

目 录

一、关于业绩增长可持续性 & 授权经销商合作稳定性·····	第 1—30 页
二、关于客户稳定性 & 收入确认合规性·····	第 30—112 页
三、关于境外销售真实性·····	第 112—136 页
四、关于毛利率高于可比公司合理性 & 成本核算规范性·····	第 136—217 页
五、关于期间费用核算准确性·····	第 217—252 页
六、关于其他财务问题·····	第 252—285 页
七、关于其他问题·····	第 285—288 页

关于科建高分子材料（上海）股份有限公司 公开发行股票审核问询函中有关财务事项的说明

天健函〔2026〕407号

北京证券交易所：

由长江证券承销保荐有限公司转来的《关于科建高分子材料（上海）股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的审核问询函》（以下简称审核问询函）奉悉。我们已对审核问询函所提及的科建高分子材料（上海）股份有限公司（以下简称科建股份或公司）财务事项进行了审慎核查，现汇报如下。

如无特别说明，本说明使用的简称释义如下：

简称	指	释义
回天新材	指	湖北回天新材料股份有限公司(300041.SZ)，系公司可比公司
硅宝科技	指	成都硅宝科技股份有限公司(300019.SZ)，系公司可比公司
集泰股份	指	广州集泰化工股份有限公司(002909.SZ)，系公司可比公司
科创新源	指	深圳科创新源新材料股份有限公司(300731.SZ)，系公司可比公司
之江有机硅	指	之江有机硅（上海）有限公司，系实际控制人吴海涛曾经控制的企业
荷亚装饰	指	上海荷亚装饰材料有限公司，系公司子公司
新珂复材	指	上海新珂复合材料有限公司，系公司子公司

本说明中除非另有说明，金额单位均为人民币万元；数值若出现合计数与各项分计之和尾数不符的情况，系由计算过程中四舍五入所致。

一、关于业绩增长可持续性 & 授权经销商合作稳定性

根据申请文件：（1）发行人主要产品为丁基胶、硅酮胶、其他胶类产品等密封、粘结、阻尼、降噪功能性材料，主要应用于汽车、建筑、复合材料成型、通信与电力、家居装饰等行业领域。（2）报告期各期，公司营业收入分别为 35,878.96 万元、42,505.11 万元、43,810.74 万元和 22,470.95 万元，2024 年收入增速放缓；扣非归母净利润分别为 3,721.22 万元、5,934.62 万元、5,799.30

万元、2,924.94 万元，2024 年同比有所下降。（3）发行人所售产品生产方式分为自产、外购、外协生产。报告期各期自产产品销售收入占主营业务收入的 比例分别为 68.10%、67.84%、62.49%、65.10%，呈下降趋势，且 2024 年自产产 品收入同比下降。（4）发行人作为授权经销商开展斯塔尔汽车密封条水性涂料 销售业务，报告期各期该类业务收入占公司总营业收入比例分别为 16.90%、 16.70%、20.49%和 18.21%。若剔除水性涂料贸易业务贡献的收入增长，则 2024 年公司收入呈下降趋势。

请发行人：（1）按照产品下游应用领域（汽车、建筑、航空航天及风电、 通信与电力等）及细分产品（车身密封条用不干胶、建筑防水密封胶、真空袋 密封胶带、防水绝缘胶带等）列示各期丁基胶、硅酮胶及其他胶类产品的具体 构成情况，包括销量、单价、销售金额及占比、毛利率等，分析变动原因，并 说明与下游市场需求、主要客户经营情况变动、应用发行人产品的终端产品价 格走势、同行业可比公司相关应用领域业绩变动趋势是否匹配。（2）分析下游 汽车、建筑、风电等下游各细分领域的行业景气度变化对发行人主要产品具体 供需变动的影响情况，相关产品销量、售价、毛利率在报告期内及期后每季度 变动情况，与市场上同类产品价格变动趋势是否相符，下游行业需求是否呈现 萎缩趋势。（3）按照细分产品类型列示自产、外购、外协生产三种生产方式的 产品销售情况，包括销量、单价、销售金额及占比、毛利及占比、毛利率等， 说明各类产品采用何种生产模式的主要考虑、决策机制，自产产品收入占比呈 下降趋势、2024 年自产产品收入下滑的原因及合理性，报告期内业绩增长是否 主要依赖贸易业务。（4）说明斯塔尔汽车密封条水性涂料在中国市场的竞争力， 发行人开展经销业务主要依赖自身渠道还是授权方品牌；发行人与斯塔尔精细 涂料（苏州）有限公司合作历史、相关合同条款约定，发行人在该供应商经销 体系中的地位及竞争优势；供应商是否对授权经销商设置相应准入与维持条 件，是否影响采购价格、货款账期等；发行人与该供应商合作是否稳定，主要 产品与斯塔尔水性涂料是否捆绑销售，量化分析若丧失经销商授权资质对发行 人业绩的具体影响。（5）量化分析公司 2023 年度扣非归母净利润增长幅度明 显高于收入增长幅度的原因及合理性，导致利润增长的相关因素是否具有持续 性，2024 年度收入小幅增长但扣非归母净利润小幅下降的原因。（6）列示各期

及期后新增订单金额及变动率、期末在手订单变动情况，结合行业景气度、下游市场需求、在手订单、期后业绩、2025 年业绩预测等，说明发行人自产产品业绩是否继续下滑，发行人经营业绩是否稳定、可持续，是否存在期后业绩大幅下滑风险。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见，说明核查方式、过程、范围和结论。（审核问询函问题 3）

（一）按照产品下游应用领域（汽车、建筑、航空航天及风电、通信与电力等）及细分产品（车身密封条用不干胶、建筑防水密封胶、真空袋密封胶带、防水绝缘胶带等）列示各期丁基胶、硅酮胶及其他胶类产品的具体构成情况，包括销量、单价、销售金额及占比、毛利率等，分析变动原因，并说明与下游市场需求、主要客户经营情况变动、应用公司产品的终端产品价格走势、同行业可比公司相关应用领域业绩变动趋势是否匹配

报告期内，公司主营业务收入分下游应用领域情况具体如下：

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
汽车	23,995.69	46.34%	18,790.40	42.91%	15,348.89	36.12%	13,008.55	36.26%
建筑	7,409.07	14.31%	6,243.50	14.26%	7,531.27	17.72%	5,891.66	16.42%
复合材料成型	7,202.77	13.91%	5,462.80	12.47%	4,753.38	11.19%	4,180.21	11.65%
通信/电力	5,026.64	9.71%	4,272.70	9.76%	4,653.89	10.95%	4,432.04	12.35%
家居装饰	4,441.59	8.58%	5,280.92	12.06%	4,929.86	11.60%	4,034.34	11.24%
其他	3,706.01	7.16%	3,743.22	8.55%	5,277.68	12.42%	4,330.18	12.07%
合计	51,781.77	100.00%	43,793.54	100.00%	42,494.97	100.00%	35,876.98	100.00%

2022 年度、2023 年度、2024 年度及 2025 年度，公司主营业务收入分别为 3.59 亿元、4.25 亿元、4.38 亿元和 5.18 亿元，整体保持稳定增长态势。其中，汽车板块作为公司产品最主要的下游应用领域，报告期各期收入占比均超过 35%，同时亦是收入增长的主要来源。

具体来看，报告期内，公司汽车领域按产品种类划分的收入构成情况具体如下：

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
丁基胶	9,819.84	40.92%	8,424.34	44.83%	7,331.94	47.77%	6,220.19	47.82%
水性涂料	11,091.35	46.22%	9,075.11	48.30%	7,329.85	47.75%	6,402.33	49.22%
其他	3,084.51	12.85%	1,290.95	6.87%	687.09	4.48%	386.03	2.97%
合计	23,995.69	100.00%	18,790.40	100.00%	15,348.89	100.00%	13,008.55	100.00%

由上表可知,报告期内,公司汽车领域销售的产品主要为丁基胶和水性涂料,两者合计占比在各期均超过 85%。2023 年、2024 年和 2025 年,公司汽车领域收入较上年分别增长 2,340.33 万元、3,441.51 万元和 5,205.29 万元,增量主要来自上述两类产品。其中,丁基胶在 2023 年、2024 年和 2025 年分别贡献 1,111.74 万元、1,092.41 万元和 1,395.49 万元,水性涂料分别贡献 927.52 万元、1,745.26 万元和 2,016.24 万元。

报告期内,上述两类产品收入增长的原因主要有以下两方面:一方面,公司长期致力于产品研发与技术升级,随着产品不断迭代优化,其成熟度稳步提高,在汽车领域的应用适配性和性能优势愈发凸显,从而使得公司在该领域的市场竞争力得到进一步强化;另一方面,近年来国内汽车行业呈现出蓬勃发展的良好态势,市场规模持续扩大,消费者对于汽车相关产品和服务的需求日益旺盛,带动了整个产业链的繁荣。在上述市场环境与公司内部产品优势的双重驱动下,公司面向汽车领域部分客户的销售规模得以稳步增长,进而推动了整体收入的提升。

市场数据显示:2023 年,我国汽车产量为 3,016.1 万辆,同比增长 11.6%;我国汽车销量为 3,009.4 万辆,同比增长 12.0%。新能源汽车方面,2023 年的产销分别为 958.7 万辆和 949.5 万辆,同比分别增长 35.8%和 37.9%。2024 年,我国汽车产量为 3,128.16 万辆,同比增长 3.72%;我国汽车销量为 3,143.62 万辆,同比增长 4.46%。新能源汽车方面,2024 年的产销分别为 1,288.8 万辆和 1,286.6 万辆,同比分别增长 34.4%和 35.5%。2025 年,我国汽车产量为 3,453.1 万辆,同比增长 10.4%;我国汽车销量为 3,440 万辆,同比增长 9.4%。新能源汽车方面,2025 年的产销量分别为 1,662.6 万辆和 1,649 万辆,同比分别增长 29%和 28.2%。上述数据表明近年来我国汽车行业正保持良好的发展态势。

目前,同行业可比上市公司中仅科创新源在其年度报告中单独披露了汽车行业收入数据,其在汽车领域主要开展汽车密封条业务。具体来看,其 2023 年、2024 年和 2025 年在汽车行业分别实现收入 1.28 亿元、2.08 亿元和 2.20 亿元,同比增长 81.22%、62.17%和 5.89%。此外,另外三家同行业可比上市公司虽未单独披露汽车行业的收入数据,但根据公开披露信息[同行业可比公司部分年度数据未列示,系因其当年公开披露信息中未包含相关内容。],硅宝科技的汽车胶产品在 2024 年的销售收入同比增长 30.59%;集泰股份的新能源汽车用胶在 2025

年的销售收入同比增长 72.98%；回天新材的大交通领域胶粘剂销售收入在 2023 年和 2024 年分别同比增长 28.03%和 36.73%。上述数据也从侧面印证了汽车相关产品市场需求旺盛。

报告期内，公司汽车领域客户较为分散，各期前五大客户收入占公司汽车领域整体收入的比例约为 30%左右，单一客户经营变动对公司该领域业绩影响有限；同时，公司产品作为汽车整车制造的重要辅材之一，终端产品价格走势对公司该领域业绩变动的直接影响也相对较小。

综上，公司在汽车领域的收入变动与下游市场需求变动趋势及同行业可比上市公司相关应用领域业绩变动趋势基本一致，具有合理性。

除汽车板块外，公司复合材料成型板块在报告期内亦保持稳定增长态势。具体来看，该板块销售的产品大类主要为丁基胶，其在 2022 年、2023 年、2024 年及 2025 年分别实现销售收入 3,468.93 万元、3,877.94 万元、4,291.56 万元和 6,007.40 万元，占该领域整体收入的比例分别为 82.98%、81.58%、78.56%和 83.40%。该领域收入增长主要得益于产品持续迭代带来的市场竞争力提升，以及下游风电等细分行业需求的旺盛。据国家能源局数据，2024 年全国风电新增装机容量 7,982 万千瓦，同比增长 6%；2025 年新增装机容量达 1.2 亿千瓦，同比增长 51%。

此外，报告期内，公司建筑板块收入情况除在 2024 年出现小幅下降外，整体保持稳定。具体来看，该板块销售的产品大类主要为丁基胶，2022 年、2023 年、2024 年及 2025 年分别实现销售收入 4,850.45 万元、6,522.88 万元、5,349.00 万元和 6,294.44 万元，占该领域整体收入的比例分别为 82.33%、86.61%、85.67%和 84.96%。2023 年，公司在该领域实现收入同比增长 1,639.61 万元。增长主要得益于两方面因素：一是公司开发的无铅柔性泛水带产品性能日趋成熟，获得国外客户采购额显著提升；二是随着国内经济活动逐步恢复，此前受全球公共卫生事件影响的工程项目施工进度回暖，带动了对公司相关产品的需求上升。2024 年，公司在该领域收入同比减少 1,287.77 万元，主要系原第一大客户 MAGE 自身经营变动所致。报告期内，MAGE 主要向公司采购无铅柔性泛水带等产品，受德国经济下行及其内部业务整合、人员调整影响，MAGE 在 2024 年大幅减少了对公司相关产品的采购。针对该情况，公司通过积极拓展新客户，推动相关产品在

2025 年的销售态势明显好转。

除上述情况外，报告期内公司其他下游应用领域业绩不存在异常波动情况。

关于车身密封条用不干胶、车门防水膜用密封胶、车身阻尼片、车身堵孔贴片、建筑防水密封胶及胶带、无铅柔性泛水带、真空袋密封胶带、防水绝缘胶带与 PVC 绝缘胶带、PE/PVC 厨卫美缝贴等产品，系公司从产品应用场景角度出发，梳理出的在汽车、建筑、复合材料成型、通信与电力、家居装饰等领域的代表性产品。由于公司细分产品种类、型号及规格繁多，在统一计量单位方面存在一定难度。基于统计合理性与可操作性考量，公司对各收入类别下的细分产品进行了系统梳理，选取其中部分可统一计量单位且具有代表性的产品作为主要细分产品，以便于对其销售均价、销量及毛利率等指标进行量化分析。上述代表性产品大致可归类于相应收入类别下的部分主要细分产品，具体对应关系如下：

代表性产品	对应收入类别	对应主要细分产品
车身密封条用不干胶	丁基胶	丁基密封胶
车门防水膜用密封胶	丁基胶	丁基密封胶
车身阻尼片	丁基胶	丁基阻尼片
车身堵孔贴片	丁基胶	其他
建筑防水密封胶	丁基胶	丁基密封胶
建筑防水胶带	丁基胶	双面丁基胶带
无铅柔性泛水带	丁基胶	丁基特种防水卷材
真空袋密封胶带	丁基胶	双面丁基胶带
防水绝缘胶带	丁基胶	丁基特种功能胶带
PVC 绝缘胶带	其他胶类产品	PVC 绝缘胶带
PE 厨卫美缝贴	家装密封产品	PE 厨卫美缝贴
PV C 厨卫美缝贴	家装密封产品	PVC 厨卫美缝贴

公司已针对各主要细分产品的销量、单价、毛利率等指标进行量化分析，具体详见本说明“四、关于毛利率高于可比公司合理性及成本核算规范性”之“（一）毛利率持续上升且高于同行业可比公司合理性”之“1. 补充披露报告期内主要产品销售单价、单位成本及其构成（料、工、费）的具体情况，结合产品市场价格走势、原材料市场价格变动、生产工艺变化、产能变动等量化分析上述指标变动原因及合理性，并进一步说明毛利率持续上升的原因”相关内容。

（二）分析下游汽车、建筑、风电等下游各细分领域的行业景气度变化对公司主要产品具体供需变动的影响情况，相关产品销量、售价、毛利率在报告期内及期后每季度变动情况，与市场上同类产品价格变动趋势是否相符，下游行业需求是否呈现萎缩趋势

1. 分析下游汽车、建筑、风电等下游各细分领域的行业景气度变化对公司主要产品具体供需变动的影响情况

(1) 汽车领域

胶粘剂是汽车生产中不可或缺的原材料之一。在汽车制造中，良好的粘接和密封技术的使用不仅可以简化汽车生产工艺，还可以提升驾乘的安全性和舒适性，特别是在 NVH(Noise、Vibration、Harshness，即噪声、振动与声振粗糙度，简称 NVH) 方面，其与整车性能和舒适度密切相关。随着行业对 NVH 性能的日益关注，众多汽车主机厂已纷纷成立专门的 NVH 部门，以深入研究和优化这一关键问题。

总体来看，近年来我国汽车市场仍延续高增长态势。根据中国汽车工业协会数据：2023 年，我国汽车产量为 3,016.1 万辆，同比增长 11.6%；我国汽车销量为 3,009.4 万辆，同比增长 12.0%。新能源汽车方面，2023 年的产销分别为 958.7 万辆和 949.5 万辆，同比分别增长 35.8%和 37.9%。2024 年，我国汽车产量为 3,128.2 万辆，同比增长 3.7%；我国汽车销量为 3,143.6 万辆，同比增长 4.5%。新能源汽车方面，2024 年的产销量分别为 1,288.8 万辆和 1,286.6 万辆，同比分别增长 34.4%和 35.5%。2025 年，我国汽车产量为 3,453.1 万辆，同比增长 10.4%；我国汽车销量为 3,440 万辆，同比增长 9.4%。新能源汽车方面，2025 年的产销量分别为 1,662.6 万辆和 1,649 万辆，同比分别增长 29%和 28.2%。

公司在汽车领域的代表性产品主要包括车身密封条用不干胶、车门防水膜用密封胶、车身阻尼片及车身堵孔贴片等。一方面，下游汽车市场的持续扩容为公司相关产品需求提供了稳定支撑；另一方面，传统燃油车发动机噪声可在一定程度上掩盖路噪与胎噪，而纯电动车由于动力系统噪声基值显著降低，车内对路噪与胎噪的感知更为敏感，从而对 NVH 性能提出了更高要求。这一趋势使得密封、阻尼及降噪类材料在新能源汽车领域拥有更为广阔的应用空间与发展前景。

(2) 建筑领域

建筑领域一直是胶粘剂用量较大的行业之一，生活中无论是普通民用住宅、商业写字楼还是桥梁、大坝等各类基础设施建设，都离不开粘接和密封技术。建筑用胶粘剂按照功能可分为建筑结构胶和建筑密封胶两大类，其中建筑结构胶用于结构受力构件的粘接，需要长期承受设计应力和环境作用；建筑密封胶则用于

建筑构件之间的密封，主要起到防水、隔音、防腐蚀、防污染等作用。

尽管我国建筑市场规模庞大，但近年来行业增速呈现放缓趋势，存在短期市场波动风险。据国家统计局数据，2024 年我国建筑业总产值达 32.13 万亿元，同比增长 2.18%，增速较往年略有回落。在此背景下，国内新建建筑市场需求的阶段性收缩，或对公司建筑防水密封胶、建筑防水胶带及无铅柔性泛水带等产品的短期需求构成一定压力。

然而，公司建筑领域业务仍具备长期发展潜力。首先，政府为稳定房地产及基建市场，持续推出住房限购调整、公积金贷款优化及居民改善性需求支持等组合政策。同时，城镇化与乡村振兴战略的深化推进，为城镇住房及相关基础设施建设提供了持续动力。2024 年 7 月，国务院发布的《深入实施以人为本的新型城镇化战略五年行动计划》明确目标，未来五年内推动常住人口城镇化率提升至近 70%，农业转移人口的住房及配套基建需求有望加速释放，为胶粘剂应用创造稳定增量空间。其次，随着存量建筑规模持续扩大，老旧建筑修缮、屋面防水修复等翻新需求保持相对稳定。此外，公司无铅柔性泛水带等系列产品已成功进入欧洲市场，并在屋面密封防水领域逐步建立起竞争优势。随着海外渠道的深化布局，该系列产品及配套需求有望成为公司建筑领域业务的重要增长点。

(3) 复合材料成型领域

复合材料是指两种或两种以上不同性质的材料，通过物理或化学的方法，在宏观上组成具有新性能的材料。复合材料通常既保留了原组成材料的主要特色，又在各组成材料的性能上互相取长补短，使其综合性能优于原组成材料而满足各种不同的要求。在复合材料的成型工艺方面，真空辅助成型技术被广泛采用。该技术通过运用真空辅助材料构建起一个真空系统，将织物与树脂体系置于其中，并借助热压罐等核心成型设备，以确保复合材料制品的顺利成型。

公司在复合材料成型领域的代表性产品为真空袋密封胶带，该产品主要用于风电叶片、游艇舱体、飞机机身等大型复合材料构件的真空灌注成型工艺中，通过实现真空袋与真空袋之间或真空袋与复合材料模具之间的可靠粘接与密封，确保成型过程中真空环境的稳定性，从而保障最终构件的成型质量。

近年来，复合材料相关行业快速发展，整体市场规模持续扩大。根据中国复合材料学会数据，2023 年全球复合材料市场规模约为 910.90 亿美元，预计 2026

年将增长至 1,153.40 亿美元，年复合增长率为 8.19%；同期我国复合材料市场规模约为 2,326.97 亿元，预计 2026 年将增长至 3,050.00 亿元，年复合增长率为 9.44%。从细分领域看，风电行业增长显著：据国家能源局统计，2024 年全国风电新增装机容量 7,982 万千瓦，同比增长 6%；2025 年新增装机容量达 1.2 亿千瓦，同比增幅达 51%。近年来，风电叶片大型化趋势明显，叶片长度向超百米级发展，这将对真空灌注成型工艺中密封材料的耐温性能与气密性能提出了更高要求。与此同时，随着国产大飞机项目的推进及相关产业链的建设，航空航天领域对复合材料成型用密封材料的需求亦将持续增长。

(4) 通信与电力领域

公司在通信与电力领域的代表性产品主要包括防水绝缘胶带与 PVC 绝缘胶带，二者通常配合使用，主要用于通信设备基站、天线、馈线等终端接头或中间接头部位的防水密封与电气绝缘保护。现阶段，我国通信及电力领域保持较高的行业景气度，为公司相关产品的市场需求提供了有力支撑。

在通信领域，随着 5G 网络建设持续加速，基站数量呈现爆发式增长。截至 2024 年底，我国移动通信基站总数已达 1,265 万个，其中 5G 基站达 425.1 万个，占移动基站总数的 33.6%，占比较上年末提升 4.5 个百分点；平均每万人拥有 5G 基站数量为 30.2 个，较 2023 年末增加 10.2 个。自 2019 年 5G 正式商用以来，2019 年至 2024 年间 5G 基站数量复合年增长率高达 94.4%。这一建设成果得益于明确的政策导向：工信部于 2023 年 12 月提出坚持适度超前理念，加快 5G 与千兆光网建设部署；2024 年 3 月进一步表示将适度超前建设 5G 等基础设施，以促进新质生产力形成，并推动 5G 应用在工业互联网与制造业数字化转型中的深度融合。当前，5G 技术正加速融入国民经济体系，根据中国信通院研究，5G 已深度渗透至国民经济 97 个大类中的 91 个，行业用户规模突破 3 万家，累计应用项目超过 18 万个，较 2024 年大幅增长。未来，随着 5G 应用范围和规模的持续扩大，通信基站等户外设备对防水、绝缘、耐候密封材料的需求将同步提升，进而带动公司相关产品的市场需求进一步上升。

在电力领域，全社会用电量稳步增长，电网投资力度明显加大。根据《中国电力发展报告 2025》，2025 年全年用电量首次突破 10 万亿千瓦时，同比增长 5%。国家电网和南方电网自 2024 年起显著提升电网投资规模，2024 年合计电网

投资额达 7,137 亿元，同比增长 12.4%。电网投资的提升直接拉动电网设备的制造与安装需求，进而为公司相关产品带来稳定增长需求。

2. 相关产品销量、售价、毛利率在报告期内及期后每季度变动情况，与市场上同类产品价格变动趋势是否相符，下游行业需求是否呈现萎缩趋势

由于公司产品种类较多，规格型号和计量单位不统一，以公司核心产品丁基密封胶和丁基胶带为例，产品形状包括桶、支、条、片、卷，计量单位又包括 kg 和米、平方米等，很难通过统一的标准把所有产品汇总统计平均单价与销量。从下游应用细分领域来看，公司的产品在下游汽车、建筑、复合材料成型、通信电力等细分领域内属于辅助性产品，占细分领域内产值比重较小，未能形成较大的市场规模行业数据和行业统一认知，相关细分行业认定不规范，公司产品难以按照上述细分领域统计平均单价和销量。因此，以下通过对下游细分领域产品，报告期内销售收入及毛利率按季度变动情况进行分析。

(1) 汽车领域

期间	2022 年度		2023 年度		2024 年度		2025 年度	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
一季度	2,623.30	32.66%	2,472.80	30.58%	3,562.97	30.72%	4,297.70	32.32%
二季度	2,580.47	36.60%	3,381.24	32.46%	4,108.71	32.37%	4,858.35	31.70%
三季度	3,912.00	37.70%	4,641.13	33.92%	5,396.94	31.10%	6,937.52	29.67%
四季度	3,892.77	25.55%	4,853.72	31.75%	5,721.78	31.99%	7,902.12	31.32%
合计	13,008.55	32.83%	15,348.89	32.38%	18,790.40	31.58%	23,995.69	31.10%

由上表数据可知，公司在汽车领域的销售收入逐年增长，季度变动数据亦呈连续上升趋势，与近年来我国汽车市场持续快速增长的行业发展情况相吻合，亦与公司近年来重点拓展汽车市场的发展战略相一致。公司持续巩固在汽车车身密封条用不干胶领域的竞争优势之外，不断完善汽车领域的产品布局，包括车身阻尼片、车身补强胶片、汽车空调保温胶泥、汽车线束胶泥和车门防水膜用密封胶等，以及近两年陆续开发的新产品汽车雷达止震片、车门密封板发泡胶、车身空腔 3D 隔音胶块等。随着中国新能源汽车渗透率的不断提高，以及公司在汽车领域产品矩阵的进一步扩展，预计未来下游汽车领域仍有较大的发展空间。

(2) 建筑领域

期间	2022 年度		2023 年度		2024 年度		2025 年度	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
一季度	1,521.65	23.42%	1,610.60	33.76%	1,321.92	34.64%	1,577.79	32.64%
二季度	1,647.46	24.78%	2,117.71	34.88%	1,827.03	30.79%	2,227.24	38.36%
三季度	1,476.57	22.66%	2,219.83	35.21%	1,870.40	32.18%	1,872.19	33.55%

四季度	1,245.98	14.56%	1,583.13	35.69%	1,224.15	28.39%	1,731.85	37.78%
合计	5,891.66	21.74%	7,531.27	34.91%	6,243.50	31.55%	7,409.07	35.79%

下游建筑领域是公司产品传统应用行业，从上表季度变动数据看，建筑领域销售呈现一定的季节性特征，一季度因春节假期，四季度为结算季，销售收入均相对较少。报告期内，公司建筑领域销售收入增长出现放缓和波动的情况，与行业总体趋势放缓相一致。2024 年建筑领域销售收入下降主要系出口至德国的无铅柔性泛水带产品因客户自身原因导致采购减少所致。从建筑领域销售毛利率来看，2022 年度销售毛利率相对较低，主要系当年原材料价格处于高位所致，随着原材料价格相对回落，2023 至 2025 年建筑领域销售毛利率相对回升至稳定水平。未来随着公司海外市场布局的不断深化，建筑领域有望成为公司销售收入的一个重要增长点。

(3) 复合材料成型领域

期间	2022 年度		2023 年度		2024 年度		2025 年度	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
一季度	824.24	20.75%	1,113.91	27.70%	968.87	41.07%	1,255.15	37.50%
二季度	884.53	21.36%	1,523.66	29.36%	1,007.58	37.19%	1,756.66	39.59%
三季度	1,024.40	22.21%	1,107.92	31.24%	1,480.99	35.23%	1,841.42	35.19%
四季度	1,447.04	22.80%	1,007.90	34.98%	2,005.35	39.87%	2,349.54	34.51%
合计	4,180.21	21.95%	4,753.38	30.60%	5,462.80	38.33%	7,202.77	36.44%

公司产品应用于下游的复合材料成型领域，主要分为风电领域复合材料成型和航空航天领域复合材料成型。由于近年来，复合材料成型领域市场呈持续稳步发展的势头，公司紧跟行业发展趋势，持续大力开拓该领域客户，销售收入呈逐年增长的趋势。从销售毛利率来看，2022 年由于原材料价格处于相对高位，毛利率相对较低，2023 年后，随着原材料价格回落，销售毛利率开始回升。2024 年和 2025 年，随着公司新开发的耐高温真空袋密封胶带的量产，公司在航空航天领域实现的销售收入不断增长，该领域相关产品毛利率相对较高，进而提升了复合材料成型领域整体毛利率水平。未来公司将进一步拓展复合材料成型领域，尤其加大对航空航天领域的投入力度，公司在该领域的收入亦将快速增长。

(4) 通信与电力领域

期间	2022 年度		2023 年度		2024 年度		2025 年度	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
一季度	824.57	9.59%	976.95	13.95%	891.68	18.43%	1,125.22	16.65%
二季度	1,304.87	11.78%	1,325.75	14.89%	1,027.60	19.02%	1,464.86	15.58%
三季度	1,479.49	10.09%	727.12	16.73%	843.58	22.33%	1,083.13	15.69%
四季度	823.10	11.88%	1,624.08	15.62%	1,509.84	22.33%	1,353.43	21.45%
合计	4,432.04	10.83%	4,653.89	15.23%	4,272.70	20.72%	5,026.64	17.42%

通信与电力领域销售收入呈稳步增长趋势，2024 年销售收入出现下降，系因一家原客户减少采购所致。公司通信与电力领域 2022 年销售毛利率相对较低主要系 2022 年原材料价格处于相对高位导致。随着原材料价格回落，公司应用于通信与电力领域的毛利率逐步回升。未来，随着大量 5G 基站的投入，以及电力规划的持续推进，将为通信与电力领域相关产品带来稳定增长。

公司主要产品为丁基胶类产品，其占收入比例最高，以下以丁基胶类产品为代表对比分析与市场上同类丁基胶类产品价格变动趋势。

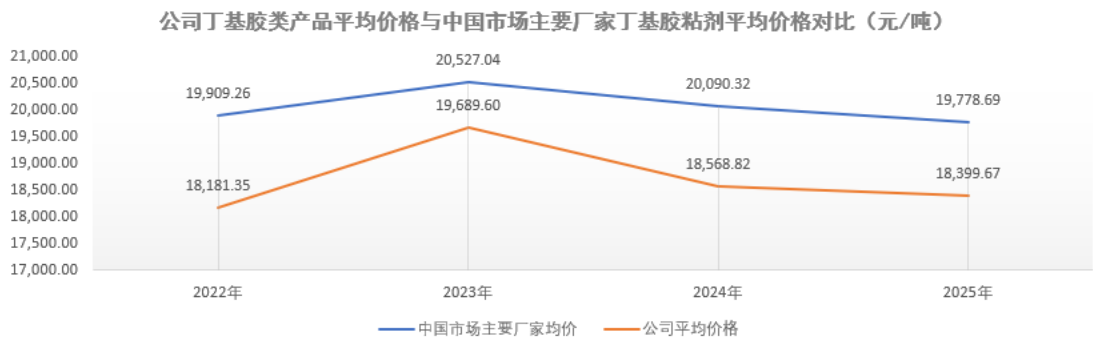
根据 QYResearch 整理研究并发布的《2026-2032 全球及中国丁基胶粘剂—行业研究及十五五规划分析报告》，中国市场主要厂商丁基胶粘剂销售均价如下：

项目	2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年度
均价（美元/吨）	2,960	2,913	2,821.00	2,769.00
平均汇率（人民币/美元）	6.7261	7.0467	7.1217	7.1429
均价（元/吨）	19,909.26	20,527.04	20,090.32	19,778.69

由于公司产品规格包装计量单位太多，无法对成品进行统一计量销量，为了与同行业销售价格进行对比分析，以下以丁基胶类产品半成品胶料的生产量为丁基胶类产品价格的计算依据，用丁基胶类产品的总销售收入除以半成品胶料的生产量为平均销售价格，计算结果如下：

项目	2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年度
丁基胶收入（万元）	19,122.73	22,943.03	22,785.91	27,011.16
半成品胶料产量（吨）	10,517.77	11,652.36	12,271.06	14,680.24
平均价格（元/吨）	18,181.35	19,689.60	18,568.82	18,399.67

中国市场主要厂商丁基胶粘剂的销售平均价格和公司的销售平均价格对比如下：



由上图可知，公司丁基胶类产品的销售平均价格走势与行业主要厂商平均价格趋势一致，略低于行业主要厂商平均价格，主要系行业主要厂商中有部分外资品牌，其销售价格相对较高。同时，由于公司产品平均价格未采用终端成品产量

计算，以及行业产品种类、规格繁多等多重因素影响，公司产品平均价格与行业厂商产品平均价格有所差异属正常现象。

综上所述，通过将下游汽车、建筑、复合材料成型和通信电力细分领域市场景气度变化及未来需求情况，与相关细分领域内公司产品的销售收入和毛利率情况对比分析，下游细分市场总体上发展较好，具有良好的发展前景，公司在相关细分领域销售收入呈稳步增长趋势。同时，将公司主要丁基胶类产品平均价格与行业主要厂商丁基胶粘剂销售平均价格对比，变动趋势与行业趋势基本保持一致，下游行业需求未呈现萎缩趋势。

(三)按照细分产品类型列示自产、外购、外协生产三种生产方式的产品销售情况，包括销量、单价、销售金额及占比、毛利及占比、毛利率等，说明各类产品采用何种生产模式的主要考虑、决策机制，自产产品收入占比呈下降趋势、2024 年自产产品收入下滑的原因及合理性，报告期内业绩增长是否主要依赖贸易业务

1.按照细分产品类型列示自产、外购、外协生产三种生产方式的产品销售情况，包括销量、单价、销售金额及占比、毛利及占比、毛利率等，说明各类产品采用何种生产模式的主要考虑、决策机制

公司产品类型分为丁基胶、硅酮胶、水性涂料、其他胶类产品、家装密封产品和其他，由于公司产品种类较多，规格型号和计量单位不统一，以公司核心产品丁基密封胶和丁基胶带为例，产品形状包括桶、支、条、片、卷，计量单位又包括 kg 和米、平方米等，因此对各类产品收入难以按照统一计量单位对销量和单价进行分析，关于各类别产品单价详见本说明“四、关于毛利率高于可比公司合理性及成本核算规范性”之“(一)毛利率持续上升且高于同行业可比公司合理性”之“1.补充披露报告期内主要产品销售单价、单位成本及其构成(料、工、费)的具体情况，结合产品市场价格走势、原材料市场价格变动、生产工艺变化、产能变动等量化分析上述指标变动原因及合理性，并进一步说明毛利率持续上升的原因”相关内容。以下对销售金额及占比、销售毛利及占比、毛利率进行分析：

(1)丁基胶

期间	项目		外购	外协生产	自产	合计
2025 年度	销售收入	金额	30.98	182.51	26,797.67	27,011.16
		占比	0.11%	0.68%	99.21%	100.00%
	销售毛利	金额	7.09	36.63	9,756.58	9,800.29

		占比	0.07%	0.37%	99.55%	100.00%
	毛利率		22.89%	20.07%	36.41%	36.28%
2024 年度	销售收入	金额		399.30	22,386.61	22,785.91
		占比		1.75%	98.25%	100.00%
	销售毛利	金额		50.56	7,950.97	8,001.53
		占比		0.63%	99.37%	100.00%
	毛利率			12.66%	35.52%	35.12%
2023 年度	销售收入	金额		243.09	22,699.94	22,943.03
		占比		1.06%	98.94%	100.00%
	销售毛利	金额		33.89	7,940.17	7,974.06
		占比		0.43%	99.57%	100.00%
	毛利率			13.94%	34.98%	34.76%
2022 年度	销售收入	金额		61.56	19,061.16	19,122.73
		占比		0.32%	99.68%	100.00%
	销售毛利	金额		6.84	5,317.07	5,323.90
		占比		0.13%	99.87%	100.00%
	毛利率			11.10%	27.89%	27.84%

丁基胶类产品为公司核心产品和收入占比最大的产品类别，公司有较强的技术实力和产能储备，因此报告期各期，公司以自主生产为主，收入和毛利占比平均在 99%左右。同时在生产订单来不及交付，或者不够起订量、公司自主生产不经济时，会辅以外协或外购的方式予以补充。

公司丁基胶类产品自产产品毛利率仅 2022 年较低为 27.89%，2023 年-2025 年平均在 35%左右，均高于当期外购和外协生产的毛利率。

(2) 硅酮胶

期间	项目		外购	外协生产	自产	合计
2025 年度	销售收入	金额	179.94	21.33	1,445.54	1,646.81
		占比	10.93%	1.30%	87.78%	100.00%
	销售毛利	金额	43.90	4.15	575.05	623.10
		占比	7.04%	0.67%	92.29%	100.00%
	毛利率		24.40%	19.47%	39.78%	37.84%
2024 年度	销售收入	金额	122.05		1,432.57	1,554.62
		占比	7.85%		92.15%	100.00%
	销售毛利	金额	24.95		468.60	493.55
		占比	5.06%		94.94%	100.00%
	毛利率		20.44%		32.71%	31.75%
2023 年度	销售收入	金额	143.29		2,282.06	2,425.35
		占比	5.91%		94.09%	100.00%
	销售毛利	金额	36.43		694.54	730.97
		占比	4.98%		95.02%	100.00%
	毛利率		25.42%		30.43%	30.14%
2022 年度	销售收入	金额	176.77		1,882.27	2,059.03
		占比	8.58%		91.42%	100.00%
	销售毛利	金额	25.58		432.83	458.42
		占比	5.58%		94.42%	100.00%

	毛利率	14.47%		23.00%	22.26%
--	-----	--------	--	--------	--------

硅酮胶为公司胶类产品里收入占比仅次于丁基胶类产品的单一产品类别，公司有较强的技术实力和产能储备，因此报告期各期，公司以自主生产为主，收入和毛利占比平均超过 90%，存在少部分产能不足时公司采取外协生产和外购的形式进行补充。2025 年新增外协生产的原因系，公司为了满足核心客户的需求，优先安排单次订单批量较大的产品，单批次订单金额较小或者不够起订量的产品，公司采用外协生产方式满足客户交付及时性的要求。

公司硅酮胶类自产产品毛利率除 2022 年较低为 23.00%外，2023 年-2025 年均超过 30%，且均高于当期外购或外协生产的毛利率。

(3) 水性涂料

期间	项目		外购	外协生产	自产	合计
2025 年度	销售收入	金额	10,797.47	492.56	496.42	11,786.44
		占比	91.61%	4.18%	4.21%	100.00%
	销售毛利	金额	2,383.74	120.87	239.01	2,743.63
		占比	86.88%	4.41%	8.71%	100.00%
	毛利率		22.08%	24.54%	48.15%	23.28%
2024 年度	销售收入	金额	8,977.17	242.67	352.89	9,572.73
		占比	93.78%	2.53%	3.69%	100.00%
	销售毛利	金额	2,060.23	70.38	187.84	2,318.45
		占比	88.86%	3.04%	8.10%	100.00%
	毛利率		22.95%	29.00%	53.23%	24.22%
2023 年度	销售收入	金额	7,098.18	312.86	286.92	7,697.96
		占比	92.21%	4.06%	3.73%	100.00%
	销售毛利	金额	1,593.35	90.89	149.35	1,833.58
		占比	86.90%	4.96%	8.15%	100.00%
	毛利率		22.45%	29.05%	52.05%	23.82%
2022 年度	销售收入	金额	6,064.31	0.00	357.00	6,421.32
		占比	94.44%	0.00%	5.56%	100.00%
	销售毛利	金额	1,574.72	0.00	208.28	1,783.00
		占比	88.32%	0.00%	11.68%	100.00%
	毛利率		25.97%	0.00%	58.34%	27.77%

水性涂料产品是公司占比最大的非胶类产品，主要为公司外购并经销斯塔尔水性涂料，报告期各期，公司以外购为主，收入占比平均在 93%左右，毛利占比平均在 87%左右。存在少部分产品类别公司采取自主生产和外协的形式进行生产。

公司外购水性涂料产品毛利率 2022 年较高为 25.97%，2023 年-2025 年平均在 22%左右，均低于公司当期自产和外协生产的毛利率。

(4) 其他胶类产品

期间	项目		外购	外协生产	自产	合计
2025 年度	销售收入	金额	356.67	4,035.98	2,665.05	7,057.70

		占比	5.05%	57.19%	37.76%	100.00%
		金额	173.10	622.72	824.21	1,620.03
	销售毛利	占比	10.68%	38.44%	50.88%	100.00%
	毛利率		48.53%	15.43%	30.93%	22.95%
2024 年度	销售收入	金额	237.15	3,406.17	1,635.02	5,278.33
		占比	4.49%	64.53%	30.98%	100.00%
	销售毛利	金额	121.48	726.23	422.06	1,269.77
		占比	9.57%	57.19%	33.24%	100.00%
	毛利率		51.22%	21.32%	25.81%	24.06%
2023 年度	销售收入	金额	176.09	3,173.70	1,526.01	4,875.81
		占比	3.61%	65.09%	31.30%	100.00%
	销售毛利	金额	99.29	567.89	320.89	988.07
		占比	10.05%	57.47%	32.48%	100.00%
	毛利率		56.39%	17.89%	21.03%	20.26%
2022 年度	销售收入	金额	262.61	2,445.35	1,676.12	4,384.08
		占比	5.99%	55.78%	38.23%	100.00%
	销售毛利	金额	100.18	286.76	317.77	704.70
		占比	14.22%	40.69%	45.09%	100.00%
	毛利率		38.15%	11.73%	18.96%	16.07%

公司其他胶类产品主要包括水性胶粘剂、反应性橡胶、PVC 绝缘胶带、聚氨酯密封胶、环氧胶和其他胶带等。其中自产产品包括水性胶粘剂、反应性橡胶等，该类产品的生产需要具备一定的技术和研发能力，公司在丁基胶研发基础上，具备上述胶种的开发和生产能力；外协生产的产品主要包括 PVC 绝缘胶带和聚氨酯密封胶等，该类产品为市场流通的标准化通用产品，一般技术要求不高，故公司委托外部生产厂家贴牌生产；外购的产品主要包括其他胶带等，该类产品系公司根据现有客户需求，且单次订单量不大，公司通过外购方式提供。

公司其他胶类产品中，毛利率最高为外购产品，收入不大，占比最低，毛利率最高；外协生产产品收入占比最大，毛利率最低；自产产品收入占比及毛利率处于外购产品和自产产品之间。

(5) 家装密封产品

期间	项目		外购	外协生产	自产	合计
2025 年度	销售收入	金额	779.97	420.79	976.79	2,177.55
		占比	35.82%	19.32%	44.86%	100.00%
	销售毛利	金额	226.44	120.74	213.02	560.19
		占比	40.42%	21.55%	38.03%	100.00%
	毛利率		29.03%	28.69%	21.81%	25.73%
2024 年度	销售收入	金额	945.68	404.92	1,369.11	2,719.71
		占比	34.77%	14.89%	50.34%	100.00%
	销售毛利	金额	252.96	102.77	188.92	544.65
		占比	46.44%	18.87%	34.69%	100.00%
	毛利率		26.75%	25.38%	13.80%	20.03%
2023 年度	销售收入	金额	695.86	337.57	1,712.38	2,745.82

		占比	25.34%	12.29%	62.36%	100.00%
		金额	135.89	86.81	295.12	517.81
	销售毛利	占比	26.24%	16.76%	56.99%	100.00%
	毛利率		19.53%	25.72%	17.23%	18.86%
2022 年度	销售收入	金额	869.59	217.02	1,198.78	2,285.39
		占比	38.05%	9.50%	52.45%	100.00%
	销售毛利	金额	135.90	58.74	195.88	390.53
		占比	34.80%	15.04%	50.16%	100.00%
	毛利率		15.63%	27.07%	16.34%	17.09%

家装密封产品主要为公司销售的面向个人和家庭终端消费者的产品，主要用于厨房、卫生间、客厅等室内家居场景的密封、防水和降噪。由于终端消费者需求纷繁多样，公司根据成本效益、生产范围等原则综合评估，采取自产、外协生产或者外购的方式进行供货。

家装密封产品中，公司外协生产毛利率均在 25%以上，收入占比最低；外购和自产毛利率呈逐年上升趋势，外购收入占比平均超过 30%，自产收入占比除 2025 年为 44.86%，其他年份均超过 50%。

(6) 其他

期间	项目		外购	外协生产	自产	合计
2025 年度	销售收入	金额	1,173.34	384.83	543.93	2,102.10
		占比	55.82%	18.31%	25.88%	100.00%
	销售毛利	金额	316.07	91.56	108.66	516.30
		占比	61.22%	17.73%	21.05%	100.00%
	毛利率		26.94%	23.79%	19.98%	24.56%
2024 年度	销售收入	金额	1,612.61	79.58	190.04	1,887.68
		占比	85.43%	4.22%	10.07%	100.00%
	销售毛利	金额	506.12	29.97	47.05	588.59
		占比	85.99%	5.09%	7.99%	100.00%
	毛利率		31.38%	37.66%	24.76%	31.18%
2023 年度	销售收入	金额	1,407.96	77.42	321.62	1,807.00
		占比	77.92%	4.28%	17.80%	100.00%
	销售毛利	金额	506.69	31.94	68.69	607.32
		占比	83.43%	5.26%	11.31%	100.00%
	毛利率		35.99%	41.26%	21.36%	33.61%
2022 年度	销售收入	金额	1,541.37	63.07		1,604.43
		占比	96.07%	3.93%		100.00%
	销售毛利	金额	342.34	21.64		363.98
		占比	94.05%	5.95%		100.00%
	毛利率		22.21%	34.31%		22.69%

公司其他产品中的外购产品主要为真空辅材类产品，报告期各期，公司其他产品以外购为主，收入和毛利占比平均在 80%左右，存在少部分产品类别公司采取自主生产和外协的形式进行生产。

公司其他产品中，外购产品毛利率平均在 30%左右，占比最高；外协生产和自产占比都较低，毛利率呈一定程度波动。

2. 自产产品收入占比呈下降趋势、2024 年自产产品收入下滑的原因及合理性，报告期内业绩增长是否主要依赖贸易业务

报告期各期，按照生产方式分类的各产品类别的收入情况如下表所示：

	2025 年度				2024 年度			
披露大类	外购	外协生产	自产	小计	外购	外协生产	自产	小计
丁基胶	30.98	182.51	26,797.67	27,011.16		399.30	22,386.61	22,785.91
硅酮胶	179.94	21.33	1,445.54	1,646.81	122.05		1,432.57	1,554.62
家装密封产品	779.97	420.79	976.79	2,177.55	945.68	404.92	1,369.11	2,719.71
其他	1,173.34	384.83	543.93	2,102.10	1,612.61	79.58	190.04	1,882.23
其他胶类产品	356.67	4,035.98	2,665.05	7,057.70	237.15	3,406.17	1,635.02	5,278.33
水性涂料	10,797.47	492.56	496.42	11,786.44	8,977.17	242.67	352.89	9,572.73
总计	13,318.36	5,538.01	32,925.40	51,781.77	11,894.65	4,532.64	27,366.25	43,793.54

（续上表）

	2023 年度				2022 年度			
披露大类	外购	外协生产	自产	小计	外购	外协生产	自产	小计
丁基胶		243.09	22,699.94	22,943.03		61.56	19,061.16	19,122.73
硅酮胶	143.29		2,282.06	2,425.35	176.77		1,882.27	2,059.03
家装密封产品	695.86	337.57	1,712.38	2,745.82	869.59	217.02	1,198.78	2,285.39
其他	1,407.96	77.42	321.62	1,807.00	1,285.00	63.07	256.37	1,604.43
其他胶类产品	176.09	3,173.70	1,526.01	4,875.81	262.61	2,445.35	1,676.12	4,384.08
水性涂料	7,098.18	312.86	286.92	7,697.96	6,064.31		357.00	6,421.32
总计	9,521.38	4,144.65	28,828.94	42,494.97	8,658.27	2,787.01	24,431.70	35,876.98

由上表可知，2023 年公司销售收入为 42,494.97 万元，相比 2022 年增长 6,617.99 万元。其中自产产品销售收入相比上年增长 4,397.24 万元，主要为自产的丁基胶带来的业务增长，外协生产产品销售收入相比上年增长 1,357.64 万元，主要为外协生产的其他胶类产品带来的业务增长；外购贸易业务收入相比上年增长 863.11 万元，主要为公司经销斯塔尔水性涂料带来的业务增长。

公司 2024 年总体销售收入相比 2023 年小幅增长 1,298.57 万元。其中公司 2024 年自产产品销售收入为 27,366.25 万元，相比 2023 年小幅下降约 1,462.69 万元，主要为公司自产的硅酮胶的销售收入有所下降，由于下游制冷/冷链行业和建筑行业需求放缓、竞争加剧等原因，公司未参与性价比不高的订单而导致硅酮胶产品的收入减少；2024 年公司贸易业务收入相比 2023 年增长 2,373.27 万

元，其中主要是公司经销斯塔尔水性涂料带来的业务增长；外协生产产品销售收入相比去年小幅增长 387.99 万元。

2025 年公司销售收入为 51,781.77 万元，相比 2024 年增长 7,988.23 万元。其中，自产产品销售收入相比上年增长 5,559.15 万元，主要为自产的丁基胶和其他胶类产品带来的业务增长；外协生产产品销售收入相比上年增长 1,005.37 万元，主要为外协生产的其他胶类产品带来的业务增长；外购贸易业务收入相比上年增长 1,423.71 万元，主要为公司经销斯塔尔水性涂料带来的业务增长。

综上所述，公司自产产品报告期各期占主营业务收入的比例均维持在 60%以上，除 2024 年由于公司自产的硅酮胶产品对应的下游制冷/冷链行业和建筑行业需求放缓导致公司自产产品销售收入小幅下滑外，公司报告期内收入增长主要来自于自产产品带来的业务增长，业绩增长并非主要依赖贸易业务。

(四)说明斯塔尔汽车密封条水性涂料在中国市场的竞争力，公司开展经销业务主要依赖自身渠道还是授权方品牌；公司与斯塔尔精细涂料(苏州)有限公司合作历史、相关合同条款约定，公司在该供应商经销体系中的地位及竞争优势；供应商是否对授权经销商设置相应准入与维持条件，是否影响采购价格、货款账期等；公司与该供应商合作是否稳定，主要产品与斯塔尔水性涂料是否捆绑销售，量化分析若丧失经销商授权资质对公司业绩的具体影响

1. 斯塔尔汽车密封条水性涂料在中国市场的竞争力

斯塔尔公司是全球领先的涂料和表面处理的特种化学品公司，具有较高的技术水平和行业知名度，其产品具有较高的溢价能力。根据与斯塔尔的访谈记录，中国境内汽车密封条水性涂料市场规模约为 3 亿元，斯塔尔在其中的市场占有率约为 30%-40%。

此外，公司根据 2025 年中国市场乘用车总产量以及单车密封条涂料预估平均用量，结合斯塔尔密封条涂料产量，对斯塔尔汽车密封条水性涂料在中国的市场占有率做了一定的测算，测算具体过程如下：

25 年中国乘用车总产量(台) A	单车密封条涂料预估平均用量(g) B	密封条市场涂料预估总用量(T) $C=A*B/1000000$	斯塔尔密封条涂料中国市场供应量(T) D	斯塔尔汽车密封条水性涂料市场占有率(%) $E=D/C$
30,270,000	95	2,875.65	1,200.00	41.73%

