，公司依据称重结果获取当期研磨体的实际消耗量，并据此准确归集应由当期产品分摊的研磨体成本。该机制确保了研磨体消耗成本的

可靠计量，符合存货成本结转的相关核算要求。

综上，研磨体作为生产过程中的核心耗材，其自制入库、领用消耗、成本结转的全过程符合存货核算的基本要求，在存货项目中列报具有合理性。

(2) 同行业可比公司大多未明确披露研磨体列报情况，个别差异具有合理性

经查询同行业可比公司公开披露文件，同行业可比公司大多未明确披露研磨体列报情况。仅河源富马披露“公司硬质合金生产环节中，需采用湿磨工序，其中每台湿磨机器需放入一定重量的合金球对投入的原材料进行湿磨，由于单个湿磨球合金价值体积小且价值较低，公司原计入存货核算。但考虑到湿磨球合金数量较多，生产工艺中必须将湿磨球合金作为一个整体使用，而一旦组合为一个整体，其价值对财务报表整体的影响是重大的，因此将其作为一个资产组，且适用《企业会计准则第4号——固定资产》进行核算，将该部分湿磨球合金自2020年度从存货重分类至固定资产进行核算。”

由此可见，研磨体列报的会计处理分歧，主要集中于应作为存货或固定资产进行核算。结合研磨体实际使用情况，发行人认为，研磨体作为存货而非固定资产列报更有合理性，具体原因如下：

①研磨体不符合固定资产的持有目的

根据《企业会计准则第4号——固定资产》规定，固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用寿命超过一个会计年度的有形资产。研磨体的持有目的并非长期使用，而是在球磨过程中作为介质耗材，其最终形态将逐渐破碎并成为混合料的组成部分，属于一次性投入并逐步消耗的生产耗材，不符合“为生产商品而持有”的资产属性。

②发行人可以对研磨体消耗精准计量

研磨体的消耗速率与球磨时间、球磨转速及碳化钨牌号等因素相关，研磨体消耗速度存在差异，并非均匀消耗。公司按单台球磨机对研磨体进行精细化管理，每两个月对单台球磨机中的研磨体称重，以校准其在球磨机内的最佳填充量。基于上述管理方式，公司可以精准统计一定期间内单台球磨机的研磨体消耗量，无需将研磨体作为一个整体进行统一核算，与河源富马对研磨体消耗的会计处理方式存在差异，因此对研磨体的列报也存在差异。

综上所述，发行人认为，按照实际生产情况和管理方式，研磨体更符合存货的相关特征，应作为存货列报。

3、发行人研磨体金额及占比与同行业可比公司不存在较大差异

通过检索公开信息，同行业可比公司均未披露研磨体的金额及占比。

报告期内，发行人研磨体金额占存货和收入的比例如下：

单位：万元

项目	2025年	2024年	2023年
研磨体金额	3,244.12	3,267.34	2,513.30
占存货比例	5.44%	12.75%	10.84%
占收入比例	2.67%	3.36%	2.85%

报告期内，研磨体金额占存货及收入比例存在一定的波动性，主要与球磨机数量、球磨机额定重量、研磨体备用数量等因素相关。

2024年，公司研磨体金额占存货及营业收入的比例均有所上升，主要系公司为提升2025年球磨机的研磨效率，于2024年末预先储备了一批备用研磨体所致。2025年，研磨体金额占存货比例下降，主要系公司于2025年末进行大量原料储备所致。同年，研磨体金额占营业收入的比例与2023年基本持平，差异较小，具有合理性。

三、关于信息披露质量

（一）结合公司实际经营情况、募投项目建设情况等因素，进一步完善重大事项提示及风险揭示，提高风险揭示准确性、充分性。

关于招股说明书中的重大事项提示、风险因素部分的相关信息披露，根据《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》第三十六条规定的情况，发行人已全面完善风险因素内容，结合公司实际经营情况、募投项目建设情况对重大事项提示和风险因素章节进行了修订，全面补充完善了相关披露内容，切实提高了风险揭示准确性、充分性。具体如下：

1、招股说明书“重大事项提示”之“五、特别风险提示”

“（三）毛利率波动的风险

报告期各期，公司主营业务毛利率分别为21.79%、19.38%和**23.60%**，**2023-2024年**，硬质合金产业主要原材料碳化钨价格持续上涨，与此同时，**受下游行业短期需**