数据来源：中国汽车工业协会、公司估计

综上所述，结合对斯塔尔的访谈和模拟测算，斯塔尔水性涂料在中国地区市场占有率约为 30%-40%，具有较强的市场竞争力。

在汽车密封条涂层行业，除斯塔尔公司外，行业内其他生产面向汽车水性涂料的第一梯队生产厂家还有美国洛德（LORD）公司、德国汉高（HENKEL）公司，这两家的销售单价通常比斯塔尔的销售价格高约 20%-30%，因此斯塔尔定位中高端产品，上述三家企业占据了汽车水性涂料行业高端市场的较大部分份额。在中国市场除上述三家外，其他国产厂商销售单价较低，面向中低端市场，市场占有率较低。

2. 公司与斯塔尔精细涂料(苏州)有限公司合作历史、相关合同条款约定，公司开展经销业务主要依赖自身渠道还是授权方品牌

公司给汽车密封条厂商客户提供丁基不干胶，主要用于汽车后备箱(行李箱)、天窗等密封、防水和防尘等。密封条是汽车后备箱(行李箱)、天窗、车门等部位密封的重要部件，丁基不干胶则主要被用于这些密封条底部的沟槽内，以填充密封条与车身钣金件之间的缝隙，起到高效密封、防水和防尘等的作用。汽车密封条一般是橡胶材质，需要使用涂料对密封条表面进行喷涂，以提高密封条的耐磨性能、降低摩擦系数，减轻开关门噪音，提升密封条表面质量和耐老化性能等作用。因此，丁基不干胶和水性涂料对于汽车密封条的生产加工非常关键。

公司是丁基密封胶的专业生产厂家，并不生产汽车密封条用水性涂层，汽车密封条对水性涂层要求较高，而相关水性涂料主要由国外知名涂料公司提供。斯塔尔精细涂料(苏州)有限公司是总部位于荷兰的一家全球化涂料公司在苏州的子公司，其开发的斯塔尔水性涂料是一款具有较高性价比的密封条涂料产品。多年前，由于公司在汽车密封条行业拥有大量的客户资源，斯塔尔公司汽车密封条涂料产品与公司汽车丁基不干胶产品具有共同的客户群，双方有意愿一起合作共同开拓中国汽车密封条市场。公司通过对斯塔尔公司产品考察和了解、对下游客户对水性涂料涂层的需求调研，并结合自身产品能否与斯塔尔公司产品形成综合竞争力等综合考虑，经与斯塔尔公司充分沟通并达成合作意向，斯塔尔公司授权公司成为其在中国境内的经销商，代理其产品向下游密封条行业客户销售。

综上所述，公司开展上述经销业务，主要依赖公司自产产品丁基胶业务带来的下游客户资源，斯塔尔自身的品牌效应为辅。

公司与斯塔尔的法律合同包括框架协议和具体订单以及授权书。

授权书中约定了新珂复材为斯塔尔精细涂料（苏州）有限公司产品中国地区经销商，新珂复材在中国市场开发并销售的相关产品均由斯塔尔精细涂料（苏州）有限公司提供并且同时承诺提供相关产品的售后服务。

框架协议则包括了所有重要的权利义务条款，订单则具体约定了采购量和采购单价，协议中未约定终端客户管理机制、考核奖惩、区域限定、最低采购量等信息，主要原因是斯塔尔对经销商的管理较为宽松，有软性指标通常通过会议等非书面的方式进行传达。以 2024 年度框架协议为例，其中主要条款有：“甲方在需求日期前一天发订单或以邮件等书面方式通知乙方送货至甲方公司仓库，运费由乙方承担。若乙方因延迟交货造成甲方损失，则乙方按实际损失赔偿甲方。”、“签订年度采购合同后，原则上保持产品价格在本年内不变化。但若因外部因素导致产品成本变化超过 20%，或因产品本身性质和要求改变导致成本变化，双方可协商调整价格，并签订新合同。若协商不成需提前个月通知对方，在本月内年度合同仍有效。”

3. 公司在该供应商经销体系中的地位及竞争优劣势；供应商是否对授权经销商设置相应准入与维持条件，是否影响采购价格、货款账期等

根据与斯塔尔的访谈记录，针对汽车密封条水性涂料产品，除公司外，斯塔尔在中国境内还有另一家经销商，按下游销售渠道划分，公司采购额约占该类产品的 60%，另一家经销商的采购额占该类产品的 30%，其余斯塔尔自身的全球性客户采购约占 10%，公司为斯塔尔水性涂料领域在中国境内最大的经销商。

斯塔尔未对授权经销商设置相应准入与维持条件（如终端客户管理机制、考核奖惩、区域限定、最低采购量等硬性考核指标），有一些软性指标，主要通过电话、会议、现场沟通等多种途径进行合作沟通与管理。

公司向下游客户的销售价格会与斯塔尔进行一定的协商沟通后确定，但斯塔尔无法影响公司与下游客户的付款条件和账期等信用条件。

4. 公司与该供应商合作是否稳定，主要产品与斯塔尔水性涂料是否捆绑销售，量化分析若丧失经销商授权资质对公司业绩的具体影响

公司已取得斯塔尔最新的授权书，授权公司子公司新珂复材为斯塔尔精细涂料（苏州）有限公司产品中国地区经销商，授权期限为 2026 年 1 月 1 日至 2026

年 12 月 31 日。按照斯塔尔公司的规定，授权书是每年给经销商发放一次，根据过往经验，以及公司和斯塔尔的紧密合作关系，公司未来能够持续、稳定获得授权，不存在不续约或被替代的风险，具体理由如下：(1)从合作历史渊源来看，起初斯塔尔准备提升中国汽车密封条市场的规模和份额时，依靠公司的团队和客户资源，配合他们逐步进入很多密封条厂商客户，斯塔尔产品的市场规模和份额逐渐扩大并处于领先地位。因此，公司与斯塔尔公司之间有着长期的合作和开发客户的历史渊源，互相之间形成了较为紧密的依赖关系，不会轻易更换这种来之不易的历史形成的关系；(2)从双方的合作需求来看，中国汽车密封条市场竞争非常激烈，客户数量繁多，客户需求纷繁复杂，作为外资背景的国际化学产品知名公司，从行业经营习惯和运营成本考虑，斯塔尔并未针对细分的中国汽车密封条市场组建专门的销售服务团队，需要通过经销商协助其解决销售服务团队不足的问题。另外，由于中国汽车供应链行业企业回款周期较长，斯塔尔公司采取经销商模式，可以避免自己承担周期较长的客户回款压力。而公司作为斯塔尔在中国重要的经销商合作伙伴，可以利用自身团队、客户资源以及本土经营经验等优势，正好弥补了斯塔尔公司的短板。同时，公司与斯塔尔的长期合作，不仅给公司带来了丰厚的业绩收益，同时也为公司开拓更多的汽车密封条客户，为公司的其他产品在汽车行业的应用拓展奠定了坚实的基础，也加固了公司与密封条厂商客户之间的合作关系。因此，斯塔尔与公司的长期合作是双方现实需求的结果，不会轻易变更或替代；(3)从合作的历史事实来看，报告期内，斯塔尔一直定期给公司发放授权书，从未中断，也从未有不愉快的事项影响双方的合作，双方预计未来仍将持续、稳定合作，不存在不续约或被替代的风险。

公司用于汽车领域的丁基不干胶产品与斯塔尔水性涂料具有一定协同效应，但公司针对这两类产品未进行捆绑销售，均独立签订销售合同，独立购销。

若公司丧失斯塔尔水性涂料业务的经销商授权资质，对公司报告期内业绩的具体影响测算如下：

项目	申报报表				扣除斯塔尔业务以后的模拟测算报表			
	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
一、营业收入	51,819.99	43,810.74	42,505.11	35,878.96	41,023.87	34,833.24	35,406.93	29,814.65
减：营业成本	35,918.23	30,554.53	29,843.15	26,852.45	27,514.92	23,637.60	24,338.32	22,363.04
税金及附加	283.92	191.87	189.61	182.38	224.77	152.55	157.95	151.55
销售费用	3,741.80	3,267.98	2,532.48	1,834.12	2,962.24	2,598.32	2,109.56	1,524.11

管理费用	2,731.81	2,028.32	1,737.06	1,476.11	2,162.67	1,612.68	1,446.98	1,226.62
研发费用	1,912.03	1,678.59	1,743.62	1,406.96	1,912.03	1,678.59	1,743.62	1,406.96
财务费用	-128.40	-586.09	-305.28	-338.11	-128.40	-586.09	-305.28	-338.11
加：其他收益	801.64	293.83	337.16	235.66	801.64	293.83	337.16	235.66
投资收益(损失以“-”号填列)	72.96	6.35	-4.33	84.92	72.96	6.35	-4.33	84.92
信用减值损失(损失以“-”号填列)	-436.71	-90.15	-134.84	-135.04	-436.71	-90.15	-134.84	-135.04
资产减值损失(损失以“-”号填列)	-118.35	-253.79	-95.47	-134.1	-118.35	-253.79	-95.47	-134.10
资产处置收益(损失以“-”号填列)	-	-	-0.23	-0.12	-	-	-0.23	-0.12
二、营业利润(亏损以“-”号填列)	7,670.93	6,631.79	6,866.77	4,516.37	6,685.98	5,695.83	6,018.08	3,531.79
加：营业外收入	0.03	0.31	80.94	0.02	0.03	0.31	80.94	0.02
减：营业外支出	1.05	18.06	288.01	10.13	1.05	18.06	288.01	10.13
三、利润总额(亏损总额以“-”号填列)	7,669.91	6,614.04	6,659.70	4,506.26	6,684.96	5,678.08	5,811.01	3,521.68
减：所得税费用	847.09	692.96	733.05	453.07	670.60	550.96	610.64	376.49
四、净利润(净亏损以“-”号填列)	6,822.83	5,921.08	5,926.65	4,053.19	6,014.36	5,127.12	5,200.38	3,145.19
非经常性损益	615.57	121.78	-7.97	331.97	615.57	121.78	-7.97	331.97
五、扣除非经常损益后净利润(净亏损以“-”号填列)	6,207.25	5,799.30	5,934.62	3,721.22	5,398.79	5,005.34	5,208.34	2,813.22

上表模拟报表的测算逻辑为：

- (1) 模拟测算报表营业收入=申报报表营业收入-斯塔尔业务营业收入，模拟测算报表营业成本=申报报表营业成本-斯塔尔业务营业成本；
- (2) 模拟测算报表的销售费用率和管理费用率与申报报表一致；
- (3) 模拟测算报表的研发费用、财务费用、其他收益、信用减值损失、资产减值损失、资产处置收益、营业外收支科目金额与申报财务报表一致；
- (4) 模拟测算报表的所得税费用率、附加税率与申报报表一致。

经上表模拟测算，公司扣除掉斯塔尔业务以后的模拟报表财务指标仍满足《北京证券交易所股票上市规则(2025 年 4 月修订)》第(一)项标准：“预计市值不低于 2 亿元，最近两年净利润均不低于 1500 万元且加权平均净资产收益率平均不低于 8%”。

(五)量化分析公司 2023 年度扣非归母净利润增长幅度明显高于收入增长幅

度的原因及合理性，导致利润增长的相关因素是否具有持续性，2024 年度收入小幅增长但扣非归母净利润小幅下降的原因

1. 量化分析公司 2023 年度扣非归母净利润增长幅度明显高于收入增长幅度的原因及合理性，导致利润增长的相关因素是否具有持续性

(1) 公司 2023 年度扣非归母净利润增长幅度明显高于收入增长幅度的原因及合理性

2022 年度和 2023 年度，公司经营情况如下：

项目	2023 年度	2022 年度	变动	
			金额	比例
营业收入	42,505.11	35,878.96	6,626.16	18.47%
营业成本	29,843.15	26,852.45	2,990.71	11.14%
营业毛利	12,661.96	9,026.51	3,635.45	40.28%
综合毛利率	29.79%	25.16%	4.63%	18.41%
期间费用	5,707.88	4,379.09	1,328.79	30.34%
期间费用率	13.43%	12.21%	1.22%	10.02%
净利润	5,926.65	4,053.19	1,873.46	46.22%
归属于母公司所有者的净利润	5,926.65	4,053.19	1,873.46	46.22%
非经常性损益净额	-7.97	331.97	-339.93	-102.40%
归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润	5,934.62	3,721.22	2,213.39	59.48%

2023 年度归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润较上年增长 59.48%，明显高于营业收入增长比例 18.47%，主要是受到 2023 年度综合毛利率有所提高的影响。

2023 年度，公司营业毛利较上年增加 3,635.45 万元，增长比例 40.28%，高于营业收入增长比例，主要系当年公司的综合毛利率有所提高，由上年的 25.16% 增长为当年的 29.79%。2023 年度综合毛利率的提高主要系：1) 受原材料价格波动的影响，公司部分产品单位成本有所降低；2) 销售端部分产品销售价格虽然伴随材料成本的下滑有所下降，但下降幅度小于单位成本下滑幅度，另外部分规格产品随着客户认可度的提升，产品价格得到提升。

报告期内公司主要产品单价和单位成本的变动分析详见本说明之“四、关于毛利率高于可比公司合理性及成本核算规范性”之“(一) 毛利率持续上升且高于同行业可比公司合理性”之“1. 补充披露报告期内主要产品销售单价、单位成本及其构成(料、工、费)的具体情况，结合产品市场价格走势、原材料市场价格变动、生产工艺变化、产能变动等量化分析上述指标变动原因及合理性，并进一步说明毛利率持续上升的原因”相关内容。

(2) 导致利润增长的相关因素是否具有持续性

公司综合毛利率的提升是 2023 年度归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润增长幅度明显高于收入增长幅度的核心因素。综合毛利率的提升不仅是受益于原材料采购成本的下降，更是源于公司产品定价权的提升、产品结构的优化以及市场开拓的初步成效。同时，公司在报告期内主动加大了研发、销售及管理的投入，积极进行产能改扩建，上述前瞻性布局虽在短期内增加了期间费用并产生了非经常性损失，但构筑了更深的业务护城河，为未来收入规模的扩张和高毛利率的维系提供了坚实支撑。因此，导致公司利润增长的相关核心因素并非短期偶发，具备较强的可持续性。

2. 2024 年度收入小幅增长但扣非归母净利润小幅下降的原因

2023 年度和 2024 年度，公司经营情况如下：

项目	2024 年度	2023 年度	变动	
			金额	比例
营业收入	43,810.74	42,505.11	1,305.63	3.07%
营业成本	30,554.53	29,843.15	711.38	2.38%
营业毛利	13,256.21	12,661.96	594.25	4.69%
综合毛利率	30.26%	29.79%	0.47%	1.57%
期间费用	6,388.80	5,707.88	680.92	11.93%
期间费用率	14.58%	13.43%	1.15%	8.59%
净利润	5,921.08	5,926.65	-5.57	-0.09%
归属于母公司所有者的净利润	5,921.08	5,926.65	-5.57	-0.09%
非经常性损益净额	121.78	-7.97	129.74	-1628.77%
归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润	5,799.30	5,934.62	-135.32	-2.28%

2024 年度营业收入较上年小幅增长 3.07%，综合毛利率与上年相比基本稳定，归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润较上年有所下降，主要是受到 2024 年度期间费用有所增长的影响。2023 年度和 2024 年度，公司期间费用金额和变动具体如下：

项目	2024 年度	2023 年度	变动	
			金额	比例
销售费用	3,267.98	2,532.48	735.50	29.04%
管理费用	2,028.32	1,737.06	291.26	16.77%
研发费用	1,678.59	1,743.62	-65.03	-3.73%
财务费用	-586.09	-305.28	-280.80	91.98%
合计	6,388.80	5,707.88	680.92	11.93%

2024 年度，公司期间费用总额由上年的 5,707.88 万元增长为当年的 6,388.80 万元，增长金额 680.92 万元，增长比例 11.93%，主要是受到销售费用、

管理费用同步增长的影响：

(1)2024 年销售费用较上年增加 735.50 万元，主要系随着公司业务规模扩大，销售人员薪酬、咨询服务费及宣传展览费等市场开拓支出相应增加，2024 年上述三类费用较上年增加 736.75 万元；

(2)2024 年管理费用较上年增加 291.26 万元，主要系：1)随着公司上市进程的全面推进，相关中介机构服务费有所增加，本年计入管理费用的咨询服务费较上年增加 188.55 万元；2)随着公司经营规模的增长，管理人员薪酬有所增加，2024 年管理人员薪酬较上年增加 58.37 万元，小幅提升 5.88%。

综上所述，2024 年度收入小幅增长但扣非归母净利润小幅下降主要是受销售费用和管理费用同步增长的影响。

(六)列示各期及期后新增订单金额及变动率、期末在手订单变动情况，结合行业景气度、下游市场需求、在手订单、期后业绩、2025 年业绩预测等，说明公司自产产品业绩是否继续下滑，公司经营业绩是否稳定、可持续，是否存在期后业绩大幅下滑风险

公司从事胶粘剂产品的生产和销售，且主要以丁基胶和丁基胶带为主。丁基胶和丁基胶带产品生产周期较短，主要步骤包括搅拌、挤出和包装三道工序，从投料到产成品入库通常仅需要 2-5 天。公司原材料供应商主要集中在长三角华东地区，采购及备货周期通常在一周内完成。公司客户主要集中在华东区域，交货周期也较短，通常可以实现隔日达，国内销售最长送货时间不超过一周。

根据公司上述产品备货、生产和交付周期，客户通常仅需提前 1-2 周时间下达订单即可。公司下游客户签订合同或订单的方式包括：1、年度供货框架合同+日常订单；2、汽车行业客户产品定点合同+VMI 寄售库交货，或者年度供货框架协议+客户供应商管理系统发布日常补库需求；3、其他客户小额款到发货订单或日常合同(订单)。根据上述与客户签订的合同模式，公司期末在手订单金额通常为临近交货期前 1-2 周的未确认收入的订单和已发往客户仓库的 VMI 寄售库存金额(按订单销售价格口径统计的金额)，按照此口径统计的各期订单及变动率、期末在手订单变动情况如下：

期间	本期订单金额	变动率	期末在手订单	变动率
2023 年度	42,607.01	-	562.64	-
2024 年度	43,938.40	3.12%	690.29	22.69%
2025 年度	51,805.56	17.90%	675.86	-2.09%

根据上述订单统计情况可知，公司年度销售额和各期订单金额变动趋势基本匹配，与客户的年度累计需求密切相关，而与期末在手订单关系不大(因交货周期较短，客户通常不会提前较长时间下单)。而客户需求金额受客户所在行业的景气度、终端客户市场需求等综合因素的影响。报告期后，2026 年 1-3 月，公司已发货的订单收入金额合计 112,561,012.84 元，期后订单稳中有增。此外一季度营业收入增长 6.07%，预计 2026 年半年度营业收入增长 9.03%-15.70%。

报告期各期，公司自产产品的销售金额的具体数据如下：

类别	2025 年度 自产产品收入	2024 年度 自产产品收入	2023 年度 自产产品收入	2022 年度 自产产品收入
丁基胶	26,797.67	22,386.61	22,699.94	19,061.16
硅酮胶	1,445.54	1,432.57	2,282.06	1,882.27
家装密封产品	976.79	1,369.11	1,712.38	1,198.78
其他	543.93	190.04	321.62	256.37
其他胶类产品	2,665.05	1,635.02	1,526.01	1,676.12
水性涂料	496.42	352.89	286.92	357.00
总计	32,925.40	27,366.25	28,828.94	24,431.70

由上表可知，除 2024 年度公司自产产品业务收入相比 2023 年度小幅下降约 1,462.69 万元外，公司报告期内自产业务收入处于持续增长状态；其中 2024 年下滑原因主要系公司自产的硅酮胶对应的下游制冷/冷链行业和建筑行业需求放缓、竞争加剧等原因的影响，公司未参与性价比不高的订单。

目前公司自产业务收入对应的下游行业包括汽车、建筑、复合材料成型和通信与电力行业，关于下游行业的行业景气度和下游市场需求情况的详细分析请参见本说明之“一、关于业绩增长可持续性 & 授权经销商合作稳定性”之“(二)分析下游汽车、建筑、风电等下游各细分领域的行业景气度变化对公司主要产品具体供需变动的影响情况，相关产品销量、售价、毛利率在报告期内及期后每季度变动情况，与市场上同类产品价格变动趋势是否相符，下游行业需求是否呈现萎缩趋势”相关内容。公司报告期内和未来的业绩增长预计主要集中在汽车和复合材料成型领域。

在汽车行业，公司近年来紧跟国产新能源汽车的发展趋势，陆续成为包括零跑、蔚来等在内的多家新能源整车厂的供应商，并根据新能源汽车对 NVH 的要求，先后开发供应了包括车身阻尼片、堵孔贴片、车身增强贴片、环保磁性阻尼片、3D 膨胀胶块在内的多款产品。针对新能源汽车对涉水性能的要求，公司专门开

发了粘稠度高的汽车密封条不干胶，并在 2025 年度实现了较大金额的增长。随着国产新能源汽车品牌的崛起和渗透率的提高，预计未来仍有较大的增长空间。

在复合材料成型领域，公司针对航空航天热压罐成型生产工艺，开发了多款耐高温密封胶带产品，工作温度区间覆盖室温至 230℃，可长期承受 180℃ 以上高温固化环境，特殊的聚合物配方确保高温下粘接强度与抗蠕变性，具有较强的产品竞争力，已逐步在航空航天领域大批量应用。航空航天行业作为国家战略支柱产业行业，随着军用装备升级、民用航空国产替代加速，以及低空经济新兴增长点的崛起，将为下游复合材料生产企业的持续发展提供更广阔的发展空间。

综上所述，公司在 2025 年度持续巩固在汽车和复合材料成型领域的竞争优势和供货份额，并实现了自产产品较大金额的增长。

报告期后，公司主要业绩和去年同期对比情况如下：

利润表项目	2026 年第一季度	2025 年第一季度	变动
营业收入	10,898.06	10,274.76	6.07%
营业成本	7,314.09	7,217.79	1.33%
归属于母公司所有者净利润	1,596.49	1,190.54	34.10%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者净利润	1,483.14	1,188.14	24.83%

注：公司 2026 年第一季度主要财务数据未经审计，已由本所审阅

2026 年第一季度，公司营业收入和净利润相比去年同期均有所增长，无不利变化。

未来，随着国产新能源汽车渗透率的提高和航空航天产业链的国产化和低空经济新兴增长点的崛起，预计未来仍有较大的发展空间，目前报告期后公司业绩相比去年同期处于持续增长状态，预计公司未来经营业绩仍可以保持稳定，目前不存在业绩大幅度下滑的风险。

(七) 核查程序及结论

1. 核查程序

(1) 获取公司收入成本明细表，按照下游应用领域、产品类别列示相关财务数据，并向公司有关人员了解相关变动情况，并结合下游市场发展情况分析合理性；

(2) 查阅胶粘剂行业及丁基胶行业发展报告，了解行业总体发展情况及下游细分市场需求情况，获取公司收入成本明细表，抽取下游细分行业主要产品销售

收入、销售量、销售单价、毛利率等季度数据，查阅同行业相关产品的销售情况，对比分析下游行业需求是否存在萎缩的情况；

(3)取得公司收入成本明细表，按照细分产品类型列示不同生产模式下的主要财务数据，向公司管理层、销售部门人员、主要贸易客户和供应商进行访谈，了解各类产品采用不同生产模式的主要考虑和决策机制，分析 2024 年自产产品收入下滑的原因及合理性及报告期内业绩增长是否主要依赖贸易业务；

(4)取得斯塔尔公司的经销授权书，向公司管理层、销售部门人员、斯塔尔进行访谈，查阅公司和斯塔尔签订的采购合同以及公司和斯塔尔业务主要客户签订的销售合同，了解斯塔尔在汽车密封条水性涂料领域的竞争力并对斯塔尔市场占有率进行测算、了解公司在斯塔尔经销体系中的地位及竞争优势及相应准入条件、合作稳定性、是否与公司自产产品捆绑销售，取得公司报告期内申报报表，并结合斯塔尔业务收入成本对公司扣除斯塔尔业务后的业绩进行模拟测算；

(5)查阅公司收入成本明细表，对主要产品销售单价、单位成本及其构成(料、工、费)的具体情况进行波动分析，并向公司有关人员了解上述指标变动的原因及合理性，分析毛利率波动的具体原因。获取公司销售费用及管理费用明细，了解销售费用及管理费用构成情况及报告期内的变化情况，分析销售费用率高于可比公司、销售服务费增幅较大的原因及合理性；

(6)计算公司报告期内及期后新增订单金额及变动率，取得公司收入成本明细表，分析公司报告期内自产产品收入变化情况，结合行业景气度、下游市场需求、在手订单、期后业绩、2025 年业绩，分析公司自产产品业绩和未来业绩是否存在持续下滑的风险。

2. 核查结论

(1)综合公司下游应用领域及细分产品的相关数据，并结合下游市场需求变化、主要客户经营状况等因素，经分析，公司业绩变动趋势与下游应用领域业绩变动趋势相匹配；

(2)通过对下游汽车、建筑、复合材料成型和通信电力等细分领域需求分析，对比分析公司相关产品的销售量、单价等指标，与行业总体指标变动趋势不存在显著差别，与行业趋势基本保持一致，且销售量和收入都呈稳步增长趋势，下游行业需求未呈现萎缩趋势；

(3) 公司不同产品的生产模式具有一定差异，但公司决策机制具有合理性，公司 2024 年自产产品收入下滑具有一定合理性，公司报告期内业绩增长主要由公司自产业务带动，报告期内业绩增长未主要依赖贸易业务；

(4) 斯塔尔汽车密封条水性涂料在中国市场市场占有率较高，具有较强的竞争力，公司在斯塔尔业务经销体系中具有较强的优势地位，且销售收入占比较高，公司与斯塔尔合作稳定且公司自产产品与经销斯塔尔产品未进行捆绑销售，预计未来合作中断的可能性较低，经模拟测算，公司扣除斯塔尔业务后的业绩仍符合北交所上市标准；

(5) 公司 2023 年度扣非归母净利润增长幅度明显高于收入增长幅度主要是受到综合毛利率的提高的影响，上述变动符合公司实际经营情况，具有合理性。导致公司利润增长的相关核心因素并非短期偶发，具备较强的可持续性。2024 年度收入小幅增长但扣非归母净利润小幅下降主要是受期间费用的增长的影响；

(6) 报告期内，除 2024 年公司自产业务收入相比 2023 年小幅下降约 1,462.69 万元外，公司自产业务收入处于持续增长状态。结合行业景气度、下游市场需求、2025 年全年业绩和期后 2026 年一季度业绩，公司期后业绩不存在大幅下滑风险。

二、关于客户稳定性及收入确认合规性

根据申请文件：(1)报告期内，发行人前五大客户销售占比为 20.13%、20.68%、18.36%、18.27%，客户较为分散，客户类型涉及生产商、贸易商、贴牌客户，东莞市华荣通信技术有限公司等部分主要客户销售金额呈下降趋势。(2) 发行人存在外购产品直接对外销售的贸易业务，报告期各期收入占比分别为 24.13%、22.41%、27.16%、23.09%。贸易业务主要以总额法确认收入，存在少部分供应商直发客户的贸易交易以净额法确认收入。(3) 报告期内各年，下半年收入占比均高于上半年，2022 年至 2024 年第四季度收入占比分别为 27.55%、27.90%、29.01%，呈上升趋势。

(1) 不同类型客户交易情况及合作稳定性。请发行人：①按照合作年限、销售金额分层说明报告期内客户数量、收入金额及占比、分产品的销售均价、销量、毛利率情况，分层分类说明不同层级客户对发行人业绩增长的贡献情况，

主要客户销售额增长对收入增长的贡献度，主要客户采购规模及变动与其业务规模是否匹配。②按照客户类型（贸易商、生产商、贴牌客户）列示报告期营业收入具体构成，并列示各类型前十大客户具体情况，包括合作背景、合作年限、资信情况（成立时间、注册地、注册及实缴资本、人员规模及业务规模）、销售产品、销售金额及占比、毛利率、发行人销售金额占其业务规模的比例，解释上述主要客户销售金额变动原因。③说明三种类型客户在产品定价、毛利率、信用政策、对账及结算、收入确认政策、退换货约定等方面是否存在差异，贸易商模式下物流运输方式，是否存在贸易商折扣返利政策及其变化情况。④结合贸易商备货政策、进销存、退换货情况、期后回款情况、终端客户构成及销售情况等，说明是否存在向贸易商压货、提前确认收入的情形，贸易商是否实现终端销售。⑤说明向客户 B 销售模式由通过贸易商销售变更为直销的背景、原因及商业合理性；对比销售模式变更前后的合同条款约定、货物流转、资金流转、收入确认时点及具体依据差异情况，论证 2023 年 5 月前向贸易商销售是否为买断式销售，收入确认时点是否准确；发行人是否存在其他直销客户与贸易商终端客户重叠的情形，如是，说明具体情况、重叠原因及合理性。⑥结合发行人在三种类型主要客户的供货份额、与客户同类供应商相比的竞争优势、框架协议签订情况、老客户复购率、在手订单、期后合作情况等，说明发行人与主要客户的合作是否稳定、是否存在被竞争对手替代风险。

（2）不同销售模式收入确认合规性。请发行人：①补充披露不同销售模式（寄售/非寄售，不同外销模式 CIF/FOB/EXW，不同线上平台）所售产品类型、收入金额及占比，收入确认的具体依据，客户下单至收入确认的一般周期，分析说明不同模式下收入确认时点是否均已满足控制权转移条件，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定；说明是否存在未取得客户验收或签收单据提前确认收入、收入确认单据存在瑕疵的情形及金额占比。②说明寄售模式下发行人与客户的对账方式、对账周期，存货仓储分布情况、盘点的具体方法、是否进行实地盘点，寄售相关内控措施及执行情况；说明报告期内寄售模式下销售金额和发出商品与运输费用、发货单据等是否匹配，寄售模式下存货相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定。③结合贸易业务销售合同及对应的采购合同约定的权利与义务，购销业务实际开展流程以及业务实质，说明发

行人在其中实际承担的责任、是否存在客户指定供应商情形，根据准则规定，说明采用总额法还是净额法依据是否充分，产品发往公司能否代表公司拥有产品控制权，按照物流运输方式区分会计处理方式是否准确，相关会计处理是否符合《企业会计准则》规定和行业惯例。④列示 2022 年至 2024 年第四季度、12 月确认收入前十大客户名称，订单获取及签署时点，相关产品生产、发货、交付、签收及收入确认时点，期后回款情况；说明第四季度、12 月确认收入对应销售产品订单生产、发货、交付周期与其他季度和月份是否存在较大差异，是否存在销售周期明显偏短或偏长的情况，毛利率与其他季度和其他客户是否存在较大差异，解释第四季度收入占比持续提升的原因及合理性，公司收入确认时点是否准确，内外部依据是否充分，是否存在突击销售、提前确认收入的情况，是否符合《企业会计准则》规定。

请保荐机构、申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见，说明核查方式、过程、范围和结论。（2）说明针对报告期内贸易商终端销售实现情况的核查方式、核查比例、核查证据、核查结论，针对贸易商仓储情况、各期进销存及期末库存、终端销售明细及对应终端客户、发行人产品是否已在终端客户处使用的具体核查情况，前述核查是否覆盖向发行人采购金额较大、各期金额变动较大、成立时间较短即合作、实缴资本及参保人较少的贸易商。（3）结合贸易商期末库存及期后销售实现情况、回款情况、收入确认核查情况及比例、走访及函证情况（样本抽样方法、核查比例、是否实地走访）、资金流水核查情况等，对发行人贸易商销售真实性发表明确意见。（4）针对客户分散、单笔订单金额较小等特点所采取的针对性核查方式，采用不同核查方式（函证、实地走访、细节测试、截止性测试等）的具体过程、对应的核查金额及占比，签收单等收入确认依据的完整有效性，是否存在收入确认凭证缺失或无效的情况。结合上述核查情况，对报告期内收入真实性、准确性、完整性发表明确意见。

（审核问询函问题 4）

（一）不同类型客户交易情况及合作稳定性

1. 按照合作年限、销售金额分层说明报告期内客户数量、收入金额及占比、分产品的销售均价、销量、毛利率情况，分层分类说明不同层级客户对公司业绩增长的贡献情况，主要客户销售额增长对收入增长的贡献度，主要客户采购

规模及变动与其业务规模是否匹配

(1)按照合作年限、销售金额分层说明报告期内客户数量、收入金额及占比、分产品的销售均价、销量、毛利率情况，分层分类说明不同层级客户对公司业绩增长的贡献情况

1)按照合作年限、销售金额分层说明报告期内客户数量、收入金额及占比，分层分类说明不同层级客户对公司业绩增长的贡献情况

2022 至 2025 年度，公司按照合作年限分层的客户数量、主营业务收入金额及占比情况如下：

合作年限	2025 年度			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
	客户数量	主营业务收入	主营业务收入占比	客户数量	主营业务收入	主营业务收入占比	客户数量	主营业务收入	主营业务收入占比	客户数量	主营业务收入	主营业务收入占比
1 年以内	450	1,734.75	3.35%	619	1,466.32	3.35%	812	2,668.03	6.28%	482	1,924.75	5.36%
1-5 年	710	15,817.42	30.55%	716	16,301.62	37.22%	756	17,644.30	41.52%	674	15,576.78	43.42%
5 年以上	710	34,229.60	66.10%	645	26,025.60	59.43%	554	22,182.64	52.20%	578	18,375.45	51.22%
合计	1,870	51,781.77	100.00%	1,980	43,793.54	100.00%	2,122	42,494.97	100.00%	1,734	35,876.98	100.00%

注 1：合作年限为截至报告期内各期末时点的年限

注 2：上表中的客户数量未按客户同一控制下合并口径统计

由上可见，2022 至 2025 年度公司营业收入主要来自于 5 年以上和 1-5 年老客户，来自于新客户的收入占比较少。

2022 至 2025 年度，按照销售收入金额分层的客户数量、主营业务收入金额及占比情况如下：

销售收入	2025 年度			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
	客户数量	主营业务收入	主营业务收入占比	客户数量	主营业务收入	主营业务收入占比	客户数量	主营业务收入	主营业务收入占比	客户数量	主营业务收入	主营业务收入占比
100 万以下	1,773	16,655.02	32.16%	1,901	15,684.62	35.81%	2,031	14,121.03	33.23%	1,657	13,408.13	37.37%
100-500 万	78	16,698.85	32.25%	63	14,332.27	32.73%	78	14,623.97	34.41%	67	12,529.71	34.92%
500 万以上	19	18,427.91	35.59%	16	13,776.65	31.46%	13	13,749.97	32.36%	10	9,939.14	27.70%
合计	1,870	51,781.77	100.00%	1,980	43,793.54	100.00%	2,122	42,494.97	100.00%	1,734	35,876.98	100.00%

注：上表中的客户数量未按客户同一控制下合并口径统计

2022 年至 2025 年，合作年限不同层级客户对公司主营业务收入增长的贡献情况如下：

合作年限	2025 年度			2024 年度			2023 年度			2022 年度
	收入	收入较上年变动金额	收入增长贡献率	收入	收入较上年变动金额	收入增长贡献率	收入	收入较上年变动金额	收入增长贡献率	收入

1 年以内	1,734.75	268.43	3.36%	1,466.32	-1,201.71	-92.54%	2,668.03	743.28	11.23%	1,924.75
1-5 年	15,817.42	-484.20	-6.06%	16,301.62	-1,342.68	-103.40%	17,644.30	2,067.52	31.24%	15,576.78
5 年以上	34,229.60	8,204.00	102.70%	26,025.60	3,842.96	295.94%	22,182.64	3,807.19	57.53%	18,375.45
合计	51,781.77	7,988.23	100.00%	43,793.54	1,298.57	100.00%	42,494.97	6,617.99	100.00%	35,876.98

由上可见，2022 年至 2025 年公司主营业务收入增长主要来自于 5 年以上的老客户。

2022 年至 2025 年，销售收入金额不同层级客户对公司主营业务收入增长的贡献情况如下：

销售收入	2025 年度			2024 年度			2023 年度			2022 年度
	收入	收入较上年 变动金额	收入增长 贡献率	收入	收入较上年 变动金额	收入增长 贡献率	收入	收入较上年 变动金额	收入增长 贡献率	收入
100 万以下	16,655.02	970.40	12.15%	15,684.62	1,563.59	120.41%	14,121.03	712.90	10.77%	13,408.13
100-500 万	16,698.85	2,366.58	29.63%	14,332.27	-291.70	-22.46%	14,623.97	2,094.26	31.64%	12,529.71
500 万以上	18,427.91	4,651.26	58.23%	13,776.65	26.68	2.05%	13,749.97	3,810.83	57.58%	9,939.14
合计	51,781.77	7,988.23	100.00%	43,793.54	1,298.57	100.00%	42,494.97	6,617.99	100.00%	35,876.98

由上可见，公司 2023 年度及 2025 年度主营业务收入增长主要来自于 500 万元以上的客户，2024 年度收入增长主要来自于 100 万元以下客户，100-500 万元客户 2024 年度营业收入有所减少，但整体减少幅度较小，不影响公司整体收入增长的态势。

2024 年度 500 万元以上的客户相较其他年份收入增长贡献率较小，主要系公司主要客户 MAGE Roof & Building Components GMBH 的销售收入下滑较多，2023 年公司对其销售收入为 2,040.38 万元，2024 年因客户自身原因，从公司的采购量减少，销售收入仅为 417.01 万元，降幅 79.56%。

2025 年度公司 500 万元以上的客户收入增长较大，主要系汽车领域的主要客户兴宇汽车零部件股份有限公司、浙江仙通橡塑股份有限公司、瀚德（中国）汽车密封系统有限公司铁岭分公司等受益于国内汽车产业的蓬勃发展所带来的需求扩张，尤其是新能源汽车领域对门窗密封条涂料的需求增长，向公司的采购量增加，使得公司对该领域上述客户的销售收入增长较多。同时，随着公司正式进入客户 C 供应链体系，2025 年开始向客户 C 批量供货，因此对其销售收入金额大幅增加。此外，清河县蓝洋贸易有限公司为公司水性涂料的主要贸易商客户，其下游终端客户也主要为汽车领域客户，伴随国内汽车产业的蓬勃发展所带来的需求扩张，公司对其销售收入增长较多。

2) 按照合作年限、销售金额分层说明分产品的销售均价、销量、毛利率情况

由于公司每项主要产品分类中包含的明细产品品类、产品规格和计量单位较多，因此以下按照合作年限、销售金额分层说明分产品的销售均价、销量、毛利率情况时，均采用分析主要细分产品类别和主要单位的方式来进行具体量化。以下以丁基胶收入分类中的丁基双面胶带、丁基密封胶和水性涂料收入分类中的斯塔尔水性涂料为代表进行分析：

①丁基双面胶带

以下对 2022 至 2025 年度购买以米为单位的丁基双面胶带的所有客户按照其与公司的合作年限进行分层，对其购买以米为单位的丁基双面胶带的销售均价、销量和毛利率列示如下：

合作年限	2025 年度				2024 年度			
	销售收入 (万元)	毛利率	销量 (万平米)	销售均价 (元/米)	销售收入 (万元)	毛利率	销量 (万平米)	销售均价 (元/米)
1 年以内	536.82	45.95%	639.37	0.84	219.64	50.36%	162.31	1.35

1-5 年	2,725.73	34.11%	4,409.16	0.62	1,952.50	37.47%	2,213.20	0.88
5 年以上	4,896.47	37.55%	6,308.82	0.78	4,545.81	36.11%	5,866.80	0.77
合计	8,159.02	36.96%	11,357.36	0.72	6,717.95	36.97%	8,242.31	0.82

(续上表)

合作年限	2023 年度				2022 年度			
	销售收入 (万元)	毛利率	销量 (万米)	销售均价 (元/米)	销售收入 (万元)	毛利率	销量 (万米)	销售均价 (元/米)
1 年以内	496.52	25.18%	827.13	0.60	370.18	37.55%	395.89	0.94
1-5 年	2,069.00	37.02%	2,504.40	0.83	2,168.60	22.82%	2,861.84	0.76
5 年以上	4,049.43	33.35%	5,211.99	0.78	3,608.34	26.68%	4,206.25	0.86
合计	6,614.95	33.89%	8,543.52	0.77	6,147.12	25.97%	7,463.98	0.82

以下对 2022 年至 2025 年购买以米为单位的丁基双面胶带的所有客户按照其每期购买公司所有产品的营业收入进行分层,对其购买以米为单位的丁基双面胶带的销售均价、销量和毛利率列示如下:

销售收入	2025 年度				2024 年度			
	销售收入 (万元)	毛利率	销量 (万米)	销售均价 (元/米)	销售收入 (万元)	毛利率	销量 (万米)	销售均价 (元/米)
100 万以下	536.82	45.95%	639.37	0.84	262.24	48.54%	215.23	1.22
100-500 万	3,005.06	35.02%	4,758.00	0.63	1,952.50	37.47%	2,213.20	0.88
500 万以上	4,617.14	37.17%	5,959.98	0.77	4,503.21	36.08%	5,813.88	0.77
合计	8,159.02	36.96%	11,357.36	0.72	6,717.95	36.97%	8,242.31	0.82

(续上表)

销售收入	2023 年度				2022 年度			
	销售收入 (万元)	毛利率	销量 (万米)	销售均价 (元/米)	销售收入 (万元)	毛利率	销量 (万米)	销售均价 (元/米)
100 万以下	3,606.59	32.09%	4,251.05	0.85	3,475.05	30.92%	3,713.76	0.94
100-500 万	2,497.54	33.18%	3,931.17	0.64	2,671.12	19.55%	3,749.87	0.71
500 万以上	510.81	49.99%	361.30	1.41	0.95	-6.32%	0.35	2.71
合计	6,614.95	33.89%	8,543.52	0.77	6,147.12	25.97%	7,463.98	0.82

由上可见,公司对不同合作年限和销售规模的客户销售丁基双面胶带的均价和毛利率间不存在显著差异,略有差异系不同客户购买的具体产品规格有所差异。

②丁基密封胶

以下对 2022 年至 2025 年购买以公斤为单位的丁基密封胶的所有客户按照其与公司的合作年限进行分层,对其购买以公斤为单位的丁基密封胶的销售均价、销量和毛利率列示如下:

合作年限	2025 年度				2024 年度			
	销售收入 (万元)	毛利率	销量 (万公斤)	销售均价 (元/公	销售收入 (万元)	毛利率	销量 (万公斤)	销售均价 (元/公

				斤)				斤)
1 年以内	78.89	54.61%	3.82	20.65	91.26	43.83%	5.44	16.78
1-5 年	924.74	57.17%	47.99	19.27	1,025.03	51.65%	55.31	18.53
5 年以上	4,043.34	50.07%	239.41	16.89	3,258.42	48.96%	183.70	17.74
合计	5,046.97	51.44%	291.22	17.33	4,374.70	49.48%	244.45	17.90

(续上表)

合作年限	2023 年度				2022 年度			
	销售收入 (万元)	毛利率	销量 (万公斤)	销售均价 (元/公斤)	销售收入 (万元)	毛利率	销量 (万公斤)	销售均价 (元/公斤)
1 年以内	157.97	61.93%	6.71	23.54	85.25	24.61%	4.64	18.37
1-5 年	686.29	50.29%	33.04	20.77	716.44	50.71%	38.12	18.79
5 年以上	2,864.23	50.39%	148.94	19.23	2,692.71	46.67%	138.08	19.50
合计	3,708.50	50.87%	188.69	19.65	3,494.40	46.96%	180.83	19.32

以下对 2022 年至 2025 年购买以公斤为单位的丁基密封胶的所有客户按照其每期购买公司所有产品的营业收入进行分层,对其购买以公斤为单位的丁基密封胶的销售均价、销量和毛利率列示如下:

销售收入	2025 年度				2024 年度			
	销售收入 (万元)	毛利率	销量 (万公斤)	销售均价 (元/公斤)	销售收入 (万元)	毛利率	销量 (万公斤)	销售均价 (元/公斤)
100 万以下	2,122.30	50.50%	120.94	17.55	2,216.96	52.96%	113.45	19.54
100-500 万	1,871.17	54.56%	101.32	18.47	1,368.50	45.75%	80.80	16.94
500 万以上	1,053.50	47.80%	68.96	15.28	789.24	46.20%	50.20	15.72
合计	5,046.97	51.44%	291.22	17.33	4,374.70	49.48%	244.45	17.90

(续上表)

销售收入	2023 年度				2022 年度			
	销售收入 (万元)	毛利率	销量 (万公斤)	销售均价 (元/公斤)	销售收入 (万元)	毛利率	销量 (万公斤)	销售均价 (元/公斤)
100 万以下	1,594.15	54.99%	74.29	21.46	1,225.85	43.97%	68.28	17.95
100-500 万	1,508.01	48.58%	77.62	19.43	1,742.57	49.87%	81.33	21.43
500 万以上	606.33	45.71%	36.79	16.48	525.98	44.29%	31.22	16.85
合计	3,708.50	50.87%	188.69	19.65	3,494.40	46.96%	180.83	19.32

由上可见,公司对不同合作年限和销售规模的客户销售丁基密封胶的均价和毛利率间不存在显著差异,略有差异系不同客户购买的具体产品规格有所差异。

③ 斯塔尔水性涂料

以下对 2022 至 2025 年度购买以公斤为单位的斯塔尔水性涂料的所有客户按照其与公司的合作年限进行分层,对其购买以公斤为单位的斯塔尔水性涂料的销

售均价、销量和毛利率列示如下：

合作年限	2025 年度				2024 年度			
	销售收入 (万元)	毛利率	销量 (万公斤)	销售均价 (元/公斤)	销售收入 (万元)	毛利率	销量 (万公斤)	销售均价 (元/公斤)
1 年以内	22.54	43.70%	0.11	204.91	31.23	27.38%	0.17	183.71
1-5 年	3,222.26	20.63%	21.12	152.57	2,960.28	21.75%	19.32	153.22
5 年以上	7,551.33	22.75%	47.19	160.02	5,985.99	23.52%	38.25	156.50
合计	10,796.12	22.16%	68.42	157.79	8,977.50	22.95%	57.73	155.51

(续上表)

合作年限	2023 年度				2022 年度			
	销售收入 (万元)	毛利率	销量 (万公斤)	销售均价 (元/公斤)	销售收入 (万元)	毛利率	销量 (万公斤)	销售均价 (元/公斤)
1 年以内	242.39	16.47%	1.39	174.38	181.20	21.60%	1.02	177.65
1-5 年	2,500.06	24.13%	15.99	156.35	2,260.50	29.29%	14.06	160.78
5 年以上	4,355.73	21.81%	28.67	151.93	3,622.61	24.11%	24.65	146.96
合计	7,098.18	22.45%	46.06	154.11	6,064.31	25.97%	39.73	152.64

以下对 2022 至 2025 年度购买以公斤为单位的斯塔尔水性涂料的所有客户按照其每期购买公司所有产品的营业收入进行分层，对其购买以公斤为单位的斯塔尔水性涂料的销售均价、销量和毛利率列示如下：

销售收入	2025 年度				2024 年度			
	销售收入 (万元)	毛利率	销量 (万公斤)	销售均价 (元/公斤)	销售收入 (万元)	毛利率	销量 (万公斤)	销售均价 (元/公斤)
100 万以下	487.51	23.88%	2.93	166.39	700.88	21.05%	4.63	151.38
100-500 万	2,603.13	22.13%	17.19	151.43	2,741.54	23.34%	17.69	154.98
500 万以上	7,705.49	22.06%	48.30	159.53	5,535.08	23.00%	35.41	156.31
合计	10,796.12	22.16%	68.42	157.79	8,977.50	22.95%	57.73	155.51

(续上表)

销售收入	2023 年度				2022 年度			
	销售收入 (万元)	毛利率	销量 (万公斤)	销售均价 (元/公斤)	销售收入 (万元)	毛利率	销量 (万公斤)	销售均价 (元/公斤)
100 万以下	678.68	19.34%	4.63	146.58	556.41	22.52%	4.68	118.89
100-500 万	2,526.97	21.88%	16.50	153.15	1,755.12	27.01%	11.01	159.41
500 万以上	3,892.52	23.36%	24.93	156.14	3,752.78	25.99%	24.04	156.11
合计	7,098.18	22.45%	46.06	154.11	6,064.31	25.97%	39.73	152.64

由上可见，公司对不同合作年限和销售规模的客户销售斯塔尔水性涂料的均价和毛利率间不存在显著差异，略有差异系不同客户购买的具体产品规格有所差

异。

(2)主要客户销售额增长对收入增长的贡献度，主要客户采购规模及变动与其业务规模是否匹配

2022 年至 2025 年，公司各年前五大客户的销售收入增长对主营业务收入增长的贡献度如下：

客户名称	2025 年度			2024 年度			2023 年度			2022 年度
	收入	收入较上年 变动金额	收入增长贡 献率	收入	收入较上年 变动金额	收入增长贡 献率	收入	收入较上年 变动金额	收入增长贡 献率	收入
瀚德(中国)汽车密封系统有限公司	3,042.06	518.33	6.49%	2,523.74	-194.99	-15.02%	2,718.73	408.25	6.17%	2,310.48
兴宇汽车零部件股份有限公司	2,145.30	927.65	11.61%	1,217.65	793.29	61.09%	424.36	-23.40	-0.35%	447.77
东莞市华荣通信技术有限公司	1,820.09	57.06	0.71%	1,763.03	-82.89	-6.38%	1,845.91	-288.05	-4.35%	2,133.96
浙江仙通橡塑股份有限公司	1,639.75	158.91	1.99%	1,480.84	504.39	38.84%	976.45	88.23	1.33%	888.22
三棵树涂料股份有限公司	1,161.10	103.57	1.30%	1,057.52	-151.65	-11.68%	1,209.17	311.44	4.71%	897.74
建新赵氏科技股份有限公司	859.94	182.09	2.28%	677.85	-233.22	-17.96%	911.07	-31.49	-0.48%	942.57
MAGE Roof & Building Components GMBH	435.85	18.84	0.24%	417.01	-1,623.37	-125.01%	2,040.38	1,438.78	21.74%	601.61
福州福光橡塑有限公司	377.01	-422.67	-5.29%	799.68	114.27	8.80%	685.41	-252.22	-3.81%	937.63
合计	11,481.10	1,543.79	19.33%	9,937.32	-874.18	-67.32%	10,811.50	1,651.53	24.96%	9,159.97

注：上表中的客户收入已按客户同一控制下合并口径统计

由上可见，2023 年度及 2025 年度主要客户的销售收入增长对主营业务收入增长的贡献度较高；2024 年度主要客户销售收入增长对主营业务收入增长的贡献度为负，主要系瀚德(中国)汽车密封系统有限公司和三棵树涂料股份有限公司在报告期内的收入存在小幅波动，同时德国客户 MAGE Roof & Building Components GMBH 因自身原因导致从公司的采购量减少。

报告期内，主要客户业务规模能够匹配其向公司的采购规模，具体详见本说明“二、关于客户稳定性及收入确认合规性”之“（一）不同类型客户交易情况及合作稳定性”之“2. 按照客户类型(贸易商、生产商、贴牌客户)列示报告期营业收入具体构成，并列示各类型前十大客户具体情况，包括合作背景、合作年限、资信情况(成立时间、注册地、注册及实缴资本、人员规模及业务规模)、销售产品、销售金额及占比、毛利率、公司销售金额占其业务规模的比例，解释上述主要客户销售金额变动原因”相关内容。

2. 按照客户类型(贸易商、生产商、贴牌客户)列示报告期营业收入具体构成，并列示各类型前十大客户具体情况，包括合作背景、

合作年限、资信情况(成立时间、注册地、注册及实缴资本、人员规模及业务规模)、销售产品、销售金额及占比、毛利率、公司销售金额占其业务规模的比例，解释上述主要客户销售金额变动原因