求萎缩、市场竞争加剧的影响，公司原料成本不能全部转嫁给需求方，公司毛利率出现下降。若钨产业链上下游市场供需情况变化，导致碳化钨价格剧烈波动，公司销售单价和毛利率存在下降可能。

若未来全球经济衰退，碳化钨等原材料价格保持高位或进一步提升，则公司可能出现毛利率下滑的风险。”

2、招股说明书“重大事项提示”之“五、特别风险提示”

“（四）利润大幅波动的风险

报告期各期，发行人扣除非经常性损益后归母净利润分别为 6,811.32 万元、5,872.35 万元和 12,001.99 万元，加权平均净资产收益率分别为 12.39%、9.49%和 16.62%，利润波动较大。2024 年，公司扣非后归母净利润及加权平均净资产收益率出现了一定程度的下滑，主要原因为受到供求关系短期波动的影响，产品售价的上升幅度低于原材料成本的上升幅度，从而导致毛利率同步下降所致。若经济运行波动加剧，原材料价格大幅调整、下游客户或市场需求发生变化，可能对公司利润产生负面影响，甚至进一步导致公司不符合发行上市条件。

此外，由于 2025 年下半年公司主要原材料碳化钨价格大幅提升，加剧了下游对公司硬质合金产品的采购需求。若未来出现原料价格大幅下降等不利情形，可能对公司经营业绩产生负面影响。”

3、招股说明书“重大事项提示”之“五、特别风险提示”

“（七）应收账款坏账风险

报告期各期末，公司应收账款余额分别为 23,139.90 万元、28,558.13 万元和 31,833.60 万元，占各期营业收入的比例分别为 26.26%、29.38%和 26.18%。其中信用期外的应收账款占比分别为 28.02%、39.72%和 28.38%，信用期外应收账款余额占比较高。如果社会经济环境发生不利变化、主要欠款客户经营不善、回款制度执行不到位等情形出现从而导致大额应收账款不能如期收回，公司存在资金压力增大或经营业绩下降的风险。”

4、招股说明书“重大事项提示”之“五、特别风险提示”

“（十）募集资金投资项目新增产能无法消化和新增折旧风险

本次募集资金投资项目达产后，公司预计新增 1,800 吨硬质合金产能，同时增加

公司固定资产规模，每年新增折旧约 2,011.18 万元，在一定程度上将影响公司的盈利水平。

本募投项目拟生产产品下游涵盖汽车、通用机械、航空航天、发电设备、消费电子、家具家装、地矿工程和模具等领域。2025 年，硬质合金在上述行业中市场容量约为 247.51 亿元，但本次募集资金投资项目需要一定的建设期和达产期，在项目实施过程中和项目建成后，如果市场环境、技术、相关政策等方面出现重大不利变化，或公司业务开拓不利，产品市场需求不足，可能使公司本次募集资金投资项目新增产能不能全部消化，则本次募集资金投资项目新增折旧将对公司经营业绩带来不利影响。”

(二) 全面校对招股说明书等信息披露文件、申请文件中文字表述、数据等是否准确。

发行人及申报会计师已对申请文件的文字表述及数据的准确性进行全面校对，并进行修订、补充及更新，发行人及申报会计师对招股说明书涉及修订的内容进行汇总梳理后整理如下：

1、招股说明书的修订说明

位置	修改前内容	修改后内容
全文	标点符号、错别字、序号、表格单位等使用错误	修改全文标点符号、错字漏字、序号等错误

2、首轮问询回复的修订说明

位置	修改前内容	修改后内容	修改原因
全文	标点符号、错别字、序号、表格单位等使用错误	修改全文标点符号、错字漏字、序号等错误	-
问题 6./一、/(二)/3、模拟测算按同行业平均水平对应收账款计提坏账准备对发行人业绩的影响，是否仍满足发行上市条件	2023-2025 年，模拟调整后加权平均净资产收益率及模拟调整后扣除非经常性损益后净资产收益率。	2023-2025 年，模拟调整后加权平均净资产收益率分别为 13.51%、10.22% 和 17.26%；2023-2025 年，模拟调整后扣除非经常性损益后净资产收益率分别为 12.40%、9.45% 和 16.61%	更正计算数值

四、核查程序及核查意见

(一) 核查程序

1、进一步说明研磨体金额变动的合理性

申报会计师的主要核查程序如下：

(1) 获取报告期各期存货明细表、研磨体消耗清单，运用实质性分析程序，判断各期末研磨体结存量、消耗量是否与球磨机数量、球磨机容量、硬质合金产能具有匹配关系，结存金额变动是否具有合理性。

(2) 查阅同行业可比公司定期报告、招股说明书等公开资料，分析发行人研磨体列报、研磨体金额及占比与同行业可比公司是否存在较大差异。

(3) 访谈发行人财务总监，了解发行人研磨体列报为存货的原因，并评价其合理性。

3、关于信息披露质量

申报会计师的主要核查程序如下：

- (1) 查阅招股说明书，了解重要事项的重大事项提示、风险揭示情况；
- (2) 对申请文件的文字表述及数据等的准确性进行全面校对，补充及更新。

(二) 核查结论

1、进一步说明研磨体金额变动的合理性

经核查，申报会计师认为：

(1) 各期消耗、结存的研磨体金额与公司球磨机数量、球磨机容量、硬质合金产能具有匹配关系，各期末研磨体结存金额变动具有合理性；

(2) 经过审慎判断，发行人将研磨体列报为存货具有合理性，符合《会计准则的要求》，发行人与河源富马列报项目有所差异，主要是由于对研磨体管理模式不同、会计判断不同所致，其他同行业可比公司未明确披露研磨体列报项目；研磨体结存量与及公司球磨机数量、球磨机容量相关，结存金额具有合理性。

3、关于信息披露质量

经核查，申报会计师认为：

- (1) 发行人已在《招股说明书》中完善重大事项提示及风险揭示。
- (2) 发行人及申报会计师已对申请文件的文字表述、数据的准确性进行全面校对，确保信息披露真实、准确、完整，切实提高信息披露质量。

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。

申报会计师已对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票注册管理办法》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第46号——北京证券交易所公司招股说明书》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第47号——向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市申请文件》《北京证券交易所股票上市规则》等规定进行审慎核查。

经核查，申报会计师认为：发行人不存在涉及股票公开发行并在北交所上市条件、信息披露要求以及影响投资者判断决策的其他重要事项。

（以下无正文）

(本页无正文，为立信会计师事务所（特殊普通合伙）《关于昆山长鹰硬质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》之签字盖章页)



中国注册会计师：俞伟英

俞伟英



中国注册会计师：郑益安

郑益安



中国注册会计师：李莎

李莎



中国·上海

二〇二六年五月 七日

附件一

序号	客户名称	发函 单体	函证期间	收件地址	寄件地址	收件人	寄件人	不一致事项
1	安徽固特金属科技有限公司	昆山 长野	2024 年	*		*	*	联系人不一致
			2025 年					
2	百得（苏州）电动工具有限公司	母公 司	2023 年	*		*	*	联系人不一致
			2025 年					
3	常州市鑫瑞合金工具有限公司	母公 司	2023 年	*	*	*	*	地址不一致，联系 人不一致
			2024 年	*				联系人不一致
			2025 年	*				
4	成都锋克精密刀具有限公司	母公 司	2023 年	*		*	*	联系人不一致
			2024 年				*	
			2025 年				*	
5	成都市华锐硬质合金工具有限公司	母公 司	2023 年	*		*	*	联系人不一致
			2024 年					
			2025 年					
6	大连盛世组合刀具辅具有限公司	昆山 长野	2023 年	*		*	*	联系人不一致
			2024 年				*	
7	东莞市蒂兹五金机械有限公司	母公 司	2023 年	*	*	*	*	地址不一致，联系 人不一致
			2024 年	*				联系人不一致
			2025 年	*				

序号	客户名称	发函 单体	函证期间	收件地址	寄件地址	收件人	寄件人	不一致事项
8	东莞市哆乐数控工具有限公司	昆山 长野	2023 年	*		*	*	联系人不一致
			2024 年				*	
		母公 司	2024 年				*	
			2025 年				*	
9	东莞市金和切削科技有限公司	昆山 长野	2023 年	*	*	*	*	地址不一致，联系 人不一致
			2024 年	*	*	*	联系人不一致	
10	东莞市九利刀具有限公司	昆山 长野	2024 年	*		*	*	联系人不一致
			2025 年					
11	东莞市锐纳精密刀具有限公司	昆山 长野	2023 年	*		*	*	联系人不一致
			2024 年					
12	东莞市优盟特切削工具有限公司	母公 司	2023 年	*		*	*	联系人不一致
			2024 年				*	
			2025 年				*	
13	东莞市裕筌精密刀具有限公司	昆山 长野	2023 年	*		*	*	联系人不一致
			2024 年				*	
			2025 年				*	
14	钴领（常州）刀具有限公司	母公 司	2024 年	*	*	*	*	地址不一致，联系 人不一致
			2025 年				*	
15	广东日信高精精密科技股份	母公	2023 年	*		*	*	联系人不一致