(1)按照客户类型(贸易商、生产商、贴牌客户)列示报告期营业收入具体构成

2022 至 2025 年度，公司主营业务收入按照客户类型分类如下：

客户类型	2025 年度		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
终端用户	40,217.81	77.67%	31,661.41	72.30%	32,176.26	75.72%	27,684.64	77.17%
贴牌客户	6,349.83	12.26%	7,206.41	16.46%	6,596.72	15.52%	5,769.95	16.08%
贸易商客户	5,214.13	10.07%	4,925.72	11.25%	3,721.99	8.76%	2,422.39	6.75%
合计	51,781.77	100.00%	43,793.54	100.00%	42,494.97	100.00%	35,876.98	100.00%

(2) 列示各类型前十大客户具体情况，包括合作背景、合作年限、资信情况(成立时间、注册地、注册及实缴资本、人员规模及业务规模)、公司销售金额占其业务规模的比例

1) 终端用户

2022 至 2025 年度，公司终端用户中前十大客户的具体情况如下：

序号	客户名称	合作背景	合作年限	成立时间	注册地	注册资本	实缴资本	参保人数/人员规模	业务规模	业务规模占比
1	兴宇汽车零部件股份有限公司	通过商务拓展	13	1998/4/6	浙江省台州市仙居县下各镇经济开发区新升路 9 号	9,300 万元	9,304.03 万元	1,804	20 亿左右	同类 20%-30%左右
2	东莞市华荣通信技术有限公司	通过商务拓展	6	2009/8/24	广东省东莞市东坑镇东坑东兴东路 130 号	2,000 万元	2,000 万元	1,005	2024 年大于 30 亿	在同类产品占比 60-70%左右，每年稳定
3	浙江仙通橡塑股份有限公司	通过商务拓展	14	1996/11/25	浙江省台州市仙居县现代工业集聚区	27,072 万元	27,072 万元	1,904	2024 年 12.25 亿元	涂料 30%左右，不干胶 100%
4	瀚德（中国）汽车密封系统有限公司铁岭分公司	通过商务拓展	7	2013/6/26	北京市北京经济技术开发区经海二路 28 号 3 幢和 5 幢	59,659.76 万元	59,659.76 万元	1,104	2023 年 18.5 亿	占涂料比例 30%-40%，占密封胶 10%-20%
5	瀚德（太仓）密封系统有限公司	通过商务拓展	4	2020/11/19	太仓市浮桥镇陆公路 1 号	32,300.5 万元	32,300.5 万元	538	2023 年 18.5 亿	占涂料比例 30%-40%，占密封胶 10%-20%
6	客户 A	通过商务拓展	1	*	*	*	*	*	*	*
7	建新赵氏科技股份有限公司	通过商务拓展	10	2015/4/30	浙江省宁波市宁海县桃源街道学勉北路 2299 号	36,000 万元	36,000 万元	2,604	30 多亿	同类产品占比 80%-90%左右
8	深圳市中兴康讯电子有限公司	客户市场寻源	5	1996/11/1	深圳市盐田区大梅沙倚云路 8 号	175,500 万元	175,500 万元	1,426	母公司中兴通讯是上市公司，25 年营收 1338.9546 亿元	同类产品占比 40%左右，这几年逐步上升
9	南通艾郎风电科技发展有限公司	通过商务拓展	7	2018/7/18	南通市海门区包场镇发展大道 2198 号	36,000 万元	36,000 万元	1,207	产能约 60 亿人民币	占所有业务比重很低，占同类业务 10%左右
10	客户 C	通过商务拓展	5	*	*	*	*	*	*	*
11	UK Industrial Tapes Limited	行业内介绍	9	1997/2/17	BRUMWELL HOUSE WESTWAY INDUSTRIAL PARK THROCKLEY NEWCASTLE UPON TYNE & WEAR	811 英镑	-	44	年销售收入约 800 万英镑	同类产品占比约 80%，总采购额占比约 15%

					NE15 9EW United Kingdom					
12	客户 G	行业内介绍	4	*	*	*	*	*	*	*
13	江苏晶雪节能科技股份有限公司	通过商务拓展	9	1993/2/27	江苏武进经济开发区丰泽路 18 号	10,800 万元	10,800 万元	327	2024 年销售收入 11.17 亿元	同类 90%左右， 占有业务量不足 1%
14	MAGE Roof & Building Components GMBH	通过商务拓展	9	1993/1/26	An den Steinenden, 7, Herzberg, 04916, Germany	DEM 600,000	-	72	2024 年销售额为 13,011,149 欧元	2024 年总采购占比约为 5%
15	福州福光橡塑有限公司	通过商务拓展	14	1996/8/2	福建省闽侯县青口镇投资区	827.4 万美元	827.4 万美元	193	-	同类占比在 80%左右
16	Suzlon Energy Limited	通过商务拓展	13	1995/4/10	“Suzlon”， 5, Shrimali Society, Near Shri Krishna Complex, Navrangpura, Ahmedabad - 380009, Gujarat, India	210,530,000, 000 INR	-	6,662	92.26 亿卢比	很低

注 1：上表中的客户排名未按同一控制下口径合并

注 2：基于业务保密性等考虑，部分客户不愿告知其业务规模、公司销售金额占其业务规模的比例，因此表中部分客户关于其业务规模和发行人销售金额占其业务规模的比例信息未能获取，下同

注 3：瀚德（中国）汽车密封系统有限公司铁岭分公司与瀚德（太仓）密封系统有限公司披露的业务规模均为实地访谈时获取的瀚德（中国）汽车密封系统有限公司的业务规模数据

2) 贴牌客户

2022 至 2025 年度，公司贴牌客户中前十大客户的具体情况如下：

序号	客户名称	合作背景	合作年限	成立时间	注册地	注册资本	实缴资本	参保人数 / 人员规模	业务规模	业务规模占比
1	福建三棵树建筑材料有限公司	通过商务拓展	5	2017/10/20	福建省莆田市荔城区荔园北路 519 号	50,000 万元	50,000 万元	3,230	母公司三棵树涂料是上市公司，2024 年度营收 121.05 亿元	同类 80%左右
2	客户 D	通过商务拓展	14	*	*	*	*	*	*	*
3	上海众盛胶粘剂有限公司	通过展会	11	1996/7/30	嘉定区嘉行公路 1729 号	1,000 万元	800 万元	84	2024 年销售额 3 亿元左右	占同类产品比例在 90%， 占总的采购比例大概在千分

										之几。
4	客户 F	通过商务拓展	5	*	*	*	*	*	*	*
5	客户 J	网络渠道	5	*	*	*	*	*	*	*
6	朗诚流体技术（上海）有限公司	行业内介绍	6	2011/9/30	上海市青浦区北青公	100 万元	100 万元	7	2025 年约 1,500 万	同类 80%，总 35%左右
7	Must Have Ideas Ltd	阿里巴巴	4	2018/4/5	THE IDEAS FACTORY, ARC LOGISTICS PARK HOLBOROUGH ROAD SNODLAND UNITED KINGDOM ME6 5SZ United Kingdom	3 英镑	-	152	2025 年销 售 额 约 56,562,835 英镑	很低
8	广州信强汽车配件有限公司	行业内介绍	10	2008/9/26	广州市花都区炭步镇繁花路 3 号	3000 万元	3000 万元	186	2025 年销售额约 1.5 亿元人民币	同类占比约 100%，总采购额占比约 2%
9	客户 I	通过商务拓展	5	*	*	*	*	*	*	*
10	上海金诺化工有限公司	行业内介绍	14	2003/9/4	上海市嘉定区众仁路 399 号 1 幢 12 层 B 区 J11896 室	50 万元	50 万元	3	1 亿	占总体 10%左右
11	南京昱阳新材料技术有限公司	行业内介绍	3	2022/9/28	南京市溧水区晶桥镇观山工业集中区	100 万元	-	0	-	-
12	深圳市慕雅居贸易有限公司	通过商务拓展	5	2010/5/6	深圳市宝安区松岗街道潭头社区潭头工业城一区 28 栋 301	100 万元	-	31	-	-
13	虹之网信息科技有限公司	行业内介绍	2	2015/8/12	北京市北京经济技术开发区科创九街 19 号院 7 号楼 3 层（北京自贸试验区高端产业片区亦庄组团）	5,000 万元	2,000 万元	0	控股股东为上市公司北京东方雨虹，24 年收入 280.56 亿元	细分产品丁基胶带占比 70%以上，排名第一；占所有业务的比重很小。
14	上海瑞富国际贸易有限公司	行业内介绍	14	2006/3/13	上海市闵行区虹梅南路 3003 弄 18 号 408 座	300 万元	300 万元	7	约 7,000-8,000 万美元	同类产品占比 70%-80%，业务总量中占比不到 1%
15	东方雨虹民用建材有限责任公司	行业内介绍	8	2015/12/8	北京市北京经济技术开发区科创九街 19 号院 7	40,000 万元	40,000 万元	1,082	控股股东为上市公司北京东方雨虹，24	细分产品丁基胶带占比 70%以上，排名第一；占所

					号楼2层(北京自贸试验区高端产业片区亦庄组团)				年收入280.56亿元	有业务的比重很小。
16	天津意馨昌进出口贸易有限公司	通过商务拓展	3	2010/9/19	南侧富润中心1-2307	300万元	300万元	11	约7,000-8,000万	同类100%，业务总量2%
17	杭州馨卉企业管理有限公司	通过商务拓展	4	2010/9/13	浙江省杭州市萧山区党湾镇曙光村349号1幢1388室	300万元	300万元	45	2025年销售额7-8亿元	占同类业务总量比例100%，占有业务总量比例不到1%
18	客户E	客户介绍	5	*	*	*	*	*	*	*

注：上表中的客户排名未按同一控制下口径合并

3) 贸易商客户

2022至2025年度，公司贸易商客户中前十大客户的具体情况如下：

序号	客户名称	合作背景	合作年限	成立时间	注册地	注册资本	实缴资本	参保人数/人员规模	业务规模	业务规模占比
1	清河县蓝洋贸易有限公司	行业内介绍	3	2016/10/19	河北省邢台市清河县戈仙庄镇王什庄村	30万元	24万元	0	年销售额在3000多万	向包括公司在内的两家公司采购斯塔尔涂料
2	宁波华艺进出口有限公司	客户市场寻源	2	1997/3/11	宁波市鄞州区中兴路717号12-7	1000万元	1000万元	86	年营业额约50亿元	同类产品占比100%，采购总量占比不足1%
3	ATCO ENGINEER PVT. LTD.	客户介绍	1	2021/7/19	OFFICE NO 9, SAHARA MARKET SILVASSA ROAD, VALSAD, VAPI, 396191, GUJARAT, INDIA	-	10万印度卢比	-	7.70亿元印度卢布	很低
4	上海德联化工有限公司	客户介绍	3	2003/8/14	上海市嘉定区安亭镇泰涛路199号	5,716.1162万元	5,716.1162万元	116	年销售额约10亿元人民币	同类产品占比100%，占全部采购3%
5	Adhesivos Técnicos y Troquelados, S.L.	阿里巴巴	7	1999/1/10	C/ ESCORXADORNAV, 7 -A POL. IND. LA PLANA D'EN SOLE 08776 BARCELONA SANT PERE DE RIUDEBITLLES Spain	-	488,496 欧元	13	2025年销售收入约517万欧元	同类产品采购占比65%，总采购额占比约9%
6	房屋医生（上海）环保科技有限公司	通过商务拓展	5	2020/7/9	上海市松江区泗泾镇方泗公路18号2幢1层	30万元	-	0	-	-
7	乾大新材料有限公司	客户市场	8	2014/12/5	嘉善县姚庄镇万泰路155号	6,000万元	6,000万元	271	大约5亿左右	同类100%，总1%

	司	寻源								
8	保定市宏腾科技有限公司	行业内介绍	12	2013/7/24	保定市满城区新兴工业园区	1,0000 万元	1,0000 万元	351	不到 5 亿元（集团加总）	同类产品 100%，占总采购额比例较低
9	上海宥迪实业发展有限公司	客户介绍	3	2013/5/14	上海市静安区南京西路 993 号 19 楼 1903 室	130 万元	130 万元	0	600-800 万	同类业务 100%，占总业务量大概百分之十几
10	上海惊富建筑材料有限公司	阿里巴巴	5	2004/3/2	上海市松江区泗泾镇沪松公路 2511 弄 86 号 329 室-1	120 万元	50 万元	5	-	-
11	Neotech Composite Co., ltd	通过展会	12	2013/1/11	139 SOI PHRAYA SUREN 30, BANG CHAN, KHLONG SAM WA, BANGKOK 10510, THAILAND	THB 5,000,000.00	THB 5,000,000.00	20	2024 年销售收入为 133,817,466.00 THB	总体采购额约 2-3%
12	上海铂瀚商贸有限公司	通过商务拓展	13	2010/5/31	上海市黄浦区延安东路 588 号 24E 室	200 万美元	200 万美元	25	约 1,200 万美元	同类产品占比较低，1%左右
13	昆山玉寰包装材料有限公司	通过展会	6	2012/5/29	江苏省苏州市昆山市千灯镇淞南西路 399 号原创型基地 9 号厂房	1,000 万元	854.3 万元	57	1 亿元左右	全部 5%以内，同类 100%
14	泰州市宏腾科技有限公司	行业内介绍	5	2020/7/7	泰州市高港区永平路南侧、东风路西侧双创基地 2 号楼	2,000 万元	2,000 万元	123	不到 5 亿元（集团加总）	同类产品 100%，占总采购额比例较低
15	南阳毅联自动化设备有限公司	客户介绍	4	2018/11/19	河南省南阳市唐河县桐寨铺镇桐寨铺街道开广场 16 号	100 万元	35 万元	0	营业额 6,000 万元	同类业务总量 100%，占业务总量 2%
16	义乌市百利达胶粘制品有限公司	客户介绍	5	2004/6/8	浙江省义乌市后宅街道神舟路 351 号	300 万元	300 万元	19	4,000-5,000 万元	同类（防水系列）产品占比 20%以上，总体占比约 5%
17	苏州富合创兴汽车科技有限公司	通过商务拓展	5	2012/3/14	太仓市沙溪镇工业开发区	6,504.951146 万元	6,504.951146 万元	108	约 1 亿元	同类产品（丁基胶产品）占比 100%，占业务总量比例很小
18	安庆名柚贸易有限公司	通过商务拓展	2	2022/8/30	安徽省安庆市迎江区宜城路街道曹家巷西 2-3 栋二层-05	100 万元	50 万元	2	营业额为每年 10 亿元人民币左右；	同类业务量 100%，占业务总量不足 1%
19	Premier Plastics Inc.	阿里巴巴	10	2011/1/1	C/O: DREW C JOHNSON517 S LINCOLN ST ABERDEEN SOUTH DAKOTA 57401 UNITED STATES	-	-	10	-	-
20	武汉科恩道沃科技有限公司	阿里巴巴	3	2021/1/28	武汉市青山区建设一路 31 号宝业中心 A 座 9-14 层办公室 B789 号（集群登记）	10 万元	-	0	-	同类 50%左右

21	上海景营物资有限公司	行业内介绍	14	2007/5/25	上海市奉贤区海湾镇五四支路 171 号 6 幢 1122 室	50 万元	50 万元	5	1-2 亿元	1%以下，占比很低
22	义乌亿之欢贸易有限公司	通过商务拓展	10	2008/11/13	浙江省义乌市稠江街道义乌国际陆港物流园 1-7 号综合楼 3 楼 302 室	100 万元	-	约 4000	40 亿元	占同类产品比例约为 20%-30%，占业务总量不到 1%
23	上海腾豫实业有限公司	行业内介绍	2	2020/9/23	上海市松江区新桥镇莘砖公路 518 号 11 幢 1302 室-1	300 万元	-	2	1,000 万元左右	目前 90%以上
24	浙江恒亿达复合材料有限公司	客户介绍	4	2003/1/29	浙江省嘉兴市秀洲区王店镇军民路南侧、长水塘西侧	4,000 万元	4,000 万元	137	3.5 亿左右	24、25 年占同类产品采购额的比例约 10%，占业务总量的比例较小
25	LLC LEGAL-IMPORT	客户市场寻源	1	2019	俄罗斯新西伯利亚州新西伯利亚市捷尔任斯基大道 1/1A 号楼 65 室	10,000 卢布	10,000 卢布	8	2024 年销售收入约 37,542,000 卢布	业务占比 1%-2%
26	CSA - SOCIETA' A RESPONSABILITA' LI	客户市场寻源	6	1990/4/27	VIA DEL FRUMENTO 28, 47822, SANTARCANGELO DI ROMAGNA (RN)	100,000 欧元	100,000 欧元	7	2024 年销售额为 6,822,230 欧元	占业务总量 5%以下，占比较低
27	成都瑞佳特贸易有限公司	行业内介绍	4	2021/10/27	中国（四川）自由贸易试验区成都高新区天府二街 1033 号 6 栋 1 单元 4 层附 401 号	100 万元	-	0	-	-
28	中山市卓丽优电子材料有限公司	行业内介绍	8	2010/10/13	中山市坦洲镇环洲北路 9 号锦绣国际花城三期花锦苑 31 栋 105 房之一	500 万元	500 万元	6	-	-
29	河北腾转建材销售有限公司	客户介绍	4	2013/1/4	保定市朝阳北大街 1898 号电谷源盛商务大厦 C 座 12 层 19 室	600 万元	100 万元	2	-	-

注 1：上述客户均未按照同一控制下口径合并

注 2：境内客户成立时间、注册地、注册及实缴资本、参保人数数据来源于公开工商信息查询；境外客户成立时间、注册地、注册及实缴资本、人员规模数据来源于中信保报告或与客户访谈记录；销售收入规模数据来源于上市公司客户年报、客户访谈记录及境外客户中信保报告

注 3：公司销售金额占其业务规模的比例数据来源于客户访谈记录中关于公司供货份额的相关表述或根据公司向客户销售营业收入占客户自身销售收入的比例测算得来

基于业务保密性等考虑，部分客户不愿告知其业务规模、公司销售金额占其业务规模的比例，因此表中部分客户关于其业务规模和公司销售金额占其业务规模的比例信息未能获取。

报告期内，公司部分贸易商客户的参保人数较少，主要原因：一方面系贸易商为销售渠道推广为主的轻资产运营业务模式，贸易

商人员主要工作为业务拓展、接收下游客户订单、向公司下达采购订单等，无需大量人员投入，业务开展主要依赖于其长期建立的既有客户资源体系，凭借丰富的客户、渠道资源来争取具体业务订单，加之其业务开拓主要局限于当地，主要由贸易商客户的企业负责人主导下游客户开发活动，因此业务开拓活动需要的人力较少；另一方面，基于经营管理方便考虑，贸易商组织结构多为小型商贸型企业，人员流动大、缴纳社保意愿较低等因素，且存在一定的社保缴纳不规范情况。因此，存在部分贸易商参保人数较少的情形，其参保人数与贸易商客户的经营规模不存在直接关系。

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

(3) 列示各类型前十大客户销售产品、销售金额及占比、毛利率，解释上述主要客户销售金额变动原因

1) 2022 至 2025 年度各期终端用户前十大客户销售产品、销售金额及占比、毛利率和销售金额变动原因

客户名称	销售产品	2025 年度			2024 年度		
		收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
兴宇汽车零部件股份有限公司	水性涂料、其他胶类产品、丁基胶	1,877.96	3.62%	*	1,025.65	2.34%	*
东莞市华荣通信技术有限公司	丁基胶、其他胶类产品	1,820.09	3.51%	*	1,763.03	4.02%	*
浙江仙通橡塑股份有限公司	水性涂料、丁基胶	1,639.75	3.16%	*	1,480.84	3.38%	*
瀚德(中国)汽车密封系统有限公司铁岭分公司	水性涂料、丁基胶	1,630.85	3.15%	*	955.08	2.18%	*
瀚德(太仓)密封系统有限公司	水性涂料、丁基胶	1,032.81	1.99%	*	1,145.49	2.61%	*
客户 A	丁基胶	1,010.93	1.95%	*	-	0.00%	*
建新赵氏科技股份有限公司	水性涂料、丁基胶	856.94	1.65%	*	677.85	1.55%	*
深圳市中兴康讯电子有限公司	丁基胶、其他胶类产品	776.34	1.50%	*	542.80	1.24%	*
南通艾郎风电科技发展有限公司	丁基胶	658.62	1.27%	*	332.41	0.76%	*
客户 C	丁基胶	611.41	1.18%	*	0.50	0.00%	*

UK Industrial Tapes Limited	丁基胶、其他胶类产品	587.36	1.13%	*	574.89	1.31%	*
客户 G	丁基胶、其他胶类产品	540.45	1.04%	*	332.26	0.76%	*
江苏晶雪节能科技股份有限公司	硅酮胶	454.47	0.88%	*	429.15	0.98%	*
MAGE Roof & Building Components GMBH	丁基胶	435.85	0.84%	*	417.01	0.95%	*
福州福光橡塑有限公司	丁基胶、水性涂料	377.01	0.73%	*	799.68	1.83%	*
Suzlon Energy Limited	丁基胶	-	0.00%		864.91	1.97%	*

(续上表)

客户名称	销售产品	2023 年度			2022 年度		
		收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
兴宇汽车零部件股份有限公司	水性涂料、其他胶类产品、 丁基胶	352.68	0.83%	*	418.80	1.17%	*
东莞市华荣通信技术有限公司	丁基胶、其他胶类产品	1,845.91	4.34%	*	2,133.96	5.95%	*
浙江仙通橡塑股份有限公司	水性涂料、丁基胶	976.45	2.30%	*	888.22	2.48%	*
瀚德(中国)汽车密封系统有限公司铁岭分公司	水性涂料、丁基胶	802.71	1.89%	*	611.28	1.70%	*
瀚德(太仓)密封系统有限公司	水性涂料、丁基胶	1,472.81	3.47%	*	1,227.08	3.42%	*
客户 A	丁基胶	-	0.00%	*	-	0.00%	
建新赵氏科技股份有限公司	水性涂料、丁基胶	909.41	2.14%	*	938.22	2.61%	*
深圳市中兴康讯电子有限公司	丁基胶、其他胶类产品	883.14	2.08%	*	478.62	1.33%	*
南通艾郎风电科技发展有限公司	丁基胶	391.43	0.92%	*	220.39	0.61%	*
客户 C	丁基胶	-	0.00%		-	0.00%	
UK Industrial Tapes Limited	丁基胶、其他胶类产品	246.26	0.58%	*	311.52	0.87%	*
客户 G	丁基胶、其他胶类产品	912.30	2.15%	*	855.32	2.38%	*
江苏晶雪节能科技股份有限公司	硅酮胶	875.86	2.06%	*	848.09	2.36%	*
MAGE Roof & Building Components GMBH	丁基胶	2,040.38	4.80%	*	601.61	1.68%	*
福州福光橡塑有限公司	丁基胶、水性涂料	685.41	1.61%	*	937.63	2.61%	*
Suzlon Energy Limited	丁基胶	221.44	0.52%	*	62.82	0.18%	*

注：上表中的客户排名未按同一控制下口径合并

上述主要客户中销售金额变动较大(相邻两期变动大于 300 万元)的原因:

① 兴宇汽车零部件股份有限公司、浙江仙通橡塑股份有限公司、瀚德(中国)汽车密封系统有限公司铁岭分公司受益于国内汽车产业的蓬勃发展所带来的需求扩张,尤其是新能源汽车领域对门窗密封条涂料的需求增长,使得公司对该领域上述客户的销售收入增长较多;随着公司正式进入客户 C 供应链体系,2025 年开始向客户 C 批量供货,因此收入增长金额较大;客户 A 和 MAGE Roof & Building Components GMBH 均为德国建筑领域客户,这两家客户向公司采购无铅柔性泛水带,2022 年该产品在经过长时间的研发测试进入量产阶段后,生产过程仍需逐步成熟完善,产品质量存在一定波动,2023 年经过量产过程中持续进行的测试与优化,该产品质量与单位成本趋于稳定,在该领域市场竞争力得到增强,进而获得了国外客户的青睐,因此向 MAGE Roof & Building Components GMBH 销售该无铅柔性泛水带产品的收入增长较大,2024 年度和 2025 年度 MAGE Roof & Building Components GMBH 鉴于自身业务情况减少向公司采购,公司新开拓客户客户 A,客户 A 在 2023 和 2024 年度通过上海腾豫实业有限公司向公司采购,2025 年度开始直接从公司采购;南通艾郎风电科技发展有限公司为风电领域客户,鉴于公司近年在风电领域的大力开拓,报告期内对其销售收入呈增长趋势;

②客户 G 系因为其在下游客户华为中的中标份额占比下降,导致公司对其收入减少;江苏晶雪节能科技股份有限公司主要聚焦于冷链物流中的冷库和工业建筑保温领域,受其下游市场需求不足影响,该公司自身经营业绩出现下滑,进而导致公司对其销售收入相应下降;福州福光橡塑有限公司系受其下游日系车行业发展景气度影响导致对其收入下滑;

③Suzlon Energy Limited 为印度国际风电领域巨头,其出于库存和资金管理等方面的需要,自 2025 年度开始通过印度公司 ATCO ENGINEER PVT.LTD. 向公司采购,2025 年度 ATCO ENGINEER PVT.LTD. 成为公司的主要贸易商客户;

④深圳市中兴康讯电子有限公司 2023 年销售收入金额增长较大主要系公司产品质量得到客户认可,在客户处中标份额有所提升所致。

2)2022 至 2025 年度各期贴牌客户前十大客户销售产品、销售金额及占比、毛利率和销售金额变动原因

客户名称	销售产品	2025 年度			2024 年度		
		收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
福建三棵树建筑材料有限公司	其他胶类产品、水性涂料	1,132.77	2.19%	*	932.06	2.13%	*
客户 D	丁基胶	955.47	1.84%	*	765.12	1.75%	*
上海众盛胶粘剂有限公司	丁基胶	411.52	0.79%	*	499.91	1.14%	*
客户 F	其他胶类产品	314.12	0.61%	*	265.39	0.61%	*
客户 J	丁基胶	275.42	0.53%	*	514.81	1.18%	*
朗诚流体技术(上海)有限公司	丁基胶	263.26	0.51%	*	286.89	0.65%	*
Must Have Ideas Ltd	家装密封产品	222.05	0.43%	*	480.84	1.10%	*
广州信强汽车配件有限公司	丁基胶	168.19	0.32%	*	161.88	0.37%	*
客户 I	丁基胶	130.31	0.25%	*	187.72	0.43%	*
上海金诺化工有限公司	丁基胶	120.31	0.23%	*	107.28	0.24%	*
南京昱阳新材料技术有限公司	丁基胶、其他胶类产品	99.36	0.19%	*	81.24	0.19%	*
深圳市慕雅居贸易有限公司	其他胶类产品、家装密封产品、硅酮胶	72.42	0.14%	*	76.74	0.18%	*
虹之网信息科技有限公司	丁基胶	66.61	0.13%	*	212.80	0.49%	*
上海瑞富国际贸易有限公司	丁基胶、硅酮胶、其他	62.64	0.12%	*	119.47	0.27%	*
东方雨虹民用建材有限责任公司	丁基胶	58.10	0.11%	*	68.50	0.16%	*
天津意馨昌进出口贸易有限公司	家装密封产品	23.21	0.04%	*	74.56	0.17%	*
杭州馨卉企业管理有限公司	家装密封产品	-	0.00%		89.10	0.20%	*
客户 E	丁基胶	-	0.00%		46.05	0.11%	*

(续上表)

客户名称	销售产品	2023 年度			2022 年度		
		收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
福建三棵树建筑材料有限公司	其他胶类产品、水性涂料	1,199.50	2.82%	*	897.74	2.50%	*
客户 D	丁基胶	552.81	1.30%	*	278.40	0.78%	*
上海众盛胶粘剂有限公司	丁基胶	269.72	0.63%	*	192.18	0.54%	*
客户 F	其他胶类产品	170.04	0.40%	*	125.98	0.35%	*

客户 J	丁基胶	368.06	0.87%	*	356.76	0.99%	*
朗诚流体技术(上海)有限公司	丁基胶	178.46	0.42%	*	-	0.00%	
Must Have Ideas Ltd	家装密封产品	358.68	0.84%	*	87.80	0.24%	*
广州信强汽车配件有限公司	丁基胶	139.99	0.33%	*	103.35	0.29%	*
客户 I	丁基胶	109.05	0.26%	*	37.97	0.11%	*
上海金诺化工有限公司	丁基胶	110.39	0.26%	*	211.72	0.59%	*
南京昱阳新材料技术有限公司	丁基胶、其他胶类产品	257.99	0.61%	*	40.36	0.11%	*
深圳市慕雅居贸易有限公司	其他胶类产品、家装密封产品、硅酮胶	115.91	0.27%	*	156.31	0.44%	*
虹之网信息科技有限公司	丁基胶	5.94	0.01%	*	-	0.00%	
上海瑞富国际贸易有限公司	丁基胶、硅酮胶、其他	68.58	0.16%	*	166.57	0.46%	*
东方雨虹民用建材有限责任公司	丁基胶	161.96	0.38%	*	127.59	0.36%	*
天津意馨昌进出口贸易有限公司	家装密封产品	228.48	0.54%	*	9.39	0.03%	*
杭州馨卉企业管理有限公司	家装密封产品	124.66	0.29%	*	164.40	0.46%	*
客户 E	丁基胶	100.91	0.24%	*	230.62	0.64%	*

注：上表中的客户排名未按同一控制下口径合并

上述主要客户中销售金额变动较大(相邻两期变动大于 300 万元)的原因：

福建三棵树建筑材料有限公司 2023 年收入增幅较大，主要系公司产品质量得到客户认可，当年新增硅酮胶和水性涂料两类细分产品的销售，因此收入增幅较大。

总体来看，各期贴牌客户前十大客户报告期内营业收入相对较为稳定，除上述事项外无收入大幅波动(相邻两期变动大于 300 万元)的情况。

3)2022 至 2025 年度各期贸易商客户前十大客户销售产品、销售金额及占比、毛利率和销售金额变动原因

客户名称	销售产品	2025 年度			2024 年度		
		收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率

清河县蓝洋贸易有限公司	水性涂料	1,076.80	2.08%	*	563.50	1.29%	*
宁波华艺进出口有限公司	丁基胶	279.20	0.54%	*	55.35	0.13%	*
ATCO ENGINEER PVT. LTD.	丁基胶	278.52	0.54%	*	42.60	0.10%	*
上海德联化工有限公司	其他胶类产品	237.68	0.46%	*	7.92	0.02%	*
Adhesivos Técnicos y Troquelados, S.L.	丁基胶、家装密封产品	194.33	0.38%	*	141.52	0.32%	*
房屋医生(上海)环保科技有限公司	家装密封产品	139.50	0.27%	*	-	0.00%	*
乾大新材料有限公司	丁基胶	135.60	0.26%	*	53.45	0.12%	*
保定市宏腾科技有限公司	丁基胶	127.56	0.25%	*	68.42	0.16%	*
上海宥迪实业发展有限公司	丁基胶	114.38	0.22%	*	42.81	0.10%	*
上海惊富建筑材料有限公司	家装密封产品	112.36	0.22%	*	233.28	0.53%	*
Neotech Composite Co.,ltd	丁基胶、真空辅材	103.82	0.20%	*	61.81	0.14%	*
上海铂瀚商贸有限公司	丁基胶	87.82	0.17%	*	60.43	0.14%	*
昆山玉寰包装材料有限公司	家装密封产品	59.24	0.11%	*	76.74	0.18%	*
泰州市宏腾科技有限公司	丁基胶	58.00	0.11%	*	53.30	0.12%	*
南阳毅联自动化设备有限公司	丁基胶	56.55	0.11%	*	116.15	0.27%	*
义乌市百利达胶粘制品有限公司	家装密封产品	35.54	0.07%	*	48.61	0.11%	*
苏州富合创兴汽车科技有限公司	丁基胶、其他胶类产品	33.02	0.06%	*	40.81	0.09%	*
安庆名柚贸易有限公司	家装密封产品	29.45	0.06%	*	97.01	0.22%	*
Premier Plastics Inc.	其他	29.42	0.06%	*	87.13	0.20%	*
武汉科恩道沃科技有限公司	家装密封产品	27.13	0.05%	*	114.14	0.26%	*
上海景营物资有限公司	其他	25.41	0.05%	*	56.51	0.13%	*
义乌亿之欢贸易有限公司	家装密封产品	4.82	0.01%	*	14.17	0.03%	*
上海腾豫实业有限公司	丁基胶	0.37	0.00%	*	667.42	1.52%	*
浙江恒亿达复合材料有限公司	丁基胶	0.15	0.00%	*	0.02	0.00%	*
LLC LEGAL-IMPORT	丁基胶、其他	-	0.00%	0.00%	151.61	0.35%	*
CSA - SOCIETA' A RESPONSABILITA' LI	其他	-	0.00%	0.00%	117.72	0.27%	*
成都瑞佳特贸易有限公司	丁基胶	-	0.00%	0.00%	-	0.00%	0.00%
中山市卓丽优电子材料有限公司	丁基胶	-	0.00%	0.00%	-	0.00%	0.00%
河北腾转建材销售有限公司	丁基胶	-	0.00%	0.00%	-	0.00%	0.00%

(续上表)

客户名称	销售产品	2023 年度			2022 年度		
		收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
清河县蓝洋贸易有限公司	水性涂料	306.09	0.72%	*	-	0.00%	0.00%
宁波华艺进出口有限公司	丁基胶	35.24	0.08%	*	-	0.00%	0.00%
ATCO ENGINEER PVT.LTD.	丁基胶	-	0.00%	0.00%	-	0.00%	0.00%
上海德联化工有限公司	其他胶类产品	0.68	0.00%	*	-	0.00%	0.00%
Adhesivos Técnicos y Troquelados, S.L.	丁基胶、家装密封产品	50.51	0.12%	*	29.23	0.08%	*
房屋医生(上海)环保科技有限公司	家装密封产品	-	0.00%		-	0.00%	0.00%
乾大新材料有限公司	丁基胶	7.05	0.02%	*	22.88	0.06%	*
保定市宏腾科技有限公司	丁基胶	57.49	0.14%	*	50.05	0.14%	*
上海宥迪实业发展有限公司	丁基胶	0.12	0.00%	*	34.14	0.10%	*
上海惊富建筑材料有限公司	家装密封产品	226.35	0.53%	*	36.86	0.10%	*
Neotech Composite Co.,ltd	丁基胶、真空辅材	60.58	0.14%	*	87.90	0.24%	*
上海铂瀚商贸有限公司	丁基胶	50.47	0.12%	*	61.86	0.17%	*
昆山玉寰包装材料有限公司	家装密封产品	72.58	0.17%	*	33.58	0.09%	*
泰州市宏腾科技有限公司	丁基胶	66.00	0.16%	*	55.54	0.15%	*
南阳毅联自动化设备有限公司	丁基胶	83.91	0.20%	*	22.57	0.06%	*
义乌市百利达胶粘制品有限公司	家装密封产品	43.65	0.10%	*	60.31	0.17%	*
苏州富合创兴汽车科技有限公司	丁基胶、其他胶类产品	65.22	0.15%	*	84.88	0.24%	*
安庆名柚贸易有限公司	家装密封产品	41.22	0.10%	*	-	0.00%	*
Premier Plastics Inc.	其他	54.36	0.13%	*	-	0.00%	*
武汉科恩道沃科技有限公司	家装密封产品	45.88	0.11%	*	3.64	0.01%	*
上海景营物资有限公司	其他	118.80	0.28%	*	-	0.00%	*
义乌亿之欢贸易有限公司	家装密封产品	25.94	0.06%	*	52.54	0.15%	*
上海腾豫实业有限公司	丁基胶	333.29	0.78%	*	-	0.00%	*
浙江恒亿达复合材料有限公司	丁基胶	45.92	0.11%	*	51.54	0.14%	*
LLC LEGAL-IMPORT	丁基胶、其他	-	0.00%	*	-	0.00%	*

CSA - SOCIETA' A RESPONSABILITA' LI	其他	123.67	0.29%	*	18.06	0.05%	*
成都瑞佳特贸易有限公司	丁基胶	79.65	0.19%	*	33.45	0.09%	*
中山市卓丽优电子材料有限公司	丁基胶	47.04	0.11%	*	131.36	0.37%	*
河北腾转建材销售有限公司	丁基胶	29.23	0.07%	*	92.95	0.26%	*

注：上表中的客户排名未按同一控制下口径合并

上述主要客户中销售金额变动较大(相邻两期变动大于 300 万元)的原因：

- ①清河县蓝洋贸易有限公司为公司水性涂料的主要贸易商客户，其下游终端客户也主要为汽车领域客户，伴随国内汽车产业的蓬勃发展所带来的需求扩张，使得公司对其销售收入增长较多；
- ②上海腾豫实业有限公司为公司的贸易商客户，其下游终端客户为德国客户客户 A，客户 A2023 和 2024 年度通过上海腾豫实业有限公司向公司采购，2025 年度开始直接从公司采购，因此上海腾豫实业有限公司 2025 年度收入下滑较多。

3. 说明三种类型客户在产品定价、毛利率、信用政策、对账及结算、收入确认政策、退换货约定等方面是否存在差异，贸易商模式下物流运输方式，是否存在贸易商折扣返利政策及其变化情况

(1) 三种类型客户在产品定价、毛利率、信用政策、对账及结算、收入确认政策、退换货约定等方面是否存在差异

1) 销售政策

公司三种类型客户在产品定价、信用政策、对账及结算、收入确认政策、退换货约定等方面的对比如下：

项目	终端用户	贴牌客户	贸易商客户
产品定价	在生产成本基础上结合市场情况、客户合作稳定性等因素进行产品定价		
信用政策	主要根据客户规模情况/合作时间等给予 2-3 个月信用期不等	主要为款到发货或根据客户规模情况/合作时间等给予 1-2 个月信用期不等	主要为款到发货或根据客户规模情况/合作时间等给予 2-3 个月信用期不等
对账	对于长期连续采购客户按月对账开票，对于零星采购客户货到后 2-3 天内开票，合同另有约定的从其约定		
结算	电汇或银行承兑汇票		
收入确认政策	(1) 内销收入的确认方法对于寄售客户：公司根据客户订单发货至客户仓库，每月末根据客户实际使用产品的数量，经双方核对无误后确认为当期应结算产品销售收入。客户从其仓库领出使用公司相关产品，并取得客户确认无误的当期产品领用清单可视作相关控制权转移，且与交易相关的经济利益很可能流入公司，确认收入的实现。对于非寄售客户：公司根据客户订单发货，产品出货时开具产品出库单，购货方收货后签署签收单据。公司相关产品已交货并取得对方签收单即可视作客户取得相关产品控制权，且与交易相关的经济利益很可能流入公司，确认收入的实现。(2) 外销收入的确认方法外销收入确认需满足以下条件：在 CIF 和 FOB 方式下，公司已根据合同约定将产品装船离岸、完成报关手续并取得报关单和提单，且产品销售收入金额能可靠计量，已经收回货款或取得了收款权利且相关经济利益很可能流入，在 EXW 方式下，公司将产品交给客户或其委托的提货人并经签收确认，且产品销售收入金额能可靠计量，已经收回货款或取得了收款权利且相关经济利益很可能流入。		
退换货约定	除产品存在质量问题，否则不予退换货		

由上表可知，除因为主要终端用户一般相对来说规模较大、实力较强，因此公司给予较长的信用期外，公司对三种类型客户在销售政策上不存在重大差异。

2) 毛利率

2022 至 2025 年度，公司三种类型客户按收入大类分类的毛利率情况如下：

项目		2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
丁基胶	终端用户	36.16%	35.09%	35.34%	28.13%
	贴牌客户	37.56%	33.16%	30.81%	26.26%
	贸易商客户	35.70%	38.44%	35.63%	27.53%
	小计	36.28%	35.12%	34.76%	27.84%
水性涂料	终端用户	24.25%	24.95%	24.26%	27.87%

	贴牌客户	24.54%	29.02%	29.08%	32.13%
	贸易商客户	13.92%	12.13%	10.87%	8.57%
	小计	23.28%	24.22%	23.82%	27.77%
其他胶类产品	终端用户	25.28%	27.11%	21.69%	15.45%
	贴牌客户	15.50%	13.11%	15.81%	16.24%
	贸易商客户	13.27%	22.60%	18.83%	28.18%
	小计	22.95%	24.06%	20.26%	16.07%
家装密封产品	终端用户	36.15%	52.81%	32.86%	21.64%
	贴牌客户	24.68%	21.88%	18.52%	16.30%
	贸易商客户	23.54%	15.11%	16.85%	17.12%
	小计	25.73%	21.05%	18.86%	17.09%
硅酮胶	终端用户	39.18%	34.85%	30.98%	22.52%
	贴牌客户	6.67%	15.14%	23.61%	21.05%
	贸易商客户	41.23%	43.74%	30.31%	18.40%
	小计	37.84%	31.75%	30.14%	22.26%
其他	终端用户	19.55%	27.66%	39.10%	19.90%
	贴牌客户	36.31%	32.91%	20.60%	26.18%
	贸易商客户	31.76%	33.43%	26.19%	30.34%
	小计	24.56%	30.98%	33.61%	22.69%
合计	终端用户	31.23%	31.21%	31.24%	25.99%
	贴牌客户	29.73%	27.08%	24.58%	21.33%
	贸易商客户	27.15%	28.56%	26.32%	24.71%
	小计	30.64%	30.23%	29.77%	25.15%

报告期内，公司三种类型客户丁基胶收入毛利率间不存在显著差异，略有差异系不同客户购买的具体细分产品类别和类型有所差异。

2024 年度，公司向贸易商客户销售丁基胶产品的毛利率略高于终端用户和贴牌用户，主要系当年向上海腾豫实业有限公司销售产品的毛利率水平较高。2024 年，公司向其销售丁基胶产品的收入金额为 665.86 万元，占当年丁基胶产品中贸易商销售收入的比例为 28.79%，销售毛利率为 49.55%，拉高了当年贸易商客户的丁基胶产品销售毛利率。毛利率水平较高系向其销售的主要产品为无铅柔性泛水带，该产品是公司面向建筑领域客户推出的核心产品之一，具备优异的环境适应性与施工便捷性。该系列产品在关键性能指标方面已达到与 DEKS Industries Pty Ltd、BMI Group 等国外领先企业同类产品相当的水平，打破了国外产品在该领域的垄断，因此毛利率水平较高。

2024 年度销售给终端客户的家装密封产品毛利率较高主要系公司当年线上销售收入占比较大、销售毛利率较高，拉高了终端客户的整体销售毛利率。随着 DIY（即“Do It Yourself”）概念的流行，在现代家居装饰中，越来越多的消费者会选择随时随地动手改造家居环境。2024 年，公司为了抢占电商市场份额，大力投入电商网店的销售推广，因此家装密封产品面向终端消费者的线上销售收

入有所增加，从上年的 75.52 万元增长为本年的 126.42 万元，占家装密封产品对终端客户的整体销售收入的比例也从上年的 44.62%提高为本年的 74.63%。鉴于线上渠道主要面向终端消费者，具备较强的零售属性，因此产品定价相对较高，毛利率水平相对较高，拉高了当年销售给终端客户的家装密封产品毛利率。2025 年，公司出于成本效益考虑，削减部分电商销售推广费用，因此电商销售收入和占比有所回落。

2024 年度和 2025 年度销售给贸易商客户的硅酮胶产品毛利率较高主要系向汽车行业客户销售的毛利率较高。公司向汽车行业客户销售的产品主要是一款高性能环境友好型柔性密封胶，具备耐高低温的稳定特性，同时兼具低气味、低 VOC 的环保优势，成功解决了冬夏季因温度敏感性高而导致的注胶高度波动的传统业内难题，有效避免了由此引发的漏水、溢胶及干涸粉化等常见质量缺陷，因此形成了一定的竞争优势，销售单价较高、毛利率水平较高。

2025 年度硅酮胶贴牌客户的毛利率水平较低主要系当年销售给福建三棵树建筑材料有限公司的硅酮胶毛利率较低。公司当年向贴牌客户销售硅酮胶产品的收入总额为 71.25 万元，其中向福建三棵树建筑材料有限公司销售硅酮胶产品的收入为 33.83 万元，占比 47.48%。由于 2025 年公司与福建三棵树建筑材料有限公司的整体销售价格有所下降，向其销售的 120ml 小管硅酮胶平均单价由上年的 5.47 元/支下降至当年的 4.61 元/支，降幅 15.74%，300ml 中管硅酮胶由上年的 11.61 元/支下降至当年的 7.68 元/支，降幅 33.85%，因此 2025 年毛利率有所下降。

贸易商客户的水性涂料毛利率低于终端用户，主要系购买水性涂料的贸易商客户家数较少，其中清河县蓝洋贸易有限公司的毛利率较低拉低了贸易商水性涂料的整体毛利率，其毛利率较低的原因主要系其购买斯塔尔水性涂料，其下游客户较为分散，贸易商客户承担的市场开拓及维护成本较高，同时下游信用风险较高，故公司因其合作稳定且采购量较大，所以销售定价低于直接客户，毛利率相应较低。

贴牌客户 2023 年度和 2024 年度水性涂料毛利率高于终端用户系其购买的主要系防水改色涂料，而并非斯塔尔水性涂料。公司斯塔尔水性涂料贸易业务的上游供应商为斯塔尔，其在行业内具有一定的议价能力，公司向其采购成本较高，利润空间相对有限，而防水改色涂料为公司自主开发的自有品牌产品，因此较斯

塔尔水性涂料贸易业务的毛利率略高。2025 年度贴牌客户水性涂料毛利率下滑主要系贴牌客户购买的低毛利产品规格收入占比提升以及部分防水改色涂料产品价格有所下降。

报告期内，公司三种类型客户购买其他胶类产品、家装密封产品、硅酮胶的毛利率差异主要系购买的产品细分类型及规格型号不一样所致。

综上所述，公司三种类型客户按产品大类分类的毛利率间存在差异的原因主要系不同客户购买的具体细分产品类别和类型有所差异，除个别例外情况外，公司对不同类型客户执行统一的定价原则，均为在生产成本基础上结合市场情况、客户合作稳定性等因素进行谈价和定价，公司不存在根据客户类型执行差异化定价原则进而导致差异化毛利率的情况。

(2) 贸易商模式下物流运输方式，是否存在贸易商折扣返利政策及其变化情况

贸易商模式下，公司物流运输方式主要分为物流公司承运和客户自提两种方式，与面向生产商和贴牌客户的物流运输方式并无显著差异。

报告期内，公司与贸易商客户青岛瑞高新材料有限公司存在约定返利政策的情况。为了推广耐高温真空袋密封胶带产品，公司与青岛瑞高新材料有限公司约定如下：青岛瑞高新材料有限公司向公司采购特定型号胶带产品的年度采购额达到一定金额后，公司以 1% 的货物形式进行返点。报告期内，青岛瑞高新材料有限公司返利金额较小，且该返利政策未发生过变化。

除上述情形外，公司不存在与其他贸易商客户约定折扣返利政策的情况。

4. 结合贸易商备货政策、进销存、退换货情况、期后回款情况、终端客户构成及销售情况等，说明是否存在向贸易商压货、提前确认收入的情形，贸易商是否实现终端销售

(1) 贸易商备货政策

根据走访了解，公司主要贸易商的备货政策存在较大的差异，大部分贸易商不存在备货情况，主要根据下游客户需求确认采购量，一般会定期采购。部分贸易商存在一定的备货量，但各家的情况差异较大；部分贸易商会在春节期间备货，其他时间不备货。因此，下游贸易商的备货政策差异较大，每家贸易商根据市场行情、客户采购需求等情况各自确定自身的备货政策。

(2) 贸易商进销存情况核查

我们通过实地走访察看主要贸易商仓库，以及对主要贸易商进行函证的方式，确认报告期内主要贸易商向公司采购、销售及期末库存情况。报告期内，我们共获得了 27 家主要贸易商关于其进销存回函数据，根据统计，主要贸易商的进销存情况如下：

项目	2025 年度 /2025 年 12 月 31 日	2024 年/度 2024 年 12 月 31 日	2023 年度 /2023 年 12 月 31 日	2022 年度 /2022 年 12 月 31 日
贸易商当期采购金额 (数量) ①	2, 251. 74	2, 330. 89	1, 365. 87	579. 83
贸易商当期实现销售 金额(数量) ②	2, 172. 12	2, 295. 14	1, 340. 75	558. 21
贸易商当期库存金额 (数量) ③	79. 62	35. 75	25. 12	21. 61
贸易商当期期末库存 占当期采购比例④=③ /①	3. 54%	1. 53%	1. 84%	3. 73%

根据上表数据，报告期内，主要贸易商当期从公司采购产品，除个别贸易商在各期末存有少量库存，均已实现对外销售。

(3) 贸易商退换货情况

报告期内，公司产品极少发生换货的情况，下表对公司贸易商客户退货数据进行统计，具体情况如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
贸易商销售收入①	5, 214. 13	4, 925. 72	3, 721. 99	2, 422. 38
贸易商销售退货金额②	36. 55	51. 11	13. 50	19. 22
贸易商退货占比③=②/①	0. 70%	1. 04%	0. 36%	0. 79%

根据上表数据，报告期内，贸易商客户期后退货金额及占比均较小，主要为日常经营过程中的一些退货，不存在期末向贸易商大量发货期后大量退回的情况。

(4) 贸易商期后回款情况

我们核查了报告期内贸易商客户的销售回款情况，具体情况如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
贸易商客户销售额①	5, 214. 13	4, 925. 72	3, 721. 99	2, 422. 38
各期末应收贸易商客户余额②	1, 113. 64	1, 252. 75	810. 03	385. 63
截至 2026 年 3 月 31 日回款金额 ③	787. 16	1, 196. 18	794. 50	384. 32
期后回款率④=③/②	70. 68%	95. 48%	98. 08%	99. 66%

报告期各期，前十大贸易商客户销售回款情况如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
前十大贸易商客户销售额①	2, 695. 92	2, 287. 92	1, 470. 91	708. 53
各期末应收前十大贸易商客户余额 ②	741. 93	660. 25	453. 21	124. 48

截至 2026 年 3 月 31 日回款金额③	547.37	651.33	453.21	124.48
期后回款率④=③/②	73.78%	98.65%	100.00%	100.00%

报告期各期，贸易商客户销售回款比例较高，前十大贸易商客户 2022 年和 2023 年回款率 100%，2024 年回款率 98.65%，由于期后时间较短，截至 2026 年 3 月 31 日，2025 年期后回款率为 73.78%。

(5) 终端客户构成及销售情况

基于商业秘密的考虑，绝大多数贸易商客户不愿意透露其下游终端客户的信息，很少部分贸易商客户告知了其下游部分客户名称，但一般拒绝我们对其终端客户进行走访或者函证，仅有个别案例接受了走访。我们通过对报告期内公司前十大贸易商客户进行实地走访及函证，获取其工商登记信息，了解其成立时间，主营业务情况，其销售规模，与公司合作年限，从公司采购产品情况，进销存情况，其下游客户所属行业情况等，以判断贸易商客户从公司采购产品的终端客户匹配情况及销售情况，具体如下：