序号	客户名称	发函 单体	函证期间	收件地址	寄件地址	收件人	寄件人	不一致事项
	有限公司	司	2024 年				*	
			2025 年	*	*		*	地址不一致
16	广东长钢金属材料有限公司	母公司	2023 年				*	联系人不一致
			2024 年	*		*	联系人不一致	
			2025 年			*	联系人不一致	
17	河北速优特精密工具有限公司	母公司	2023 年	*		*	*	联系人不一致
			2024 年					
18	恒锋工具股份有限公司	母公司	2023 年	*		*	*	联系人不一致
			2024 年	*	*	*	*	地址不一致，联系人不一致
			2025 年			*	*	
19	湖南垒知工程机械有限公司	母公司	2024 年	*	*	*	*	地址不一致，联系人不一致
			2025 年	*		*	*	联系人不一致
20	汇尔德（江苏）智能科技有限公司	母公司	2024 年	*		*	*	联系人不一致
			2025 年				*	
21	惠州市艺展硬质合金有限公司	母公司	2023 年				*	联系人不一致
			2024 年	*		*	*	
			2025 年					
22	加里森（无锡）精密机械科技有限公司	母公司	2023 年	*		*	*	联系人不一致
			2024 年					

序号	客户名称	发函 单体	函证期间	收件地址	寄件地址	收件人	寄件人	不一致事项
			2025 年			*		
23	江苏科达利精密工业有限公司	常熟 长康	2023 年	*	*	*	*	地址不一致, 联系人 不一致
			2025 年	*				联系人不一致
24	江苏水能金属科技有限公司	昆山 长野	2024 年	*		*	*	联系人不一致
			2025 年					
25	江西省科兴特种陶瓷有限公司	常熟 长康	2023 年	*		*	*	联系人不一致
			2025 年					
26	捷可勃斯夹头制造(苏州)有限公司	母公 司	2023 年	*		*	*	联系人不一致
			2024 年					
			2025 年					
27	科弦精密工具(浙江)有限公司	母公 司	2024 年	*		*	*	联系人不一致
			2025 年			*	*	联系人不一致
28	昆山福海对外贸易有限公司	母公 司	2024 年	*		*	*	联系人不一致
			2025 年					
29	昆山千笑精工有限公司	昆山 长野	2024 年	*		*	*	联系人不一致
			2025 年			*	*	联系人不一致
30	盘起工业(大连)有限公司	昆山 长野	2023 年	*	*	*	*	地址不一致, 联系人 不一致
			2024 年					
			2025 年					

序号	客户名称	发函 单体	函证期间	收件地址	寄件地址	收件人	寄件人	不一致事项
31	青岛瓦尔特机械设备有限公司	母公司	2023 年	*	*	*	*	地址不一致，联系人 不一致
			2024 年	*				联系人不一致
			2025 年	*				联系人不一致
32	任丘市骏业精密机电有限公司	母公司	2023 年	*	*	*	*	联系人不一致
			2024 年	*				地址不一致，联系人 不一致
33	任丘市凯德鑫数控刀具有限公司	母公司	2024 年	*	*	*	*	联系人不一致
			2025 年	*				
34	锐智锋驰切削科技（苏州）有限公司	母公司	2023 年	*	*	*	*	联系人不一致
			2024 年	*				
			2025 年	*				
35	山特维克凿岩科技（无锡）有限公司	母公司	2023 年	*	*	*	*	联系人不一致
			2024 年	*				
			2025 年	*				
36	舍弗勒(中国)有限公司	昆山 长野	2023 年	*	*	*	*	地址不一致，联系人 不一致
			2024 年	*	*	*	*	地址不一致，联系人 不一致
			2025 年	*	*	*	*	联系人不一致
37	深圳市国富特模具材料有限公司	昆山 长野	2023 年	*	*	*	*	联系人不一致
			2024 年	*				
38	深圳市鑫金泉精密技术有	母公	2023 年	*	*	*	*	联系人不一致