序号	贸易商名称	主营业务	合作年限	成立时间	主要采购产品	截至 2025 年 12 月 31 日库存	下游行业	终端客户及使用场景
1	清河县蓝洋贸易有限公司	喷涂料	3	2016/10/19	斯塔尔涂料	0	汽车行业	汽车密封条厂、零部件，主要应用于汽车密封条涂层
2	宁波华艺进出口有限公司	进出口代理、物流	2	1997/3/11	密封胶带	-	出口企业	建筑领域
3	ATCO ENGINEER PVT. LTD.	胶类产品	1	2021/7/19	密封胶带	-	风电行业	主要用于风电叶片成型工艺
4	上海德联化工有限公司	车用精细化学品；润滑油、胶粘剂	3	2003/8/14	丁基不干胶等胶类产品	0	汽车行业	下游客户主要是各个主机厂，用于整车生产装配
5	Adhesivos Técnicos y Troquelados, S.L.	胶带转换、分切等一站式解决方案	7	1999/1/10	铝箔丁基产品	107,916.43 美元	空调暖通行业、商业贸易和建筑行业	空调暖通和建筑上的密封、保温
6	乾大新材料有限公司	汽车内饰件和外饰件的生产及销售	8	2014/12/5	丁基阻尼片	-	汽车行业	用于汽车零件的生产
7	保定市宏腾科技有限公司	密封条、海绵、堵孔贴	12	2013/7/24	丁基胶带、阻尼片、线束胶	-	汽车行业	汽车主机厂，用于汽车生产

8	上海宥迪实业发展有限公司	经营和航空航天劳保辅材相关的产品	3	2013/5/14	密封胶带和真空袋膜	0	航空航天	航空航天领域复合材料成型工艺密封
9	Neotech Composite Co., ltd	针对泰国市场复合材料销售	12	2013/1/11	丁基胶带、PE管、带膜、螺旋管等	-	汽车、航空、船舶制造、运动器械等	主要用于复合材料成型工艺
10	上海铂瀚商贸有限公司	进出口五金铸造业	13	2010/5/31	胶泥类产品	0	电力行业	用在电力设备、电器设备上,起到绝缘保护等
11	昆山玉寰包装材料有限公司	各种特种胶带的生产、贸易	6	2012/5/29	防水胶带	-	贸易商、商超、终端工程等	建筑防水
12	泰州市宏腾科技有限公司	密封条、海绵、堵孔贴	5	2020/7/7	丁基胶带、阻尼片、线束胶	-	汽车行业	汽车主机厂,用于汽车生产
13	南阳毅联自动化设备有限公司	电气配套	4	2018/11/19	胶带	0	电力电气行业	电力成套自动化,用于电力设备防水绝缘
14	义乌市百利达胶粘制品有限公司	胶粘剂销售	5	2004/6/8	防水密封条、密封胶带	0	建筑、家装领域	欧美批发商,卫浴防水等
15	苏州富合创兴汽车科技有限公司	汽车零部件,胶粘剂产品	5	2012/3/14	丁基胶类产品	-	汽车零部件配套行业	汽车零部件厂,用于汽车零部件
16	安庆名柚贸易有限公司	主营业务涵盖家装主材、家居收纳、厨房卫浴等日用百货品类	2	2022/8/30	胶带	0	零售客户	家居家装
17	武汉科恩道沃科技有限公司	电商	3	2021/1/28	胶带、密封条	-	家居装饰行业	家居防水、密封等
18	上海景营物资有限公司	经营各种胶粘剂产品	14	2007/5/25	丁基胶原料	0	胶粘剂行业、轮胎行业	用于制造胶带产品、轮胎等
19	义乌亿之欢贸易有限公司	电商,家装建材、百货、文具等	10	2008/11/13	门窗密封、美化类产品	0	电商行业	家居装饰
20	上海腾豫实业有限公司	密封胶及其他零星产品的出口贸易	2	2020/9/23	无铅柔性泛水带	0	建筑行业	德国客户A,产品主要应用于建筑屋顶防水
21	浙江恒亿达复合材料有限公司	脱模布、真空膜、玻璃纤维拉挤	4	2003/1/29	密封胶条	0	风电行业	用于复合材料成型工艺

		板的研发、生产和销售						
22	LLC LEGAL-IMPORT	提供化学产品,电子产品等贸易商及运输服务	1	2019	丁基胶带和真空辅材	0	化工行业	化工领域
23	中山市卓丽优电子材料有限公司	胶粘剂、润滑剂的代理销售	8	2010/10/13	不干胶产品	0	汽车行业	主机厂客户,应用于汽车上

(6)是否存在向贸易商压货、提前确认收入的情形,贸易商是否实现终端销售

报告期各期,公司向贸易商客户当期最后一个月销售收入,占公司贸易商客户当期销售收入及主营业务收入比例如下:

年度	主营业务收入	贸易商销售收入	最后一个月贸易商销售收入	最后一个月贸易商销售收入占贸易商销售收入比例	最后一个月贸易商销售收入占主营业务收入比例
2025 年	51,781.77	5,276.01	445.52	8.44%	0.86%
2024 年	43,793.54	4,925.60	570.55	11.58%	1.30%
2023 年	42,494.97	3,721.99	409.02	10.99%	0.96%
2022 年	35,876.98	2,422.38	258.31	10.66%	0.72%

从表中数据看,报告期各期,公司最后一个月向贸易商销售收入占当期向贸易商销售收入比例以及占主营业务收入比例都较低,不存在公司向贸易商年底压货突击销售的情况。

我们通过对主要贸易商走访,了解各期末是否存在向其压货、突击销售的情况,以及是否实现向终端销售等。经核查,我们确认公司不存在期末对贸易商压货、提前确认收入的情况,部分贸易商客户期末存在极少量库存,大部分贸易商客户期末没有库存,几乎都实现了对外销售。

5. 说明向客户 B 销售模式由通过贸易商销售变更为直销的背景、原因及商业合理性;对比销售模式变更前后的合同条款约定、货物流转、资金流转、收入确认时点及具体依据差异情况,论证 2023 年 5 月前向贸易商销售是否为买断式销售,收入确认时点是否准确;公司是否存在其他直销客户与贸易商终端客户重叠的情形,如是,说明具体情况、重叠原因及合理性

(1)说明向客户 B 销售模式由通过贸易商销售变更为直销的背景、原因及商业合理性

中山市卓丽优电子材料有限公司(以下简称“中山卓丽优”)是一家主要从

事电子五金件、化工辅料类(密封胶、防水胶、底涂剂、清洗剂、润滑脂、干膜涂层)产品的代理销售和服务的贸易商。中山卓丽优是客户 B 的供应商,早在 2017 年前后,客户 B 让其在国内市场上寻找一款符合其特定要求的某型胶产品。中山卓丽优在国内市场上找到公司为其开发该型胶产品。经过一段时间的研发和试验,公司成功开发出该型胶产品,并通过中山卓丽优向客户 B 供货,中山卓丽优成为公司贸易商。

随着中国新能源汽车渗透率的提高,客户 B 汽车的销量也跟着快速增长。为了跟上下游行业发展趋势,公司也积极努力进入客户 B 的供应链体系,拓展其他产品线的销售。公司取得客户 B 供应商代码后,客户 B 要求公司通过中山卓丽优供货的该型胶产品也和其他产品一样,直接给客户 B 供货,不再通过贸易商销售。自 2023 年 5 月起,公司不再通过中山卓丽优向客户 B 销售该型胶产品,改由公司直接向客户 B 销售。

鉴于前述背景原因,公司向客户 B 的销售模式由贸易商变更为直销,具有商业合理性。

(2)对比销售模式变更前后的合同条款约定、货物流转、资金流转、收入确认时点及具体依据差异情况,论证 2023 年 5 月前向贸易商销售是否为买断式销售,收入确认时点是否准确

1)客户 B 在销售模式变更前后的合同条款约定、货物流转、资金流转和收入确认时点具体情况如下:

项目	销售模式变更前	销售模式变更后
销售合同签订主体(甲方)	中山市卓丽优电子材料有限公司	客户 B
合同条款约定	1、质量要求:以双方签订的《产品技术规范》为准,乙方提供质保书; 2、退换货:甲方若发现乙方所供货物有质量问题,须在收货后以书面形式向乙方提出异议,经确认属质量问题,乙方负责货物无偿调换或退货,并承担合理损失; 3、交付方式:货物运送至甲方工厂或指定地点	1、质量要求:供方有义务按汽车行业的要求建立 IATF16949 或 ISO9001 质量管理体系,并且维持这个体系的零缺陷目标和不断地改进服务。供方在批量供货前必须通过 IATF16949 或 ISO9001 质量管理体系的认证。因供方原因导致的品质问题,供方保证对其供应产品承担所有责任,不得以需方已验收通过、已使用、已付款等为由主张免责。 2、物流:除非另有约定,本通则下的交易采用寄售模式。供方依据需方提供的交货通知单,将货物运送至寄售仓,由需方代为保管,需方根据其生产需求从中领用。货物在寄售仓保管期间,其所有权仍归供方所有。 3、产品交付:针对采取寄售模式交付的产品,采购订单上的产品数量是一定时期内需方预计使用产品的总数量,双方最终的交易数量以需方实际投入生产的产品数量为准,对于已通过需方验收入库但未由需方实际投入生产的产品,需方不承担购买的责任;针对非寄售模式交付的产品,双方最终的交易数量以需方实际验收入库的数量为准。 4、保管:供方发到需方的产品,自到达需方指定的接收地点或仓库,完成货物交接后起,需方负责产品的保管;需方或需方委托的第三

		方签字或盖章确认的送货清单只作为供方产品到货的凭据。 5、退货：因供方原因导致的所有退货、退库，供方应在接到需方通知后一周内办理寄售仓退库，逾期不办理退库的，视为供方同意该批货物存在质量问题且放弃异议处理，需方有权按废弃物资处理，供方无条件认可需方的索赔手续。供方在办理退库时，应提供加盖供方公章的授权书、提货人身份证复印件等书面资料，并遵守需方管理规定，否则寄售仓有权拒绝办理退库。
货物流转	公司安排物流，从公司仓库直接运送至甲方指定的客户 B 的仓库	公司安排物流，从公司仓库直接送至客户 B 的仓库
资金流转	中山卓丽优电汇	客户 B 开具的债权凭证
收入确认时点	取得该公司签收单为确认时点	取得客户 B 产品领用对账单为确认时点

2) 论证 2023 年 5 月前向贸易商销售是否为买断式销售，收入确认时点是否准确

公司 2023 年 5 月前向中山卓丽优的销售以取得该公司签字确认的签收单作为收入确认时点，产品的控制权自签收时转移，结合企业会计准则有关控制权转移的规定具体分析如下：

企业会计准则 关于“控制权转移”的规定	向该贸易商销售的具体情况	是否符合 控制权转移规定
企业就该商品享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务	公司对中山卓丽优的销售为款到发货，产品签收前公司有权利收讫全部的合同对价。	符合
企业已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权	销售合同未明确约定商品所有权转移的时点，但在实际业务中货物送达指定地点，经客户点验数量和外观并在签收单上签字确认后转移控制权。	符合
企业已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品	公司产品交付客户后，由客户自行负责仓储和管理，公司不再对产品享有占有、实物管理等权力。	符合
企业已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬	销售合同未明确约定所有权转移的节点，但在实际业务过程中货物毁损、灭失的风险，在货物交付到客户之前由公司承担，交付之后由客户承担；同时，产品交付后，相应的产品减值风险以及商品价值增值或通过使用商品等产生的经济利益也随之转移。	符合
客户已接受该商品	公司产品送抵客户指定仓库签收后，即表明客户已接受了该产品，客户只有在发现公司所供货物有质量问题，须在收货后以书面形式向公司提出异议，经确认属质量问题，公司负责货物无偿调换或退货，并承担合理损失，除质量问题外，公司产品销售一般情况下不予退换货。	符合

综上所述，根据企业会计准则的规定，公司在 2023 年 5 月前向中山卓丽优的销售在取得客户签收单时商品控制权已发生转移，系买断式销售，收入确认时点准确。

(3)公司是否存在其他直销客户与贸易商终端客户重叠的情形，如是，说明具体情况、重叠原因及合理性

我们通过对公司销售人员的访谈了解，对主要贸易商的走访了解，核对销售收入大表客户名单等方式，确认公司是否存在直销客户与贸易商终端客户有重叠的情况。经核查，绝大部分直销客户与贸易商终端客户不存在重叠的情况，仅有极个别重叠的情况，具体如下：

序号	重叠客户名称	重叠原因
1	客户 B	终端客户采购政策发生变化，后期不再通过贸易商采购，导致终端客户重叠。
2	保定中科宇能新能源技术研究开发有限公司、威县中科宇能科技有限公司、湖南中科宇能科技有限公司、白银中科宇能科技有限公司	终端客户付款周期较长，为了降低风险，公司与终端客户协商，由其指定贸易商采购，改善付款周期；同时公司保留部分产品直供，导致终端客户重叠。
3	连云港中复连众复合材料集团有限公司	终端客户开辟新项目，指定贸易商打包采购，导致部分产品既向终端客户销售又向贸易商销售的情况。
4	无锡卡炜化工科技有限公司	由于公司产品属于辅助材料，采购金额小且频次少，终端客户指定后续由贸易商统一采购。
5	蔚来汽车	贸易商经营多种产品，公司和贸易商分别向主机厂供应不同产品，同时公司亦向贸易商销售产品，导致终端客户重叠的情况。
6	客户 K	贸易商经营多种产品，公司和贸易商分别向主机厂供应不同产品，同时公司亦向贸易商销售产品，导致终端客户重叠的情况。
7	上海艾郎科技贸易有限公司	终端客户部分境外项目原因，指定与其合作出口业务的贸易商从公司采购，后期改由终端客户自身采购，导致终端客户重叠。

除了表中明确的重叠名单外，公司直销客户数量众多，贸易商客户有网店或者其他客户较为分散的情况，无法确认具体是否有重叠客户的情况；还有部分贸易商客户基于其商业秘密的考虑，不予确认是否有重叠客户的情况。综上，公司直销客户与贸易商终端客户绝大多数不存在重叠的情况，仅有少量个别重叠，且销售收入占比较小。

6. 结合公司在三种类型主要客户的供货份额、与客户同类供应商相比的竞争优势、框架协议签订情况、老客户复购率、在手订单、期后合作情况等，说明公司与主要客户的合作是否稳定、是否存在被竞争对手替代风险

(1)公司在三种类型主要客户的供货份额

公司在三种类型主要客户的供货份额参见本说明“二、关于客户稳定性及收入确认合规性”之“(一)不同类型客户交易情况及合作稳定性”之“2. 按照客户

类型(贸易商、生产商、贴牌客户)列示报告期营业收入具体构成,并列示各类型前十大客户具体情况,包括合作背景、合作年限、资信情况(成立时间、注册地、注册及实缴资本、人员规模及业务规模)、销售产品、销售金额及占比、毛利率、公司销售金额占其业务规模的比例,解释上述主要客户销售金额变动原因”相关内容。

(2) 公司与客户同类供应商相比的竞争优势

目前,胶粘剂行业仍旧由外资巨头占据主导地位。由于外资企业在规模、产品和服务等方面具备优势,产品结构较国内企业也更全面,其产品主要集中在市场和技术含量较高的高性能胶粘剂。国内胶粘剂行业企业众多,但行业集中度较低,中低端市场竞争充分。近年来,随着国内龙头企业整体研发能力和生产能力的不断提升,已逐步实现在部分细分领域形成一定的竞争优势。

公司作为一家专业从事密封、粘接、阻尼和降噪等功能性材料研发、生产和销售的国家级专精特新重点“小巨人”企业,自成立以来一直专注于丁基胶这一细分领域,其核心团队已深耕该领域超过二十年。伴随着下游应用场景的持续拓宽及客户需求的不断变化,公司及其研发团队也在持续推进新产品的研发和工艺技术的革新。历经多年发展与积淀,公司目前已逐步形成了突出的产品研发能力,并具备了先进的生产工艺和较为成熟完善的生产管理体系。经过不断的努力与创新,公司现已成功跻身全球丁基胶细分领域,成为该领域内具有显著市场竞争力的专业制造商之一。公司与客户同类供应商相比的竞争优势主要表现在以下方面:

1) 相比于国外企业具有供应及时性、稳定性和服务优势

国外企业的供应涉及复杂的国际物流,容易受到国际政治经济形势、贸易壁垒等因素的影响,导致供应周期较长,缺乏稳定性。相比之下,公司能够更好地控制供应的及时性和稳定性,为客户提供更可靠的产品供应保障。同时,及时、稳定的供应,客户可以适当减少备货量,降低仓储成本和资金占用成本。在相同的文化、语言和商业习惯背景下,公司可以更好地理解客户需求,提供更符合客户需求的产品和服务。同时,便捷的沟通意味着更快的响应速度,公司无论是售前咨询、技术支持还是售后问题处理上,能够更快地做出反应,提供更优质的服务。便捷高效的服务可以提升客户满意度。

2) 深厚的技术研发实力和卓越的产品性能

公司自成立以来便长期专注于丁基胶这一细分领域，核心团队已深耕该领域超过二十年，在此期间，公司始终将研发与创新置于企业发展的核心地位。经过多年发展积淀，公司已构建起完善的研发组织管理体系，组建了一支专业性强且运作高效的研发团队，专注于胶粘剂及其他密封、粘接、阻尼、降噪等功能性材料领域的技术与产品开发。与此同时，公司还持续深化与东华大学等高校的产学研协同创新机制，共同开展前沿技术探索与基础应用研究，以此夯实企业长期发展的技术根基。

凭借在丁基胶领域积累的核心技术与丰富经验，公司逐步取得了一系列具备行业影响力的技术成果。例如，在公司承担的“松江区产业化关键或共性技术研究项目-高性能热熔阻尼片关键技术与产业化”项目中，相关技术经中国科学院上海科技查新咨询中心认定，综合技术达到国内领先水平；在耐超高温密封胶领域，其制备技术亦获评具有国际先进水平，相关产品具备低气味、耐 427℃ 高温以及优异的密封与清除性能。

面对下游应用场景的持续拓展与客户需求的日益多元化，公司始终以技术创新驱动产品升级，通过持续推进新产品研发与工艺技术革新，构建起显著的产品性能优势。历经多年技术沉淀，公司已形成先进的制造工艺与成熟的生产管理体系，并掌握多项核心技术，成功将其转化为产品竞争力，使部分产品的关键性能指标与功能实现达到甚至超越国外先进企业同类产品的水平。

以公司核心产品之一的车身密封条用不干胶系列产品为例，其主要应用于汽车车门、行李箱等关键部位，起到防水密封的功能。其中的 KJ-698 型号作为一款高性能环境友好型柔性密封胶，成功解决了行业内因温度敏感导致的注胶高度波动的长期难题，有效避免了由此引发的漏水、溢胶、干涸粉化及高温流淌等常见质量缺陷。该产品具备终生不固化、耐高低温（高温不流淌、低温不开裂）的稳定特性，同时兼顾低气味、低 VOC 的环保要求。关键性能指标显示，其固含量（≥99%）与抗下垂性能（93℃ 不垂流）已达到与 Bostik 等国际领先品牌同等水平，而其在 90℃*500 小时保持柔韧性的老化测试表现，则充分验证了其可靠性，结合本地化服务的快速响应优势，形成了显著的竞争优势。

再如公司生产的真空袋密封胶带系列产品，该系列是公司在航空航天及风电等领域面向客户推出的核心产品之一，主要应用于风力发电叶片、游艇舱体、飞机机身部件等大型复合材料构件的真空灌注成型工艺。该产品用于真空袋与真空

袋之间，或真空袋与复合模具之间的粘结与密封，其密封质量直接关系到真空环境的密闭性，进而影响最终产品的成型质量。该系列中的 KJ-662B 型号产品是专为航空航天领域高温真空灌注成型工艺所研发的一款耐高温密封胶带。通过公司先进的工艺技术，该产品对各类真空袋及模具表面均表现出优异的粘附性与密封性能。在固化周期内，该胶带能够保持持续可靠的密封效果；固化结束后，又可轻松从模具表面剥离且无残留。与 Airtech 等国际领先品牌的同类产品相比(产品型号 AT-200Y，耐温等级 204℃)，该产品在耐温性能方面表现更为出色(耐温等级 230℃)，同时兼具成本优势，从而为客户提供了性能可靠、供应稳定且综合成本更优的解决方案。

3) 基于跨材料、跨功能的多元化产品布局，可为客户提供一站式、综合性的解决方案

公司以深耕多年的丁基胶技术为基石，通过持续的技术迭代与跨材料体系突破，成功将研发与制造能力横向拓展至硅酮胶、聚氨酯胶、环氧胶等多种高分子材料体系，形成了覆盖密封、粘接、阻尼、降噪、防霉、阻燃及结构增强等多功能需求的产品矩阵。这一由技术驱动的产品布局，使公司能够深度渗透汽车、建筑、航空航天、风电、通信、电力、家居装饰、制冷、电子电器及光伏新能源等多个行业领域。

基于跨材料、跨功能的多元化产品布局，公司可为客户提供一站式、综合性的解决方案，满足其多样化、集成化的需求，显著提升了客户粘性和单客户价值。同时，不同产品线可在研发、生产和市场渠道等方面构建起强大的跨领域协同效应，进而增强公司整体抗风险能力和市场机遇捕捉能力。

综上所述，公司凭借供应及时性、稳定性优势和服务优势、深厚的技术研发实力和卓越的产品性能、多元化产品布局，提升客户满意度和忠诚度，增强客户粘性，提升了市场份额和影响力，为产品竞争构筑了坚实的壁垒。

(3) 框架协议签订情况

2022 至 2025 度，各年前十大终端用户框架协议签订情况如下：

序号	客户名称	是否签订框架协议
1	兴宇汽车零部件股份有限公司	是
2	东莞市华荣通信技术有限公司	是
3	浙江仙通橡塑股份有限公司	是

4	瀚德(中国)汽车密封系统有限公司铁岭分公司	是
5	瀚德(太仓)密封系统有限公司	是
6	客户 A	外销邮件订单
7	建新赵氏科技股份有限公司	是
8	深圳市中兴康讯电子有限公司	是
9	南通艾郎风电科技发展有限公司	是
10	客户 C	是
11	UK Industrial Tapes Limited	外销邮件订单
12	客户 G	是
13	江苏晶雪节能科技股份有限公司	是
14	MAGE Roof & Building Components GMBH	外销邮件订单
15	福州福光橡塑有限公司	是
16	Suzlon Energy Limited	外销邮件订单

注：上述客户未按同一控制下口径合并

2022 至 2025 年度，各年前十大贴牌客户框架协议签订情况如下：

序号	客户名称	是否签订框架协议
1	福建三棵树建筑材料有限公司	是
2	客户 D	是
3	上海众盛胶粘剂有限公司	否
4	客户 F	是
5	客户 J	外销邮件订单
6	朗诚流体技术（上海）有限公司	否
7	Must Have Ideas Ltd	外销邮件订单
8	广州信强汽车配件有限公司	是
9	客户 I	外销邮件订单
10	上海金诺化工有限公司	是
11	南京昱阳新材料技术有限公司	否
12	深圳市慕雅居贸易有限公司	是
13	虹之网信息科技有限公司	是
14	上海瑞富国际贸易有限公司	否
15	东方雨虹民用建材有限责任公司	是
16	天津意馨昌进出口贸易有限公司	否
17	杭州馨卉企业管理有限公司	是

18	客户 E	否
----	------	---

注：上述客户未按同一控制下口径合并

2022 至 2025 年度，各年前十大贸易商客户框架协议签订情况如下：

序号	客户名称	是否签订框架协议
1	清河县蓝洋贸易有限公司	否
2	宁波华艺进出口有限公司	否
3	ATCO ENGINEER PVT.LTD.	外销邮件订单
4	上海德联化工有限公司	否
5	Adhesivos Técnicos y Troquelados, S.L.	外销邮件订单
6	房屋医生（上海）环保科技有限公司	否
7	乾大新材料有限公司	否
8	保定市宏腾科技有限公司	是
9	上海宥迪实业发展有限公司	否
10	上海惊富建筑材料有限公司	是
11	Neotech Composite Co.,ltd	外销邮件订单
12	上海铂瀚商贸有限公司	否
13	昆山玉寰包装材料有限公司	是
14	泰州市宏腾科技有限公司	否
15	南阳毅联自动化设备有限公司	否
16	义乌市百利达胶粘制品有限公司	否
17	苏州富合创兴汽车科技有限公司	否
18	安庆名柚贸易有限公司	是
19	Premier Plastics Inc.	外销邮件订单
20	武汉科恩道沃科技有限公司	否
21	上海景营物资有限公司	否
22	义乌亿之欢贸易有限公司	否
23	上海腾豫实业有限公司	否
24	浙江恒亿达复合材料有限公司	否
25	LLC LEGAL-IMPORT	是
26	CSA - SOCIETA' A RESPONSABILITA' LI	外销邮件订单
27	成都瑞佳特贸易有限公司	否
28	中山市卓丽优电子材料有限公司	是
29	河北腾转建材销售有限公司	否

注：上述客户未按同一控制下口径合并

由上可知，公司主要终端用户除外销客户采用邮件发送订单外，均已签订框架协议；业务规模较大的主要内销贴牌客户也签订了框架协议；贸易商客户因为一般来说相对规模较小、向公司采购金额较小，因此签订框架协议的比例较低。

(4) 老客户复购率

2022 至 2025 年度，公司来自于老客户和新客户的主营业务收入情况如下所示：

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
老客户	50,047.02	96.65%	42,327.22	96.65%	39,826.94	93.72%	33,952.23	94.64%
新客户	1,734.75	3.35%	1,466.32	3.35%	2,668.03	6.28%	1,924.75	5.36%
合计	51,781.77	100.00%	43,793.54	100.00%	42,494.97	100.00%	35,876.98	100.00%

注：某年度老客户是指某年初即已成为公司客户的客户，例 2025 年度老客户是指 2024 年底之前已成为公司客户的客户

如上所示，2022 至 2025 年度年公司来自于老客户的收入占比均较高，公司的老客户复购率较高。

(5) 在手订单及期后合作情况

公司在手订单情况详见本说明“一、关于业绩增长可持续性 & 授权经销商合作稳定性”之“(六) 列示各期及期后新增订单金额及变动率、期末在手订单变动情况，结合行业景气度、下游市场需求、在手订单、期后业绩、2025 年业绩预测等，说明公司自产产品业绩是否继续下滑，公司经营业绩是否稳定、可持续，是否存在期后业绩大幅下滑风险”相关内容。

公司与主要客户期后仍然保持稳定合作关系，2026 年初与瀚德(中国)汽车密封系统有限公司铁岭分公司、瀚德(贵阳)汽车密封系统有限公司、瀚德(太仓)密封系统有限公司签订了 2026 年框架协议，与福建三棵树建筑材料有限公司签订了 2026 年度采购合同。上述合同的顺利签署，充分体现了核心客户对公司主要产品质量及供应稳定性的高度认可，双方合作具备较强的延续性。

(6) 公司与主要客户的合作是否稳定、是否存在被竞争对手替代风险

如上所述，公司凭借供应及时性、稳定性优势和服务优势、深厚的技术研发实力和卓越的产品性能、多元化产品布局方面的优势，与主要客户建立了长期稳定的合作关系，在主要客户的同类产品的供货份额较高。公司下游客户需求旺盛，在供货稳定的情况下订单获取具有可持续性。公司与主要客户的合作具有稳定性，被竞争对手替代风险相对较低。

(二)不同销售模式收入确认合规性

1. 补充披露不同销售模式(寄售/非寄售, 不同外销模式 CIF/FOB/EXW, 不同线上平台)所售产品类型、收入金额及占比, 收入确认的具体依据, 客户下单至收入确认的一般周期, 分析说明不同模式下收入确认时点是否均已满足控制权转移条件, 相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定; 说明是否存在未取得客户验收或签收单据提前确认收入、收入确认单据存在瑕疵的情形及金额占比

(1)不同销售模式(寄售/非寄售，不同外销模式 CIF/FOB/EXW 等，不同线上平台)所售产品类型、收入金额及占比

项目		主要销售产品类别	2025 年度		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
			营业收入	占比	营业收入	占比	营业收入	占比	营业收入	占比
内销	寄售	丁基胶、水性涂料和其他胶类产品	7,285.18	14.06%	6,068.57	13.85%	4,678.52	11.01%	2,633.14	7.34%
	非寄售	丁基胶、水性涂料和其他胶类产品、家装密封产品、硅酮胶	39,575.99	76.36%	32,369.97	73.89%	32,676.01	76.88%	30,044.05	83.74%
	小计		46,861.17	90.43%	38,438.54	87.74%	37,354.53	87.88%	32,677.19	91.08%
外销	FOB	丁基胶、家装密封产品和其他胶类产品	2,859.00	5.52%	4,120.36	9.40%	2,539.70	5.98%	1,752.60	4.88%
	CIF		1,712.42	3.31%	826.06	1.89%	2,416.22	5.68%	922.91	2.57%
	EXW		247.27	0.39%	337.50	0.77%	88.97	0.21%	142.04	0.40%
	CFR		94.76	0.18%	69.80	0.16%	21.74	0.05%	64.90	0.18%
	DAP		33.34	0.06%	17.99	0.04%	42.02	0.10%	148.16	0.41%
	FCA								162.23	0.45%
	CNF						26.67	0.06%		
	DDP								3.41	0.01%
	C&F								2.57	0.01%
	DDU		52.58	0.10%	0.49	0.00%	10.98	0.03%		
	其他						4.28	0.01%	2.95	0.01%
	小计		4,958.83	9.57%	5,372.20	12.26%	5,150.58	12.12%	3,201.77	8.92%

合计	51,819.99	100.00%	43,810.74	100.00%	42,505.11	100.00%	35,878.96	100.00%
----	-----------	---------	-----------	---------	-----------	---------	-----------	---------

注：外销中的“其他”系新产品开模费等无需报关的收入

报告期内，公司主要线上平台销售收入及占比如下：

平台	2025 年度		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	营业收入	占比	营业收入	占比	营业收入	占比	营业收入	占比
1688	270.04	37.27%	116.45	22.45%	67.93	22.42%	25.23	11.90%
阿里巴巴国际站	176.49	24.36%	170.37	32.85%	38.21	12.61%	0.07	0.03%
淘宝	148.32	20.47%	91.81	17.70%	143.46	47.35%	44.44	20.96%
天猫	128.92	17.80%	139.84	26.96%	43.36	14.31%	117.66	55.49%
抖音	0.71	0.10%	0.23	0.04%	10.00	3.30%	24.65	11.63%
合计	724.48	100.00%	518.70	100.00%	302.97	100.00%	212.05	100.00%

(2)收入确认的具体依据，客户下单至收入确认的一般周期，不同模式下收入确认时点是否均已满足控制权转移条件，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定

报告期内，虽然客户群体有所差异，但公司与客户的销售业务模式均为直接面向客户销售，收入确认依据、时点、客户下单至收入确认的一般周期如下：

分类		收入确认原则	收入确认时点	是否满足控制权转移条件	收入确认依据	客户下单至收入确认的一般周期
内销	寄售	公司根据客户订单发货至客户仓库，每月末根据客户实际使用产品的数量，经双方核对无误后确认为当期应结算产品销售收入。客户从其仓库领出使用公司相关产品，并取得客户确认无误的当期产品领用清单可视为相关控制权转移，且与交易相关的经济利益很可能流入公司，确认收入的实现	取得客户产品领用对账单为确认时点	是	产品领用对账单	寄售模式下，客户在统计当月使用或验收数量后于次月初向公司出具产品领用对账单，订单完成周期为 60 天左右
	非寄售	公司根据客户订单发货，产品出货时开具产品出库单，购货方收货后签署签收单据。公司相关产品已交货并取得对方签收单即可视作客户取得相关产品控制权，且与交易相关的经济利益很可能流入公司，确认收入的实现	取得客户签收单为确认时点	是	签收单	非寄售客户的订单完成周期为 30 天左右
外销	CIF/FOB/CFR/CNF	公司已根据合同约定将产品装船离岸、完成报关手续并取得报关单和提单，且产品销售收入金额能可靠计量，已经收回货款或取得了收款权利且相关经济利益很可能流入	出口货物完成海关报关程序，公司取得报关单、货运提单为确认时点	是	出口报关单、提单	境外销售由于运输、报关、装船的原因，通常情况下周期为 1-3 个月

	EXW/DAP/DDU	公司将产品交给客户或其委托的提货人并经签收确认，且产品销售收入金额能可靠计量，已经收回货款或取得了收款凭证且相关经济利益很可能流入	取得客户签收单为确认时点	是	签收单	
--	-------------	---	--------------	---	-----	--

对于商品销售内销业务，非寄售情况下，根据销售合同及订单中关于产品控制权转移时间点的相关约定，公司将货物送至指定地点后，由货物接收方在销售送货单上签字确认。经签收后，相关产品实物已转移至接收方，接收方已拥有了该商品的法定所有权，并已取得产品所有权上的主要风险和报酬。因此，当产品签收时客户已取得商品控制权，公司将产品经客户签收时点作为收入确认时点、签字确认的签收单作为收入确认依据具有合理性，符合《企业会计准则》的规定。

对于商品销售外销业务，根据约定的不同的贸易方式，CIF、FOB、CNF/CFR/C&F、FCA 模式下，当货物在装运港越过船舷时卖方即完成交货，之后货物发生的损毁及灭失的风险由买方承担；因此，公司取得产品的报关单及提单时，客户已取得产品控制权，公司将取得出口报关单据、货运提单时点作为收入确认时点，将报关单、提单作为收入确认依据具有合理性，符合《企业会计准则》规定。EXW、DAP、DDU、DDP 模式下，卖方在所在地或指定地点将货物交由买方或其委托的提货人即完成交货，因此公司将取得客户签收单的时点作为收入确认时点，将签收单作为收入确认依据具有合理性，符合《企业会计准则》的规定。

(3)说明是否存在未取得客户验收或签收单据提前确认收入、收入确认单据存在瑕疵的情形及金额占比

经自查，报告期内，公司不存在未取得客户验收或签收单据提前确认收入的情形，收入确认单据存在瑕疵的情形主要为客户未签署日期。收入确认单据存在瑕疵的具体金额及占营业收入的比例如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
瑕疵签收单金额	56.96	100.86	80.64	125.22
营业收入	51,819.99	43,810.74	42,505.11	35,878.96
占营业收入的比例	0.11%	0.23%	0.19%	0.35%

报告期各期，存在瑕疵的签收单金额占比分别为 0.35%、0.19%、0.23%和 0.11%，整体呈现下降趋势。收入确认单据缺少签收日期主要系部分客户仓库人员的业务习惯，签字后未注明日期，公司通过与客户的对账记录、发票开具情况及与物流公司的物流结算记录确认上述销售收入的准确性及真实性。

2. 说明寄售模式下公司与客户的对账方式、对账周期，存货仓储分布情况、

盘点的具体方法、是否进行实地盘点，寄售相关内控措施及执行情况；说明报告期内寄售模式下销售金额和发出商品与运输费用、发货单据等是否匹配，寄售模式下存货相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定

(1) 寄售模式下公司与客户的对账方式、对账周期，存货仓储分布情况、盘点的具体方法、是否进行实地盘点，寄售相关内控措施及执行情况

报告期内，公司寄售模式下主要客户包括客户 B、东莞市华荣通信技术有限公司、瀚德(中国)汽车密封系统有限公司、中材科技风电叶片股份有限公司等，与主要寄售客户的对账方式及对账周期如下：

主要客户名称	对账方式	对账周期
客户 B	供应链系统对账	每月
东莞市华荣通信技术有限公司	邮件	每月
瀚德(中国)汽车密封系统有限公司	邮件	每月
中材科技风电叶片股份有限公司	供应链系统对账	每月

寄售模式下，公司与主要客户通过邮件、客户的供应链系统进行对账，寄售模式主要客户的对账方式、对账周期、对账时间较为固定。客户通过供应链系统下发采购订单或计划，公司根据采购订单或计划安排生产和发货计划。主要客户的供应链系统能够更新仓库货物的收入、发出和结存数量，公司拥有系统登录权限，可以查看系统相关信息，并及时安排调配货物以满足客户的日常生产需求。

主要存货仓储分布情况如下：

客户名称	第三方仓库或客户仓库	寄售存货仓储分布情况
客户 B	客户仓库	安徽省合肥市、广东省深圳市等地区、广西壮族自治区桂林市、河南省郑州市等地区、湖南省长沙市、江西省抚州市、山东省济南市、陕西省西安市、四川省广安市等地区
东莞市华荣通信技术有限公司	客户仓库	广东省东莞市
瀚德(中国)汽车密封系统有限公司	客户仓库	辽宁省铁岭市、江苏省太仓市、贵州省贵阳市、上海市嘉定区
中材科技风电叶片股份有限公司	客户仓库	陕西省榆林市、新疆维吾尔自治区哈密市、江苏省盐城市等地区、甘肃省酒泉市等地区、云南省玉溪市、广东省阳江市

客户每月会对公司寄售存货自行盘点，并按月通过邮件或微信的方式定期与公司核对，确认寄售库产品进销存数据的准确性。此外，公司会定期选择交易量较大和库存余额较大的重要寄售客户仓库进行实地盘点以确认寄售产品进销存的准确性。

公司针对寄售模式的库存管理建立了相关内控制度并有效执行，具体情况如

下:

具体内控流程	相关内控措施
客户档案管理	新增客户时,由销售部将其资料包括客户名称、联系方式、注册地址、办公地址等信息录入进行保存
价格管理	公司通过招投标或者协商方式最终确定产品售价,确定价格后按价格在合同期内执行
合同管理	部分主要客户与公司商谈合同定价、结算条款,双方意见达成一致后,签订采购框架合同
销售订单管理	不同客户采用的订单形式不同,客户存在供应链系统的通过系统下发销售订单;客户不存在供应链系统的通过书面、邮件等形式下发订单式合同。
出库管理	①根据供应链系统和客户指令下推出库单,由成品库出库至对应寄售库,安排司机送货,取得客户签收单;②公司每月根据客户使用情况,在 ERP 中下推寄售出库单;③财务部会计每周或每月根据寄售出库单开具发票并结转收入
发票管理	财务部核对开票信息并开具增值税专用发票后,冲回暂估应收并生成应收(开票)。
收款管理	出纳根据每日查询网银系统,将收款/收到承兑信息录入系统收款单,总账会计核对收款单并审核,根据审核后的收款单生成记账凭证。
寄售库存管理	由财务人员与销售人员定期对寄售存货进行盘点,对于盘点数量与账面数量存在差异的存货寻找原因并进行调整。

(2)报告期内寄售模式下销售金额和发出商品与运输费用、发货单据等是否匹配,寄售模式下存货相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定

1)报告期内寄售模式下销售金额和发出商品与运输费用的具体情况如下:

项目	2025 年度/年末	2024 年度/年末	2023 年度/年末	2022 年度/年末
寄售营业收入	7,285.18	6,068.57	4,678.52	2,633.14
期末发出商品金额	262.24	246.11	384.60	308.10
寄售运输费用	155.14	95.98	69.21	84.61
发出商品发生额[注]	5,638.91	4,418.95	3,380.00	1,821.53
运输费用占发出商品发生额的比例	2.75%	2.17%	2.05%	4.64%

[注]发出商品发生额=发出商品期末余额-发出商品期初余额+寄售营业成本

由上表可知,寄售模式下,随着销售金额的增加,发出商品与运输费用也逐年增加。2022 年度运输费用比例偏高,主要受全球公共卫生事件影响,物流受阻,货车供不应求,运输价格有所上涨。2023-2025 年度,运输费用占发出商品发生额的比例较为稳定。

寄售模式下,公司客服部根据客户需求下达发货通知单,仓库根据发货通知单安排发货并生成销售出库单,货物运输完成后,客服部人员及时取得物流单据和签收后的销售出库单并上传到 ERP 销售签收模块。

综上所述,报告期内公司寄售模式下销售金额和发出商品与运输费用、发货单据等相匹配。

2) 寄售模式下存货相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定

寄售模式下，在客户自领用产品前，客户既无现时付款义务也未拥有产品的法定所有权，公司对寄售产品拥有控制权，并拥有产品所有权上的主要风险和报酬，因此寄售产品的法定所有权仍归属于公司；在客户自领用产品后，公司开始享有收款权利(即客户负有现时付款义务)，产品法定所有权转移给客户，公司不再对寄售产品拥有所有权，客户取得产品所有权上的主要风险和报酬，客户实物占有产品并通过使用该产品实质上享有相关产生的经济利益，此时控制权发生转移。

寄售模式下，商品在发出时法定所有权未转移，客户尚未取得实际控制权，此时公司按成本价借记“发出商品”科目，报表列示为存货，贷记“库存商品”科目；待客户实际领用且无质量问题，双方完成交易对账后确认收入并结转营业成本。

综上，公司对寄售模式下存货的处理方式符合《企业会计准则第 1 号——存货》关于存货转移的规定。

3. 结合贸易业务销售合同及对应的采购合同约定的权利与义务，购销业务实际开展流程以及业务实质，说明公司在其中实际承担的责任、是否存在客户指定供应商情形，根据准则规定，说明采用总额法还是净额法依据是否充分，产品发往公司能否代表公司拥有产品控制权，按照物流运输方式区分会计处理方式是否准确，相关会计处理是否符合《企业会计准则》规定和行业惯例

(1) 公司开展贸易业务的具体情况

公司贸易业务按照收入确认的具体方法可分为总额法确认的贸易收入和净额法确认的贸易收入，具体金额和占比情况如下表所示：

项目	2022 年度	比例	2023 年度	比例	2024 年度	比例	2025 年度	比例
总额法	8,472.20	97.85%	9,345.38	98.15%	11,830.57	99.46%	13,226.93	99.31%
净额法	186.07	2.15%	176.00	1.85%	64.09	0.54%	91.44	0.69%
合计	8,658.27	100.00%	9,521.38	100.00%	11,894.65	100.00%	13,318.36	100.00%

公司的贸易业务收入，主要为斯塔尔水性涂料贸易业务收入，报告期各期，斯塔尔水性涂料贸易业务收入占贸易收入总额的比例分别为 70.04%、74.55%、75.48%和 81.06%。

(2) 结合贸易业务销售合同及对应的采购合同约定的权利与义务，购销业务实际开展流程以及业务实质，说明公司在其中实际承担的责任、是否存在客户指

定供应商情形

公司与贸易业务主要供应商斯塔尔签订的采购合同以及与贸易业务主要客户签订的销售水性涂料的主要销售合同列示如下：

1) 主要采购合同情况

公司与斯塔尔的法律合同包括框架协议和具体订单以及授权书。

授权书中约定了新珂复材为斯塔尔精细涂料(苏州)有限公司产品中国地区经销商，新珂复材在中国市场开发并销售的相关产品均由斯塔尔精细涂料(苏州)有限公司提供并且同时承诺提供相关产品的售后服务。

框架协议则包括了所有重要的权利义务条款，订单则具体约定了采购量和采购单价，协议中未约定终端客户管理机制、考核奖惩、区域限定、最低采购量等信息，主要原因是斯塔尔对经销商的管理较为宽松，有软性指标通常通过会议等非书面的方式进行传达。以 2024 年度框架协议为例，其中主要条款有：“甲方在需求日期前一天发订单或以邮件等书面方式通知乙方送货至甲方公司仓库，运费由乙方承担。若乙方因延迟交货造成甲方损失，则乙方按实际损失赔偿甲方。”、“签订年度采购合同后，原则上保持产品价格在本年内不变化。但若因外部因素导致产品成本变化超过 20%，或因产品本身性质和要求改变导致成本变化，双方可协商调整价格，并签订新合同。若协商不成需提前 1 个月通知对方，在本月内年度合同仍有效。”

2) 主要客户合同情况

序号	直接客户名称	类型(框架协议/合同/订单等)	货物(服务)名称	收入确认条款 (风险报酬/控制权转移等)
1	瀚德(中国)汽车密封系统有限公司	框架协议	涂料	所有权自乙方将采购标的交付甲方后转移给甲方，包含货物及相关安装服务的，货物所有权自乙方将货物运抵交付地点后转移给甲方。任何情况下标的毁损、灭失的风险，在乙方交付甲方之前由乙方承担，交付后甲方承担；含相关安装服务和验收的，直至乙方完成安装调试和通过甲方检验之前，风险由乙方承担。若为特定物，甲方自合同签订之日起享有货物所有权，但在交付之前因甲方并不实际占有且无法利用采购标的，乙方仍应承担标的物损毁和灭失的风险。
2	浙江仙通橡塑股份有限公司	框架协议	涂料	需方指定地点交货。供方保证交付的货物外包装无破损，无受潮，无明显污物，如需方有包装规范要求的，按包装规范要求执行。没有的，供方包装方式需提交至需方物流工程师批准。

3	福州福光橡塑有限公司	框架协议	根据订单	甲方仓库人员依据进货单及乙方出货单,清点交货件数,并检查外观包装及交货标签;确认无误后于进货单及出货单上签收存证
4	建新赵氏科技股份有限公司	框架协议	涂料	产品由乙方负责运输的,产品的所有权及风险在产品交付给甲方所在地或订单指定地点并将产品从车辆或其它工具卸下后转移至甲方。原材料、半成品的所有权属于甲方的,风险在原材料、半成品交付给乙方所在地并将其从车辆或其他工具卸下后转移至乙方。
5	清河县蓝洋贸易有限公司	具体订单	斯塔尔涂料	乙方按甲方要求将货送至甲方工厂,运费由乙方承担;按样品及企业标准验收,乙方负责提供质保书及检验报告;在乙方已按甲方订单要求生产完成产品的前提下,甲方单方面在未发生无不可抗力因素下取消订单,未获得乙方书面同意,甲方有义务按照不大于所取消货物合同的价值赔偿乙方。

根据合同条款相关约定和贸易业务实际情况,公司在贸易业务中权利与义务的具体分析如下:

判断标准	实际情况及分析	
	总额法贸易业务	净额法贸易业务
公司是否承担向客户转让商品的主要责任	是。公司与客户单独签署销售合同,负责在约定的时间、地点以约定的方式向客户交付商品,并负有未交付引致的违约金、罚款责任。	是。公司与客户单独签署销售合同,负责在约定的时间、地点以约定的方式向客户交付商品,并负有未交付引致的违约金、罚款责任。
公司在转让商品之前或之后是否承担了该商品的存货风险	是。通常由供应商将货物运送至公司,公司再运送至客户指定仓库。转让商品前,公司承担存货保管风险、运输风险等;转让产品后,公司对销售的产品质量问题承担赔偿责任;	否。商品的流转方式为上游供应商直发到下游客户处,产品不经过公司仓库。
公司是否有权自主决定所交易商品的价格	是。公司与客户、供应商分别签署销售、采购合同,公司可自主决定销售产品价格。	否。部分客户在销售合同上已指定商品供应商,公司不能够自主定价。

(1)针对总额法确认的贸易收入,主要为斯塔尔涂料贸易业务收入,斯塔尔涂料贸易业务收入报告期各期占贸易收入总额的比例分别为 70.04%、74.55%、75.48%和 81.06%。

由于公司为斯塔尔在中国地区的经销商,公司向斯塔尔采购水性涂料后,销售给下游的客户,下游客户向公司采购汽车密封条水性涂料也是基于公司作为斯塔尔产品的经销商的原因,因此不存在客户指定斯塔尔作为供应商的情况,而是公司借助自己本身的下游客户资源向其销售斯塔尔产品。

此外,针对总额法贸易业务,其前五大客户的收入和金额占比如下表所示,

下列客户采购的主要产品均为斯塔尔涂料：

1) 2025 年度

客户	营业收入	占贸易业务比例
瀚德(中国)汽车密封系统有限公司铁岭分公司	1,399.17	10.51%
浙江仙通橡塑股份有限公司	1,305.05	9.80%
兴宇汽车零部件股份有限公司	1,248.95	9.38%
清河县蓝洋贸易有限公司	1,076.80	8.09%
瀚德(太仓)密封系统有限公司	818.06	6.14%
合计	5,848.03	43.91%

2) 2024 年度

客户	营业收入	占贸易业务比例
浙江仙通橡塑股份有限公司	1,204.09	10.12%
兴宇汽车零部件股份有限公司	907.03	7.63%
瀚德(太仓)密封系统有限公司	900.43	7.57%
瀚德(中国)汽车密封系统有限公司铁岭分公司	839.90	7.06%
建新赵氏科技股份有限公司	642.59	5.40%
合计	4,494.04	37.78%

3) 2023 年度

客户	营业收入	占贸易业务比例
瀚德(太仓)密封系统有限公司	1,245.72	13.08%
建新赵氏科技股份有限公司	867.93	9.12%
浙江仙通橡塑股份有限公司	704.24	7.40%
瀚德(中国)汽车密封系统有限公司铁岭分公司	634.47	6.66%
福州福光橡塑有限公司	440.16	4.62%
合计	3,892.52	40.88%

4) 2022 年度

客户	营业收入	占贸易业务比例
瀚德(太仓)密封系统有限公司	1,056.79	12.21%
建新赵氏科技股份有限公司	905.93	10.46%
福州福光橡塑有限公司	748.08	8.64%
浙江仙通橡塑股份有限公司	659.83	7.62%
兴宇汽车零部件股份有限公司	400.09	4.62%
合计	3,770.72	43.55%

(2) 针对净额法确认的贸易业务收入，主要为与梯埃保温制品(上海)有限公司(以下简称梯埃保温)及上海九元石油化工有限公司(以下简称上海九元)固化剂和水溶性胶水发生的贸易业务收入，其次还有部分小金额的客户收入。

梯埃保温基本情况如下表所示：

客户名称	梯埃保温制品(上海)有限公司
经营范围	生产、加工高效保温材料，销售自产产品并提供相关的安装维修服务、技术支持和咨询；上述产品同类商品的批发和进出口，并提供相关的配套服务，机械设备的租赁。(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动)
注册资本	500 万美元
注册地	上海市浦东新区东胜路 38 号A6 厂房
成立时间	2006 年 8 月 10 日
当前股东	TICON GROUP COMPANIES LTD

梯埃保温制品(上海)有限公司为船舶保温材料领域知名厂商，该公司 2023 年中国地区销售额约 18,290 万元，主营产品为 EPS 面板和喷涂泡沫产品。

报告期内，公司向梯埃保温销售的产品为聚氨酯泡沫板原料、胶粘剂和丁基胶带。公司报告期向梯埃保温销售的聚氨酯泡沫板原料主要采购自渤德缪乐贸易(上海)有限公司(以下简称“渤德缪乐”)和万华化学(烟台)容威聚氨酯有限公司(以下简称“万华化学”)，而丁基胶带为公司自产产品。其中，对于聚氨酯泡沫材料，梯埃保温指定公司从供应商渤德缪乐和万华化学处进行采购。

上海九元石油化工有限公司基本情况如下表所示：

客户名称	上海九元石油化工有限公司
经营范围	许可项目：危险化学品经营。(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准)一般项目：货物进出口；技术进出口；石油制品销售(不含危险化学品)；电子元器件与机电组件设备销售；电子专用设备销售；电工仪器仪表销售；供应用仪器仪表销售；金属制品销售；五金产品零售；电气设备销售；化工产品销售(不含许可类化工产品)；建筑材料销售；涂料销售(不含危险化学品)；工艺美术品及礼仪用品销售(象牙及其制品除外)；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；信息咨询服务(不含许可类信息咨询服务)；咨询策划服务。(除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动)
注册资本	1000 万元
注册地	上海市金山区
成立时间	1999 年 11 月 4 日
当前股东	王立冬、陈县萍、慕锴、陈社亭、宋纪、程诗强、李浙红

报告期内，公司九元品牌固化剂和水溶性胶水贸易业务销售额(经净额法调整后)分别为 52.32 万元、41.53 万元、31.37 万元和 30.81 万元，占公司总体贸易业务收入的比例分别为 0.66%、0.44%、0.26%和 0.23%。