序号	客户名称	发函 单体	函证期间	收件地址	寄件地址	收件人	寄件人	不一致事项
	限公司	司	2024 年					
39	石家庄市旗帜刀具有限公司	母公 司	2024 年	*		*	*	联系人不一致
			2025 年					
40	石家庄先锋工具有限公司	母公 司	2023 年	*	*	*	*	地址不一致，联系 人不一致
			2024 年	*	*			
			2025 年	*	*			
41	泰安市力卓机电设备有限 公司	母公 司	2023 年	*	*	*	*	地址不一致，联系 人不一致
			2025 年	*				联系人不一致
42	泰州马萨尔刀具有限公司	母公 司	2023 年	*	*	*	*	地址不一致，联系 人不一致
			2025 年	*				联系人不一致
43	无锡大韩数控工具有限公 司	母公 司	2024 年	*	*	*	*	地址不一致，联系 人不一致
			2025 年	*				联系人不一致
44	梧州市三禾添佰利五金加 工有限公司	母公 司	2023 年	*		*	*	联系人不一致
			2024 年					
45	鑫鼎制刀（深圳）有限公司	母公 司	2023 年	*		*	*	联系人不一致
			2024 年					
			2025 年					
46	邢台昊正硬质合金有限公 司	常熟 长康	2023 年	*	*	*	*	地址不一致，联系 人不一致
		母公 司	2023 年	*				

序号	客户名称	发函 单体	函证期间	收件地址	寄件地址	收件人	寄件人	不一致事项
		司	2025 年	*		*		联系人不一致
47	贸易商 C	母公 司	2023 年	*		*	*	联系人不一致
			2024 年					
			2025 年					
48	浙江普菲特切削工具有限 公司	母公 司	2023 年	*		*	*	联系人不一致
			2024 年				*	
			2025 年				*	
49	浙江社云数控刀具有限公 司	母公 司	2023 年	*		*	*	联系人不一致
			2024 年	*				*
50	郑州市钻石精密制造有限 公司	母公 司	2023 年	*		*	*	联系人不一致
			2024 年					
51	重庆派斯克刀具制造股份 有限公司	母公 司	2023 年	*		*	*	联系人不一致
			2024 年					
52	株洲华锐精密工具股份有 限公司	母公 司	2023 年	*	*	*	*	地址不一致, 联系 人不一致
			2024 年		*		*	地址一致, 联系 人不一致
53	株洲拓辉硬质合金工具有限 公司	母公 司	2023 年	*		*	*	地址不一致, 联系 人不一致
			2024 年	*				
54	广州新达工程设备有限公司	母公 司	2024 年	*	*	*	*	地址不一致, 联系 人不一致
			2025 年	*	*			联系人不一致

序号	客户名称	发函 单体	函证期间	收件地址	寄件地址	收件人	寄件人	不一致事项
55	长兴美刃切削工具有限公司	母公司	2024 年	*	*	*	*	地址不一致，联系人 不一致
			2025 年	*		*		联系人不一致
56	东莞市葵峰刀具有限公司	昆山 长野	2023 年	*		*	*	联系人不一致
57	宁波时代汽车零部件有限公司	昆山 长野	2023 年	*		*	*	联系人不一致
58	温州市固特模具有限公司	昆山 长野	2023 年	*		*	*	联系人不一致
59	东莞市领亿精密金属有限公司	昆山 长野	2023 年	*	*	*	*	地址不一致，联系人 不一致
60	株洲德隆金属材料加工有限公司	常熟 长康	2023 年	*		*	*	联系人不一致
61	无锡天钻切削刀具有限公司	常熟 长康	2023 年	*		*	*	联系人不一致
62	乐通精密零部件(滁州)有限公司	常熟 长康	2023 年	*		*	*	联系人不一致
63	任丘市华超标准件模具有限公司	常熟 长康	2023 年	*		*	*	联系人不一致
64	任丘市株洲切削刀具有限公司	常熟 长康	2023 年	*		*	*	联系人不一致
65	兰德森材料科技(盐城)有限公司	常熟 长康	2023 年	*	*	*	*	地址不一致，联系人 不一致
66	纳诺泰克(东莞)材料科技有限公司	母公司	2023 年	*	*	*	*	地址不一致，联系人 不一致
67	湖南富兰地工具股份有限公司	母公司	2023 年	*		*	*	联系人不一致
68	三一供应链科技(上海)有限公司	母公司	2023 年	*	*	*	*	地址不一致，联系人 不一致
69	苏州三骏工具科技有限公司	母公司	2023 年	*		*	*	联系人不一致
70	京瓷精密工具(珠海)有限公司上海分公司	母公司	2023 年	*		*	*	联系人不一致