报告期内公司九元产品的贸易销售主要客户为江苏科达斯特恩汽车科技股份有限公司及其子公司安徽科恩汽车部件有限公司。江苏科达斯特恩汽车科技股份有限公司及安徽科恩汽车部件有限公司所采购的九元品牌固化剂和水溶性胶水均指定向上海九元石油化工有限公司采购，产品也直接从供应商上海九元石油

化工有限公司送至客户。

(3)根据准则规定，说明采用总额法还是净额法依据是否充分，产品发往公司能否代表公司拥有产品控制权，按照物流运输方式区分会计处理方式是否准确，相关会计处理是否符合《企业会计准则》规定和行业惯例

1)《企业会计准则》的规定

根据《企业会计准则第 14 号—收入》规定：企业应当根据其在向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权，来判断其从事交易时的身份是主要责任人还是代理人。企业在向客户转让商品前能够控制该商品的，该企业为主要责任人，应当按照已收或应收对价总额确认收入；否则，该企业为代理人，应当按照预期有权收取的佣金或手续费的金额确认收入，该金额应当按照已收或应收对价总额扣除应支付给其他相关方的价款后的净额，或者按照既定的佣金金额或比例等确定。

企业向客户转让商品前能够控制该商品的情形包括：

- ①企业自第三方取得商品或其他资产控制权后，再转让给客户；
- ②企业能够主导第三方代表本企业向客户提供服务；
- ③企业自第三方取得商品控制权后，通过提供重大的服务将该商品与其他商品整合成某组合产出转让给客户。

2) 总额法贸易业务及净额法贸易业务的分析

根据企业会计准则相关规定，在具体判断向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权时，企业不应仅局限于合同的法律形式，而应当综合考虑所有相关事实和情况，这些事实和情况包括：①企业承担向客户转让商品的主要责任；②企业在转让商品之前或之后承担了该商品的存货风险；③企业有权自主决定所交易商品的价格；④其他相关事实和情况。

①总额法贸易业务

公司总额法贸易业务主要为斯塔尔涂料相关业务，报告期各期，与斯塔尔的贸易收入占公司总额法贸易收入的比例分别为 71.58%、75.95%、75.88%和 81.62%。

上述斯塔尔涂料业务中，公司在向斯塔尔购买货物后，绝大部分货物均储存在公司自有仓库并由公司自主送货至下游客户，公司在转让商品之前或之后承担了商品的存货风险和主要责任。公司在分析市场因素和公司利润情况后，有权自主决定所交易商品的价格。公司自斯塔尔取得商品控制权后，部分产品会运送至

公司，并经过处理后再送货给下游客户，提供了一定的服务。

此外，斯塔尔和公司同样都会为公司销售出去的斯塔尔涂料产品提供售后服务，在及时响应客户现场对技术服务支持的需求方面，公司也提供了一定的支持服务。

因此，结合上述情况，公司是该项业务的主要责任人，而不是代理人，公司按照总额法确认收入，符合企业会计准则相关规定，会计处理准确。

②净额法贸易业务

公司净额法贸易业务主要是与梯埃保温制品(上海)有限公司的贸易交易及上海九元产品的相关业务。

上述业务中，公司未承担向该类贸易业务客户转让商品的主要责任，公司在转让商品之前或之后未承担商品的存货毁损灭失的风险及未主导商品的使用，向该类客户销售的货物由上游供应商直接送货至下游客户，货物不经过公司仓库。此外，客户在销售合同中均指定了产品的供应商，也使得公司自主决定交易商品对价的空间较小。

因此，公司在上述业务模式中属于代理人，按照净额法确认收入，符合企业会计准则相关规定，会计处理准确。

3) 产品发往公司能否代表公司拥有产品控制权

总额法贸易业务下，依照采购合同约定，供应商将商品送到公司仓库，公司签收后，从合同约定的法律形式上商品的控制权已转移至公司。从实质上看，商品签收入库后，公司能够主导该商品的使用，可以通过使用、消耗、出售等获得该商品几乎全部经济利益。因此，商品发往公司，经公司签收入库后，公司即取得了该商品的控制权。净额法贸易业务下，由于产品不经过公司仓库，公司并不承担产品毁损灭失的风险及未主导商品的使用，故未取得产品控制权。

4) 按照物流运输方式区分会计处理方式是否准确，相关会计处理是否符合《企业会计准则》规定和行业惯例

公司在判断向客户转让商品前是否已取得该商品的控制权时，综合考量了合同条款约定、业务商业实质及物流运输方式等因素。物流运输方式仅为判断贸易业务会计处理的考量方面之一，结合前述三点进行综合研判，能够更准确地反映交易实质，相关会计处理符合《企业会计准则》的规定。

经查阅可比公司硅宝科技、集泰股份、回天新材、科创新源的公开资料，均

无有关贸易业务总额法净额法的披露，故经扩大查阅至化学原料和制品制造业(C26)行业内的上市公司的公开资料，凯大催化、博汇股份和华锡有色亦存在综合考虑物流运输方式来判断控制权实质转移时点，以进一步判断适用“总额法”或“净额法”会计处理方式的情形，具体如下：

公司	披露文件	描述
凯大催化(830974.BJ)	2023 年年报问询函的回复（问询函[2024]第 012 号）	“2023 年年报审计过程中，……货物直接由供应商运输至客户端或者货物仅在公司做短暂停留便运输至客户端，虽然公司暂时性的获得商品控制权，但公司获得的商品控制权具有瞬时性、过渡性特征，为了更严谨执行新收入准则，公司对该类业务贸易收入确认方法由“总额法”更正为“净额法”更具有合理性。”
博汇股份(300839.SZ)	向特定对象发行股票的审核问询函的回复（审核函[2025]020035 号）	公司负责运输，将货物交付至客户指定地点，采用“总额法”核算。客户自行去指定地点提货，公司不负责运输，采用“净额法”核算。
华锡有色(600301.SH)	2021 年年报问询函的回复（上证公函[2022]0253 号）	实物流转：从资源方(生产厂家)转移到公司，公司再销售给下游客户，采用“总额法”核算。从资源方(生产厂家)交货给公司下游客户，采用“净额法”核算。

4. 列示 2022 年至 2024 年第四季度、12 月确认收入前十大客户名称，订单获取及签署时点，相关产品生产、发货、交付、签收及收入确认时点，期后回款情况；说明第四季度、12 月确认收入对应销售产品订单生产、发货、交付周期与其他季度和月份是否存在较大差异，是否存在销售周期明显偏短或偏长的情况，毛利率与其他季度和其他客户是否存在较大差异，解释第四季度收入占比持续提升的原因及合理性，公司收入确认时点是否准确，内外部依据是否充分，是否存在突击销售、提前确认收入的情况，是否符合《企业会计准则》规定

(1)2022 年至 2025 年第四季度、12 月确认收入前十大客户名称，订单获取及签署时点，相关产品生产、发货、交付、签收及收入确认时点

公司销售合同一般按客户需求一单一签，部分客户签署年度框架协议，日常按需求下订单发货。客户根据需求量和存储能力提前下达合同/订单，一般一个月签订一次或多次。

公司产品通常根据市场需求预测及销售经验，进行一定的备货生产，同时公司产品生产周期较短，在产能充足的情况下，公司从获取订单到发货的周期通常较短。

公司境内销售主要采用汽车运输，视客户所在地不同，物流配送一般在 1-5 天，客户在收货后即签收确认，即公司境内销售的发货至交付周期一般在 1-5 天。境外销售受报关手续、船期等情况影响，发货至交付周期相对较长，一般在 10-15 天。

2022 年至 2025 年第四季度及 12 月确认收入的前十大客户情况列示如下：

1)2025 年第四季度确认收入前十客户情况

公司	收入金额	订单获取时点	产品生产时点	产品生产发货时点	产品交付时点	产品签收时点
瀚德(中国)汽车密封系统有限公司铁岭分公司	1,108.38	2025 年 10-12 月	2025 年 10-12 月	2025 年 10-12 月	2025 年 10-12 月	2025 年 10-12 月
兴宇汽车零部件股份有限公司	765.74	2025 年 10-12 月	2025 年 10-12 月	2025 年 10-12 月	2025 年 10-12 月	2025 年 10-12 月
东莞市华荣通信技术有限公司	528.52	2025 年 10-12 月	2025 年 10-12 月	2025 年 10-12 月	2025 年 10-12 月	2025 年 10-12 月
浙江仙通橡塑股份有限公司	502.98	2025 年 10-12 月	2025 年 10-12 月	2025 年 10-12 月	2025 年 10-12 月	2025 年 10-12 月
客户 C	385.68	2025 年 10-12 月	2025 年 10-12 月	2025 年 10-12 月	2025 年 10-12 月	2025 年 10-12 月
客户 D	365.22	2025 年 9-12 月	2025 年 10-12 月	2025 年 10-12 月	2025 年 10-12 月	2025 年 10-12 月
福建三棵树建筑材料有限公司	296.03	2025 年 8-12 月	2025 年 10-12 月	2025 年 10-12 月	2025 年 10-12 月	2025 年 10-12 月
清河县蓝洋贸易有限公司	295.22	2025 年 10-12 月	2025 年 10-12 月	2025 年 10-12 月	2025 年 10-12 月	2025 年 10-12 月
重庆新欧密封件有限公司	291.89	2025 年 9-12 月	2025 年 10-12 月	2025 年 10-12 月	2025 年 10-12 月	2025 年 10-12 月
建新赵氏科技股份有限公司	239.38	2025 年 9-12 月	2025 年 10-12 月	2025 年 10-12 月	2025 年 10-12 月	2025 年 10-12 月
合计	4,779.04					

2)2025 年 12 月确认收入前十客户情况

公司	收入金额	订单获取时点	产品生产时点	产品生产发货时点	产品交付时点	产品签收时点
瀚德(中国)汽车密封系统有限	304.05	2025 年 12 月	2025 年 12 月	2025 年 12 月	2025 年 12 月	2025 年 12 月
东莞市华荣通信技术有限公司	221.87	2025 年 12 月	2025 年 12 月	2025 年 12 月	2025 年 12 月	2025 年 12 月
浙江仙通橡塑股份有限公司	203.39	2025 年 10-12 月	2025 年 10-12 月	2025 年 10-12 月	2025 年 12 月	2025 年 12 月

兴宇汽车零部件股份有限公司	160.24	2025 年 11-12 月	2025 年 11-12 月	2025 年 12 月	2025 年 12 月	2025 年 12 月
客户 C	136.08	2025 年 12 月	2025 年 12 月	2025 年 12 月	2025 年 12 月	2025 年 12 月
福建三棵树建筑材料有限公司	132.19	2025 年 12 月	2025 年 12 月	2025 年 12 月	2025 年 12 月	2025 年 12 月
UK Industrial Tapes Limited	119.22	2025 年 10-12 月	2025 年 10-12 月	2025 年 10-12 月	2025 年 12 月	2025 年 12 月
客户 D	108.45	2025 年 11-12 月	2025 年 11-12 月	2025 年 12 月	2025 年 12 月	2025 年 12 月
重庆新欧密封件有限公司	98.08	2025 年 11-12 月	2025 年 11-12 月	2025 年 12 月	2025 年 12 月	2025 年 12 月
客户 A	90.30	2025 年 11-12 月	2025 年 11-12 月	2025 年 12 月	2025 年 12 月	2025 年 12 月
合计	1,573.87					

3) 2024 年第四季度确认收入前十大客户情况

公司	收入金额	订单获取时点	产品生产时点	产品生产发货时点	产品交付时点	产品签收时点
瀚德(中国)汽车密封系统有限公司	672.75	2024 年 10-12 月	2024 年 10-12 月	2024 年 10-12 月	2024 年 10-12 月	2024 年 10-12 月
东莞市华荣通信技术有限公司	567.46	2024 年 10-12 月	2024 年 10-12 月	2024 年 10-12 月	2024 年 10-12 月	2024 年 10-12 月
Suzlon Energy Limited	465.49	2024 年 10-12 月	2024 年 10-12 月	2024 年 10-12 月	2024 年 10-12 月	2024 年 10-12 月
兴宇汽车零部件股份有限公司	464.14	2024 年 9-12 月	2024 年 9-12 月	2024 年 9-12 月	2024 年 10-12 月	2024 年 10-12 月
浙江仙通橡塑股份有限公司	423.73	2024 年 10-12 月	2024 年 10-12 月	2024 年 10-12 月	2024 年 10-12 月	2024 年 10-12 月
福州福光橡塑有限公司	244.47	2024 年 9-12 月	2024 年 9-12 月	2024 年 9-12 月	2024 年 10-12 月	2024 年 10-12 月
清河县蓝洋贸易有限公司	226.39	2024 年 10-12 月	2024 年 10-12 月	2024 年 10-12 月	2024 年 10-12 月	2024 年 10-12 月
福建三棵树建筑材料有限公司	225.15	2024 年 9-12 月	2024 年 9-12 月	2024 年 9-12 月	2024 年 10-12 月	2024 年 10-12 月
零跑汽车有限公司	191.05	2024 年 9-12 月	2024 年 9-12 月	2024 年 9-12 月	2024 年 10-12 月	2024 年 10-12 月
建新赵氏科技股份有限公司	178.96	2024 年 10-12 月	2024 年 10-12 月	2024 年 10-12 月	2024 年 10-12 月	2024 年 10-12 月
合计	3,659.59					

4) 2024 年 12 月确认收入前十客户情况

公司	收入金额	订单获取时点	产品生产时点	产品生产发货时点	产品交付时点	产品签收时点
东莞市华荣通信技术有限公司	265.35	2024 年 12 月	2024 年 12 月	2024 年 12 月	2024 年 12 月	2024 年 12 月

瀚德(中国)汽车密封系统有限公司	217.51	2024 年 12 月	2024 年 12 月	2024 年 12 月	2024 年 12 月	2024 年 12 月
兴宇汽车零部件股份有限公司	160.27	2024 年 12 月	2024 年 12 月	2024 年 12 月	2024 年 12 月	2024 年 12 月
Suzlon Energy Limited	134.65	2024 年 12 月	2024 年 12 月	2024 年 12 月	2024 年 12 月	2024 年 12 月
浙江仙通橡塑股份有限公司	128.45	2024 年 12 月	2024 年 12 月	2024 年 12 月	2024 年 12 月	2024 年 12 月
UK Industrial Tapes Limited	96.35	2024 年 11-12 月	2024 年 11-12 月	2024 年 11-12 月	2024 年 12 月	2024 年 12 月
清河县蓝洋贸易有限公司	85.14	2024 年 12 月	2024 年 12 月	2024 年 12 月	2024 年 12 月	2024 年 12 月
义乌市集旭进出口有限公司	79.69	2024 年 12 月	2024 年 12 月	2024 年 12 月	2024 年 12 月	2024 年 12 月
河北世翔密封件有限公司	76.90	2024 年 11-12 月	2024 年 11-12 月	2024 年 11-12 月	2024 年 12 月	2024 年 12 月
福州福光橡塑有限公司	69.37	2024 年 11-12 月	2024 年 11-12 月	2024 年 11-12 月	2024 年 12 月	2024 年 12 月
合计	1,313.69					

5) 2023 年第四季度确认收入前十客户情况

公司	收入金额	订单获取时点	产品生产时点	产品生产发货时点	产品交付时点	产品签收时点
瀚德(中国)汽车密封系统有限公司	829.96	2023 年 10-12 月	2023 年 10-12 月	2023 年 10-12 月	2023 年 10-12 月	2023 年 10-12 月
东莞市华荣通信技术有限公司	724.53	2023 年 10-12 月	2023 年 10-12 月	2023 年 10-12 月	2023 年 10-12 月	2023 年 10-12 月
福建三棵树建筑材料有限公司	375.85	2023 年 9-12 月	2023 年 9-12 月	2023 年 9-12 月	2023 年 10-12 月	2023 年 10-12 月
深圳市中兴康讯电子有限公司	363.55	2023 年 10-12 月	2023 年 10-12 月	2023 年 10-12 月	2023 年 10-12 月	2023 年 10-12 月
浙江仙通橡塑股份有限公司	321.17	2023 年 9-12 月	2023 年 9-12 月	2023 年 9-12 月	2023 年 10-12 月	2023 年 10-12 月
建新赵氏科技股份有限公司	266.08	2023 年 10-12 月	2023 年 10-12 月	2023 年 10-12 月	2023 年 10-12 月	2023 年 10-12 月
福州福光橡塑有限公司	242.12	2023 年 9-12 月	2023 年 9-12 月	2023 年 9-12 月	2023 年 10-12 月	2023 年 10-12 月
MAGE Roof & Building Components GMBH	206.75	2023 年 10-12 月	2023 年 10-12 月	2023 年 10-12 月	2023 年 10-12 月	2023 年 10-12 月
江苏晶雪节能科技股份有限公司	201.36	2023 年 10-12 月	2023 年 10-12 月	2023 年 10-12 月	2023 年 10-12 月	2023 年 10-12 月

昆山凯密科汽车零部件有限公司	181.03	2023 年 10-12 月	2023 年 10-12 月	2023 年 10-12 月	2023 年 10-12 月	2023 年 10-12 月
合计	3,712.39					

6)2023 年 12 月确认收入前十客户情况

公司	收入金额	订单获取时点	产品生产时点	产品生产发货时点	产品交付时点	产品签收时点
瀚德(中国)汽车密封系统有限公司	285.10	2023 年 12 月	2023 年 12 月	2023 年 12 月	2023 年 12 月	2023 年 12 月
东莞市华荣通信技术有限公司	211.82	2023 年 12 月	2023 年 12 月	2023 年 12 月	2023 年 12 月	2023 年 12 月
深圳市中兴康讯电子有限公司	138.74	2023 年 11-12 月	2023 年 11-12 月	2023 年 11-12 月	2023 年 12 月	2023 年 12 月
浙江仙通橡塑股份有限公司	128.71	2023 年 11-12 月	2023 年 11-12 月	2023 年 11-12 月	2023 年 12 月	2023 年 12 月
MAGE Roof & Building Components GMBH	104.55	2023 年 12 月	2023 年 12 月	2023 年 12 月	2023 年 12 月	2023 年 12 月
江苏晶雪节能科技股份有限公司	101.54	2023 年 12 月	2023 年 12 月	2023 年 12 月	2023 年 12 月	2023 年 12 月
建新赵氏科技股份有限公司	101.26	2023 年 12 月	2023 年 12 月	2023 年 12 月	2023 年 12 月	2023 年 12 月
福建三棵树建筑材料有限公司	95.71	2023 年 11-12 月	2023 年 11-12 月	2023 年 11-12 月	2023 年 12 月	2023 年 12 月
客户 D	79.13	2023 年 12 月	2023 年 12 月	2023 年 12 月	2023 年 12 月	2023 年 12 月
福州福光橡塑有限公司	74.12	2023 年 11-12 月	2023 年 11-12 月	2023 年 11-12 月	2023 年 12 月	2023 年 12 月
合计	1,320.67					

7)2022 年第四季度确认收入前十客户

公司	收入金额	订单获取时点	产品生产时点	产品生产发货时点	产品交付时点	产品签收时点
瀚德(中国)汽车密封系统有限公司	593.92	2022 年 10-12 月	2022 年 10-12 月	2022 年 10-12 月	2022 年 10-12 月	2022 年 10-12 月
东莞市华荣通信技术有限公司	455.96	2022 年 9-12 月	2022 年 9-12 月	2022 年 9-12 月	2022 年 10-12 月	2022 年 10-12 月
福州福光橡塑有限公司	330.48	2022 年 9-12 月	2022 年 9-12 月	2022 年 9-12 月	2022 年 10-12 月	2022 年 10-12 月
江苏晶雪节能科技股份有限公司	254.60	2022 年 10-12 月	2022 年 10-12 月	2022 年 10-12 月	2022 年 10-12 月	2022 年 10-12 月

浙江仙通橡塑股份有限公司	252.87	2022 年 10-12 月	2022 年 10-12 月	2022 年 10-12 月	2022 年 10-12 月	2022 年 10-12 月
福建三棵树建筑材料有限公司	251.47	2022 年 9-12 月	2022 年 9-12 月	2022 年 9-12 月	2022 年 10-12 月	2022 年 10-12 月
建新赵氏科技股份有限公司	220.70	2022 年 9-12 月	2022 年 9-12 月	2022 年 9-12 月	2022 年 10-12 月	2022 年 10-12 月
昆山凯密科汽车零部件有限公司	203.35	2022 年 10-12 月	2022 年 10-12 月	2022 年 10-12 月	2022 年 10-12 月	2022 年 10-12 月
客户 G	131.48	2022 年 9-12 月	2022 年 9-12 月	2022 年 9-12 月	2022 年 10-12 月	2022 年 10-12 月
兴宇汽车零部件股份有限公司	114.59	2022 年 10-12 月	2022 年 10-12 月	2022 年 10-12 月	2022 年 10-12 月	2022 年 10-12 月
合计	2,809.42					

8)2022 年 12 月确认收入前十客户

公司	收入金额	订单获取时点	产品生产时点	产品生产发货时点	产品交付时点	产品签收时点
瀚德(中国)汽车密封系统有限公司	165.95	2022 年 12 月	2022 年 12 月	2022 年 12 月	2022 年 12 月	2022 年 12 月
东莞市华荣通信技术有限公司	134.21	2022 年 11-12 月	2022 年 11-12 月	2022 年 11-12 月	2022 年 12 月	2022 年 12 月
福州福光橡塑有限公司	106.12	2022 年 11-12 月	2022 年 11-12 月	2022 年 11-12 月	2022 年 12 月	2022 年 12 月
浙江仙通橡塑股份有限公司	96.84	2022 年 12 月	2022 年 12 月	2022 年 12 月	2022 年 12 月	2022 年 12 月
建新赵氏科技股份有限公司	60.72	2022 年 12 月	2022 年 12 月	2022 年 12 月	2022 年 12 月	2022 年 12 月
江苏晶雪节能科技股份有限公司	59.03	2022 年 12 月	2022 年 12 月	2022 年 12 月	2022 年 12 月	2022 年 12 月
福建三棵树建筑材料有限公司	55.45	2022 年 12 月	2022 年 12 月	2022 年 12 月	2022 年 12 月	2022 年 12 月
兴宇汽车零部件股份有限公司	46.22	2022 年 12 月	2022 年 12 月	2022 年 12 月	2022 年 12 月	2022 年 12 月
哈尔滨远驰航空装备有限公司	44.39	2022 年 12 月	2022 年 12 月	2022 年 12 月	2022 年 12 月	2022 年 12 月
昆山凯密科汽车零部件有限公司	39.39	2022 年 12 月	2022 年 12 月	2022 年 12 月	2022 年 12 月	2022 年 12 月
合计	808.31					

注：上表客户统计口径已按同一控制下的客户主体进行合并

(2)2022 至 2025 年第四季度、12 月确认收入前十大客户截至 2026 年 3 月

31 日期后回款情况

1) 2025 年第四季度、12 月确认收入前十大客户期后回款情况

公司	期末应收账款	期后回款金额	期后回款比例
瀚德(中国)汽车密封系统有限公司	1,651.23	931.44	56.41%
浙江仙通橡塑股份有限公司	831.83	602.00	72.37%
东莞市华荣通信技术有限公司	801.85	551.14	68.73%
兴宇汽车零部件股份有限公司	584.22	584.22	100.00%
客户 C	474.51	443.41	93.45%
客户 A	396.75	85.71	21.60%
福建三棵树建筑材料有限公司	338.02	338.02	100.00%
建新赵氏科技股份有限公司	328.39	328.39	100.00%
UK Industrial Tapes Limited	297.99	170.00	57.05%
重庆新欧密封件有限公司	297.28	358.33	120.53%
客户 D	249.50	249.50	100.00%
清河县蓝洋贸易有限公司	242.42	242.42	100.00%

2) 2024 年第四季度、12 月确认收入前十大客户期后回款情况

公司	期末应收账款	期后回款金额	期后回款比例
客户 D	70.80	70.80	100.00%
MAGE Roof & Building Components GMBH	0.85	0.85	100.00%
Suzlon Energy Limited	359.22	359.22	100.00%
UK Industrial Tapes Limited	260.76	260.76	100.00%
东莞市华荣通信技术有限公司	721.84	721.84	100.00%
福建三棵树建筑材料有限公司	342.97	342.97	100.00%
福州福光橡塑有限公司	195.80	195.80	100.00%
哈尔滨远驰航空装备有限公司	79.00	79.00	100.00%
瀚德(中国)汽车密封系统有限公司	760.36	760.36	100.00%
河北世翔密封件有限公司	147.13	147.13	100.00%
建新赵氏科技股份有限公司	268.59	268.59	100.00%
江苏晶雪节能科技股份有限公司	80.49	80.49	100.00%
昆山凯密科汽车零部件有限公司	208.99	208.99	100.00%
零跑汽车有限公司	381.26	381.26	100.00%
清河县蓝洋贸易有限公司	138.24	138.24	100.00%
客户 G	184.46	184.46	100.00%
深圳市中兴康讯电子有限公司	141.87	141.87	100.00%
兴宇汽车零部件股份有限公司	422.27	422.27	100.00%
浙江仙通橡塑股份有限公司	658.12	658.12	100.00%

3) 2023 年第四季度、12 月确认收入前十大客户期后回款情况

公司	期末应收账款	期后回款金额	期后回款比例
客户 D	139.89	139.89	100.00%
MAGE Roof & Building Components GMBH	320.54	320.54	100.00%
UK Industrial Tapes Limited	86.38	86.38	100.00%
东莞市华荣通信技术有限公司	933.75	933.75	100.00%

公司	期末应收账款	期后回款金额	期后回款比例
福建三棵树建筑材料有限公司	250.81	250.81	100.00%
福州福光橡塑有限公司	190.72	190.72	100.00%
哈尔滨远驰航空装备有限公司	34.69	34.69	100.00%
瀚德(中国)汽车密封系统有限公司	928.56	928.56	100.00%
河北世翔密封件有限公司	33.33	33.33	100.00%
建新赵氏科技股份有限公司	310.98	310.98	100.00%
江苏晶雪节能科技股份有限公司	113.00	113.00	100.00%
昆山凯密科汽车零部件有限公司	372.24	372.24	100.00%
零跑汽车有限公司	73.75	73.75	100.00%
清河县蓝洋贸易有限公司	91.76	91.76	100.00%
客户 G	196.11	196.11	100.00%
深圳市中兴康讯电子有限公司	313.73	313.73	100.00%
兴宇汽车零部件股份有限公司	82.27	82.27	100.00%
浙江仙通橡塑股份有限公司	488.04	488.04	100.00%

4) 2022 年第四季度、12 月确认收入前十大客户期后回款情况

公司	期末应收账款	期后回款金额	期后回款比例
客户 D	52.97	52.97	100.00%
MAGE Roof & Building Components GMBH	420.27	420.27	100.00%
UK Industrial Tapes Limited	69.83	69.83	100.00%
东莞市华荣通信技术有限公司	1,015.36	1,015.36	100.00%
福建三棵树建筑材料有限公司	384.04	384.04	100.00%
福州福光橡塑有限公司	253.87	253.87	100.00%
瀚德(中国)汽车密封系统有限公司	708.52	708.52	100.00%
河北世翔密封件有限公司	10.90	10.90	100.00%
建新赵氏科技股份有限公司	145.13	145.13	100.00%
江苏晶雪节能科技股份有限公司	484.11	484.11	100.00%
昆山凯密科汽车零部件有限公司	326.30	326.30	100.00%
零跑汽车有限公司	58.90	58.90	100.00%
客户 G	341.79	341.79	100.00%
深圳市中兴康讯电子有限公司	55.30	55.30	100.00%
兴宇汽车零部件股份有限公司	166.16	166.16	100.00%
浙江仙通橡塑股份有限公司	422.95	422.95	100.00%

报告期各期第四季度及 12 月确认收入的前十大客户期后回款情况总体良好。

2025 年末由于期后统计时间较短，部分客户仍在陆续回款中。

(3) 第四季度、12 月确认收入对应销售产品订单生产、发货、交付周期与其他季度和月份是否存在较大差异，是否存在销售周期明显偏短或偏长的情况，毛利率与其他季度和其他客户是否存在较大差异

1) 寄售模式

在寄售模式下，公司依据客户生产计划将产品送至其指定仓库。鉴于客户领用具有随机性且公司无法实时掌握具体领用时间，双方约定于每月固定时点集中

核对领用数量与金额，并以实际领用清单作为对账结算依据。

在此模式下，由于发货签收后并不立即确认收入，且发货及交付周期分别受客户仓库库存量与实际领用情况影响，公司无法精确统计各批次货物从发货、签收到最终领用的确切周期。因此，以下通过列示报告期内第四季度及 12 月寄售客户的领用量情况，以说明寄售的销售周期是否存在异常波动。

①2025 年度

公司	产品大类	第四季度领用量	1-3 季度平均领用量	12 月领用量	1-11 月平均领用量
瀚德(中国)汽车密封系统有限公司	水性涂料	143,045.00KG	97,066.08KG	42,963.00KG	35,570.93KG
东莞市华荣通信技术有限公司	丁基胶及其他胶类产品	1,442,843 卷	1,460,912 卷	649,750 卷	470,530 卷

②2024 年度

公司	产品大类	第四季度领用量	1-3 季度平均领用量	12 月领用量	1-11 月平均领用量
瀚德(中国)汽车密封系统有限公司	水性涂料	94,263.00KG	68,935.67KG	32,804.00KG	24,387.82KG
东莞市华荣通信技术有限公司	丁基胶及其他胶类产品	1,756,404 卷	1,130,442 卷	898,744 卷	386,272 卷

③2023 年度

公司	产品大类	第四季度领用量	1-3 季度平均领用量	12 月领用量	1-11 月平均领用量
瀚德(中国)汽车密封系统有限公司	水性涂料	77,605.42KG	59,151.62KG	26,311.50KG	20,795.34KG

④2022 年度

公司	产品大类	第四季度领用量	1-3 季度平均领用量	12 月领用量	1-11 月平均领用量
瀚德(中国)汽车密封系统有限公司	水性涂料	49,079.00KG	37,911.33KG	13,931.00KG	13,534.73KG

瀚德(中国)汽车密封系统有限公司系汽车零部件制造行业，汽车行业第四季度普遍存在备货，故上述瀚德(中国)汽车密封系统有限公司在第四季度的领用量高于其他季度；东莞市华荣通信技术有限公司是立讯精密工业股份有限公司下属企业，主要从事消费电子、通信等领域相关业务，该行业企业的销售收入集中于下半年及第四季度，因此东莞市华荣通信技术有限公司对公司产品在第四季度和 12 月份的领用量高于其他季度和月份。以上所列寄售客户各期在第四季度与 12 月的领用量符合其所在行业惯例，相关领用量波动存在合理性。

2) 非寄售模式

非寄售模式下，视客户所需产品排产以及库存情况的不同，公司内销产品发货周期通常在 20 天左右，部分外销客户由于公司不备货，因此从订单下达到产品发出周期长于内销客户；视客户所在地远近，公司内销产品交付周期通常在 5

天内，外销则受到航运、报关等因素影响，交付周期较长，通常在 7-14 天内。

2022-2025 年第四季度、12 月确认收入前十大客户对应销售产品平均发货周期及平均交付周期情况如下，不存在销售周期明显偏短或偏长的情况。

①2025 年度

第四季度、12 月确认收入前十大客户对应销售产品平均发货周期情况如下：

客户名称	第四季度平均 发货周期	1-3 季度平均 发货周期	12 月平均发货 周期	1-11 月发货周 期
客户 A	18.75	24.83	18.75	24.83
客户 D	21.68	39.67	24.13	35.99
UK Industrial Tapes Limited	31.89	23.33	32.61	25.03
福建三棵树建筑材料有限公司	17.50	19.10	13.69	19.00
建新赵氏科技股份有限公司	15.23	16.77	15.18	16.41
清河县蓝洋贸易有限公司	13.76	13.43	9.57	13.72
客户 C	12.89	13.79	13.07	13.34
兴宇汽车零部件股份有限公司	12.50	13.10	14.20	12.82
浙江仙通橡塑股份有限公司	21.84	16.21	20.67	17.57
重庆新欧密封件有限公司	12.28	9.77	14.69	10.26

注：平均发货周期(天)= Σ 期间内单笔业务下单至产品发出天数/期间发出次数，下同

第四季度、12 月确认收入前十大客户对应销售产品平均交付周期情况如下：

客户名称	第四季度平均 交付周期	1-3 季度平均 交付周期	12 月平均交付 周期	1-11 月交付周 期
客户 A	11.00	5.10	11.00	5.10
客户 D	1.89	2.10	1.75	2.07
UK Industrial Tapes Limited	5.38	6.87	7.11	6.19
福建三棵树建筑材料有限公司	4.91	2.41	1.64	3.51
建新赵氏科技股份有限公司	1.63	1.82	1.00	1.74
清河县蓝洋贸易有限公司	1.02	1.21	1.86	1.12
客户 C	1.00	1.66	1.34	1.37
兴宇汽车零部件股份有限公司	1.65	1.79	1.04	1.73
浙江仙通橡塑股份有限公司	1.76	1.84	1.98	1.79
重庆新欧密封件有限公司	3.18	3.49	4.06	3.28

注：平均交付周期(天)=Σ 期间内单笔业务发货至产品签收天数/期间发出次数，下同

②2024 年度

第四季度、12月确认收入前十大客户对应销售产品平均发货周期情况如下：

客户名称	第四季度平均 发货周期	1-3 季度平均 发货周期	12 月平均发货 周期	1-11 月发货周 期
Suzlon Energy Limited	7.15	8.28	7.58	7.52
UK Industrial Tapes Limited	8.38	8.61	8.79	8.50
福建三棵树建筑材料有限公司	7.95	7.99	7.75	8.00
福州福光橡塑有限公司	6.90	8.26	7.13	7.93
河北世翔密封件有限公司	11.89	8.34	18.58	7.58
建新赵氏科技股份有限公司	31.12	16.64	26.62	19.69
清河县蓝洋贸易有限公司	14.17	5.24	11.77	9.79
兴宇汽车零部件股份有限公司	10.96	5.25	15.93	5.97
义乌市集旭进出口有限公司	9.20		9.20	

第四季度、12月确认收入前十大客户对应销售产品平均交付周期情况如下：

客户名称	第四季度平均 交付周期	1-3 季度平均 交付周期	12 月平均交付 周期	1-11 月交付周 期
Suzlon Energy Limited	6.20	4.12	5.00	5.31
UK Industrial Tapes Limited	7.10	6.69	6.64	6.83
福建三棵树建筑材料有限公司	2.12	2.28	1.19	2.32
福州福光橡塑有限公司	4.28	3.29	2.70	3.68
河北世翔密封件有限公司	1.76	2.41	1.37	2.35
建新赵氏科技股份有限公司	1.17	1.02	1.27	1.06
清河县蓝洋贸易有限公司	1.56	2.31	1.08	2.10
兴宇汽车零部件股份有限公司	1.35	1.30	1.28	1.32
义乌市集旭进出口有限公司	1.00		1.00	

③2023 年度

第四季度、12月确认收入前十大客户对应销售产品平均发货周期情况如下：

客户名称	第四季度平均 发货周期	1-3 季度平均 发货周期	12 月平均发货 周期	1-11 月发货周 期
客户 D	11.11	23.00	4.00	5.23
MAGE Roof & Building Components GMBH	4.00	38.63	14.00	3.00
福建三棵树建筑材料 有限公司	18.03	14.86	2.53	2.36
福州福光橡塑有限公 司	3.36	3.85	5.89	4.11
建新赵氏科技股份有 限公司	5.57	6.15	3.04	0.96
江苏晶雪节能科技股 份有限公司	6.71	6.77	3.00	1.00
昆山凯密科汽车零部 件有限公司	7.78	9.78	4.00	4.34
深圳市中兴康讯电子 有限公司	9.75	15.25	2.28	1.89
浙江仙通橡塑股份有 限公司	3.26	4.55	3.08	0.93

第四季度、12月确认收入前十大客户对应销售产品平均交付周期情况如下：

客户名称	第四季度平均 交付周期	1-3 季度平均 交付周期	12 月平均交付 周期	1-11 月交付周 期
客户 D	1.00	1.56	22.94	2.09
MAGE Roof & Building Components GMBH	35.50	34.25	37.68	34.28
福建三棵树建筑材料 有限公司	2.67	1.99	16.92	2.37
福州福光橡塑有限公 司	2.50	2.31	3.90	4.27
建新赵氏科技股份有 限公司	4.31	4.22	6.35	0.74
江苏晶雪节能科技股 份有限公司	0.95	0.71	7.43	1.00
昆山凯密科汽车零部 件有限公司	9.27	8.90	9.88	8.01
深圳市中兴康讯电子 有限公司	2.63	2.34	15.36	1.99
浙江仙通橡塑股份有 限公司	1.89	2.03	4.44	1.43

④2022 年度

第四季度、12月确认收入前十大客户对应销售产品平均发货周期情况如下：

客户名称	第四季度平均 发货周期	1-3 季度平均 发货周期	12 月平均发货 周期	1-11 月发货周 期
东莞市华荣通信技术 有限公司	1.56	2.16	2.10	1.97
福建三棵树建筑材料	17.66	30.37	25.33	25.42

有限公司				
福州福光橡塑有限公司	4.38	25.84	5.65	20.85
哈尔滨远驰航空装备有限公司	64.00	62.60	96.00	56.91
建新赵氏科技股份有限公司	4.44	17.77	5.40	15.10
江苏晶雪节能科技股份有限公司	93.37	100.57	95.58	104.80
昆山凯密科汽车零部件有限公司	16.30	40.51	7.05	30.44
兴宇汽车零部件股份有限公司	11.40	11.62	10.78	11.63

第四季度、12月确认收入前十大客户对应销售产品平均交付周期情况如下：

客户名称	第四季度平均 发货周期	1-3 季度平均 发货周期	12 月平均发货 周期	1-11 月发货周 期
东莞市华荣通信技术有限公司	2.02	1.13	1.90	1.34
福建三棵树建筑材料有限公司	2.72	1.94	3.11	2.12
福州福光橡塑有限公司	3.42	4.19	2.42	4.14
哈尔滨远驰航空装备有限公司	3.67	6.20	4.00	5.91
建新赵氏科技股份有限公司	1.44	2.04	1.00	1.95
江苏晶雪节能科技股份有限公司	1.91	1.36	1.00	1.22
昆山凯密科汽车零部件有限公司	1.05	1.09	1.15	1.08
兴宇汽车零部件股份有限公司	2.33	1.89	3.33	1.89

由上可知，公司第四季度、12月确认收入对应销售产品订单生产、发货、交付周期与其他季度和月份不存在较大差异，不存在销售周期明显偏短或偏长的情况。

3) 毛利率与其他季度和其他客户是否存在较大差异

①2022-2025 年第四季度毛利率与其他季度是否存在较大差异

公司 2022-2025 年各季度毛利率情况列示如下：

期间	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
第一季度	29.74%	30.31%	27.21%	25.79%
第二季度	32.07%	29.85%	29.83%	26.79%
第三季度	28.72%	30.03%	32.13%	27.44%
第四季度	31.90%	30.66%	29.14%	20.96%

如上表所示，公司 2022 年第四季度毛利率低于其他季度，主要是销售给德

国客户 MAGE Roof & Building Components GMBH 的产品在第四季度因长途海运造成毁损而退货，冲减当季收入，导致该季度毛利率较低。

2023 年至 2025 年第四季度毛利率同当年其他季度相比无较大差异，整体较为稳定。

②2022-2025 年第四季度、12 月确认收入前十大客户毛利率与其他客户是否存在较大差异

公司 2022-2025 年第四季度及 12 月确认收入前十大客户毛利率与其他客户对比情况列示如下：

期间	2025 年度		2024 年度	
	第四季度	12 月	第四季度	12 月
前十大客户	27.79%	28.78%	26.00%	24.67%
其他客户	33.25%	31.50%	32.35%	31.58%
(续上表)				
期间	2023 年度		2022 年度	
	第四季度	12 月	第四季度	12 月
前十大客户	25.42%	27.44%	16.97%	17.13%
其他客户	30.85%	29.12%	25.46%	22.93%

如上表所示，2022 年-2025 年第四季度、12 月确认收入前十大客户毛利率相比较其他客户偏低，主要系前十大客户整体销量大，议价能力强，产品销售均价较其他客户相对偏低，导致毛利率存在差异。

(4) 第四季度收入占比持续提升的原因及合理性，公司收入确认时点是否准确，内外部依据是否充分，是否存在突击销售、提前确认收入的情况，是否符合《企业会计准则》规定

1) 第四季度收入占比持续提升的原因及合理性

季度	2025 年度		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	主营业务收入	占比	主营业务收入	占比	主营业务收入	占比	主营业务收入	占比
第一季度	10,272.36	19.84%	8,860.16	20.23%	7,987.91	18.80%	7,689.93	21.43%
第二季度	12,186.61	23.53%	9,959.70	22.74%	11,085.49	26.09%	8,143.66	22.70%
第三季度	14,209.46	27.44%	12,268.67	28.01%	11,567.13	27.22%	10,159.2	28.32%
第四季度	15,113.34	29.19%	12,705.01	29.01%	11,854.44	27.90%	9,884.19	27.55%
合计	51,781.77	100.00%	43,793.54	100.00%	42,494.97	100.00%	35,876.98	100.00%

2022-2025 年度，公司整体销售呈上升趋势，各季度销售规模随着公司业务的扩大而增加。2024 年第四季度销售收入占全年销售收入的比例较 2023 年上升 1.11%，主要系瀚德(中国)汽车密封系统有限公司、东莞市华荣通信技术有限公司等大客户销售量增加。

2025 年第四季度销售收入较 2024 年有小幅上涨，占全年销售收入的比例变动不大，各期第四季度未出现突击销售、提前确认收入的情况。

2) 公司收入确认时点是否准确，内外部依据是否充分，是否符合《企业会计准则》规定

报告期内，公司的收入确认政策及收入确认的内外部依据详见本说明“二、关于客户稳定性及收入确认合规性”之“(二)不同销售模式收入确认合规性”之“1. 补充披露不同销售模式(寄售/非寄售，不同外销模式 CIF/FOB/EXW，不同线上平台)所售产品类型、收入金额及占比，收入确认的具体依据，客户下单至收入确认的一般周期，分析说明不同模式下收入确认时点是否均已满足控制权转移条件，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定；说明是否存在未取得客户验收或签收单据提前确认收入、收入确认单据存在瑕疵的情形及金额占比”相关内容。

公司根据企业会计准则，并参考行业惯例，制定了切实可行的收入确认政策。报告期内公司严格按照收入确认政策判断收入确认时点，获取了充分的内外部单据作为收入确认的依据，收入确认时点准确，内外部依据充分，不存在突击销售、提前确认收入的情况，符合《企业会计准则》规定。

(三)核查程序及结论

1. 核查程序

(1) 查阅公司收入成本明细表，按照合作年限、销售金额分层统计公司报告期内客户数量、收入金额及占比、分产品的销售均价、销量、毛利率情况，了解不同层级客户对公司业绩增长的贡献情况，主要客户销售额增长对收入增长的贡献度；对主要客户访谈，了解其业务规模并分析采购规模及变动与其业务规模是否匹配；

(2) 向公司销售负责人及财务总监了解公司三种类型客户在产品定价信用政策、对账及结算、收入确认政策、退换货约定等方面是否存在差异、贸易商模式下物流运输方式、是否存在贸易商折扣返利政策及其变化情况，同时根据收入大表对三种类型客户的毛利率进行比较分析；

(3) 通过对主要贸易商客户进行实地走访，了解贸易商客户的备货政策、合作背景、进销存情况、是否存在退换货、付款政策、期末是否存在向贸易商压货、提前确认收入的情况、是否实现了向下游销售、下游客户行业分布及构成等信息；

通过向主要贸易商函证其报告期内的进销存情况，了解贸易商从公司采购产品是否留存在其仓库，是否实现了向下游销售；统计公司贸易商退货情况，期末贸易商回款情况，报告期每期末最后一个月贸易商销售情况等了解是否存在期末向贸易商压货、提前确认收入的情况；

(4)通过访谈公司实际控制人、副总经理、中山卓丽优实际控制人等了解向客户 B 销售由贸易商销售变更为直销的背景、原因；对比销售模式变更前后签署的销售合同，货物流转、资金流转、收入确认时点等信息；通过公司统计下游直销客户与贸易商终端客户重叠情况，以及走访主要贸易商客户，了解是否存在重叠客户的情况，并核查相关重叠原因及商业合理性；

(5)通过客户访谈获取公司在三种类型主要客户的供货份额，获取公司与客户签订的框架协议、在手订单、来自老客户与新客户的收入金额、期后合作情况等，了解公司与客户同类供应商相比的竞争优势，分析双方合作是否稳定，是否存在被竞争对手替代的风险；

(6)了解公司销售模式、销售收入确认政策，查阅公司报告期内主要客户销售合同，检查公司收入确认政策是否符合企业会计准则的规定；对公司收入确认单据存在瑕疵的情形及金额占比进行统计；

(7)向公司财务负责人、业务负责人了解公司寄售模式下的具体流程、存货流转和收入确认相关的内部控制管理制度，了解公司与客户之间的对账方式、对账周期，存货仓储分布情况及盘点的具体情况；检查、统计及分析寄售模式下销售金额和发出商品与运输费、发货单据是否匹配；对寄售模式下存货的会计处理进行检查，判断是否符合《企业会计准则》的规定；

(8)了解公司开展贸易业务的背景、原因等，分析公司开展贸易业务的商业合理性；获取公司贸易业务的购销合同、相关业务资料等，查阅合同中关于权利、义务的约定，分析公司在该类业务中承担的实质责任，判断公司对该类业务的相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定和行业惯例；

(9)获取并查阅公司报告期内销售明细表，了解报告期各期第四季度及 12 月收入确认情况，并检查记账凭证、合同、订单及邮件、送货单、报关单据、提单、签收单、对账单、发票及回款单据等资料，比较第四季度及 12 月销售产品订单生产、发货交付周期与其他月份是否存在明显差异。

2. 核查结论

(1)已按照合作年限、销售金额分层说明报告期内客户数量、收入金额及占比、分产品的销售均价、销量、毛利率情况；公司报告期内主营业务收入增长主要来自于5年以上的老客户，公司2025年度主营业务收入增长主要来自于500万元以上的客户和100-500万元客户，2024年度收入增长主要来自于100万元以下客户主要系部分500万元以上和100-500万元客户2024年度营业收入有所减少，但整体减少幅度较小，不影响公司整体收入增长的态势；2025年度主要客户的销售收入增长对主营业务收入增长的贡献度较高；2024年度主要客户销售收入增长对主营业务收入增长的贡献度为负，主要系瀚德(中国)汽车密封系统有限公司和三棵树涂料股份有限公司在报告期内的收入存在小幅波动，同时德国客户MAGE Roof & Building Components GMBH因自身内部原因，从公司采购量减少；主要客户采购规模占其业务规模的比例较低，主要客户业务规模能够匹配其向公司的采购规模；

(2)已按照客户类型列示公司报告期营业收入具体构成，并列示各类型前十大客户具体情况，包括合作背景、合作年限、资信情况(成立时间、注册地、注册及实缴资本、人员规模及业务规模)、销售产品、销售金额及占比、毛利率、公司销售金额占其业务规模的比例，上述客户销售金额变动原因主要系下游行业需求变化以及公司的供应份额变化；

(3)除因为主要终端用户一般相对来说规模较大、实力较强，因此公司给予较长的信用期外，公司对三种类型客户在销售政策上不存在重大差异；公司三种类型客户按收入大类分类的毛利率间存在差异的原因主要系不同客户购买的具体细分产品类别和类型有所差异，除个别例外情况外，公司对不同类型客户执行统一的定价原则，均为在生产成本基础上结合市场情况、客户合作稳定性等因素进行谈价和定价，公司不存在根据客户类型执行差异化定价原则进而导致差异化毛利率的情况；贸易商模式下，公司物流运输方式主要分为物流公司承运和客户自提两种方式，与面向生产商和贴牌客户的物流运输方式并无显著差异，报告期内，公司与贸易商客户青岛瑞高新材料有限公司存在约定返利政策的情况，涉及返利金额较小，返利政策未发生过变化。除此之外，不存在与其他贸易商客户约定折扣返利政策的情况；

(4)公司主要贸易商客户备货政策差异较大，当期采购产品当期几乎都实现了对外销售，期末库存较少，贸易商客户退货数额很少，占销售收入比例较低，

期后回款情况良好，贸易商终端客户行业分布与公司直销客户行业分布相似，期末不存在向贸易商压货、提前确认收入的情形，主要贸易商实现了向终端销售

(5)公司向客户B销售模式由贸易商销售变更为直销有合理商业理由，通过对比销售模式变更前后的合同条款约定、货物流转、资金流转、收入确认时点及依据差异情况，2023年5月前向贸易商销售为买断式销售，收入确认时点准确。公司存在极少量的直销客户与贸易商客户重叠的情况，都有合理商业理由；

(6)公司凭借供应及时性、稳定性优势和服务优势、深厚的技术研发实力和卓越的产品性能、多元化产品布局方面的优势，与主要客户建立了长期稳定的合作关系，在主要客户的同类产品的供货份额较高；公司下游客户需求旺盛，在供货稳定的情况下订单获取具有可持续性。公司与主要客户的合作具有稳定性，被竞争对手替代风险相对较低；

(7)报告期内，不同销售模式下的收入确认时点均已满足控制权转移条件，相关会计处理符合《企业会计准则》的规定；公司不存在未取得客户签收单据提前确认收入的情况，收入确认单据存在瑕疵的情形主要为客户未签署日期，金额占比很小；

(8)公司寄售相关内部控制措施设计完善，执行有效；报告期内寄售模式下销售金额和发出商品与运输费用、发货单据等匹配，寄售模式下存货相关会计处理符合《企业会计准则》的规定；

(9)公司根据贸易合同约定和贸易业务实际情况，根据实际承担的责任，结合物流运输方式，判断公司角色是主要责任人还是代理人，相应采用总额法或净额法核算，相关会计处理符合《企业会计准则》规定和行业惯例；

(10)报告期各期第四季度及12月前十大客户相关产品生产、发货、交付、签收及收入确认时点与其他季度其他月份不存在显著差异，不存在销售周期明显偏短或偏长的情况；因公司前十大客户整体销量大，议价能力强，产品销售均价较其他客户相对偏低，导致前十大客户的销售毛利率低于其他客户存在合理性；报告期内第四季度收入占比呈上升态势，但相较于其他季度占比不存在明显异常，公司收入确认时点准确，内外部依据充分，报告期各期第四季度和12月不存在突击销售、提前确认收入的情况，收入确认符合《企业会计准则》规定。

(四)说明针对报告期内贸易商终端销售实现情况的核查方式、核查比例、核查证据、核查结论，针对贸易商仓储情况、各期进销存及期末库存、终端销

售明细及对应终端客户、公司产品是否已在终端客户处使用的具体核查情况，前述核查是否覆盖向公司采购金额较大、各期金额变动较大、成立时间较短即合作、实缴资本及参保人较少的贸易商

1. 报告期内贸易商终端销售实现情况的核查方式、核查比例、核查证据、核查结论

由于贸易商视下游终端客户信息为其核心商业秘密，绝大多数贸易商客户拒绝透露其下游终端客户信息。我们在对贸易商客户走访过程中，有部分贸易商客户可以披露其下游终端客户信息，但拒绝我们对其下游终端客户进行走访或者函证确认销售情况，亦有少量贸易商客户愿意透露其下游终端客户信息，并愿意帮忙联系下游终端客户，让我们对其进行走访。另外，有些贸易商客户是应下游终端客户需求，指定其向公司采购，此类贸易商客户愿意提供下游终端客户信息，并让我们对其终端客户进行走访确认销售情况。

综上，我们通过以下方式实现对贸易商下游终端客户的穿透核查：(1)通过贸易商客户获知下游终端客户信息，对终端客户进行走访确认，或者由下游终端说明，或者通过沟通资料等方式，确认贸易商客户对其销售；(2)对于不做库存的贸易商客户，要求公司将其为下游终端客户采购的产品直接发送至其终端客户仓库的，通过获取其终端客户的送货签收信息，确认实现向终端销售情况；(3)部分贸易商客户不愿透露其下游终端客户信息，但愿意提供向下游终端客户销售部分发票或者部分出口报关单或者部分知名客户订单等信息；(4)电商客户提供部分后台销售数据。综上，通过以上方式获取相关信息确认贸易商客户向下游终端实现销售情况的具体情况如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
前二十大内销贸易商和前五十大外销贸易商销售金额（万元）①	3,641.54	3,203.43	2,234.82	1,227.06
穿透走访+直发下游+下游说明等方式确认的终端销售实现金额（万元）②	479.13	723.56	459.98	198.95
穿透走访+直发下游+下游说明等方式确认的终端销售实现占比（%）③=②/①	13.16%	22.59%	20.58%	16.21%
走访部分终端客户+取得贸易商向下游销售部分发票+部分报关单数据+部分订单+部分电商后台销售数据的终端销售实现金额（万元）④	1,395.91	929.84	435.92	162.26
下游终端销售实现金额小计⑤=②+④	1,875.04	1,653.40	895.90	361.20

④				
下游终端销售实现金额小计占前二十大内销贸易商和前五大外销贸易商销售金额比例⑥=⑤/①	51.49%	51.61%	40.09%	29.44%

我们通过以上方式，对报告期内前二十大内销贸易商和前五大外销贸易商下游终端客户销售实现情况进行了核查。经核查，报告期内，前二十大内销贸易商和前五大外销贸易商下游终端客户销售实现情况核查比例分别为29.44%、40.09%、51.61%和51.49%，主要贸易商自公司采购产品实现了向下游终端客户销售，贸易商销售收入真实准确。

2. 贸易商仓储情况、各期进销存及期末库存、终端销售明细及对应终端客户、公司产品是否已在终端客户处使用的具体核查情况

为了获取贸易商客户的进销存情况，我们对公司前二十大境内贸易商和前五大境外贸易商客户报告期内的进销存，即报告期每期贸易商客户从公司采购金额，当期向外销售金额以及当期末库存金额进行函证。我们共获取了26份回函，通过贸易商客户的回函情况，确认的进销存金额如下：

项目	2025 年度 /2025 年 12 月 31 日	2024 年度 /2024 年 12 月 31 日	2023 年度 /2023 年 12 月 31 日	2022 年度 /2022 年 12 月 31 日
贸易商当期采购金额①	2,251.74	2,330.89	1,365.87	579.83
贸易商当期实现销售金额②	2,172.12	2,295.14	1,340.75	558.21
贸易商当期库存金额③	79.62	35.75	25.12	21.61
贸易商当期期末库存占当期采购比例④=③/①	3.54%	1.53%	1.84%	3.73%

经核查，除个别贸易商在各期末存有少量库存外，其他贸易商都已实现对下游客户销售。

对应下游终端客户情况，公司产品在终端客户处使用等详见本说明“二、关于客户稳定性及收入确认合规性”之“（一）不同类型客户交易情况及合作稳定性”之“4. 结合贸易商备货政策、进销存、退换货情况、期后回款情况、终端客户构成及销售情况等，说明是否存在向贸易商压货、提前确认收入的情形，贸易商是否实现终端销售”相关内容。

3. 前述核查是否覆盖向公司采购金额较大、各期金额变动较大、成立时间较短即合作、实缴资本及参保人较少的贸易商

报告期各期内销前二十大贸易商、外销前五大贸易商客户中，已覆盖向公司采购金额较大、各期金额变动较大、成立时间较短即合作、实缴资本及参保人较少的贸易商。

其中，向公司采购金额大于 100 万的贸易商客户共有 18 家，各期金额变动大于 50 万的贸易商客户共有 27 家。随着公司销售规模的逐年增长，向贸易商销售金额较大客户数量呈增长趋势。由于公司产品特性，单个贸易商客户采购金额总体都不大，贸易商客户调整采购公司、终端客户需求变化、市场需求变化等多种原因，导致报告期内各期金额变动大于 50 万的贸易商数量较多。

成立时间较短即合作的贸易商客户有 5 家，主要原因包括：客户设立新公司代替老公司采购；电商平台采用不同的公司采购；下游终端客户指定贸易商采购等合理商业原因。

实缴资本及参保人数较少的贸易商客户共有 23 家。由于贸易商的行业属性，在实际运营中，很多贸易商客户存在实缴资本较少，所需人员较少，参保人数亦较少或者无参保人员的情况。

针对上述情况，我们通过走访、函证、工商资料查询、网络查询等多种方式，对贸易商客户进行了核查，确认其具有合理性和真实性。

(五)结合贸易商期末库存及期后销售实现情况、回款情况、收入确认核查情况及比例、走访及函证情况(样本抽样方法、核查比例、是否实地走访)、资金流水核查情况等，对公司贸易商销售真实性发表明确意见

1. 贸易商期末库存及期后销售实现情况

见本题“(四)说明针对报告期内贸易商终端销售实现情况的核查方式、核查比例、核查证据、核查结论，针对贸易商仓储情况、各期进销存及期末库存、终端销售明细及对应终端客户、公司产品是否已在终端客户处使用的具体核查情况，前述核查是否覆盖向公司采购金额较大、各期金额变动较大、成立时间较短即合作、实缴资本及参保人较少的贸易商。”之“2. 贸易商仓储情况、各期进销存及期末库存、终端销售明细及对应终端客户、公司产品是否已在终端客户处使用的具体核查情况”相关内容。

2. 回款情况

见本说明“二、关于客户稳定性及收入确认合规性”之“(一)不同类型客户交易情况及合作稳定性”之“4. 结合贸易商备货政策、进销存、退换货情况、期

后回款情况、终端客户构成及销售情况等，说明是否存在向贸易商压货、提前确认收入的情形，贸易商是否实现终端销售。”之“（4）贸易商期后回款情况”相关内容。

3. 走访确认收入情况及比例

针对公司贸易商客户内销客户多且分散，外销客户少且金额占比亦少的特点，我们选取了报告期各期前二十大内销贸易商及前五大外销贸易商进行实地走访和视频访谈。报告期内，我们共走访 39 家贸易商，其中内销贸易商客户实地走访 35 家，外销贸易商客户实地走访 3 家，视频访谈 1 家。走访确认收入情况如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
贸易商收入	5,214.13	4,925.72	3,721.99	2,422.38
走访/访谈金额	3,533.02	3,166.47	1,908.75	1,018.89
走访/访谈金额占比	67.76%	64.28%	51.28%	42.06%
内销前二十大贸易商收入	2,999.04	2,643.63	1,896.15	1,043.02
走访/访谈金额	2,610.51	2,410.35	1,535.53	817.85
走访/访谈金额占比	87.04%	91.18%	80.98%	78.41%
外销前五大贸易商收入	642.50	559.80	338.67	184.04
走访/访谈金额	576.67	354.94	111.09	117.13
走访/访谈金额占比	89.76%	63.41%	32.80%	63.65%
内销前二十大贸易商与外销前五大贸易商合计收入	3,641.54	3,203.43	2,234.82	1,227.06
走访/访谈金额	3,187.18	2,765.30	1,646.63	934.99
走访/访谈金额占比	87.52%	86.32%	73.68%	76.20%

4. 函证确认收入情况及比例

我们对报告期各期前二十大境内贸易商及前五大境外贸易商在内的 43 家内销贸易商和 8 家外销贸易商进行了函证，具体情况如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
贸易商收入①	5,214.13	4,925.72	3,721.99	2,422.38
发函金额②	3,675.93	3,093.04	2,334.09	1,243.32
发函比例③=②/①	70.50%	62.79%	62.71%	51.33%
回函金额④	3,048.50	2,201.09	1,568.08	700.54
回函比例⑤=④/①	58.47%	44.69%	42.13%	28.92%
回函相符金额⑥	3,048.50	2,201.09	1,288.79	453.78
回函相符比例⑦=⑥/①	58.47%	44.69%	34.63%	18.73%
回函不符但经差异解释可确认金额⑧			279.29	246.76

函证可确认金额⑨=⑥+⑧	3,048.50	2,201.09	1,568.08	700.54
函证可确认金额比例⑩=⑨/①	58.47%	44.69%	42.13%	28.92%
替代测试金额⑪	627.42	891.96	766.01	542.79
替代测试比例⑫	12.03%	18.11%	20.58%	22.41%
函证可确认金额+替代测试金额⑬=⑨+⑪	3,675.93	3,093.04	2,334.09	1,243.32
函证可确认金额+替代测试比例⑭=⑬/①	70.50%	62.79%	62.71%	51.33%

5. 资金流水核查

我们对报告期内公司的董监高、实际控制人及相关人员大额银行流水(单笔4万元以上)进行了核查。经核查,除关联方渡景鸿与中山卓丽优及其关联方涉及资金流水外,公司董监高、实际控制人及相关人员与贸易商客户及其股东、董监高、业务经办人员不存在异常、大额资金往来情况。

经核查,我们认为:公司主要贸易商客户期末除个别有较少量库存之外,均实现了对下游销售,期后回款情况良好,通过实地走访、函证、资金流水等核查,公司报告期内向主要贸易商销售收入真实准确。

(六)针对客户分散、单笔订单金额较小等特点所采取的针对性核查方式,采用不同核查方式(函证、实地走访、细节测试、截止性测试等)的具体过程、对应的核查金额及占比,签收单等收入确认依据的完整有效性,是否存在收入确认凭证缺失或无效的情况。结合上述核查情况,对报告期内收入真实性、准确性、完整性发表明确意见

1. 针对客户分散、单笔订单金额较小等特点所采取的针对性核查方式

针对客户分散、单笔订单金额较小等特点,我们根据客户类别、层级、规模等选定具体核查标准,并针对贸易商核查进一步实施针对性的核查计划。

主要核查程序和方式:

(1)访谈公司管理层,了解公司销售的业务流程、销售政策、结算方式、销售区域发展状况、相关产品销售定价机制等,核查主要客户合同的相关条款,并与管理层确认公司收入确认的会计政策;

(2)了解并评价管理层销售与收款循环内部控制设计,并执行销售与收款的循环内部控制设计的穿行测试程序;

(3) 查阅公司主要销售合同，确认合同中与商品控制权转移相关的合同条款与条件，评价公司的收入确认时点是否符合企业会计准则规定，相关会计政策是否得到一贯执行；

(4) 获取公司销售合同、订单、发货单、付款凭证、记账凭证、销售明细表等，分析公司不同客户的销售价格、销量及其变动趋势，与市场走势进行比较，毛利率的差异及变动的合理性；

(5) 对销售收入执行函证，核实交易额的真实性、准确性。在确定函证客户时，选取各年度销售金额及应收账款余额大于实际执行的重要性水平的客户作为发函对象，尽可能覆盖更多活跃度高、金额较大的客户，以使各期发函比例覆盖营业收入/应收账款的 75%以上；

(6) 对不同类型主要客户、异常客户以及主要境外客户履行走访程序，了解双方关联关系、业务开展合作历史、交易产品类型、金额及结算情况、产品质量情况及退换货情况、违约情况等，走访范围覆盖报告期内各期同控口径下前二十大客户、各期终端用户/贴牌客户/贸易商客户前十大客户，扣除部分因保密需求拒绝接受中介机构访谈的客户外，2022 年度至 2025 年度我们各期走访客户收入占比分别为 54.86%、57.43%、56.37%和 57.29%；

(7) 针对贸易商客户执行了针对性的核查计划，具体参见“（五）结合贸易期末库存及期后销售实现情况、回款情况、收入确认核查情况及比例、走访及函证情况（样本抽样方法、核查比例、是否实地走访）、资金流水核查情况等，对公司贸易商销售真实性发表明确意见”的相关内容；

(8) 对公司报告期的应收账款期后回款情况进行了测试，以关注回款的真实性、及时性；

(9) 针对公司报告期内收入确认的真实性，根据单笔收入确认单据（内销的签收单、外销的报关单和提单）金额的不同层级进行了样本抽选和测试，具体分层方案如下：对单笔金额在 5 万以上的收入全部检查，单笔金额介于 5 万和 3 万之间的，以随机抽样的方式抽取金额总计占 5 万和 3 万之间所有单据合计金额的 60%进行检查；单笔金额介于 3 万和 1 万之间的，以随机抽样的方式抽取金额总计占 3 万和 1 万之间所有单据合计金额的 5%进行检查；针对公司报告期内收入确认的截止性，对报告期各期资产负债表日前后一个月营业收入执行截止测试；

(10) 重点核查公司与关联方之间的交易金额，通过查阅工商信息、访谈销售

部门人员，现场走访关联方了解业务情况，以确定是否存在隐匿关联交易或关联交易非关联化的情况。

综上所述，我们已针对客户分散、单笔订单金额较小等特点制定了系统、分层的核查策略，样本选取标准充分考虑了客户类别、层级、规模、典型特征及异常变动等因素，覆盖主要客户、异常波动客户以及不同金额层级签收单收入的真实性核查，并通过分析性复核、函证、实地走访、细节测试、截止性测试等手段确保核查深度与广度，能够有效支撑收入真实性与完整性的核查结论。

2. 采用的不同核查方式(函证、实地走访、细节测试、截止性测试情况等)的具体过程、对应的核查金额及占比

(1) 函证

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
营业收入①	51,819.99	43,810.74	42,505.11	35,878.96
发函金额②	41,055.40	34,767.95	36,717.12	29,039.96
发函比例③=②/①	79.23%	79.36%	86.38%	80.94%
回函金额④	33,371.90	26,804.79	29,333.62	21,908.21
回函比例⑤=④/①	64.40%	61.18%	69.01%	61.06%
回函相符金额⑥	19,240.27	16,570.16	16,144.44	12,712.19
回函相符比例⑦=⑥/①	37.13%	37.82%	37.98%	35.43%
回函不符但经差异解释可确认金额⑧	14,131.63	10,234.62	13,189.18	9,196.03
函证可确认金额⑨=⑥+⑧	33,371.90	26,804.79	29,333.62	21,908.21
函证可确认金额比例⑩=⑨/①	64.40%	61.18%	69.01%	61.06%
替代测试金额⑪	7,683.50	7,963.16	7,383.51	7,131.74
函证可确认金额+替代测试金额⑬=⑨+⑪	41,055.40	34,767.95	36,717.12	29,039.96
函证可确认金额+替代测试比例⑬=⑬/①	79.23%	79.36%	86.38%	80.94%

(2) 走访

客户类型	2025 年度			2024 年度		
	走访营业收入	营业收入	收入占比	走访营业收入	营业收入	收入占比
终端用户	22,342.93	40,256.03	55.50%	17,085.44	31,678.62	53.93%
贴牌客户	4,089.22	6,349.84	64.40%	4,485.75	7,206.41	62.25%
贸易商客户	3,533.02	5,214.13	67.76%	3,166.47	4,925.72	64.28%

合计	29,965.18	51,819.99	57.83%	24,737.66	43,810.74	56.46%
----	-----------	-----------	--------	-----------	-----------	--------

(续上表)

客户类型	2023 年度			2022 年度		
	走访营业收入	营业收入	收入占比	走访营业收入	营业收入	收入占比
终端用户	18,539.93	32,186.40	57.60%	15,453.80	27,686.62	55.82%
贴牌客户	3,960.29	6,596.72	60.03%	3,210.89	5,769.95	55.65%
贸易商客户	1,908.75	3,721.99	51.28%	1,018.89	2,422.38	42.06%
合计	24,408.97	42,505.11	57.43%	19,683.57	35,878.96	54.86%

其中，境外贸易商客户 ATCO ENGINEER PVT.LTD. 位于印度，保荐机构已于 2025 年 12 月 1 日对其采购人员进行了视频访谈，预计将于 2026 年 6 月前往其办公场所进行实地走访。

2022 年度至 2025 年度，ATCO ENGINEER PVT.LTD. 每年销售收入分别为 0 万元、0 万元、42.60 万元和 278.52 万元。扣除该视频访谈客户的收入金额后，我们实地走访客户覆盖营业收入的比例分别为 54.86%、57.43%、56.37%和 57.29%。

(3) 细节测试

对公司报告期各期收入确认的原始单据(包括签收单、报关单、提单、领用对账单等)进行细节测试，报告期各期的核查金额及比例具体如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
核查金额	33,981.08	27,941.15	29,653.03	10,749.68
营业收入	51,819.99	43,810.74	42,505.11	35,878.96
占营业收入的比例	65.58%	63.78%	69.76%	29.96%

(4) 截止性测试

对公司报告期各期收入进行截止性测试，报告期各期的核查金额及比例具体如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
资产负债表日前一个月销售收入	5,124.75	4,624.80	3,770.31	3,099.14
截止日测试金额	3,436.94	2,903.89	2,908.39	2,344.60
截止日测试比例	67.07%	62.79%	77.14%	75.65%
资产负债表日后一个月销售收入	4,734.43	3,895.53	4,225.73	2,151.44
截止日测试金额	3,354.46	2,889.27	2,723.11	1,580.46
截止日测试比例	70.85%	74.17%	64.44%	73.46%

经核查，我们认为：报告期内，公司收入确认真实、准确、完整。

三、关于境外销售真实性

根据申请文件：（1）报告期内，发行人境外销售收入金额分别为 3,201.77 万元、5,150.58 万元、5,372.20 万元、2,814.66 万元，占当期主营业务收入的 比例分别为 8.92%、12.12%、12.27%和 12.53%，呈持续上升趋势。（2）公司境外销售区域主要在欧洲、亚洲、北美洲等地区。

请发行人：（1）按照不同国家/地区说明各期境外主要客户情况，包括中文翻译名称、资信情况（实缴资本、营业收入、员工人数等）、是否为贸易商/新增客户、合作年限、销售内容及金额、占比、毛利率、信用政策、发行人销售金额占其业务规模的比例等，是否存在主要与发行人交易、实缴或注册资本较小、成立时间较短即合作的境外客户及其原因、合理性。（2）说明境外主要客户采购频率及单次采购量分布是否合理，与报告期增量采购情况、销售周期是否匹配，境外客户一般备货周期、进销存及退换货情况，备货周期是否与进销存情况相匹配，是否存在压货情形，退换货率是否合理。（3）说明境内、境外销售在订单获取方式、产品种类、所售产品生产方式（自产/外购/外协生产）、售价及毛利率、结算方式、信用政策等方面是否存在差异，结合销量及售价变动原因、行业景气度、境外市场供求关系等，说明报告期内境外收入持续增长的具体原因。（4）说明海关报关数据、运保费、出口退税与各期境外销售收入的匹配性，各期末境外销售应收账款期后回款情况，是否涉及第三方回款。（5）结合报告期内主要结算货币对人民币的汇率变动情况，量化分析境外收入和汇兑损益的匹配性。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见，说明核查方式、过程、范围和结论。

请保荐机构、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并上市业务规则适用指引第 2 号》（以下简称《2 号指引》）2-13 境外销售的要求就发行人境外销售进行核查，说明核查方法、核查范围、核查证据及核查结论。（审核问询函问题 5）

（一）按照不同国家/地区说明各期境外主要客户情况，包括中文翻译名称、资信情况（实缴资本、营业收入、员工人数等）、是否为贸易商/新增客户、合作年限、销售内容及金额、占比、毛利率、信用政策、公司销售金额占其业务规模的比例等，是否存在主要与公司交易、实缴或注册资本较小、成立时间较短即合作的境外客户及其原因、合理性

1. 按照不同国家/地区说明各期境外主要客户情况

(1) 报告期内，公司产品主要出口至欧洲、亚洲、北美洲等地区，其他地区仅零星销售。公司各境外地区销售金额和占比如下：

地区	2025 年度		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	营业收入	占比	营业收入	占比	营业收入	占比	营业收入	占比
欧洲	3,032.64	61.16%	2,450.18	45.61%	3,211.22	62.35%	1,351.29	42.20%
亚洲	1,289.97	26.01%	1,995.49	37.14%	1,154.89	22.42%	1,048.64	32.75%
北美洲	283.57	5.72%	501.25	9.33%	516.66	10.03%	647.90	20.24%
大洋洲	212.05	4.28%	315.39	5.87%	149.28	2.90%	66.46	2.08%
南美洲	140.6	2.84%	105.49	1.96%	114.11	2.22%	70.44	2.20%
非洲			4.41	0.08%	4.42	0.09%	17.04	0.53%
总计	4,958.83	100.00%	5,372.20	100.00%	5,150.58	100.00%	3,201.77	100.00%

(2)境外主要客户的中文翻译名称、实缴资本、营业收入、员工人数如下：

客户名称	中文翻译名称	所在国	成立时间	注册资本	实缴资本	营业收入	员工人数	是否为贸易商/新增客户	合作年限
客户 J	客户 J	*	*	*	*	*	*	否	5 年
MAGE Roof & Building Components GMBH	玛格屋顶与建筑构件有限责任公司	德国	1993 年	60 万德国马克		2024 年销售额为 13,011,149 欧元	72 人	否	9 年
Must Have Ideas Ltd	必备创意有限公司	英国	2018 年	3 英镑	3 英镑	2025 年销售额约 56,562,835 英镑	104 人	否	4 年
Suzlon Energy Limited	苏司兰能源有限公司	印度	1995 年		273.18 亿卢比	92.26 亿卢比	约 8100 人	否	13 年
UK Industrial Tapes Limited	英国工业胶带有限公司	英国	1997 年	811 英镑	811 英镑	年销售收入约 800 万英镑	44 人	否	9 年
客户 A	客户 A	*	*	*	*	*	*	2025 年新增客	1 年

								户	
ATCO ENGINEER PVT. LTD.	阿特科工程有限 公司	印度	2021 年		10 万 印 度 卢比	7.70 亿元印度 卢布		贸易商	1 年

(3)境外主要客户的销售内容及金额、占比、毛利率如下：

客户名称	销售主要产品	2025 年度			2024 年度		
		金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利
客户 J	丁基胶带	275.42	5.57%	*	514.81	9.58%	*
MAGE Roof & Building Components GMBH	无铅柔性泛水带	435.85	8.81%	*	417.01	7.76%	*
Must Have Ideas Ltd	家装密封产品	222.05	4.49%	*	480.84	8.95%	*
Suzlon Energy Limited	丁基双面胶带			*	864.91	16.10%	*
UK Industrial Tapes Limited	丁基胶/其他胶类产品	587.36	11.88%	*	574.89	10.70%	*
客户 A	特种防水卷材	1,010.93	20.44%	*			
ATCO ENGINEER PVT.LTD.	丁基双面胶带	278.52	5.63%	*	42.60	0.79%	*
合计		2,810.14	56.82%		2,895.07	53.89%	

(续上表)

客户名称	销售主要产品	2023 年度			2022 年度		
		金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率
客户 J	丁基胶带	368.06	7.15%	*	356.76	11.14%	*
MAGE Roof & Building Components GMBH	无铅柔性泛水带	2,040.38	39.61%	*	601.61	18.79%	*
Must Have Ideas Ltd	家装密封产品	358.68	6.96%	*	87.80	2.74%	*
Suzlon Energy Limited	丁基双面胶带	221.44	4.30%	*	62.82	1.96%	*
UK Industrial Tapes Limited	丁基胶/其他胶类产品	246.26	4.78%	*	311.52	9.73%	*
客户 A	特种防水卷材						
ATCO ENGINEER PVT.LTD.	丁基双面胶带						
合计		3,234.83	62.81%		1,420.50	44.37%	

(4)境外主要客户的信用政策、公司销售金额占其业务规模的比例如下：

客户名称	信用政策				公司销售金额占其业务规模的比例
	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度	
客户 J	月结 30 天	月结 30 天	月结 30 天	月结 30 天	同类产品的 50%

MAGE Roof & Building Components GMBH	预付 25%，货到 60 天付 75%	预付 25%，货到 60 天付 75%	预付 25%，货到 60 天付 75%	预付 25%，货到 60 天付 75%	约为 5%
Must Have Ideas Ltd	款到发货	款到发货	款到发货	款到发货	很低
Suzlon Energy Limited	月结 90 天	月结 90 天	月结 90 天	月结 90 天	很低
UK Industrial Tapes Limited	预付 25%，货到付 75%	预付 25%，货到付 75%	预付 25%，货到付 75%	预付 25%，货到付 75%	同类产品占比约 80%，总采购额占比约 15%
客户 A	预付 15%，货到 120 天付 85%	/	/	/	100.00%
ATCO ENGINEER PVT.LTD.	款到发货	款到发货	/	/	很低

2. 是否存在主要与公司交易、实缴或注册资本较小、成立时间较短即合作的境外客户及其原因、合理性

MAGE Roof & Building Components GMBH 为德国建筑领域资深屋面防水与建筑构件公司，主要向公司采购无铅柔性泛水带。2022 年公司无铅柔性泛水带产品在经过长时间的研发测试进入量产阶段后，生产过程仍需逐步成熟完善，产品质量存在一定波动，2023 年经过量产过程中持续测试与优化，该产品质量与单位成本趋于稳定，在该领域市场竞争力得到增强，进而获得了国外客户的青睐，因此向 MAGE Roof & Building Components GMBH 销售该无铅柔性泛水带产品的收入增长较大。2024 年度和 2025 年度 MAGE Roof & Building Components GMBH 鉴于自身业务情况减少向公司采购。由于公司无铅柔性泛水带在欧洲市场建立的口碑，市场竞争力越来越强，新客户客户 A 与公司开始了合作。客户 A 为 MAGE Roof & Building Components GMBH 前员工出来创立的公司，在 2023 和 2024 年度通过上海腾豫实业有限公司向公司采购，2025 年度开始直接从公司采购，其采购规模逐渐取代了 MAGE Roof & Building Components GMBH 采购减少的份额。除上述情况外，不存在其他实缴或注册资本较小、成立时间较短即合作的境外客户。

(二)说明境外主要客户采购频率及单次采购量分布是否合理，与报告期增量采购情况、销售周期是否匹配，境外客户一般备货周期、进销存及退换货情况，备货周期是否与进销存情况相匹配，是否存在压货情形，退换货率是否合理

1. 境外主要客户采购频率及单次采购量分布是否合理，与报告期增量采购情况、销售周期是否匹配

报告期各期，公司主要境外客户采购频率及单次采购量如下：

序号	客户名称	产品类别	单位	2025 年度		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
				采购频率	单次采购量	采购频率	单次采购量	采购频率	单次采购量	采购频率	单次采购量
1	客户 A	丁基胶	米	33.00	8,483.48						
2	客户 J	丁基胶	卷	24.00	13,350.83	40.00	13,866.30	29.00	14,440.62	36.00	11,511.67
3	MAGE Roof & Building Components GMBH	丁基胶	米	20.00	5,244.00	16.00	6,490.38	99.00	5,302.95	62.00	4,146.53
4	Must Have Ideas Ltd	家装密封产品	盒	17.00	11,019.76	10.00	8,904.40	6.00	11,662.50	5.00	8,000.00
			卷	6.00	4,338.67	18.00	15,166.44	22.00	7,636.36	4.00	6,750.00
5	Suzlon Energy Limited	丁基胶	米			73.00	141,361.59	23.00	115,043.48	6.00	132,300.00
6	UK Industrial Tapes Limited	丁基胶	卷	96.00	1,857.08	79.00	1,959.05	41.00	1,899.10	88.00	497.26
7	ATCO ENGINEER PVT.LTD.	丁基胶	米	9.00	387,600.11	2.00	264,598.00				

注:采购频率=当期采购订单数量，单次采购量=当期采购总数量/当期采购订单数量

报告期内，公司 2023 年和 2024 年度通过上海腾豫实业有限公司向德国客户客户 A 出口销售，2025 年转为直接向客户 A 销售；客户 J 单次采购量基本稳定，采购频次受下游客户需求影响；MAGE Roof & Building Components GMBH2023 年度为其业务扩张期，故对公司的采购需求较大，采购频率高于其余年度；Suzlon Energy Limited2023 至 2024 年度采购频率及单次采购量逐年上升，2025 年开始不再直接向公司采购，转而通过 ATCO ENGINEER PVT.LTD. 采购公司产品；UK Industrial Tapes Limited 采购频率和单次采购量逐年上升系公司产品逐步打开当地市场，客户增加采购所致，该等变动具备合理性,与报告期增量采购情况、销售周期匹配。

2. 境外客户一般备货周期、进销存及退换货情况，备货周期是否与进销存情况相匹配，是否存在压货情形，退换货率是否合理

(1) 境外客户一般备货周期

报告期内，境外客户的备货周期呈现多样性，客户考虑其所在地理位置、销售区域的市场特性、供应链复杂性以及物流运输等多因素。根据客户所处的地域不同，运输方式不同，境外客户的一般备货周期大致在 1-6 个月不等。

(2) 境外客户进销存情况，备货周期是否与进销存情况相匹配，是否存在压货情形

报告期各期，境外主要客户期末库存数量占其采购公司产品总量的比例如下：

序号	客户名称	2025 年末	2024 年末	2023 年末	2022 年末
1	客户 A	40.28%	-	-	-
2	客户 J	20.67%	13.60%	12.17%	8.85%
3	MAGE Roof & Building Components GMBH	13.14%	13.94%	29.08%	7.97%
4	Must Have Ideas Ltd	6.75%	25.55%	11.08%	12.33%
5	Suzlon Energy Limited[注]	-	-	-	-
6	UK Industrial Tapes Limited	1.32%	1.30%	0.00%	0.00%
7	ATCO ENGINEER PVT.LTD.	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%

[注]该客户为印度大型风电设备制造企业，对方配合意愿较低且沟通难度较大，各期未能获取其所采购公司产品的库存情况

总体来看，报告期各期末境外主要客户期末库存数量占当期采购公司产品总量的比例较低，基本实现了对外销售，各客户根据自身销售情况保留一定的安全库存，客户备货周期与销售情况基本匹配，未出现大规模压货情况。其中，德国客户客户 A 在 2025 年成为公司直接客户，其在采购公司产品后需进一步加工后再出售，因此其需要一定的备货库存。客户 A 在 2025 年末的库存较高，主要系其下游大客户因市场需求影响，当期采购降低所致。

(3) 境外客户退换货情况，退换货率是否合理

报告期内，公司境外客户退换货情况及退换货率如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
----	---------	---------	---------	---------

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
境外客户退换货金额	20.84	64.30	11.00	286.00
境外营业收入	4,958.83	5,372.20	5,150.58	3,201.77
退换货金额占境外营业收入比例	0.42%	1.20%	0.21%	8.93%

2023-2025 年度，境外客户退换货金额占营业收入的比例较低，退换货主要原因为长时间运输导致少量产品包装破损而退换货，不存在大额销售退货的情况，退换货率合理。

2022 年度境外客户退换货金额较大，主要因德国客户 MAGE Roof & Building Components GMBH 及英国客户 UK Industrial Tapes Limited 发生较大金额退货所致。由于长途海运及特殊气候等缘故造成客户前期未明确要求的某一项技术参数发生改变，不再满足终端客户使用场景要求，客户要求退货，涉及金额为 228.30 万元。若扣除该因素，2022 年度境外客户退换货金额为 57.70 万元，占当期境外营业收入比例为 1.80%，与报告期其他期间相比无异常。

(三)说明境内、境外销售在订单获取方式、产品种类、所售产品生产方式(自产/外购/外协生产)、售价及毛利率、结算方式、信用政策等方面是否存在差异，结合销量及售价变动原因、行业景气度、境外市场供求关系等，说明报告期内境外收入持续增长的具体原因

1. 境内、境外销售在订单获取方式、产品种类、所售产品生产方式(自产/外购/外协生产)、售价及毛利率、结算方式、信用政策等方面是否存在差异

(1)报告期内境内外销售模式、订单获取方式、结算方式、信用政策如下：

项目	境内	境外
销售模式	直销	直销
订单获取方式	商务谈判/招投标	商务谈判
定价原则	与客户协商定价	与客户协商定价
结算方式	银行承兑汇票/商业承兑汇票/电汇	主要采用电汇方式进行结算
信用政策	月结 30 天/60 天/90 天/120 天	月结 90 天/款到发货
产品种类	丁基胶产品、绝缘胶带、水性涂料、家装密封产品	丁基胶产品、家装密封产品

(2)报告期内境内外销所售产品按生产方式(自产/外购/外协生产)分类的比例如下：

项目	2025 年度		2024 年度	
	境内	境外	境内	境外
自产	61.49%	83.67%	61.00%	73.25%

项目	2025 年度		2024 年度	
	境内	境外	境内	境外
外购	26.99%	13.52%	27.49%	24.74%
外协生产	11.52%	2.81%	11.51%	2.01%
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

(续上表)

项目	2023 年度		2022 年度	
	境内	境外	境内	境外
自产	65.34%	86.01%	66.90%	80.35%
外购	23.80%	12.27%	24.60%	19.39%
外协生产	10.86%	1.71%	8.50%	0.26%
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

报告期内，境外销售主要以自产的丁基胶带和家装密封产品为主，外购产品的销售占比较少；境内销售的产品则以自产为主，但外购品的销售占比明显高于境外销售，境内销售的外购产品主要是水性涂料，该产品目前在境外没有销售；境内外销售外协生产的产品占比均不大。

(3)报告期内境内外销售毛利率及售价对比情况详见本说明“四、关于毛利率高于可比公司合理性及成本核算规范性”之“(一)毛利率持续上升且高于同行业可比公司合理性”之“4.结合内外销具体产品类型、客户结构、定价策略、同类产品境内外销售价格、单位成本差异情况及原因、汇率波动等，量化分析2022年外销毛利率略低于内销、2023年至2025年上半年外销毛利率持续高于内销的原因及合理性”相关内容。

2. 结合销量及售价变动原因、行业景气度、境外市场供求关系等，说明报告期内境外收入持续增长的具体原因

报告期内公司的境外收入如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
营业收入	4,958.83	5,372.20	5,150.58	3,201.77

由上述表格可知，报告期内公司境外销售收入在增长后出现了小幅回落，境外销售主要收入增长贡献客户情况如下：

公司	2025 年度		2024 年度		2023 年度		2022 年度
	营业收入	变动率	营业收入	变动率	营业收入	变动率	营业收入
客户 J	275.42	-46.50%	514.81	39.87%	368.06	3.17%	356.76
MAGE Roof & Building Components GMBH	435.85	4.52%	417.01	-79.56%	2,040.38	239.16%	601.61
Must Have Ideas Ltd	222.05	-53.82%	480.84	34.06%	358.68	308.53%	87.80
Suzlon Energy			864.91	290.58%	221.44	252.52%	62.82

公司	2025 年度		2024 年度		2023 年度		2022 年度
Limited							
UK Industrial Tapes Limited	587.36	2.17%	574.89	133.45%	246.26	-20.95%	311.52
客户 A	1,010.93						
ATCO ENGINEER PVT. LTD.	278.52	553.79%	42.60				

由于境外客户分布较广，各客户的销售受当地市场需求的变化及自身产品结构调整等因素影响。其中对阿联酋客户客户 J 的销售额下降是因为公司产品在当地市场的需求下降所致；德国客户 MAGE Roof & Building Components GMBH 销售下降是因为经营方向调整导致对公司产品的需求减少；英国客户 Must Have Ideas Ltd 下游客户多为商超，由于老产品零售销量的减少，导致公司对该客户的销售减少；对印度风电巨头 Suzlon Energy Limited 的销售从 2025 年开始转至 ATCO ENGINEER PVT.LTD. 进行，由于 Suzlon Energy Limited2025 年度自身产量减少，导致对公司产品需求下降，故 2025 年度对 ATCO ENGINEER PVT.LTD. 的销售收入较 2024 年度直接销售给 Suzlon Energy Limited 的销售收入降低；2024 年度和 2025 年度 MAGE Roof & Building Components GMBH 鉴于自身业务情况减少向公司采购，公司新开拓客户客户 A 在 2023 和 2024 年度通过上海腾豫实业有限公司向公司采购，2025 年度开始直接从公司采购。

(四)说明海关报关数据、运保费、出口退税与各期境外销售收入的匹配性，各期末境外销售应收账款期后回款情况，是否涉及第三方回款

1. 报告期内，公司境外销售收入与海关报关数据核对情况如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
境外销售收入 (A)	4,958.83	5,372.20	5,150.58	3,201.77
海关报关单数据 (B)	4,988.96	5,380.70	5,140.14	3,469.71
境外销售收入与海关数据差异 (C=A-B)	-30.13	-8.5	10.44	-267.94
差异率 (D=C/B)	-0.60%	-0.16%	0.20%	-7.72%

2023-2025 年度外销收入和海关报关单数据核对差异较小；2022 年差异率较大的原因详见本说明“三、关于境外销售真实性”之“(二)说明境外主要客户采购频率及单次采购量分布是否合理，与报告期增量采购情况、销售周期是否匹配，境外客户一般备货周期、进销存及退换货情况，备货周期是否与进销存情况相匹配，是否存在压货情形，退换货率是否合理”相关说明。

2. 报告期内，公司境外销售收入与运保费数据核对情况如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
境外销售收入	4,958.83	5,372.20	5,150.58	3,201.77
出口运保费	89.54	136.32	106.91	151.56
出口运保费占收入的比重	1.81%	2.54%	2.08%	4.73%

2022 年度外销运保费占收入比重较大，主要系海运费价格波动较大所致。

报告期内，中国出口集装箱运价指数 (CCFI) 综合指数变动趋势如下：



如上图所示，2022 年航运指数处于高位，2023 年和 2025 年指数处于低位，2024 年的海运价格较高，报告期各期的平均中国出口集装箱运价指数 (CCFI) 综合指数如下：

期间	当期平均指数	较上期变动 (%)
2025 年度	1,197.60	-22.76%
2024 年度	1,550.59	65.59%
2023 年度	937.29	-66.41%
2022 年度	2,792.14	

报告期内公司运保费波动及其占当期营业收入的比重趋势与中国出口集装箱运价指数 (CCFI) 综合指数变动趋势一致，运保费与各期境外销售收入的比例变动具有合理。

3. 报告期内，公司境外销售收入与出口退税数据核对情况如下

(1) 免抵退税模式下出口退税与境外销售数据的匹配关系

母公司科建股份为生产型出口企业，出口业务享受免抵退税，其出口退税与外销收入对应情况如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
外销收入①	4,649.33	5,247.05	5,096.55	3,140.68
外销客户退货②				228.30

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
上期确认收入本期申报③	684.29	399.83	259.28	
本期确认收入下期申报④	562.72	684.29	399.83	
暂时性时间差异⑤=③-④	121.57	-284.46	-140.55	705.57
适用免抵退税办法可申报出口退税销售额(⑥=①+②+⑤)	4,770.90	4,962.59	4,956.00	4,074.56
免抵税额⑦	610.77	644.75	638.48	467.45
应退税额⑧				56.97
免抵退税额合计⑨=⑦+⑧	610.77	644.75	638.48	524.42
测算退税率(⑩=⑨/⑥)	12.80%	12.99%	12.88%	12.87
当期税法退税率	13.00%	13.00%	13.00%	13.00

(2) 免退税模式下出口退税与境外销售数据的匹配关系

子公司荷亚装饰为外贸型出口企业，出口业务享受免退税，其出口退税与外销收入对应情况如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
外销收入	309.50	125.15	54.04	61.08
总进货金额①	185.26	69.42	44.97	43.93
申报退税额②	24.08	9.02	5.85	5.71
测算退税率③=②/①	13.00%	13.00%	13.00%	13.00%
出口退税率	13.00%	13.00%	13.00%	13.00%

4. 各期末境外销售应收账款期后回款情况, 是否涉及第三方回款

期间	外销应收账款余额	期后回款金额	期后回款比例
2025 年末	1,020.93	500.51	49.02%
2024 年末	1,182.43	1,172.81	99.19%
2023 年末	748.14	746.24	99.75%
2022 年末	682.48	679.32	99.84%

报告期内，公司境外销售存在第三方回款的情况，2022-2025 年度第三方回款的金额分别为 0.00 万元、9.85 万元、5.04 万元和 25.51 万元，占当期境外营业收入的比例分别为 0.00%、0.19%、0.09%和 0.51%。外销第三方回款金额较小、占比极低，主要是由母子公司之间代为支付货款。。

(五) 结合报告期内主要结算货币对人民币的汇率变动情况，量化分析境外收入和汇兑损益的匹配性

报告期内，公司境外销售使用美元、欧元、英镑和跨境人民币结算和收款各外币币种占以外币结算的境外收入总额比例如下：

项目	2025 年 12 月 31 日/2025 年度	2024 年 12 月 31 日/2024 年度	2023 年 12 月 31 日/2023 年度	2022 年 12 月 31 日/2022 年度
美元	56.78%	79.35%	53.26%	69.61%

项目	2025 年 12 月 31 日/2025 年度	2024 年 12 月 31 日/2024 年度	2023 年 12 月 31 日/2023 年度	2022 年 12 月 31 日/2022 年度
欧元	30.81%	8.51%	41.06%	20.12%
英镑	12.41%	12.14%	5.68%	10.27%

公司境外销售形成的汇兑损益与以外币结算的境外销售收入比较波动情况

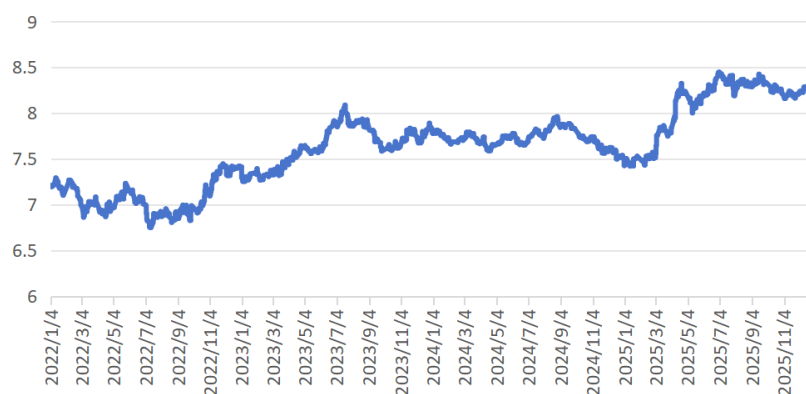
如下表所示：

项目	2025 年 12 月 31 日/2025 年度	2024 年 12 月 31 日/2024 年度	2023 年 12 月 31 日/2023 年度	2022 年 12 月 31 日/2022 年度
美元期初汇率	7.1884	7.0827	6.9475	6.3794
美元期末汇率	7.0288	7.1884	7.0827	6.9475
以美元结算的境外收入	2,702.85	3,949.13	2,662.10	2,188.30
欧元期初汇率	7.4910	7.0770	6.9475	7.4229
欧元期末汇率	8.2355	7.1884	7.0827	7.4133
以欧元结算的境外收入	1,466.56	423.61	2,052.00	632.34
英镑期初汇率	9.0584	9.0226	8.3777	8.6006
英镑期末汇率	9.4346	9.0765	9.0411	8.3777
以英镑结算的境外收入	590.47	604.23	283.86	322.82
汇兑损益(正数为损失、负数为收益)	225.54	-92.42	-178.25	-475.93
美元汇率波动率(期末汇率/期初汇率-1)	-2.22%	1.49%	1.95%	8.91%
欧元汇率波动率(期末汇率/期初汇率-1)	9.94%	1.57%	1.95%	-0.13%
英镑汇率波动率(期末汇率/期初汇率-1)	4.15%	0.60%	7.92%	-2.59%
汇兑损益/以外币结算的境外销售收入	4.55%	-1.86%	-3.57%	-15.14%

报告期内美元、欧元、英镑兑人民币汇率走势如下图：



人民币兑欧元汇率走势



人民币兑英镑汇率走势



数据来源：国家外汇管理局

以外币结算的销售收入受到收入金额、发生时点、收款账期、结汇时点、汇率变动等多种因素影响，公司境外销售收入金额汇兑损益在变动方向上存在一定关系，但不存在严格的线性数量关系，以上列示了报告期各期外币兑人民币汇率的变动情况，公司汇兑损益的变动方向与外币汇率的变动方向相吻合，未发生背离。

2022 年度，公司境外收入主要以美元结算，当期美元汇率大幅度升值，因此公司确认了 475.93 万元的汇兑收益。

2023 年度，公司境外收入主要以美元和欧元为主进行结算，当期各外币兑人民币汇率均升值，其中英镑汇率波动最大，但由于以英镑结算的境外收入占比较小，因此公司确认的 178.25 万元汇兑收益的产生主要来源于美元和欧元。

2024 年度，美元、欧元及英镑兑人民币汇率仍呈上升态势，公司确认了 92.42

万元的汇兑收益，较上年度汇兑收益下降 85.83 万元，主要系公司 2024 年度以欧元结算的境外收入下降较多。以英镑结算的境外收入虽然上升较多，但 2024 年度英镑整体汇率波动不大，故 2024 年度整体汇兑损益较上期下降 48.15%。

2025 年度，欧元和英镑均持续升值，但美元自 3 月份开始持续贬值，公司该年度以美元结算的收入占比较大，故公司整体汇兑损益受到美元贬值的影响确认了汇兑损失。

(六) 核查程序及结论

1. 核查程序

(1) 获取报告期各期公司销售明细表，分析报告期内不同国家或地区实现的收入金额及占比、产品类型及客户数量变动情况；向公司财务负责人、境外销售部门人员，了解境外业务的背景、业务开拓方式情况；

(2) 统计报告期内境外前五名客户的销售内容、销售金额、占比及变动情况，走访公司主要境外客户；通过查阅主要境外客户的销售合同和订单，审阅主要境外客户中信保资信报告，查询主要境外客户公开信息和访谈主要境外客户，了解主要境外客户的客户名称、类型、所属国家或地区、主营业务及规模的基本情况，了解公司与主要境外客户的合作背景、订单获取方式、定价模式、信用期及结算方式、退换货机制的合作模式；

(3) 访谈主要境外客户，获取报告期各期主要境外客户的销售订单清单及境外客户库存数量，分析主要境外客户采购频率及单次采购量分布是否合理，查阅公司销售记录、报关单、提单等文件，分析境外主要客户备货周期与进销存情况、库存消化周期是否匹配，检查是否存在压货以及大额异常退换货情形；

(4) 查阅公司与境外客户签订的销售合同及订单，获取期后销售回款清单，核查境外客户结算方式、付款方式、回款情况；

(5) 取得公司海关出口数据、出口退税、运费及保险费相关文件数据，与公司境外销售收入进行比较分析；登录国家外汇管理局网站，获取公司收汇申报数据并与公司账面进行分析核对；

(6) 了解出口退税政策，获取公司出口退税申报表并与境外销售收入进行分析核对；

(7) 对主要境外客户进行函证；

(8) 获取公司的汇兑损益数据，并结合报告期内主要结算外币汇率波动情况，分析汇兑损益对公司的业绩影响；

(9) 查阅报告期内第三方回款明细表、三方回款协议和资金流水凭证等，分析报告期各期境内外第三方回款的金额及占比，涉及的客户及对应的付款方、付款金额及次数情况；访谈销售人员，了解境外销售涉及第三方回款的原因、第三方回款的支付方与客户的关系，核查其第三方回款的商业合理性。

2. 核查结论

(1) 除与德国客户 A 交易外，公司不存在与实缴或注册资本较小、成立时间较短的境外客户合作的情况。德国客户 A 由于其特殊性，存在商业合理性；

(2) 主要境外客户采购频率及单次采购量分布具有合理性；主要境外客户备货周期与进销存情况、库存消化周期基本匹配，不存在压货以及大额异常退换货等情形，退换货率合理；

(3) 公司已就境内外销售在订单获取方式、产品种类、所受产品生产方式、售价及毛利率、结算方式、信用政策等方面的差异进行了说明，并结合销量及售价变动原因、行业景气度、境外市场供求关系等，说明了境外销售收入的变动原因；

(4) 公司海关报关数据、运保费、出口退税与各期境外销售收入具有匹配性；各期末期后回款情况良好，报告期内境外第三方回款整体金额较小且均具备商业合理性；

(5) 结合报告期内主要结算货币对人民币的汇率变动情况，境外收入和汇兑损益具有匹配性。

(七) 对照《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》）2-13 境外销售的要求就公司境外销售进行核查，说明核查方法、核查范围、核查证据及核查结论

我们根据《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 2 号》2-13 境外销售的具体要求对公司境外销售业务逐条进行核查，具体如下：

1. 核查程序

(1) 访谈公司管理层及主要销售人员，了解公司境外业务的发展历程及商业

背景、变动趋势及后续规划，相关产品是否主要应用于境外市场，是否与境外客户建立稳定合作关系等；

(2) 获取销售明细，分析报告期内公司境外销售收入占比、变动趋势，分析报告期内境外销售收入与成本结构及变化情况、区域集中情况、主要外销客户及销售金额情况，分析公司报告期内同类产品的境外与境内销售价格、毛利率是否存在明显差异及合理性；访谈主要外销客户、获取主要境外客户的中信保报告、结合通过网络查询公开信息，了解主要外销客户的成立时间、行业地位、与及其关联方是否存在关联关系及资金往来，了解主要外销客户的销售内容、销售金额、合同签订、结算周期等情况；访谈管理层，了解有关变动原因，了解境外主要客户的销售及结算周期情况是否发生变动，了解境外销售规模变动趋势是否与境外相关产品的市场需求、境内相关产品出口情况等行业变动趋势一致；

(3) 通过网络检索商务部信息系统等公开信息，结合访谈公司管理层，了解公司主要出口目的地国家和地区贸易政策及变化情况；获取公司的财务费用明细，查询报告期内公司出口主要结算货币汇率的波动情况，访谈公司管理层了解公司应对汇率波动风险的具体措施；结合访谈主要境外客户，了解在其同类供应商中的地位及可替代性，销售产品是否涉及相关客户核心生产环节，对相关客户是否存在重大依赖等情况；访谈公司销售负责人、财务负责人，结合对主要境外客户访谈，了解公司是否存在境外客户指定上游供应商的情形；

(4) 查阅境外主要客户的销售合同，检查相关合同条款，分析公司的收入确认政策是否符合《企业会计准则》的要求；获取公司海关出口数据及出口退税数据，分析公司境外销售与海关出口数据、出口退税数据的匹配性，境外销售费用等与境外销售收入的匹配性；

我们对公司主要外销客户执行函证程序，有关函证情况如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
外销收入①	4,958.83	5,372.20	5,150.58	3,201.77
发函金额②	3,911.08	4,532.81	4,450.16	2,603.71
发函比例③=②/①	78.87%	84.38%	86.40%	81.32%
回函金额④	3,493.92	1,642.02	3,195.02	1,342.09
回函比例⑤=④/①	70.46%	30.57%	62.03%	41.92%

回函相符金额⑥	2,495.39	744.17	378.35	275.74
回函相符比例⑦=⑥/①	50.32%	13.85%	7.35%	8.61%
回函不符但经差异解释可确认金额⑧	998.52	897.85	2,816.67	1,066.35
函证可确认金额⑨=⑥+⑧	3,493.92	1,642.02	3,195.02	1,342.09
函证可确认金额比例⑩=⑨/①	70.46%	30.57%	62.03%	41.92%
替代测试金额⑪	417.16	2,890.79	1,309.49	1,261.62
函证可确认金额+替代测试金额⑫=⑨+⑪	3,911.08	4,532.81	4,504.51	2,603.71
函证可确认金额+替代测试比例⑬=⑫/①	78.87%	84.38%	87.46%	81.32%