序号	客户名称	发函 单体	函证期间	收件地址	寄件地址	收件人	寄件人	不一致事项
71	东莞市长通硬质合金有限公司	母公司	2023 年	*	*	*	*	联系人不一致
72	上海京洛精密工具有限公司	母公司	2023 年	*	*	*	*	地址不一致
73	湖南富兰地工具有限公司	母公司	2023 年	*	*	*	*	联系人不一致
74	河北欧创硬质合金有限公司	母公司	2023 年	*	*	*	*	地址不一致，联系人不一致
75	常州市海力工具有限公司	母公司	2023 年	*	*	*	*	联系人不一致
76	常州市创锦工具有限公司	母公司	2023 年	*	*	*	*	联系人不一致
77	昆山欧思克精密工具有限公司	母公司	2023 年	*	*	*	*	地址不一致，联系人不一致
78	诸暨东菱五金刀具有限公司	母公司	2023 年	*	*	*	*	联系人不一致
79	上海权鹏商贸有限公司	母公司	2023 年	*	*	*	*	地址不一致，联系人不一致
80	东莞市鼎泰华南采购服务有限公司	母公司	2024 年	*	*	*	*	联系人不一致
81	山东凯晟工程机械有限公司	母公司	2024 年	*	*	*	*	地址不一致，联系人不一致
82	常熟市奥特斯刀具制造有限公司	母公司	2024 年	*	*	*	*	联系人不一致
83	西佑精密刀具(浙江)有限公司	母公司	2024 年	*	*	*	*	地址不一致，联系人不一致
84	东莞市丁特精密制造有限公司	母公司	2024 年	*	*	*	*	地址不一致，联系人不一致
85	上海离原环境科技有限公司	母公司	2024 年	*	*	*	*	联系人不一致
86	苏州伟益数控科技有限公司	母公司	2024 年	*	*	*	*	地址不一致，联系人不一致

序号	客户名称	发函 单体	函证期间	收件地址	寄件地址	收件人	寄件人	不一致事项
87	浙江翎宇智能科技有限公司	母公司	2024 年	*		*	*	联系人不一致
88	广东鼎泰高科技股份有限公司	母公司	2024 年	*		*	*	联系人不一致
89	济宁陆坦数控设备有限公司	母公司	2024 年	*	*	*	*	地址不一致, 联系人不一致
90	温岭德应隆金属材料有限公司	母公司	2024 年	*	*	*	*	地址不一致
91	河北铭钻数控刀具有限公司	母公司	2024 年	*		*	*	联系人不一致
92	温岭凯迪克工具有限公司	母公司	2024 年	*	*	*	*	地址不一致, 联系人不一致
93	东莞市海锐精密工具有限公司	昆山 长野	2024 年	*		*	*	联系人不一致
94	自贡安邦精特机械制造有限公司	昆山 长野	2024 年	*		*	*	联系人不一致
95	武进区洛阳耀升达五金制品厂	昆山 长野	2024 年	*	*	*	*	地址不一致, 联系人不一致
96	太仓爱恩机械制造有限公司	昆山 长野	2024 年	*		*	*	联系人不一致
97	蚌埠奥美精密制造技术有限公司	常熟 长康	2024 年	*		*	*	联系人不一致
98	LIJINGPRECISETOOLCO. .LTD	母公司	2025 年	*	*	*	*	地址不一致, 联系人不一致
99	常州市德翔合金工具有限公司	母公司	2025 年	*		*	*	联系人不一致
100	温岭市德尚数控工具有限公司	母公司	2025 年	*		*	*	联系人不一致
101	重庆戴贝尔钻石工具有限公司	母公司	2025 年	*		*	*	联系人不一致
102	晋江海亿机械有限公司	母公司	2025 年	*	*	*	*	地址不一致, 联系人不一致

序号	客户名称	发函 单体	函证期间	收件地址	寄件地址	收件人	寄件人	不一致事项
103	深圳市晨日精密五金工具有限公司	母公司	2025 年	*		*	*	联系人不一致
104	成都欧珀琅精密工具有限公司	母公司	2025 年	*		*	*	联系人不一致
105	东莞市国阳精密刀具有限公司	母公司	2025 年	*		*	*	联系人不一致
106	双之福精密切削技术（苏州）有限公司	母公司	2025 年	*		*	*	联系人不一致
107	安徽领航盛泰数控科技有限公司	母公司	2025 年	*		*	*	联系人不一致
108	深圳市瑞克精密机床工具有限公司	母公司	2025 年	*		*	*	联系人不一致
109	弗雷萨（昆山）精密工具有限公司	母公司	2025 年	*		*	*	联系人不一致
110	赣州凯巨精密工具有限公司	母公司	2025 年	*	*	*		地址不一致
111	固安喜威一刀具有限公司	母公司	2025 年	*		*	*	联系人不一致
112	杭州江亦科技有限公司	母公司	2025 年	*	*	*		地址不一致
113	台州华达工量具制造有限公司	母公司	2025 年	*	*	*	*	地址不一致，联系人不一致
114	湖南湘扬工程机械有限公司	母公司	2025 年	*	*	*	*	地址不一致，联系人不一致
115	鹿野高智能科技(湖州)有限公司	母公司	2025 年	*		*	*	联系人不一致
116	株洲立法硬质合金股份有限公司	母公司	2025 年	*		*	*	联系人不一致
117	浙江立昌精密机械有限公司	母公司	2025 年	*		*	*	联系人不一致
118	镇江捷斯达进出口有限公司	母公司	2025 年	*		*	*	联系人不一致

序号	客户名称	发函 单体	函证期间	收件地址	寄件地址	收件人	寄件人	不一致事项
119	东莞市广恒刀具有限公司	昆山 长野	2025 年	*	*	*	*	联系人不一致
120	明益科技(宁波)有限公司	昆山 长野	2025 年	*	*	*	*	联系人不一致
121	太仓澄泓精密模具技术有 限公司	昆山 长野	2025 年	*	*	*	*	联系人不一致
122	昆山云泰精密模具有限公 司	昆山 长野	2025 年	*	*	*	*	联系人不一致
123	东莞盛弘数控科技有限公 司	昆山 长野	2025 年	*	*	*	*	联系人不一致
124	昆山世瑞模具有限公司	昆山 长野	2025 年	*	*	*	*	联系人不一致
125	东莞市劲驰机械科技有限 公司	昆山 长野	2025 年	*	*	*	*	联系人不一致
126	广东小野切削工具有限公 司	昆山 长野	2025 年	*	*	*	*	联系人不一致
127	山东德深机械制造有限公 司	昆山 长野	2025 年	*	*	*	*	联系人不一致
128	深圳威普特科技有限公司	昆山 长野	2025 年	*	*	*	*	地址不一致
129	台州罗达硬质合金有限公 司	昆山 长野	2025 年	*	*	*	*	地址不一致, 联系 人不一致
130	山东国瓷功能材料股份有 限公司	常熟 长康	2025 年	*	*	*	*	联系人不一致
131	枣强县金鹰钨业有限公司	常熟 长康	2025 年	*	*	*	*	地址不一致, 联系 人不一致
132	宁波市海曙三申工具厂	常熟 长康	2025 年	*	*	*	*	地址不一致
133	株洲肯特硬质合金股份有 限公司	常熟 长康	2025 年	*	*	*	*	联系人不一致
134	宜兴王子制陶有限公司	常熟 长康	2025 年	*	*	*	*	地址不一致, 联系 人不一致

序号	客户名称	发函 单体	函证期间	收件地址	寄件地址	收件人	寄件人	不一致事项
135	惠州市中天精密工具有限公司	母公司	2025 年	*		*	*	联系人不一致
136	苏州冠钻精密工具有限公司	母公司	2025 年	*		*	*	联系人不一致
137	辽宁新扬世纪机械设备有限公司	母公司	2025 年	*		*	*	联系人不一致
138	东台川亚精密工具有限公司	母公司	2025 年	*		*	*	联系人不一致
139	贵州捷盛钻具股份有限公司	母公司	2025 年	*		*	*	联系人不一致
140	广东华锋刀具有限公司	母公司	2025 年	*		*	*	联系人不一致
141	江西刀父科技有限公司	母公司	2025 年	*		*	*	联系人不一致
142	慈溪市周巷金乐模具厂	昆山 长野	2025 年	*	*	*	*	地址不一致
143	昆山祥润刀具设备有限公司	母公司	2025 年	*		*	*	联系人不一致