对公司主要外销客户执行了访谈程序，具体情况如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
已访谈外销客户的销售金额	1,875.31	1,904.26	2,765.80	1,387.02
外销收入	4,958.83	5,372.20	5,150.58	3,201.77
访谈覆盖比例	37.82%	35.45%	53.70%	43.32%

2. 核查结论

(1)关于境外业务发展背景。包括但不限于：境外业务的发展历程及商业背景、变动趋势及后续规划，相关产品是否主要应用于境外市场，是否与境外客户建立稳定合作关系等

1)在全球胶粘剂行业中，海外厂商凭借深厚的技术积累和持续的研发投入，形成了显著的先发优势和规模优势，尤其在中高端市场中占据较大份额，行业集中度较高。汉高(Henkel)作为行业龙头，其乐泰(Loctite)品牌在汽车、电子等高端领域近乎垄断，市场占有率超 70%；3M 压敏胶和环氧胶等产品，在医疗、航空航天等高端应用场景中占据主导地位。此外，阿科玛(Arkema)通过收购波士胶(Bostik)强化了其在建筑和工业粘合剂市场的地位。

在此背景下，公司大力拓展全球市场，凭借高质量且环保的胶类产品，获得了客户的充分认可，外销客户黏性强且复购率高。公司产品用户已覆盖中国、德国、英国、西班牙、意大利、阿联酋等国家和地区，报告期内公司外销业务整体

稳定。

公司后续规划积极开拓新的市场区域和客户资源，以期覆盖更大规模全球市场的广度和深度。

2) 公司境外销售的主要产品丁基胶和家装密封产品同时在境内、境外销售，境外客户以亚洲、欧洲地区为主，国内客户则分布区域较为广泛。

3) 公司积累了稳定优质的客户资源，经过扎实稳健的发展，公司与主要境外客户如 MAGE Roof & Building Components GMBH、UK Industrial Tapes Limited、客户 J 等保持着长期且稳定的业务往来。同时，公司通过参加各类境外展会并利用网络平台推广展示等多种方式不断开发境外新客户。综上，公司与境外客户建立了良好的稳定合作关系。

(2) 开展模式及合规性。包括但不限于：1. 在销售所涉国家和地区是否依法取得从事相关业务所必须的法律法规规定的资质、许可，报告期内是否存在被境外销售所涉国家和地区处罚或者立案调查的情形；2. 境外业务采取的具体经营模式及商业合理性，不同模式下获取订单方式、定价原则、信用政策、利润空间及变化趋势等；3. 相关业务模式下的结算方式、跨境资金流动情况、结换汇情况，是否符合国家外汇及税务等相关法律法规的规定。

1) 公司已按我国出口的相关法律法规办理了对外贸易经营者备案登记表、中华人民共和国海关报关单位注册登记证书等必要资质、许可，可依法开展外销业务，公司外销产品在所涉国家和地区无需取得从事相关业务所必需的其他资质、许可。公司不存在被境外销售所涉国家和地区处罚或者立案调查的情形；

2) 公司境外业务销售模式均为直销模式，客户包括终端客户、贸易商客户，除未采用经销模式外，与内销业务采用的销售模式基本一致。外销客户获取订单方式、定价原则、信用政策等方面与内销均不存在重大差异。由于境外市场竞争环境与境内存在差异、客户更多追求产品品质而导致对价格敏感度相对较低，因而公司对境外客户总体报价较高，导致外销毛利率高于内销，利润空间更大。综合上述情况，公司的外销业务采取的经营模式具有商业合理性。

3) 公司境外销售主要采用电汇等方式结算，公司根据日常经营需要并结合汇率变动情况进行结换汇，相关结算方式、跨境资金流动、结换汇情况，符合国家外汇及税务等相关法律法规的规定，报告期内，公司不存在因外汇、税务等方面

违法违规而受到行政处罚情形。

(3)业绩变动趋势。包括但不限于：1. 报告期内境外销售收入与成本结构情况及其变化原因，在区域集中度、销售及结算周期、主要客户及销售金额等方面的变动情况，境外销售规模变动趋势是否与境外相关产品的市场需求、境内相关产品出口情况等行业变动趋势一致；2. 报告期内同类产品的境外与境内销售价格、毛利率是否存在明显差异及合理性；3. 外销客户的基本情况，如向报告期各期前五名外销客户销售内容、销售金额与占比及变化原因，上述客户的成立时间、行业地位，与及其关联方是否存在关联关系及资金往来，与是否签订合同、框架协议及相关合同与协议的主要条款内容，从上述客户获取订单的具体方式

1)境外销售收入与成本结构

报告期各期，公司境外销售收入与成本占各期营业收入及成本比例及其变动情况如下：

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
外销收入	4,958.83	9.57%	5,372.20	12.26%	5,150.58	12.12%	3,201.77	8.92%
外销成本	2,946.02	8.20%	3,348.08	10.96%	3,035.50	10.17%	2,457.27	9.15%

报告期内，公司外销收入与成本占主营业务收入及成本比例在 10%左右，波动较小，由于公司对境外客户的议价能力更强、价格不同程度高于内销，而内销与外销单位成本差异幅度总体较小，因而 2023-2025 年度各期外销收入占比略高于外销成本占比，具有合理性，因 2022 年度外销运费成本较高，故当期成本占比略高于外销收入占比。

2)境外销售区域集中度

报告期各期销售区域以欧洲和亚洲为主，较为集中。

3)境外销售的销售及结算周期

报告期内，公司综合境外客户的合作意愿、回款能力等因素，既给予外销客户一定账期，也对境外客户预收部分款项，尾款到货后结清，结算周期不长，也不存在长期未能收回的大额境外应收账款。

4)主要客户及销售金额等方面的变动情况详见本说明结合销量及售价变动原因、行业景气度、境外市场供求关系等，说明报告期内境外收入持续增长的具

体原因之说明。

5)报告期内，公司境外销售规模变动趋势与境外相关产品的市场需求、境内相关产品出口情况等行业变动趋势较为一致

6)报告期内，由于境外市场竞争环境与境内存在差异、客户价格敏感度相对较低，因而公司对境外客户议价能力更强、总体报价较高，导致外销毛利率高于内销，交易具有合理性。

7)报告期各期，公司主要外销客户销售内容、销售金额与占比及变化原因，客户的成立时间、行业地位等情况详见本说明之“1. 按照不同国家/地区说明各期境外主要客户情况”相关内容，是否存在关联关系及资金往来、是否签订框架协议、行业背景及经验情况如下：

客户名称	是否存在关联关系及资金往来	是否签订框架协议	获取订单的具体方式
客户 J	否	否	需向公司询价并签署单笔订单合同
MAGE Roof & Building Components GMBH	否	否	需向公司询价并签署单笔订单合同
Must Have Ideas Ltd	否	否	需向公司询价并签署单笔订单合同
Suzlon Energy Limited	否	否	需向公司询价并签署单笔订单合同
UK Industrial Tapes Limited	否	否	需向公司询价并签署单笔订单合同
客户 A	否	否	需向公司询价并签署单笔订单合同
ATCO ENGINEER PVT. LTD.	否	否	需向公司询价并签署单笔订单合同

公司主要外销客户在其主营产品领域均具备一定行业地位，与公司及关联方均无关联关系，亦无非经营性资金往来。在合作模式上，公司与主要外销客户主要通过签署订单合同开展合作，合同中明确约定采购产品的名称、数量、金额、贸易方式等内容。

(4)主要经营风险。包括但不限于：1. 境外销售的主要国家和地区相关贸易政策是否发生重大不利变化，对未来业绩是否会造成重大不利影响；2. 报告期内出口主要结算货币的汇率是否稳定，汇兑损益对业绩是否存在较大影响，应对汇率波动风险的具体措施；3. 境外客户为知名企业且销售占比较高的，在其同类供应商中的地位及可替代性，销售产品是否涉及相关客户核心生产环节，对相关客

户是否存在重大依赖；4. 是否存在境外客户指定上游供应商情况，收入确认方法是否符合企业会计准则的规定。

1)截至本说明出具日，公司境外销售的主要国家和地区相关贸易政策未发生重大不利变化，对公司未来业绩不会造成重大不利影响。

2)报告期内，公司外销主要以美元进行结算，汇兑损益金额较小，对公司经营业绩不存在较大影响。公司持续监控外销形成的外币资产情况，根据汇率波动情况及时与银行结汇，降低汇率波动对公司日常经营的影响。

3)公司外销客户主要为非国际知名企业。公司产品尚不能完全覆盖各客户的全部需求，对相关外销客户不存在重大依赖情形。

4)公司不存在境外客户指定上游供应商情况，收入确认方法符合企业会计准则的规定。

(5)境外销售真实性

1)报告期各期公司海关报关数据、出口退税结汇及汇兑损益波动数据、签收单据、境外销售费用等与境外销售收入相匹配。由于公司境外销售产品单位货值较小，且数量不大，故公司未购买出口信用保险。

2)我们已对影响较大的境外客户进行了实地走访核查。

3)我们执行的各类核查方式覆盖范围总体较高，足以支持核查结论。

(6) 在境外设立子公司开展经营业务

公司未在境外设立子公司开展业务，也未在境外设立仓库，所有货物均由境内仓库发出。

四、关于毛利率高于可比公司合理性及成本核算规范性

根据申请文件：(1)报告期各期，发行人综合毛利率分别为 25.16%、29.79%、30.26%、31.04%，持续上升且高于同行业可比公司平均值。2022 年发行人外销毛利率略低于内销，2023 年至 2025 年上半年，外销毛利率持续高于内销毛利率约 10 个百分点。发行人贸易业务主要产品水性涂料毛利率维持在 25%左右。(2)报告期各期，发行人通过外协生产确认收入占比分别为 7.77%、9.75%、10.35%、11.81%，占比不断上升，发行人丁基胶产能利用率在 55%-65%左右。(3)自产产品主要原材料丁基橡胶与聚异丁烯属于基础化工原料，议价能力较弱。发行

人部分主要供应商实缴资本较小、参保人数较少。

(1) 毛利率持续上升且高于同行业可比公司合理性。请发行人：①补充披露报告期内主要产品销售单价、单位成本及其构成（料、工、费）的具体情况，结合产品市场价格走势、原材料市场价格变动、生产工艺变化、产能变动等量化分析上述指标变动原因及合理性，并进一步说明毛利率持续上升的原因。②说明发行人与主要客户的调价周期及实际调价情况，包括调价方式、调价次数、调价比例、收入金额及占比、毛利率等，说明对不同客户调价次数和幅度是否存在显著差异及原因，是否与市场价格、客户向其他供应商采购价格存在显著差异，是否存在相近时间内同类型产品售价差异较大的情形。③结合产业链位置、业务模式、产品性能、产品定位、下游客户类型、应用领域、原材料、产能规模、产品定价及成本结构等，说明可比公司选取依据及合理性，并拆分销售单价、单位材料成本、单位人工成本、单位制造费用等因素，量化分析公司产品毛利率高于同行业可比公司的原因及合理性，2024 年变动趋势不一致的原因。④结合内外销具体产品类型、客户结构、定价策略、同类产品境内外销售价格、单位成本差异情况及原因、汇率波动等，量化分析 2022 年外销毛利率略低于内销、2023 年至 2025 年上半年外销毛利率持续高于内销的原因及合理性。⑤结合发行人贸易业务产品销售情况、定价依据与定价策略、贸易业务客户备选供应商情况、采购价格与其他授权经销商对比情况等，量化分析水性涂料等贸易业务产品能够维持较高毛利率水平的原因及合理性。

(2) 外协生产合理性及采购公允性。请发行人：①区分细分产品，列示各期外协生产的采购和销售数量、金额及占比、毛利率情况，分析变动原因及合理性；结合外协生产具体工序及加工模式，说明发行人自身产能利用率较低的情况下，外协生产占比持续上升的原因及合理性；说明外协加工的采购定价机制，同类产品在不同外协加工企业间的成本差异、与自主生产的成本差异及合理性，外协采购价格的公允性。②说明各期主要外协厂商的基本情况、外协加工内容、金额及占比，是否与发行人及其关联方存在关联关系、其他资金往来或其他利益安排，报告期内采购金额变动的原因及合理性，发行人对外协供应商是否存在依赖。③按原材料类别说明主要供应商情况，包括供应商名称、成立时间、注册及实缴资本、人员规模、合作背景及时点、采购金额及占比、发

行人采购规模占其业务规模的比重、是否为贸易型公司，主要供应商（盘锦信汇、江阴浪潮等）变动原因，是否涉及原材料采购结构变化，发行人及其相关方与供应商及其相关方是否存在人员重叠、股权关联，是否存在关联关系或其他业务、资金往来；说明与注册/实缴资本较小、参保人数较少、成立时间较短的供应商合作背景及采购真实性，发行人采购规模与其经营规模是否匹配，是否专门或主要为发行人供应原材料或提供外协加工服务。④说明主要原材料采购价格波动情况及具体原因，报告期内主要原材料采购价格与市场价格、可比公司采购价格的差异及原因，不同供应商同类原材料采购价格是否存在较大差异，各期能通过比价进行公允性分析的原材料采购金额及其占比。

（3）成本核算规范性。请发行人：①结合产品技术路线、工艺制备流程等，量化分析主要原材料与产成品的投入产出关系及其变动原因、合理性，实际单耗与理论单耗是否存在较大差异，投入产出率与可比公司同类产品是否存在明显差异，相关成本核算的完整性、准确性。②说明制造费用的具体构成及分摊方法，设备折旧、能源消耗与产品产量的匹配性及变动原因；结合上述制造费用变动情况，以及报告期内生产人员数量变动、平均工资变化等，说明 2024 年直接材料、主营业务成本均上升的情况下，直接人工成本、制造费用有所下降的原因。

请保荐机构、申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见，说明核查方式、过程、范围和结论。（2）说明对原材料及外协加工供应商的发函、回函比例，未回函部分所执行替代程序的具体情况及其结论；对主要供应商访谈的具体核查方法、数量、金额及占比，访谈的证据、数据及结果是否充分、有效。

（3）结合资金流水核查情况，说明发行人及关键岗位人员与主要原材料、外协、外购成品供应商及关键岗位人员等是否存在异常资金往来，是否存在为发行人代垫费用、代为承担成本或转移定价等利益输送情形。（4）说明对成本归集、分配、结转准确性、完整性及相关内控健全有效性的核查方式、核查比例、核查证据、核查结论。（审核问询函问题 6）

（一）毛利率持续上升且高于同行业可比公司合理性

1. 补充披露报告期内主要产品销售单价、单位成本及其构成（料、工、费）的具体情况，结合产品市场价格走势、原材料市场价格变动、生产工艺变化、

产能变动等量化分析上述指标变动原因及合理性，并进一步说明毛利率持续上升的原因

(1)报告期内主要产品销售单价、单位成本及其构成(料、工、费)的具体情况

由于公司产品种类较多，规格型号和计量单位不统一，以公司核心产品丁基密封胶和丁基胶带为例，产品形状包括桶、支、条、片、卷，计量单位又包括kg和米、平方米等，对各类产品收入难以按照统一计量单位对销量和单价进行分析。因此，下文在各类产品收入中以可统一计量单位的、有代表性的主要细分产品对销量、单价和单位成本进行量化分析，并说明毛利率变动的具体原因。具有代表性的细分产品和主要计量单位包括：

产品大类	主要细分产品	主要计量单位
丁基胶	双面丁基胶带	米
丁基胶	丁基密封胶	Kg
丁基胶	丁基特种功能胶带	卷
丁基胶	丁基特种防水卷材	米
丁基胶	丁基阻尼片	片
水性涂料	斯塔尔涂料	Kg
家装密封产品	PVC/PE 厨卫美缝贴	卷
硅酮胶	中管（300ml/310ml）	支
硅酮胶	大管（600ml）	支
其他胶类产品	PVC 绝缘胶带	卷

2022 至 2025 年度，上述细分产品合计收入占当年主营业务收入的比例分别为 67.74%、67.63%、64.52%和 64.10%。

1) 丁基胶

2022 年至 2025 年，公司丁基胶产品各年的毛利率分别为 27.84%、34.76%、35.12%和 36.28%。2023 年度较 2022 年度提升较多，主要系成本端部分主要原材料采购价格下滑，收入端部分产品规格销售价格虽然伴随材料成本的下滑有所下滑，但下滑幅度小于单位成本下滑幅度，另外部分产品规格随着客户认可度的提升，产品价格得到提升。2023 至 2025 年毛利率基本保持稳定，整体波动较小。由于丁基胶类产品的主要原材料相同，以下先对丁基胶主要原材料采购价格波动情况进行列示，再对丁基胶收入分类中的 5 种主要细分产品分类及主要计量单位为代表对毛利率的波动展开具体量化分析。

报告期内，丁基胶主要原材料不含税采购价格波动情况如下：

单位：元/千克

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
丁基橡胶(普通型)	12.64	13.76	12.09	15.00
聚异丁烯(低分子量)	11.92	13.44	12.45	13.05
聚异丁烯(中分子量)	17.43	21.55	23.44	22.76
C5 石油树脂	9.97	10.49	9.64	10.61
纳米碳酸钙	1.75	1.79	1.95	1.97
滑石粉 800 目	0.50	0.51	0.69	0.83
聚异丁烯(高分子量)	54.19	63.82	64.08	64.54

由上可见，2023 年度丁基胶主要原材料中，除聚异丁烯(中分子量)采购价格与上年相比略有增长，其余原材料采购价格均有所下滑。2024 年度丁基胶主要原材料采购价格较上年相比有增有减，波动趋势不一。2025 年度丁基胶主要原材料价格较 2024 年度普遍有所下滑。

①双面丁基胶带

2022 至 2025 年度，各年度以米为单位的双面丁基胶带的销售平均单位价格和单位成本、毛利率波动情况如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
销量(米)	113,573,586.30	82,423,082.44	85,435,165.36	74,639,778.00
营业收入(元)	81,590,239.19	67,179,537.16	66,149,507.20	61,471,204.17
营业成本(元)	51,438,139.98	42,340,531.95	43,734,526.22	45,505,778.78
单位均价(元)	0.72	0.82	0.77	0.82
单位均价较上期波动	-11.85%	5.27%	-5.99%	-
单位成本(元)	0.45	0.51	0.51	0.61
单位成本较上期波动	-11.83%	0.35%	-16.04%	-
毛利率	36.96%	36.97%	33.89%	25.97%
毛利率较上期波动	-0.02%	3.09%	7.91%	-

由上可见，2023 年公司以米为单位的双面丁基胶带单位成本波动较大，主要系随着原材料采购价格的下滑和公司针对该产品持续优化生产工艺、精细化成本管控，进行降本增效，因此单位成本明显下滑；而 2023 年毛利率较 2022 年度增长较多除了成本端的影响外，主要系价格端部分下游风电行业客户由于风电行业竞争激烈导致存在较强的成本优化需求，公司面向风电行业客户的主要产品规格如 671 室温胶带、661 中温胶带的销售价格下降导致双面丁基胶带的单位均价小幅下滑，但整体单位均价下滑幅度小于单位成本下滑幅度。2024 年度，公司以米为单位的双面丁基胶带单位成本波动较小，由于销售单价相对较高的境外客户销售收入占比由上年的 8.12%提升至当年的 19.21%，双面丁基胶带的单位均价较 2023 年度整体增长 5.27%，因此毛利率有所增长。2025 年度毛利率较 2024

年波动较小，单位均价和单位成本较 2024 年均下滑较多主要系当年境外客户销售收入占比下滑至 10.08%，同时受到原材料价格下降的影响，2025 年主要规格产品的单位成本有所下浮，单位价格也同步有所下浮。

2022 至 2025 年度，公司以米为单位的双面丁基胶带各年单位成本结构如下：

单位：元/米					
期间	单位成本	单位原材料	单位人工	单位制造费用	单位运费
2022 年度	0.61	0.45	0.07	0.04	0.04
2023 年度	0.51	0.36	0.06	0.06	0.04
2024 年度	0.51	0.36	0.06	0.06	0.03
2025 年度	0.45	0.31	0.05	0.06	0.03

2023 年单位成本和单位原材料较上年均有所下滑，与原材料采购价格变动趋势一致。2024 年单位成本与 2023 年度相比较为稳定；2025 年单位成本较 2024 年度下滑主要是受到细分产品结构的变化和原材料成本下滑的影响。

2023 年度，公司整体营业成本中制造费用增长较多，由上年的 1,857.63 万元增长至当年的 2,379.37 万元，主要系公司车间管理人员人数有所增加，制造费用职工薪酬由上年的 818.26 万元增长为本年的 1,216.75 万元，公司以米为单位的双面丁基胶带的单位制造费用与整体制造费用基本呈同步上升态势。2023 年至 2025 年公司以米为单位的双面丁基胶带单位制造费用基本保持稳定。

②丁基密封胶

2022 至 2025 年度，以千克为单位的丁基密封胶的销售平均单位价格和单位成本、毛利率波动情况如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
销量(千克)	2,912,176.61	2,444,534.42	1,886,948.32	1,808,310.82
营业收入(元)	50,469,742.75	43,747,033.96	37,084,977.56	34,944,022.50
营业成本(元)	24,507,311.19	22,099,316.35	18,221,288.28	18,534,243.96
单位均价(元)	17.33	17.90	19.65	19.32
单位均价较上期波动	-3.16%	-8.94%	1.70%	-
单位成本(元)	8.42	9.04	9.66	10.25
单位成本较上期波动	-6.91%	-6.38%	-5.79%	-
毛利率	51.44%	49.48%	50.87%	46.96%
毛利率较上期波动	1.96%	-1.38%	3.91%	-

2023 年丁基密封胶毛利率提升主要系随着原材料采购价格的下滑，单位成本较 2022 年下滑 5.79%，同时单位均价微增 1.70%。2023 年至 2025 年，公司以千克为单位的丁基密封胶毛利率较为稳定。2024 年度和 2025 年度单位均价和单位成本均下滑主要系丁基密封胶中的丁基热熔胶占比下滑较多，丁基热熔胶单价

和单位成本较高；除丁基热熔胶外的其他丁基密封胶报告期内毛利率较为稳定，主要产品规格报告期内伴随单位成本的下滑，单位均价也有所下滑。

以千克为单位的丁基密封胶的单位成本结构如下：

单位：元/千克					
期间	单位成本	单位原材料	单位人工	单位制造费用	单位运费
2022 年度	10.25	9.13	0.19	0.16	0.77
2023 年度	9.66	8.66	0.18	0.29	0.53
2024 年度	9.04	7.66	0.37	0.44	0.57
2025 年度	8.42	7.29	0.28	0.38	0.46

由上可见，2022 至 2025 年度，公司以千克为单位的丁基密封胶的单位成本呈下滑趋势，主要系其单位原材料成本呈下滑趋势，与主要原材料采购价格波动趋势一致。

③丁基特种功能胶带

丁基特种功能胶带主要是指防水绝缘胶带产品，是一款由乙丙橡胶带基与丁基胶复合的自融胶带，能够为线缆接头提供长期可靠的防水密封与电气绝缘保护。

2022 至 2025 年度，公司丁基特种功能胶带产品的单位均价和单位成本波动如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
销量(卷)	3,411,468.68	2,863,190.00	2,458,592.00	2,844,116.79
营业收入(元)	26,726,499.48	22,054,520.42	22,608,603.23	22,283,560.48
营业成本(元)	22,065,305.30	17,127,562.60	19,617,575.94	20,263,268.09
单位均价(元)	7.83	7.70	9.20	7.83
单位均价较上期波动	1.71%	-16.24%	17.37%	-
单位成本(元)	6.47	5.98	7.98	7.12
单位成本较上期波动	7.90%	-25.03%	11.99%	-
毛利率	17.61%	22.34%	13.23%	9.07%
毛利率较上期波动	-4.73%	9.11%	4.16%	-

2023 年丁基特种功能胶带的单位均价和单位成本均上升较多主要系 3 米/卷的产品规格收入占比上升，由上年的 55.50%增长为当年的 76.25%。由于两类产品都是以卷为单位，每卷 3 米的丁基特种功能胶带比每卷 1 米消耗更多直接材料，所以单位成本和单价会更高，从而拉高了当年丁基特种功能胶带的单价和单位成本。2022 年丁基特种功能胶带的销售毛利率偏低，主要系 3 米/卷规格产品尚处量产初期，受生产效率影响，单位成本处于高位，从而拉低了当年的综合毛利率。

2024 年度丁基特种功能胶带单位均价较上年下降 16.24%，主要系 3 米/卷的

产品规格收入占比下降，其价格相对较高；单位成本下降 25.03%，主要系 3 米/卷的产品规格收入占比下降，其成本相对较高。由于 1 米/卷的丁基特种功能胶带毛利率相对较高，因此当年随着 1 米/卷规格产品收入占比的提升，整体毛利率水平有所提高。

2025 年单位均价、单位成本和毛利率的波动亦系不同产品规格占比的波动所致，以下分别列示 3 米/卷和 1 米/卷的单位均价和单位成本波动情况进行分析。

以卷为单位的丁基特种功能胶带中 3 米/卷规格的单位均价和单位成本波动如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
销量(卷)	1,745,525.68	1,074,326.00	1,545,151.00	1,107,610.00
营业收入(元)	18,191,152.14	11,935,959.76	17,240,019.51	12,368,456.28
营业成本(元)	15,793,803.42	9,847,505.79	15,444,325.72	12,173,308.81
单位均价(元)	10.42	11.11	11.16	11.17
单位均价较上期波动	-6.20%	-0.42%	-0.08%	-
单位成本(元)	9.05	9.17	10.00	10.99
单位成本较上期波动	-1.29%	-8.30%	-9.06%	-
毛利率	13.18%	17.50%	10.42%	1.58%
毛利率较上期波动	-4.32%	7.08%	8.84%	-
占丁基特种功能胶带收入比重	68.06%	54.12%	76.25%	55.50%

2022 年 3 米/卷丁基特种功能胶带的销售毛利率偏低，主要系 3 米/卷规格产品尚处量产初期，受生产效率影响，单位成本处于高位，从而拉低了当年的综合毛利率。2023 年以来，伴随生产工艺的持续调试与优化，成本控制逐步趋稳，单位成本有所回落，带动毛利率同步回升。2024 年度，3 米/卷的丁基特种功能胶带毛利率较 2023 年度增加较多，主要系 2024 年度单位成本下滑 8.30%，系生产工艺持续优化、带动生产效率有所提高；2025 年度毛利率下滑主要系单位均价下降 6.20%，主要系部分通信领域客户降价以及部分高单价、高毛利率产品规格销售占比下滑。

以卷为单位的丁基特种功能胶带中 1 米/卷规格的单位均价和单位成本波动如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
销量(卷)	1,404,984.00	1,217,001.00	837,880.00	1,703,241.79
营业收入(元)	7,313,621.00	6,620,485.98	4,760,119.80	9,662,828.22
营业成本(元)	5,527,115.20	4,937,048.62	3,708,939.20	7,892,032.84
单位均价(元)	5.21	5.44	5.68	5.67
单位均价较上期波动	-4.31%	-4.24%	0.14%	-

单位成本(元)	3.93	4.06	4.43	4.63
单位成本较上期波动	-3.03%	-8.36%	-4.47%	-
毛利率	24.43%	25.43%	22.08%	18.33%
毛利率较上期波动	-1.00%	3.34%	3.76%	-
占丁基特种功能胶带收入比重	27.36%	30.02%	21.05%	43.36%

由上可见，2023 年度 1 米/卷的丁基胶特种功能胶带的单价和单位成本波动较小。2024 年度 1 米/卷的丁基胶特种功能胶带单位成本较 2023 年度有所下滑，主要系生产工艺持续优化、带动生产效率有所提高。2025 年度，毛利率下滑主要系部分通信领域客户降价，导致毛利率下滑。

各期丁基特种功能胶带成本结构波动如下：

单位：元/卷					
期间	单位成本	单位原材料	单位人工	单位制造费用	单位运费
2022 年度	7.12	5.22	1.08	0.65	0.18
2023 年度	7.98	5.75	1.09	0.98	0.16
2024 年度	5.98	5.04	0.44	0.39	0.11
2025 年度	6.47	5.04	0.78	0.59	0.06

2024 年较 2023 年度单位成本下降，主要系 1 米/卷规格占比提升，同时 3 米/卷和 1 米/卷的单位成本都有所下滑；2025 年较 2024 年度单位成本上升，主要系 3 米/卷规格占比提升。

2024 年度，出于成本效益考量，公司扩大了丁基特种功能胶带非核心工序的外协加工比例，因此单位人工及单位制造费用均有所下降。

④丁基特种防水卷材

丁基特种防水卷材是公司面向建筑领域客户推出的核心产品之一，采用改性高分子耐候橡胶、经特殊工艺处理的轻质柔性金属网格材料以及高分子自粘胶复合而成，具备优异的环境适应性与施工便捷性。该产品主要用于屋面复杂节点部位，如天窗、烟囱周边及女儿墙等，可广泛适用于瓦屋面、石板屋面、金属屋面等多种屋面系统，是提升屋面整体防水可靠性的环保高效解决方案。

2022 至 2025 年度，该产品的单位均价和单位成本波动如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
销量(米)	401,743.00	309,061.00	629,678.00	210,298.21
营业收入(元)	14,926,295.58	11,143,329.45	23,730,242.05	6,608,049.72
营业成本(元)	7,574,225.65	5,702,727.41	12,016,365.19	5,888,504.96
单位均价(元)	37.15	36.06	37.69	31.42
单位均价较上期波动	3.05%	-4.33%	19.93%	-
单位成本(元)	18.85	18.45	19.08	28.00

单位成本较上期波动	2.18%	-3.31%	-31.85%	-
毛利率	49.26%	48.82%	49.36%	10.89%
毛利率较上期波动	0.43%	-0.54%	38.47%	-

2022年至2025年,以米为单位的丁基特种防水卷材的毛利率分别为10.89%、49.36%、48.82%和49.26%,2022年毛利率较低主要系当年向外销客户MAGE Roof & Building Components GMBH销售丁基特种防水卷材的毛利率较低。公司向其销售的产品为无铅柔性泛水带,该产品主要用于建筑领域的屋面防水密封,2022年该产品在经过长时间的研发测试进入量产阶段后,生产过程仍需逐步成熟完善,产品质量存在一定波动、单位成本较高,毛利率较低。2023年,经过量产过程中持续进行的测试与优化,该产品质量与单位成本趋于稳定,单位成本明显回落,毛利率水平显著上升。2023年至2025年以米为单位的丁基特种防水卷材的毛利率波动较小,单位均价和单位成本也波动较小,波动原因主要系不同类型产品规格占比有所波动。

2022年至2025年,公司以米为单位的丁基特种防水卷材的单位成本结构波动如下,2025年单位成本增加,主要系原材料中的铝2025年价格上升而有所提高。

单位:元/米					
期间	单位成本	单位原材料	单位人工	单位制造费用	单位运费
2022年度	28.00	19.92	3.34	2.05	2.69
2023年度	19.08	15.36	1.69	1.50	0.54
2024年度	18.45	14.50	1.90	1.50	0.55
2025年度	18.85	14.95	1.53	1.53	0.84

⑤丁基阻尼片

项目	2025年度	2024年度	2023年度	2022年度
销量(片)	5,113,684.57	5,756,126.00	6,356,857.00	5,457,798.00
营业收入(元)	14,251,491.14	8,970,118.33	9,917,041.55	10,187,685.72
营业成本(元)	11,234,303.35	6,797,870.39	8,109,788.40	7,861,728.70
单位均价(元)	2.79	1.56	1.56	1.87
单位均价较上期波动	78.84%	-0.11%	-16.42%	-
单位成本(元)	2.20	1.18	1.28	1.44
单位成本较上期波动	86.02%	-7.43%	-11.43%	-
毛利率	21.17%	24.22%	18.22%	22.83%
毛利率较上期波动	-3.05%	5.99%	-4.61%	-

公司丁基阻尼片主要使用在汽车领域,根据运用车型不同以及具体应用车身的位置不同会导致不同规格的丁基阻尼片单位价格和成本相差较大。2023年毛利率较低主要系由于汽车行业竞争激烈,导致2023年度销售均价较上年有所下

滑。2024 年度主要系单位成本较低的产品规格占比提升，导致丁基阻尼片单位成本下滑较多。2025 年度由于面向客户 C 等客户的高单价、高成本产品规格占比的提升，导致单位价格和成本上浮较多。

2022 至 2025 年度，丁基阻尼片单位成本构成波动情况如下，波动主要系不同产品规格占比在报告期内有所波动：

单位：元/片					
期间	单位成本	单位原材料	单位人工	单位制造费用	单位运费
2022 年度	1.44	0.88	0.27	0.17	0.13
2023 年度	1.28	0.79	0.23	0.21	0.04
2024 年度	1.18	0.74	0.21	0.19	0.03
2025 年度	2.20	1.56	0.29	0.33	0.03

2) 水性涂料

2022 年至 2025 年，公司水性涂料的毛利率分别为 27.77%、23.82%、24.22% 和 23.28%，2023 年度毛利率较 2022 年度略下滑，主要系 2023 年度公司采购高价格的斯塔尔水性涂料规格较多，导致平均单位成本提升，但单位均价的上升幅度小于单位成本的上升幅度。2023 年至 2025 年波动较小，毛利率水平基本保持稳定。

直接材料成本为公司水性涂料成本中最主要的构成部分，各期占比均在 97% 以上，主要系公司水性涂料产品主要是外购斯塔尔水性涂料然后进行销售，自产的水性涂料占比较小，因此原料成本为水性涂料成本结构中最主要的构成部分。以下以斯塔尔水性涂料的单位价格、单位成本以及原材料采购成本波动情况为代表对水性涂料的毛利率波动情况进行量化分析。

公司斯塔尔水性涂料主要以千克为单位进行对外销售，因此以下对公司以千克为单位销售的斯塔尔水性涂料的单位均价和单位成本为代表来分析水性涂料产品的毛利率波动：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
销量(千克)	684,190.64	577,332.95	460,585.48	397,265.00
营业收入(元)	107,961,232.07	89,775,037.09	70,981,762.83	60,643,148.90
营业成本(元)	84,033,151.51	69,169,326.31	55,048,296.82	44,895,905.30
单位均价(元)	157.79	155.50	154.11	152.65
单位均价较上期波动	1.48%	0.90%	0.96%	-
单位成本(元)	122.82	119.81	119.52	113.01
单位成本较上期波动	2.51%	0.24%	5.76%	-
毛利率	22.16%	22.95%	22.45%	25.97%

毛利率较上期波动	-0.79%	0.51%	-3.52%	-
----------	--------	-------	--------	---

2022 至 2025 年度，公司采购斯塔尔水性涂料的平均价格略有变动，主要是受各期采购的具体产品类型的影响，每年采购单价具体如下：

单位：元/千克

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
斯塔尔水性涂料	121.60	118.56	118.38	114.79

2022 至 2025 年度，以支为单位的中管（300ML/310ML）和大管（600ML）硅酮胶的合并单位成本结构如下：

单位：元/支

期间	单位成本	单位原材料	单位人工	单位制造费用	单位运费
2022 年度	7.81	6.80	0.55	0.21	0.26
2023 年度	6.13	5.30	0.28	0.35	0.21
2024 年度	5.76	4.79	0.32	0.42	0.23
2025 年度	5.25	4.34	0.27	0.42	0.22

由上可见，2022 年至 2025 年，公司以以支为单位的中管和大管硅酮胶单位成本呈下滑趋势，主要系其单位原材料成本呈下滑趋势，与其主要原材料 107 胶的采购价格波动趋势一致。

3) 家装密封产品

2022 至 2025 年度，公司家装密封产品的毛利率分别为 17.09%、18.86%、21.05% 和 25.73%，以下以家装密封产品中以卷为单位的 PVC/PE 厨卫美缝贴的单位价格和单位成本为代表展开分析：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
销量(卷)	1,731,267.05	2,350,714.00	2,700,574.00	2,002,113.00
营业收入(元)	9,464,290.14	13,010,789.27	15,980,582.54	11,519,378.54
营业成本(元)	7,516,794.04	11,022,622.09	13,217,275.91	9,755,458.62
单位均价(元)	5.47	5.53	5.92	5.75
单位均价较上期波动	-1.23%	-6.47%	2.85%	-
单位成本(元)	4.34	4.69	4.89	4.87
单位成本较上期波动	-7.41%	-4.19%	0.44%	-
毛利率	20.58%	15.28%	17.29%	15.31%
毛利率较上期波动	5.30%	-2.01%	1.98%	-

由上可见，2022 年至 2025 年内公司以卷为单位的 PVC/PE 厨卫美缝贴各年的毛利率分别为 15.31%、17.29%、15.28%和 20.58%，2025 年度毛利率有所提升主要系一方面毛利率较高的 PE 厨卫美缝贴销售占比提升，另一方面 PVC 防水条由于材料采购成本下降导致毛利率有所提升。

PE 厨卫美缝贴：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
销量(卷)	570,320.05	491,937.00	469,182.00	220,155.00
营业收入(元)	4,194,598.76	4,480,574.88	5,181,389.82	2,116,673.60
营业成本(元)	2,849,242.42	3,015,890.05	3,387,648.57	1,561,530.99
单位均价(元)	7.35	9.11	11.04	9.61
单位均价较上期波动	-19.25%	-17.53%	14.86%	-
单位成本(元)	5.00	6.13	7.22	7.09
单位成本较上期波动	-18.51%	-15.09%	1.80%	-
毛利率	32.07%	32.69%	34.62%	26.23%
毛利率较上期波动	-0.62%	-1.93%	8.39%	-

2023 年，PE 厨卫美缝贴的毛利率有所上涨主要系单价较上年增加 14.86%，主要系当年外销占比显著增加，外销收入占 PE 厨卫美缝贴收入的比例由上年的 28.65%增长为本年的 65.96%。在境外客户对公司核心产品品质、服务的溢价支付叠加因汇率升值带来的人民币单价被动抬高的影响下，外销收入占比的提升拉高了当年 PE 厨卫美缝贴的整体单价和毛利率水平。2023 年至 2025 年，PE 厨卫美缝贴的毛利率相对较为稳定。2024 年度单位成本下滑较多系主要原材料 PVC 白色颗粒、PVC 透明颗粒及 PE 颗粒的采购成本均有所下滑，2025 年度单位成本下滑较多主要系一方面公司 PE 厨卫美缝贴的生产工序有所优化降低了单位人工和制造费用，同时原材料采购成本略有下滑。2024 年度及 2025 年度单位均价持续下滑主要受到销售产品细分类型和销售区域变动的综合影响：2024 年 PE 厨卫美缝贴的境外销售收入占比和上年相比基本持平，但部分单价较高的产品规格收入有所下降，而单价较低的产品规格收入占比有所上升，导致整体销售单价有所下滑；2025 年，PE 厨卫美缝贴的外销收入占比有所下降，由上年的 63.15%下降为当年的 36.89%，由于境外销售单价较境内略高，因此当年 PE 厨卫美缝贴的整体单价有所下滑。

PVC 防水条：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
销量(卷)	1,160,947.00	1,858,777.00	2,231,392.00	1,781,958.00
营业收入(元)	5,269,691.38	8,530,214.40	10,799,192.72	9,402,704.95
营业成本(元)	4,667,551.62	8,006,732.04	9,829,627.34	8,193,927.63
单位均价(元)	4.54	4.59	4.84	5.28
单位均价较上期波动	-1.09%	-5.18%	-8.28%	-
单位成本(元)	4.02	4.31	4.41	4.60
单位成本较上期波动	-6.66%	-2.22%	-4.20%	-
毛利率	11.43%	6.14%	8.98%	12.86%
毛利率较上期波动	5.29%	-2.84%	-3.88%	-

2025 年度 PVC 防水条的毛利率提升较多主要系原材料采购成本下滑较多。

2022 至 2025 年度，公司以卷为单位的 PVC/PE 厨卫美缝贴的单位成本构成情况如下：

单位：元/卷

期间	单位成本	单位原材料	单位人工	单位制造费用	单位运费
2022 年度	4.87	3.36	0.92	0.57	0.02
2023 年度	4.89	2.94	1.00	0.86	0.09
2024 年度	4.69	2.84	0.98	0.79	0.07
2025 年度	4.34	2.83	0.69	0.72	0.10

2022 至 2025 年度，PVCPE 厨卫美缝贴单位成本下滑主要系因为单位原材料成本伴随原材料采购价格下滑而下滑。

2022 至 2025 年度，公司 PVC/PE 厨卫美缝贴的主要原材料的单位采购价格如下：

单位：元/千克

原材料名称	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
PVC 白色颗粒	6.07	6.21	6.37	7.37
PVC 透明颗粒	7.05	8.23	9.04	10.27
PE 颗粒	12.39	12.52	14.16	15.04

4) 硅酮胶

2022 至 2025 年度，公司硅酮胶的毛利率分别为 22.26%、30.14%、31.75% 和 37.84%。2023 年度毛利率上升较多主要系随着原材料价格下降，单位成本下降幅度较大，虽然单位均价也随着有所下滑，但下滑幅度小于单位成本下滑幅度。2024 年度毛利率较 2023 年度相比较为稳定。2025 年度毛利率有所提升主要系有部分高毛利率规格产品在 2025 年度销售占比提升所致。

报告期内，公司中管(300ML/310ML)硅酮胶的单位均价、单位成本、毛利率波动情况如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
销量(支)	1,132,130.00	1,150,894.00	2,111,584.00	1,475,382.00
营业收入(元)	7,937,068.55	8,739,128.64	16,442,227.43	13,081,891.09
营业成本(元)	5,222,350.74	6,054,981.21	11,848,048.48	10,454,311.63
单位均价(元)	7.01	7.59	7.79	8.87
单位均价较上期波动	-7.67%	-2.48%	-12.18%	-
单位成本(元)	4.61	5.26	5.61	7.09
单位成本较上期波动	-12.32%	-6.24%	-20.81%	-
毛利率	34.20%	30.71%	27.94%	20.09%
毛利率较上期波动	3.49%	2.77%	7.86%	-

报告期内，公司大管（600ML）硅酮胶的单位均价、单位成本、毛利率波动情况如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
销量(支)	274,414.00	207,856.00	268,901.00	173,858.00
营业收入(元)	3,363,844.44	2,624,819.14	4,040,228.11	3,122,475.31
营业成本(元)	2,164,739.95	1,772,764.28	2,740,363.50	2,431,123.00
单位均价(元)	12.26	12.63	15.02	17.96
单位均价较上期波动	-2.93%	-15.95%	-16.34%	-
单位成本(元)	7.89	8.53	10.19	13.98
单位成本较上期波动	-7.51%	-16.31%	-27.12%	-
毛利率	35.65%	32.46%	32.17%	22.14%
毛利率较上期波动	3.19%	0.29%	10.03%	-

由上可见，2023 至 2025 年度公司中管和大管硅酮胶毛利率上涨主要系单位成本下滑较多，虽然伴随着单位成本的大幅下滑，单位价格也有所下滑，但单位价格下滑的幅度小于单位成本。

2022 至 2025 年度，公司硅酮胶的整体毛利率分别为 22.26%、30.14%、31.75% 和 37.84%，与以上中管和大管的硅酮胶毛利率略有差异，系其他规格硅酮胶产品包含客户定制特殊款大包装硅酮胶，因其单次批量小、生产难度高，其毛利率较高，且 2025 年度收入占比较高，拉高了 2025 年度硅酮胶产品毛利率。

公司硅酮胶的主要材料 107 胶报告期内各期的平均采购成本如下，与单位成本中的单位原材料成本的波动趋势一致：

单位：元/千克

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
107 胶	11.48	12.73	14.81	19.90

2022 至 2025 年度，以支为单位的中管（300ML/310ML）和大管（600ML）硅酮胶的合并单位成本结构如下：

单位：元/支

期间	单位成本	单位原材料	单位人工	单位制造费用	单位运费
2022 年度	7.81	6.80	0.55	0.21	0.26
2023 年度	6.13	5.30	0.28	0.35	0.21
2024 年度	5.76	4.79	0.32	0.42	0.23
2025 年度	5.25	4.34	0.27	0.42	0.22

由上可见，2022 年至 2025 年，公司以支为单位的中管和大管硅酮胶单位成本呈下滑趋势，主要系其单位原材料成本呈下滑趋势，与其主要原材料 107 胶的采购价格波动趋势一致。

5) 其他胶类产品

2022 至 2025 年度,公司其他胶类产品的毛利率分别为 16.07%、20.26%、24.06% 和 22.95%,PVC 绝缘胶带为公司其他胶类产品中最主要的产品,以下以 PVC 绝缘胶带的毛利率为代表进行量化分析。

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
销量(卷)	8,338,973.00	7,301,598.00	9,453,387.00	9,664,954.00
营业收入(元)	15,227,660.20	15,323,400.74	20,461,130.28	19,186,372.48
营业成本(元)	13,744,804.24	12,734,533.70	17,467,444.43	17,454,480.68
单位均价(元)	1.83	2.10	2.16	1.99
单位均价较上期波动	-12.99%	-3.04%	9.03%	-
单位成本(元)	1.65	1.74	1.85	1.81
单位成本较上期波动	-5.49%	-5.61%	2.31%	-
毛利率	9.74%	16.89%	14.63%	9.03%
毛利率较上期波动	-7.16%	2.26%	5.60%	-

普通级 PVC 绝缘胶带的单位价格和成本、毛利率波动情况如下:

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
销量(卷)	7,866,926.00	6,507,360.00	8,532,734.00	8,939,949.00
营业收入(元)	12,289,980.70	10,019,832.09	14,411,183.95	14,396,495.58
营业成本(元)	11,304,525.17	8,589,465.16	12,702,311.06	13,672,032.26
单位均价(元)	1.56	1.54	1.69	1.61
单位均价较上期波动	1.46%	-8.83%	4.88%	-
单位成本(元)	1.44	1.32	1.49	1.53
单位成本较上期波动	8.86%	-11.33%	-2.66%	-
毛利率	8.02%	14.28%	11.86%	5.03%
毛利率较上期波动	-6.26%	2.42%	6.83%	-

特优级 PVC 绝缘胶带的单位价格和成本、毛利率波动情况如下:

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
销量(卷)	472,047.00	794,238.00	920,653.00	725,005.00
营业收入(元)	2,937,679.50	5,303,568.66	6,049,946.33	4,789,876.90
营业成本(元)	2,440,279.06	4,145,068.53	4,765,133.37	3,782,448.42
单位均价(元)	6.22	6.68	6.57	6.61
单位均价较上期波动	-6.80%	1.62%	-0.53%	-
单位成本(元)	5.17	5.22	5.18	5.22
单位成本较上期波动	-0.95%	0.83%	-0.79%	-
毛利率	16.93%	21.84%	21.24%	21.03%
毛利率较上期波动	-4.91%	0.61%	0.20%	-

2022 年至 2025 年,公司以卷为单位的 PVC 绝缘胶带的毛利率分别为 9.03%、16.89%、17.54%和 9.74%。2023 年度毛利率上升主要系随着客户对公司产品的认可,客户对公司品质较高的特优级 PVC 绝缘胶带的采购占比略有提高,其单价和毛利率水平相对较高。2024 年度毛利率有所上升,主要系一方面随着客户对

公司产品的认可，客户对公司特优级 PVC 绝缘胶带的采购占比提高，其单价和毛利率水平相对较高；另一方面，普通级 PVC 绝缘胶带的单位成本有所下滑，虽然单位价格也有所下滑，但下滑幅度小于单位成本，导致普通级 PVC 绝缘胶带毛利率上升。2025 年度毛利率有所下滑主要系特优级 PVC 绝缘胶带的采购占比降低同时部分通信客户降价。

2022 至 2025 年度，公司的 PVC 绝缘胶带主要采用委托供应商进行生产的方式采购，采购平均单价如下：

单位：元/卷				
项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
PVC 绝缘胶带	1.63	1.70	1.78	1.88

由上可见，2022 年度至 2025 年度公司 PVC 绝缘胶带的平均单位成本与采购价格均呈现逐年下滑趋势，与大宗商品聚氯乙烯的期货价格走势基本一致。

(2) 结合产品市场价格走势、原材料市场价格变动、生产工艺变化、产能变动等量化分析上述指标变动原因及合理性，并进一步说明毛利率持续上升的原因

公司丁基胶类产品的销售平均价格走势与行业主要厂商平均价格趋势一致，详见本说明“一、关于业绩增长可持续性 & 授权经销商合作稳定性”之“(二) 分析下游汽车、建筑、风电等下游各细分领域的行业景气度变化对公司主要产品具体供需变动的影响情况，相关产品销量、售价、毛利率在报告期内及期后每季度变动情况，与市场上同类产品价格变动趋势是否相符，下游行业需求是否呈现萎缩趋势”相关说明。

公司主要原材料市场价格波动情况详见本说明“四、关于毛利率高于可比公司合理性及成本核算规范性”之“(二) 外协生产合理性及采购公允性”之“4. 说明主要原材料采购价格波动情况及具体原因，报告期内主要原材料采购价格与市场价格、可比公司采购价格的差异及原因，不同供应商同类原材料采购价格是否存在较大差异，各期能通过比价进行公允性分析的原材料采购金额及其占比”相关内容。

公司自主生产的产品以丁基胶类为核心，虽然其产品形态与规格多样，但整体生产工艺标准化程度较高，流程主要包括投料、混合搅拌、分切、挤出、复合及包装等环节。具体而言，各产品依据相应配方，在特定的温度、湿度等环境条件下，按序完成投料与混合搅拌，混合均匀后形成的胶团半成品则根据最终产品形态的不同，选择直接进入包装环节或经分切、挤出成型、复合等后续工序处理

后再行包装。

报告期内，公司主要产品的生产工艺和产能未发生明显变化，相关产品的毛利率波动受生产工艺和产能变动的影响程度相对较小。

2022 至 2025 年度，公司综合毛利率分别为 25.16%、29.79%、30.26%和 30.69%。2023 年度毛利率有所上升主要系受原材料价格波动的影响，公司部分产品单位成本有所降低，同时销售端部分产品销售价格虽然伴随材料成本的下滑有所下滑，但下滑幅度小于单位成本下滑幅度，另外部分产品规格随着客户认可度的提升，产品价格得到提升。2024 年度和 2025 年度综合毛利率整体较为稳定、波动不大，主要系公司主要收入类别丁基胶、水性涂料和其他胶类产品的毛利率均整体较为稳定，不同年度存在一定小幅波动主要系公司产品规格繁多，毛利率不同的不同规格产品在不同期间内占比有所波动。

2. 说明公司与主要客户的调价周期及实际调价情况，包括调价方式、调价次数、调价比例、收入金额及占比、毛利率等，说明对不同客户调价次数和幅度是否存在显著差异及原因，是否与市场价格、客户向其他供应商采购价格存在显著差异，是否存在相近时间内同类型产品售价差异较大的情形

(1) 说明公司与主要客户的调价周期及实际调价情况，包括调价方式、调价次数、调价比例、收入金额及占比、毛利率等，说明对不同客户调价次数和幅度是否存在显著差异及原因

定价策略：历经多年发展与积淀，公司以丁基密封胶为基础，逐步构建起涵盖车身密封条用不干胶、车门防水膜用密封胶、车身阻尼片、车身堵孔贴片、建筑防水密封胶及胶带、无铅柔性泛水带、真空袋密封胶带、防水绝缘胶带与 PVC 绝缘胶带、厨卫美缝贴等在内的多元化产品体系。依托完善的产品矩阵，公司产品已广泛应用于汽车、建筑、复合材料成型、通信与电力、家居装饰等多个重要行业领域。公司产品未制定统一的销售价格，而是对不同规格型号的产品，根据产品性能、客户接受程度、市场竞争情况，针对不同客户采用差异化的定价策略。

调价原则：公司客户主要为长期合作客户，双方已建立良好合作关系，大部分产品交易价格按历史价格信息确定。每年公司基于上年的价格，与客户协商确定当年度价格。根据与主要客户如兴宇汽车零部件股份有限公司、福建三棵树建筑材料有限公司、浙江仙通橡塑股份有限公司等的合同约定或行业惯例，年度价

格确定后，当原材料价格或竞争对手价格发生大幅变动的情况下，公司或客户可提出价格调整提议，协商调价的产品规格、频率、幅度，并经双方协商后确定调整幅度。公司与客户间不存在固定的调价周期和调价次数。

调价方式：单个客户多种型号产品分别协商，没有统一的调价幅度，公司与客户协商确定新的价格后，后续交易按新的价格执行。

报告期内，公司两大主要收入分类“丁基胶”和“水性涂料”的主要客户调价次数、调价比例、收入及毛利率变动情况如下：

1) 丁基胶的主要客户调价次数、调价比例、收入及毛利率变动情况如下

① 丁基胶的主要客户调价次数、调价比例

各期丁基胶前五大客户各期购买的丁基胶前三大产品编号在报告期内的调价情况如下：

客户名称	产品编号	2025 年度			2024 年度			2023 年度			2022 年度	
		年内调价次数	单位均价	单位均价变动比例	年内调价次数	单位均价	单位均价变动比例	年内调价次数	单位均价	单位均价变动比例	年内调价次数	单位均价
东莞市华荣通信技术有限公司	W305-2	1	*	-4.04%	0	*	-1.30%	1	*	-	-	-
	W305-3	1	*	-4.08%	1	*	-3.06%	1	*	-	-	-
	70445B1.65-50BL62D-EPDM-1000KJ	-	-	-	-	-	-	-	*	0.53%	1	*
	70445B1.65-50BL62D-EPDM-3000KJ-20	-	-	-	-	-	-	-	*	0.00%	0	*
客户 D	W217-27	1	*	-7.69%	0	*	0.00%	1	*	0.00%	0	*
	W217-26	0	*	-12.50%	1	*	0.00%	0	*	0.00%	0	*
	669A75B3.5-7K3M21F	0	*	0.00%	0	*	0.00%	0	*	-1.51%	0	*
客户 C	671T55B2-240SY260H4 80-L 空白	0	*	0.00%	0	*	-	-	-	-	-	-
	671T55B2-120SY133H4 50-L 空白	0	*	1.70%	0	*	-	-	-	-	-	-
南通艾郎风电科技发展有限公司	66165Y3-10NG17E	0	*	0.00%	0	*	0.00%	1	*	-4.76%	0	*
	66165Y1-10NG17E-AL	-	-	-	-	-	-	2	*	-5.19%	0	*
	66165Y5-20NG37A-AL	-	-	-	-	-	-	2	*	-4.72%	0	*
	67160B3-10NG17E-AL	-	-	-	0	*	0.00%	0	*	-	-	-
	67175B310001	0	*	0.00%	0	*	0.00%	0	*	-	-	-
	66165Y312002	0	*	0.00%	0	*	0.00%	0	*	-	-	-

客户名称	产品编号	2025 年度			2024 年度			2023 年度			2022 年度	
		年内调价次数	单位均价	单位均价变动比例	年内调价次数	单位均价	单位均价变动比例	年内调价次数	单位均价	单位均价变动比例	年内调价次数	单位均价
MAGE Roof & Building Components GMBH	606B1.6-300PE300LW	0	*	-2.82%	0	*	3.45%	0	*	-	-	-
	606B1.6-450PE450LW	-	-	-	0	*	5.04%	0	*	-	-	-
	606R1.6-300PE300LW	-	-	-	0	*	2.57%	0	*	-	-	-
客户 G	70445B1.65-50BL62D-EPDM-3000KJ-20	-	-	-	-	-	-	0	*	0.00%	0	*
	70445B1.65-50BL62D-EPDM-1000KJ	-	-	-	-	-	-	0	*	4.37%	1	*
	W305-2	1	*	-2.48%	1	*	-4.03%	1	*	-	-	-
	W305-3	1	*	-5.46%	1	*	-3.51%	1	*	-	-	-
深圳市中兴康讯电子有限公司	70445B1.65-50BL62D-3000KJ	2	*	-13.18%	2	*	-6.99%	1	*	-1.78%	0	*
	70445B1.6550002	0	*	-8.89%	1	*	-0.72%	1	*	-	-	-
客户 J	64665G2.31-9.5ZG17D	2	*	-7.69%	0	*	1.54%	0	*	4.84%	0	*
	64665G4.76-6.35ZG21D-48X	2	*	-5.15%	0	*	-0.24%	0	*	6.23%	0	*
	64665G4.76-22.22ZG34D	1	*	-2.56%	0	*	-0.35%	0	*	-	-	-
	64665G3-12ZG21D	-	-	-	0	*	-	-	-	-	0	*
	64665G4.76-22.22ZG34D 凹型	-	-	-	0	*	0.00%	0	*	6.99%	0	*
昆山凯密科汽车零部件有限公司	69160MG330001	0	*	0.00%	1	*	-2.93%	0	*	-	-	-
	69160MG1.5-17YG35BX	0	*	0.00%	1	*	-3.19%	0	*	0.00%	0	*
	66965B1.5-40YG47B	0	*	-0.52%	1	*	-2.04%	0	*	0.00%	0	*
	66965B1.5-18.5YG35B	-	-	-	-	-	-	0	*	0.00%	0	*
	69160MG1.5-17YG35B	-	-	-	0	*	0.00%	0	*	0.00%	0	*
	69160MG3-30NG46B	-	-	-	1	*	-1.83%	0	*	0.00%	0	*

客户名称	产品编号	2025 年度			2024 年度			2023 年度			2022 年度	
		年内调价次数	单位均价	单位均价变动比例	年内调价次数	单位均价	单位均价变动比例	年内调价次数	单位均价	单位均价变动比例	年内调价次数	单位均价
Suzlon Energy Limited	66465B3-12NG21AF	-	-	-	0	*	0.00%	0	*	6.33%	0	*
	66465B3-12NG21AF-36X	-	-	-	0	*	0.00%	0	*	6.33%	0	*
上海腾豫实业有限公司	806B1.4508001	-	-	-	7	*	8.92%	0	*	-	-	-
	806B1.4280001	-	-	-	9	*	10.31%	0	*	-	-	-
	806B1.4370001	-	-	-	7	*	-2.77%	0	*	-	-	-

注：上表未列示仅在某一年度有收入的产品编号

由上可见，各期丁基胶主要客户在报告期内购买的主要丁基胶产品规格调价次数和比例较为稳定，不存在频繁和大幅提价的情况；外销客户表中年度均价以人民币列示，是否调价以外币原币销售单价是否变化来确定，因此部分客户虽未调价，但报告期内因汇率而导致人民币均价存在一定波动；上海腾豫实业有限公司虽为内销客户，但其下游客户为外销客户，销售价格以外币进行锚定，因此报告期内因汇率波动而调价次数较多。

②丁基胶的主要客户收入及毛利率变动情况

各期丁基胶前五大客户报告期内各期丁基胶收入及毛利率变动情况如下：

客户名称	2025 年度		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	营业收入	毛利率	营业收入	毛利率	营业收入	毛利率	营业收入	毛利率
客户 A	1,010.93	*	-	-	-	-	-	-
东莞市华荣通信技术有限公司	995.78	*	858.71	*	723.15	*	1,043.20	*
客户 D	955.47	*	765.12	*	552.81	*	278.40	*
客户 C	611.41	*	0.50	*	-	-	-	-
南通艾郎风电科技发展有限公司	595.06	*	309.80	*	390.31	*	220.39	*
MAGE Roof & Building Components GMBH	435.85	*	417.01	*	2,040.38	*	601.61	*
客户 G	428.07	*	270.86	*	479.13	*	425.71	*

深圳市中兴康讯电子有限公司	397.60	*	265.20	*	493.98	*	198.98	*
客户 J	275.22	*	514.81	*	368.06	*	356.76	*
昆山凯密科汽车零部件有限公司	49.52	*	439.32	*	588.71	*	389.46	*
上海腾豫实业有限公司	0.37	*	667.28	*	333.29	*	-	-
Suzlon Energy Limited	-	-	864.91	*	221.44	*	62.82	*

注：上述客户未按同一控制下口径合并

由上可见，各期丁基胶前五大客户报告期内各期丁基胶收入存在一定波动，主要系受客户需求影响，不同客户间毛利率存在一定差异主要系购买的具体细分产品规格不同。

2) 水性涂料的主要客户调价次数、调价比例、收入及毛利率变动情况如下

①各期水性涂料前五大客户各期购买的水性涂料前三大产品编号在报告期内的调价情况如下：

客户名称	产品编号	2025 年度			2024 年度			2023 年度			2022 年度	
		年内 调价 次数	单位	单位均价变动比 例	年内调 价次数	单位	单位均价变 动比例	年内调 价次数	单位	单位均价 变动比例	年内调 价次数	单位 均价
			均价			均价			均价			
兴宇汽车零部 件股份有限公 司	TL014	1	*	-	0	*	-	-	-	-	-	-
	W119-4	1	*	-2.03%	1	*	-2.44%	1	*	-2.45%	0	*
	TL131-5	0	*	0.00%	0	*	-0.25%	0	*	0.25%	0	*
	TL228-26	0	*	-4.39%	1	*	-2.48%	1	*	-	-	-
	TL203-2	0	*	0.00%	0	*	-0.57%	1	*	-2.45%	0	*
	W195	-	-	-	0	*	0.00%	0	*	8.40%	1	*
	W117	1	*	-1.82%	1	*	-1.87%	1	*	-2.25%	0	*
瀚德（中国） 汽车密封系统 有限公司铁岭 分公司	TL195-2	1	*	-1.24%	1	*	-1.70%	0	*	0.00%	0	*
	TL117-6	1	*	-0.93%	0	*	0.00%	0	*	0.00%	0	*
	TL014	1	*	-1.16%	1	*	-	-	-	-	-	-
	W119-4	1	*	-	1	*	-	0	*	-	0	*
	TL228-26	-	-	-	1	*	0.20%	0	*	-	-	-

	TL261-11	0	*	-5.95%	0	*	-12.16%	1	*	-0.38%	0	*
浙江仙通橡塑股份有限公司	W119-4	1	*	-1.78%	1	*	-1.45%	1	*	-0.91%	0	*
	TL014	1	*	-3.00%	1	*	-3.00%	0	*	-	-	-
	W228-43	1	*	-0.29%	0	*	-	-	-	-	-	-
	TL228-26	-	-	-	1	*	-1.18%	0	*	-	-	-
	W117	1	*	-1.00%	1	*	-5.00%	0	*	2.72%	1	*
	W118	-	-	-	0	*	-0.18%	1	*	-0.82%	0	*
	TL195-2	0	*	-2.00%	1	*	-3.18%	1	*	-1.46%	0	*
	XWK023	-	-	-	2	*	-5.00%	0	*	0.00%	0	*
	TL228-8	0	*	-0.29%	0	*	-3.04%	1	*	-0.96%	0	*
清河县蓝洋贸易有限公司	TL014	1	*	-0.41%	0	*	0.00%	0	*	-	-	-
	W228-43	0	*	0.00%	0	*	-	-	-	-	-	-
	TL036	0	*	0.00%	0	*	-	-	-	-	-	-
	XWK023	-	-	-	0	*	0.00%	0	*	-	-	-
	TL228-26	-	-	-	0	*	0.00%	0	*	-	-	-
瀚德（太仓）密封系统有限公司	TL020	1	*	-1.03%	1	*	-	-	-	-	-	-
	TL194-4	1	*	-3.25%	1	*	-5.84%	0	*	0.00%	0	*
	W119-4	1	*	-0.97%	1	*	-0.47%	0	*	0.00%	0	*
	TL117-6	1	*	-0.95%	0	*	0.00%	0	*	0.00%	0	*
	TL195-2	-	-	-	1	*	-0.48%	0	*	0.00%	0	*
	TL195-3	-	-	-	0	*	0.00%	0	*	0.00%	0	*
建新赵氏科技股份有限公司	TL131-7	0	*	-0.54%	1	*	-4.94%	1	*	-3.54%	0	*
	W117	0	*	-0.22%	1	*	-2.32%	1	*	-3.47%	0	*
	W119-4	0	*	-0.31%	1	*	-2.00%	1	*	-3.70%	0	*
福州福光橡塑有限公司	TL195-3	0	*	-0.40%	1	*	-1.89%	0	*	0.00%	0	*
	W117	0	*	-0.17%	1	*	-0.62%	0	*	0.00%	0	*
	W131-3	-	-	-	0	*	0.00%	0	*	-	-	-
	TL228-26	-	-	-	0	*	0.00%	0	*	0.00%	0	*

注：上表未列示仅在某一年度有收入的产品编号

由上可见，各期水性涂料主要客户在报告期内购买的主要水性涂料产品规格调价次数和比例较为稳定，不存在频繁和大幅提价的情况。

②各期水性涂料前五大客户报告期内各期水性涂料收入及毛利率变动情况如下：

客户名称	2025 年度		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	营业收入	毛利率	营业收入	毛利率	营业收入	毛利率	营业收入	毛利率
兴宇汽车零部件股份有限公司	1,423.39	*	1,024.11	*	352.68	*	418.80	*
瀚德(中国)汽车密封系统有限公司铁岭分公司	1,397.82	*	844.44	*	774.33	*	588.64	*
浙江仙通橡塑股份有限公司	1,306.55	*	1,206.78	*	704.24	*	659.83	*
清河县蓝洋贸易有限公司	1,076.74	*	563.50	*	305.98	*	-	-
瀚德(太仓)密封系统有限公司	865.99	*	963.86	*	1,273.31	*	1,090.07	*
建新赵氏科技股份有限公司	808.48	*	642.59	*	867.93	*	905.93	*
福州福光橡塑有限公司	157.78	*	485.82	*	445.16	*	751.02	*

注：上述客户未按同一控制下口径合并

由上可见，各期水性涂料前五大客户报告期内各期水性涂料收入存在一定波动，主要系受客户需求影响，不同客户间毛利率存在一定差异主要系购买的具体细分产品规格不同。

综上所述，报告期内公司对不同客户的调价均为单个客户多种型号产品分别协商，调价原则为基于上年的价格，与客户协商确定当年度价格，当原材料价格或竞争对手价格发生大幅变动的情况下，公司或客户可提出价格调整提议，并经双方协商后确定调整幅度。由于公司采用差异化的定价策略，公司与不同客户单独协商调价的产品规格、频率、幅度，因此，公司与客户间不存在固定的调价周期和调价次数。公司对不同客户的调价原则一致，没有统一的调价幅度，调价次数和幅度不存在显著差异。

(2) 是否与市场价格、客户向其他供应商采购价格存在显著差异

公司丁基胶类产品的销售平均价格走势与行业主要厂商平均价格趋势一致，详见本说明“一、关于业绩增长可持续性 & 授权经销商合作稳定性”之“(二) 分析下游汽车、建筑、风电等下游各细分领域的行业景气度变化对公司主要产品具体供需变动的影响情况，相关产品销量、售价、毛利率在报告期内及期后每季度变动情况，与市场上同类产品价格变动趋势是否相符，下游行业需求是否呈现萎缩趋势”相关说明。

由于 A 股没有与公司主营产品完全类似的上市公司，目前的公开披露信息中无法取得发行人客户向其他境内外供应商的产品具体采购价格、调价等信息，亦无法通过检索、访谈、走访等方式取得客户向其他供应商的具体采购价格。

公司的产品以产品编码为基本单位，不同编码的产品即使大类相同，但其产品结构、功能设计、物料种类等因素亦差别较大，因此销售价格无论是否调整，均有较大差异；但针对同一客户、相近时间内、同类型产品售价的调价原则以及调整幅度均保持一致。

综上所述，公司与主要客户形成了稳定的定价、调价原则，虽然不同客户产品的定价周期、幅度、次数、比例等因素各不相同，但整体调价原则一致。

(3) 是否存在相近时间内同类型产品售价差异较大的情形

以下对公司两大收入类别丁基胶和水性涂料采用分别列示各收入类别前三大产品规格型号，每个产品规格型号分别列示该产品规格型号的前三大客户该产品规格平均价格和该产品规格总的均价的形式对是否存在相近时间内同类型产品售价差异较大的情形进行分析：

1) 丁基胶

2025 年度			2024 年度		
产品编号	客户名称	均价	产品编号	客户名称	均价
W305-2	东莞市华荣通信技术有限公司	*	W305-2	东莞市华荣通信技术有限公司	*
	客户 G	*		客户 G	*
	—	—		—	—
	总均价	*		总均价	*
698B1800MY250KG-H	瀚德(太仓)密封系统有限公司	*	66465B3-12NG21AF	Suzlon Energy Limited	*
	浙江仙通橡塑股份有限公司	*		ATCO ENGINEER PVT.LTD.	*
	河北贵航鸿图汽车零部件有限公司	*		CYNTHIA NUGROHO ADJISALIM	*
	总均价	*		总均价	*
W305-3	东莞市华荣通信技术有限公司	*	W305-3	东莞市华荣通信技术有限公司	*
	客户 G	*		客户 G	*
	总均价	*		总均价	*
(续上表)					
2023 年度			2022 年度		
产品编号	客户名称	均价	产品编号	客户名称	均价
65670G2-200ZG220A 15000-BL1	河南轩阳科技有限公司	*	70445B1.65-50BL62D-EPDM -1000KJ	东莞市华荣通信技术有限公司	*
	南阳市万宝莱机械设备有限公司	*		客户 G	*

	河南牧原建筑工程有限公司	*		华为技术有限公司	*
	总均价	*		总均价	*
W305-2	东莞市华荣通信技术有限公司	*	70445B1.65-50BL62D-EPDM -3000KJ-20	东莞市华荣通信技术有限公司	*
	客户 G	*		客户 G	*
	-	-		南宁富联富桂精密工业有限公司	*
	总均价	*		总均价	*
70445B1.65-50BL62 D-3000KJ	深圳市中兴康讯电子有限公司	*	698B1800MY250KG-H	河北贵航鸿图汽车零部件有限公司	*
	中惠地热股份有限公司	*		和承皓天(太仓)国际贸易有限公司	*
	-	-		申雅密封件(沈阳)有限公司	*
	总均价	*		总均价	*

注：此表未列示某年度内仅向单一客户销售的主要产品规格；部分产品规格某年度内仅向两家客户销售，因此客户列示不足 3 家

由上可见，除 2023 年度面向河南牧原建筑工程有限公司和 2024 年度面向 CYNTHIA NUGROHO ADJISALIM，公司因向其销售规模较小导致定价较高外，不存在相近时间内同类型产品售价差异较大的情形。

2) 水性涂料

2025 年			2024 年度		
产品编号	客户名称	均价	产品编号	客户名称	均价
W119-4	浙江仙通橡塑股份有限公司	*	W117	建新赵氏科技股份有限公司	*
	兴宇汽车零部件股份有限公司	*		宁波祥晋汽车密封系统有限公司	*
	瀚德(中国)汽车密封系统有限公司铁岭分公司	*		福州福光橡塑有限公司	*
	总均价	*		总均价	*
TL014	兴宇汽车零部件股份有限公司	*	W119-4	浙江仙通橡塑股份有限公司	*
	瀚德(中国)汽车密封系统有限公司铁岭分公司	*		瀚德(中国)汽车密封系统有限公司铁岭分公司	*
	清河县蓝洋贸易有限公司	*		兴宇汽车零部件股份有限公司	*
	总均价	*		总均价	*

W228-25	清河县蓝洋贸易有限公司	*	TL228-26	瀚德(中国)汽车密封系统有限公司铁岭分公司	*
	兴宇汽车零部件股份有限公司	*		瀚德(贵阳)汽车密封系统有限公司	*
	瀚德(中国)汽车密封系统有限公司铁岭分公司	*		浙江仙通橡塑股份有限公司	*
	总均价	*		总均价	*

(续上表)

2023 年度			2022 年度		
产品编号	客户名称	均价	产品编号	客户名称	均价
W117	建新赵氏科技股份有限公司	*	W117	建新赵氏科技股份有限公司	*
	瀚德(中国)汽车密封系统有限公司铁岭分公司	*		浙江仙通橡塑股份有限公司	*
	宁波铝宏汽车密封系统有限公司	*		重庆东一汽车配件有限公司	*
	总均价	*		总均价	*
TL195-3	瀚德(太仓)密封系统有限公司	*	TL117-6	浙江仙通橡塑股份有限公司	*
	福州福光橡塑有限公司	*		瀚德(太仓)密封系统有限公司	*
	浙江赛阳密封件有限公司	*		建新赵氏科技股份有限公司	*
	总均价	*		总均价	*
TL194-4	瀚德(太仓)密封系统有限公司	*	W119-4	福州福光橡塑有限公司	*
	瀚德(中国)汽车密封系统有限公司铁岭分公司	*		瀚德(太仓)密封系统有限公司	*
	浙江仙通橡塑股份有限公司	*		瀚德(中国)汽车密封系统有限公司成都分公司	*
	总均价	*		总均价	*

2025 年度，公司向清河县蓝洋贸易有限公司销售 TL014 及 W228-25 型号斯塔尔涂料的销售单价较低主要系其下游客户较为分散，贸易商客户承担的市场开拓及维护成本较高，同时下游信用风险较高，故公司因其合作稳定且采购量较大，所以销售定价略低于终端

客户兴宇汽车零部件股份有限公司及瀚德（中国）汽车密封系统有限公司铁岭分公司。

由上可见，除 2025 年度面向贸易商客户清河县蓝洋贸易有限公司的销售价格低于其他客户外，不存在相近时间内同类型产品售价差异较大的情形。

综上所述，公司不存在相近时间内同类型产品售价差异较大的情形。

3. 结合产业链位置、业务模式、产品性能、产品定位、下游客户类型、应用领域、原材料、产能规模、产品定价及成本结构等，说明可比公司选取依据及合理性，并拆分销售单价、单位材料成本、单位人工成本、单位制造费用等因素，量化分析公司产品毛利率高于同行业可比公司的原因及合理性，2024 年变动趋势不一致的原因

(1) 关于可比公司选取依据及合理性

公司主要从事密封、粘接、阻尼及降噪等功能性材料的研发、生产与销售业务，所属行业为胶粘剂行业。当前，公司所处行业内企业众多，由于不同企业所经营的主要产品存在一定程度的差异，截至目前，国内 A 股市场中尚未有业务和产品与公司完全可比的上市公司。

关于公司与同行业可比上市公司在产业链位置、业务模式、产品性能、产品定位、下游客户类型、应用领域、产能规模等方面的比较情况具体如下：

公司名称	产业链位置	业务模式	主要产品/同类产品	产品性能	产品定位	下游客户类型	应用领域	产能规模
硅宝科技	均处于产业链中游：胶粘剂的研发与制造环节	具备从研发到生产销售的一体化经营能力，销售模式以经销为主，直销为辅。	有机硅密封胶	有机硅密封胶通常具有优异的耐老化性能、耐高低温性能和粘接性能，具体到不同的下游应用领域时，不同产品的性能存在一定差异。	均 存 在 面 向 中 端 高 市 场 的 产 品	涉及终端客户和经销商	主要用于建筑领域	2025 年，有机硅密封胶设计产能 222,100 吨/年。
集泰股份		具备从研发到生产销售的一体化经营能力，销售模式以直销为主，经销为辅。	有机硅密封胶			涉及终端客户和经销商	主要用于建筑工程和集装箱等领域	2025 年，建筑类用胶设计产能 93,800 吨/年；工业类用胶 81,940 吨/年。
回天新材		具备从研发到生产销售的一体化经营能力，销售模式以直销为主，经销为辅。	有机硅密封胶			涉及终端客户和经销商	主要用于光伏新能源领域	2025 年，有机硅胶设计产能 263,400 吨/年。

科创新源		具备从研发到生产销售的一体化经营能力，销售模式以直销为主，经销为辅。	高性能特种橡胶材料产品[注]	其高性能防水绝缘胶带具有优异的防水、耐高低温及抗紫外线特性。		涉及终端客户和经销商	主要用于通信和电力等领域	2024 年，防水密封材料设计产能 29,278,000.00（PCS），绝缘防火材料 28,463,595.50（PCS）。
公司		具备从研发到生产销售的一体化经营能力，销售模式均采用直销模式。	丁基胶类产品	丁基胶通常具有良好的化学稳定性和热稳定性，是国际公认的气密性、水密性最佳的高分子类材料，具体到不同的下游应用领域时，产品性能存在一定差异。		终端用户、贴牌客户和贸易商客户	主要用于汽车和建筑等领域	2025 年，丁基胶设计产能 19,248.24 吨/年。

[注]科创新源在上市之初的主要产品为高性能特种橡胶胶粘带，在当时其收入占比超过 50%，后续随着该公司业务的多元化发展，其主营业务变为高分子材料业务和热管理系统业务，其中与公司业务相近的高分子材料业务对应的主要产品为高性能特种橡胶材料产品。根据该公司 2025 年年度报告，其收入占比最高的产品种类为散热金属结构件，相关产品的收入占当年营业收入的比重达到 58.47%

关于公司及同行业可比上市公司在原材料、产品定价、成本结构等方面的比较情况具体如下：

公司名称	主要产品/同类产品	主要原材料	产品定价	成本结构
硅宝科技	有机硅密封胶	有机硅 107 胶	及时根据原材料价格波动情况调整产品定价策略，保证产品毛利率维持在合理范围内。	未披露
集泰股份	有机硅密封胶	107 基胶（二甲基硅氧烷类）	产品销售价格会随原材料行情调整，但存在一定滞后性。	2022 年、2023 年、2024 年和 2025 年，其建筑类用胶的营业成本中原材料占比分别为 89.79%、85.63%和 83.46%和 81.91%。
回天新材	有机硅密封胶	107 硅橡胶	产品市场价格受原材料价格波动影响。	2022 年、2023 年、2024 年和 2025 年，其工程胶粘剂和化学品这一产品类别原材料、人工工资、折旧合计占营业成本比重分别为 94.98%、94.26%、93.38%和 93.21%。
科创新源	高性能特种橡胶材料	聚异丁烯、三元乙丙橡胶、丁基橡胶、有机硅等	产品销售价格会因原材料价格波动而变化。	2022 年、2023 年、2024 年和 2025 年，其电力行业营业成本中直接材料占比分别为 91.04%、90.88%、92.61%和 90.96%；其通信行业营业成本中直接材料占比分别为 72.03%、71.77%、72.76%和 67.38%。
公司	丁基胶类产品	丁基橡胶、聚异丁烯等	公司通常会在全面评估成本及其他相关影响因素后，通过与客户沟通协商以共同确定具体产品销售价格，而在面对原材料价格出现大幅波动等极端情况时，公司会积极与客户沟通调整，以确保双方合作的公平性与可持续性。	2022 年、2023 年、2024 年和 2025 年，公司直接材料占营业成本比重分别为 78.62%、80.02%、81.02%和 81.91%。

在选取同行业可比公司时，公司主要参照了以下标准：其一，主营业务及业务模式与公司相同或相近；其二，产品形态与应用场景与公司相同或相近；其三，产业链上下游情况与公司相同或相近；其四，主要业务及财务数据能够通过公开渠道获取。

由于目前国内 A 股市场中尚未有以丁基胶作为主要产品的上市公司，公司在依据上述标准进行综合评估与考量后，最终选取了硅宝科技、集泰股份、回天新材和科创新源这四家公司作为同行业可比公司，该选取方式具备合理性。

(2)关于公司产品毛利率高于同行业可比公司的原因及合理性

报告期内，公司毛利率水平与同行业可比上市公司的对比情况具体如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
硅宝科技	21.04%	20.82%	25.26%	19.48%
集泰股份	25.60%	25.31%	25.08%	21.49%
回天新材	23.61%	18.46%	22.82%	23.49%
科创新源	19.24%	20.94%	25.44%	23.69%
均值	22.37%	21.38%	24.65%	22.04%
公司	30.69%	30.26%	29.79%	25.16%

由上表可知，报告期内同行业可比上市公司的毛利率水平基本维持在 20%至 25%的区间内波动。具体来看，2022 年受全球公共卫生事件影响，行业整体盈利处于近年低点；2023 年随着上述事件影响消退，市场需求回暖，除回天新材外其余三家公司盈利水平均显著回升；2024 年除集泰股份外，其余三家公司毛利率出现不同程度回落；2025 年行业景气度再次上行，除科创新源外其余三家公司毛利率又均有所上升。公司毛利率水平同样在 2023 年经历明显回升，随后保持相对稳定，且各期毛利率水平均高于同行业可比上市公司均值。

基于前述分析可知，虽然上述公司与公司均属于胶粘剂行业企业，但其所经营的主要产品与公司的主要产品属于不同细分类别的胶粘剂，且相关产品的主要应用领域也并不完全相同，这使得各家的整体毛利率水平存在差异具有合理性。下文将针对主要产品和同类产品两个维度进一步分析。

1) 主要产品对比分析

报告期内公司主要产品为丁基胶，其是一种以丁基橡胶为主体材料，加入聚异丁烯等改性物质制成的胶粘剂，具有良好的化学稳定性和热稳定性，是国际公认的气密性、水密性最佳的高分子类材料，也是世界耗用量最大的几种密封胶之一。虽然上述同行业可比上市公司或多或少也有涉及丁基胶类产品，但从现有公开资料中尚无法获悉相关产品数据，因此尚无法针对各家丁基胶的情况进行直接对比。

报告期内，公司主要产品与上述同行业可比上市公司的主要产品对应的毛利率情况对比如下：

公司名称	收入中对应的产品分类	2025 年度		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
		毛利率	占营业收入比重	毛利率	占营业收入比重	毛利率	占营业收入比重	毛利率	占营业收入比重
硅宝科技	建筑类用胶	21.21%	41.30%	21.60%	49.01%	26.37%	63.03%	17.44%	62.09%
集泰股份	建筑类用胶	25.91%	53.97%	26.32%	51.70%	27.92%	66.88%	22.65%	64.17%
回天	有机硅胶	19.51%	46.72%	16.58%	50.68%	23.64%	52.87%	24.85%	52.09%

新材									
科创 新源	散热金属结 构件	14.26%	58.47%	10.81%	48.30%	-0.23%	29.49%	-5.20%	34.94%
科建 股份	丁基胶	36.28%	52.12%	35.12%	52.01%	34.76%	53.98%	27.84%	53.30%

[注]硅宝科技、集泰股份在年度报告中系以建筑类用胶、工业类用胶等作为分产品收入的披露口径，未披露以有机硅胶为口径的分产品收入数据

由上表可知，报告期内上述各家公司主要产品的毛利率水平存在一定差异，且硅宝科技、集泰股份和回天新材三家公司的主要产品虽均属于有机硅密封胶，但由于各家下游应用领域差异及统计口径不同等因素影响，其毛利率水平同样存在差异。

报告期内，关于公司及同行业可比上市公司主要产品/同类产品对应的销售均价、单位材料成本、单位人工成本、单位制造费用情况对比如下：

公司名称	收入中对应的产品分类	2025 年度				2024 年度				2023 年度				2022 年度			
		销售均价	单位材料成本	单位人工成本	单位制造费用	销售均价	单位材料成本	单位人工成本	单位制造费用	销售均价	单位材料成本	单位人工成本	单位制造费用	销售均价	单位材料成本	单位人工成本	单位制造费用
硅宝科技	建筑类用胶	9,183.33	-	-	-	10,316.63	-	-	-	11,789.55	-	-	-	14,849.72	-	-	-
集泰股份	建筑类用胶	11,869.50	7,203.59	330.70	796.85	13,140.46	8,080.71	328.80	782.56	14,609.46	9,017.17	315.74	672.42	-	-	-	-
回天新材	有机硅胶	10,149.99	-	-	-	10,947.44	-	-	-	13,043.48	-	-	-	18,850.70	-	-	-
科创新源	散热金属结构件（元/PCS）	46.86	-	-	-	47.89	-	-	-	29.97	-	-	-	28.49	-	-	-
科建股份	丁基胶	17,330.59	7,288.87	284.19	377.41	17,895.86	7,659.52	372.74	436.38	19,653.41	8,656.60	180.26	290.40	19,324.12	9,134.06	188.20	158.60

注 1：“-”代表该公司未披露相关数据。

注 2：关于公司丁基胶的相关数据，由于其细分产品种类、型号及规格众多，在统一度量单位时存在一定难度。以上表格系选取了公司丁基胶收入类别下的主要细分产品之一丁基密封胶中以重量单位计量的相关产品作为统计口径进行列示。关于公司丁基胶收入类别下各主要细分产品的相关数据详见

本说明之“四、关于毛利率高于可比公司合理性及成本核算规范性”之“(一)毛利率持续上升且高于同行业可比公司合理性”之“1. 补充披露报告期内主要产品销售单价、单位成本及其构成(料、工、费)的具体情况，结合产品市场价格走势、原材料市场价格变动、生产工艺变化、产能变动等量化分析上述指标变动原因及合理性，并进一步说明毛利率持续上升的原因”相关内容

由上表可知，报告期内，公司与除科创新源外另外三家公司主要产品销售均价的整体变动趋势基本一致，但绝对水平不同，差异主要源于各家具体产品类型及统计口径不同。针对其他维度数据，由于同行业上市公司所披露的信息有限，暂无法进行对比分析。

2) 同类产品对比分析

① 硅酮胶

基于前述分析可知，由于硅宝科技、集泰股份与回天新材三家公司的主要产品均属于有机硅密封胶，其毛利率变动趋势整体相近，但绝对水平并不相同，差异主要源于各家企业下游应用行业的产业链供求关系不同。公司的核心产品丁基胶虽同属胶粘剂范畴，但由于其材料体系、产品特性及售价与有机硅密封胶存在一定的差异，因而二者并不具备完全可比性。考虑到产品种类的可比性，以下以公司所生产经营的硅酮胶类产品进行对比分析。

报告期内，公司硅酮胶类产品与硅宝科技、集泰股份和回天新材三家公司的同类产品对应的毛利率情况对比如下：

公司名称	收入中对应的产品分类	2025 年度		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
		毛利率	占营业收入比重	毛利率	占营业收入比重	毛利率	占营业收入比重	毛利率	占营业收入比重
硅宝科技	工业类用胶	31.75%	24.56%	30.66%	26.17%	27.16%	27.01%	25.95%	24.36%
集泰股份	工业类用胶	30.80%	20.09%	28.46%	20.71%	15.12%	15.79%	15.58%	15.06%
回天新材	有机硅胶	19.51%	46.72%	16.58%	50.68%	23.64%	52.87%	24.85%	52.09%
科建股份	硅酮胶	37.84%	3.18%	31.75%	3.55%	30.14%	5.71%	22.26%	5.74%

注：由于硅宝科技、集泰股份在年度报告中系以建筑类用胶、工业类用胶等作为分产品收入的披露口径，未披露以有机硅胶为口径的分产品收入数据，此处选取上述两家公司收入分类中与公司相关产品应用领域相对类似的“工业类用胶”口径进行对比分析

如上表所示，公司硅酮胶类产品的毛利率水平在报告期内整体保持上涨趋势，除回天新材外，公司与另外两家同行业上市公司无论在相关产品毛利率绝对水平还是变动趋势方面基本保持一致，差异主要来自于各家产品下游应用领域的影响。具体来看，公开资料显示，硅宝科技的工业胶应用于电子电池、汽车、光伏新能源和电力等领域，相关产品毛利率水平稳定上涨；集泰股份的工业类用胶广泛应用于集装箱、汽车、新能源、电子及交通等领域，其中占比较高的是集装箱领域，受该行业周期性波动，其 2022 年和 2023 年相关产品的毛利率水平相对较低，随着行业复苏，其 2024 年相关产品的收入及毛利率均呈现大幅增长，2025 年虽然集装箱行业周期性放缓，但在汽车、新能源等业务的增长带动下，其工业类用胶整体毛利率水平仍旧保持了小幅上升；回天新材的有机硅胶主要用于光伏新能源

等领域，由于该行业市场竞争愈发激烈，产业链各环节产品价格一路下行，导致其近几年产品毛利率持续下滑，2025 年其通过工艺提升、客户结构优化及产品结构优化等举措使得盈利水平得到一定程度的改善；公司的硅酮胶则主要用于工业领域中的制冷、冷库等具体应用场景，相关产品毛利率水平稳定上涨，但由于其收入占比较小，因而对公司整体毛利率的影响有限。其中，2025 年，公司硅酮胶产品的毛利率较上年增长明显，主要原因是公司在本期销售的高毛利产品占比升高，这部分产品主要是客户定制款产品，此类产品通常因其单次批量小、生产难度高，对应的毛利率水平也相对较高，因此拉高了 2025 年硅酮胶产品的整体毛利率水平。

②丁基特种功能胶带

对比科创新源，其传统产品高性能特种橡胶胶粘带（大致对应其当前收入分类中的防水密封材料和绝缘防火材料）与公司丁基胶类产品中的丁基特种功能胶带这一细分品类较为相似，但由于该公司披露口径原因，目前无法准确获取其针对通信及电力领域的上述产品毛利率数据，以下以公司丁基胶类产品中的丁基特种功能胶带进行对比分析。

报告期内，公司丁基特种功能胶带与科创新源的同类产品对应的毛利率情况对比如下：

公司名称	收入中对应的产品分类	2025 年度		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
		毛利率	占营业收入比重	毛利率	占营业收入比重	毛利率	占营业收入比重	毛利率	占营业收入比重
科创新源	防水密封材料（注）	48.47%	8.28%	54.39%	11.51%	50.56%	9.11%	45.09%	10.73%
	绝缘防火材料	34.80%	12.84%	30.82%	16.13%	35.26%	20.66%	43.84%	17.44%
科建股份	丁基胶-丁基特种功能胶带	17.61%	5.16%	22.34%	5.03%	13.23%	5.32%	9.07%	6.21%

注：科创新源在 2024 年将原有产品分类中的“防水密封胶带”、“防水密封套管”以及“其他”产品中相关防水密封材料合并，列示为“防水密封材料”，上表中科创新源在 2022 年及 2023 年的数据仍以“防水密封胶带”口径列示

由上表可知，报告期内公司丁基特种功能胶带毛利率水平低于科创新源相关产品，具体原因如下：从整体业务来看，科创新源在其上市之初的客户主要为华为、中兴两家国内核心通信设备龙头企业，后续又较早的进入国家电网、南方电网等电力领域龙头企业，因其在该产品及相关应用领域具有一定的先发优势和客

户资源优势，故毛利率水平相对较高；而公司同类产品系近两年刚刚切入电力领域，且尚未进入国家电网，因此毛利率相对较低。科创新源当前整体毛利率水平较上述细分产品类别的毛利率水平差异较大，主要由于其在上市之初客户集中度较高，后续通过并购逐步实现转型，在原有防水密封材料、防火绝缘材料业务的基础上新增热管理系统业务，而该部分新增业务毛利率水平与原业务差异较大，导致其整体毛利率出现较大幅度下降。

由前述分析可知，2024 年除集泰股份外，其余三家可比公司综合毛利率均出现不同程度回落。但从分产品毛利率变动来看，虽然上述公司建筑类用胶的毛利率有所下降，但工业类用胶的毛利率却呈现不同程度的上升趋势。可见，可比公司综合毛利率的变动受各下游应用领域毛利率水平及产品结构综合影响。公司 2024 年毛利率变动趋势与可比公司不一致，主要系公司产品下游应用领域较为分散，且汽车领域占比较高，近年来国内汽车行业呈现出蓬勃发展的良好态势，市场规模持续扩大，消费者对于汽车相关产品和服务的需求日益旺盛，带动了整个产业链的繁荣，因而该差异具有合理性。

综上所述，公司产品的毛利率水平与同行业可比上市公司存在差异具有合理性。

4. 结合内外销具体产品类型、客户结构、定价策略、同类产品境内外销售价格、单位成本差异情况及原因、汇率波动等，量化分析 2022 年外销毛利率略低于内销、2023 年至 2025 年上半年外销毛利率持续高于内销的原因及合理性

2022 年度、2023 年度、2024 年度、2025 年 1-6 月和 2025 年度，公司主营业务收入按销售区域分类的毛利率情况具体如下：

项目	2025 年度		2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
境内	90.42	29.58	87.47	29.64	87.73	29.19	87.88	28.22	91.08	25.34
境外	9.58	40.59	12.53	40.51	12.27	37.68	12.12	41.06	8.92	23.25
合计	100.00	30.64	100.00	31.00	100.00	30.23	100.00	29.77	100.00	25.15

2022 年度、2023 年度、2024 年度、2025 年 1-6 月和 2025 年度，公司境内销售毛利率分别为 25.34%、28.22%、29.19%、29.64%和 29.58%，境外销售毛利率分别为 23.25%、41.06%、37.68%、40.51%和 40.59%。2022 年度外销毛利率略低于内销毛利率，差异为 2.09%，其余期间外销毛利率均高于内销毛利率，差异分别为 12.84%、8.49%、10.87%和 11.01%。

上述期间，公司主营业务各类产品的境内和境外销售收入、占该销售区域主营业务收入的比例、境内和境外销售成本和毛利率具体如下：

期间	客户类型	境内销售				境外销售			
		收入	收入占比	成本	毛利率	收入	收入占比	成本	毛利率
2025 年度	丁基胶	23,046.70	49.22%	14,888.78	35.40%	3,964.46	79.95%	2,322.08	41.43%
	硅酮胶	1,645.15	3.51%	1,022.48	37.85%	1.66	0.03%	1.24	25.30%
	其他胶类产品	6,790.68	14.50%	5,284.72	22.18%	267.02	5.38%	152.96	42.72%
	水性涂料	11,786.44	25.17%	9,042.82	23.28%	-	-	-	-
	家装密封产品	1,783.23	3.81%	1,369.31	23.21%	394.32	7.95%	248.05	37.09%
	其他	1,770.74	3.78%	1,364.10	22.96%	331.36	6.68%	221.69	33.10%
2025 年 1-6 月	丁基胶	9,888.62	50.34%	6,444.99	34.82%	2,333.09	82.89%	1,378.93	40.90%
	硅酮胶	759.86	3.87%	469.28	38.24%	-	-	-	-
	其他胶类产品	2,929.20	14.91%	2,267.57	22.59%	86.70	3.08%	49.42	43.00%
	水性涂料	4,455.07	22.68%	3,426.79	23.08%	-	-	-	-
	家装密封产品	883.73	4.50%	681.31	22.91%	225.75	8.02%	144.43	36.02%
	其他	727.83	3.71%	531.99	26.91%	169.12	6.01%	101.77	39.82%
2024 年度	丁基胶	19,130.32	49.79%	12,515.11	34.58%	3,655.60	68.05%	2,269.27	37.92%
	硅酮胶	1,554.62	4.05%	1,061.07	31.75%	-	-	-	-
	其他胶类产品	5,002.88	13.02%	3,857.92	22.89%	275.46	5.13%	150.65	45.31%
	水性涂料	9,572.73	24.92%	7,254.28	24.22%	-	-	-	-
	家装密封产品	2,076.50	5.40%	1,734.60	16.47%	643.21	11.97%	412.54	35.86%
	其他	1,084.29	2.82%	783.46	27.74%	797.94	14.85%	515.63	35.38%
2023 年度	丁基胶	18,826.48	50.41%	12,596.85	33.09%	4,116.55	79.92%	2,372.12	42.38%
	硅酮胶	2,425.35	6.49%	1,694.38	30.14%	-	-	-	-
	其他胶类产品	4,726.27	12.66%	3,800.70	19.58%	149.54	2.90%	87.04	41.79%
	水性涂料	7,697.96	20.61%	5,864.37	23.82%	-	-	-	-
	家装密封产品	2,264.71	6.06%	1,917.18	15.35%	481.11	9.34%	310.82	35.40%
	其他	1,403.62	3.76%	934.16	33.45%	403.39	7.83%	265.52	34.18%
2022 年度	丁基胶	16,631.30	50.90%	11,856.67	28.71%	2,491.43	77.81%	1,942.16	22.05%
	硅酮胶	2,059.03	6.30%	1,600.61	22.26%	-	-	-	-
	其他胶类产品	4,251.57	13.01%	3,585.48	15.67%	132.51	4.14%	93.90	29.14%
	水性涂料	6,421.32	19.65%	4,638.32	27.77%	-	-	-	-
	家装密封产品	1,975.03	6.04%	1,653.98	16.26%	310.36	9.69%	240.88	22.39%
	其他	1,336.97	4.09%	1,060.12	20.71%	267.47	8.35%	180.34	32.58%

公司历经多年发展与积淀，以丁基密封胶为基础，逐步构建起涵盖车身密封条用不干胶、车门防水膜用密封胶、车身阻尼片、车身堵孔贴片、建筑防水密封

胶及胶带、无铅柔性泛水带、真空袋密封胶带、防水绝缘胶带与 PVC 绝缘胶带、厨卫美缝贴等在内的多元化产品体系。依托完善的产品矩阵，公司产品已广泛应用于汽车、建筑、复合材料成型、通信与电力、家居装饰等多个重要行业领域。

公司各类客户按产品大类分类的毛利率间存在差异的原因主要系不同客户购买的具体细分产品类别和类型有所差异，除个别例外情况外，公司对不同类型客户执行统一的定价原则，均为在生产成本基础上结合市场情况、客户合作稳定性等因素进行谈价和定价，公司不存在根据客户类型执行差异化定价原则进而导致差异化毛利率的情况，具体分析详见本说明“二、关于客户稳定性及收入确认合规性”之“（一）不同类型客户交易情况及合作稳定性”之“3. 说明三种类型客户在产品定价、毛利率、信用政策、对账及结算、收入确认政策、退换货约定等方面是否存在差异，贸易商模式下物流运输方式，是否存在贸易商折扣返利政策及其变化情况”相关内容。

公司不同领域的客户对公司不同产品的各项指标均有各自独特的要求，同时，针对客户不同的生产工艺，相同或相近性能的产品配方也有所不同，因此，公司向不同客户销售的产品规格型号差异较大。这种因客户需求独特性与生产工艺适配性导致的产品规格型号高度差异化，使得单一统一的价格体系难以覆盖多样化的价值组合，因而公司未制定统一的产品销售价格，也未针对特定区域或特定客户类型制定细分维度的统一价格，而是对不同规格型号的产品，根据产品性能、客户接受程度、市场竞争情况，针对不同客户采用差异化的定价策略。

（1）2022 年度外销毛利率略低于内销的原因及合理性

1) 2022 年度境外销售产品的毛利率普遍较低

2022 年度、2023 年度、2024 年度、2025 年 1-6 月和 2025 年度，公司境外销售的产品包括丁基胶、其他胶类产品和家装密封产品等，其中丁基胶产品的境外销售毛利率分别为 22.05%、42.38%、37.92%、40.90%和 41.43%，其他胶类产品的境外销售毛利率分别为 29.14%、41.80%、45.31%、43.00%和 42.72%，家装密封产品的境外销售毛利率分别为 22.39%、35.39%、35.86%、36.02%和 37.09%。与 2023 年度、2024 年度、2025 年 1-6 月和 2025 年度相对稳定的外销毛利率相比，2022 年度境外销售各类产品的毛利率普遍较低，主要系：

①汇率波动对收入的负面影响显著。公司外销收入主要以欧元、英镑、美元等外币结算，而 2022 年度全球外汇市场波动加剧，上述主要结算货币兑人民币

的汇率均处于相对低位。由于外销业务的收入确认以结算当期的即期汇率为基础折算为人民币，主要外销结算货币的汇率下行直接导致以人民币计价的销售收入规模被压缩，相当于“隐性”降低了单位产品的售价，进而拉低了外销业务的毛利率。汇率具体变动情况及对公司境外收入的影响详见本说明“三、关于境外销售真实性”之“（五）结合报告期内主要结算货币对人民币的汇率变动情况，量化分析境外收入和汇兑损益的匹配性”相关内容；

②海运费高企推升了外销业务成本压力。2022 年度受全球公共卫生事件的持续影响，国际航运市场供需失衡矛盾突出，推动海运价格大幅上涨，公司外销业务需承担的运输成本显著增加，导致当年外销业务毛利率整体较低。海运费具体分析详见本说明“三、关于境外销售真实性”之“（四）说明海关报关数据、运保费、出口退税与各期境外销售收入的匹配性，各期末境外销售应收账款期后回款情况，是否涉及第三方回款”之“1. 海关报关数据、运保费、出口退税与各期境外销售收入的匹配性”相关内容。

2) 2022 年度丁基胶产品的外销毛利率显著偏低

2022 年度，公司境外销售的产品中，其他胶类产品、家装密封产品和其他产品的外销毛利率虽因前述汇率变动和海运费用的综合影响处于低位，却仍高于同类产品的内销毛利率，而作为公司境外销售主要产品的丁基胶（当年境外销售丁基胶产品收入 2,491.43 万元，占当年公司主营业务境外销售收入的比例为 77.81%），其外销毛利率为 22.05%，低于内销毛利率 28.71%。

2022 年度，丁基胶产品外销毛利率显著偏低主要系当年公司向主要外销客户 MAGE Roof & Building Components GMBH 销售的毛利率较低。2022 年度，公司向其销售丁基胶产品的收入金额为 601.61 万元，占当年丁基胶产品外销收入的比例为 18.79%，销售毛利率为*，而 2023 年度向该客户销售丁基胶产品的收入金额分别为 2,040.38 万元，占当年丁基胶产品外销收入的比例为 39.61%，毛利率为*。

公司向其销售的产品为无铅柔性泛水带，该产品主要用于建筑领域的屋面防水密封。2022 年，该产品在经过长时间的研发测试进入量产阶段后，生产过程仍需逐步成熟完善，产品质量存在一定波动、单位成本较高，而该产品当年的销售区域主要为境外，从而拉低了丁基胶产品的外销毛利率。2023 年，经过量产过程中持续进行的测试与优化，该产品质量与单位成本趋于稳定，在该领域市场

竞争力得到增强，进而获得了国外客户的青睐，在单位成本由上年的 27.37 元/米大幅下降至 2023 年的 19.51 元/米的同时，单价也有所提高，由上年的*提高至 2023 年的*，因此毛利率上升幅度较大。

综上所述，由于当年外销主要结算货币兑人民币的汇率均处于相对低位，同时受全球公共卫生事件的持续影响海运价格大幅上涨，2022 年公司外销业务毛利率整体处于较低水平。同时，由于主要在境外销售的无铅柔性泛水带产品尚未进入稳定量产阶段、单位成本较高，因此当年丁基胶产品的外销毛利率显著偏低，导致 2022 年外销业务的毛利率进一步被拉低。因此，2022 年外销毛利率略低于内销符合实际情况，具有合理性。

(2)2023 年度至 2025 年上半年外销毛利率持续高于内销的原因及合理性

1) 丁基胶产品外销毛利率持续高于内销毛利率

2023 年度至 2025 年上半年，公司外销毛利率分别为 41.06%、37.68%和 40.51%，境外销售的产品包括丁基胶、其他胶类产品、家装密封产品和其他。其中，丁基胶产品作为公司的核心产品，境外销售收入金额及占比均较大。2023 年度至 2025 年上半年，丁基胶产品外销收入分别为 4,116.55 万元、3,655.60 万元和 2,333.09 万元，占当期公司境外销售主营业务收入的比例分别为 79.92%、68.05%和 82.89%，其外销毛利率分别为 42.38%、37.92%和 40.90%，和公司外销业务整体毛利率基本保持一致，且持续高于同类产品的内销毛利率(分别为 33.09%、34.58%和 34.82%)，是外销毛利率持续高于内销毛利率的主要影响因素。

公司丁基胶类产品主要包括双面丁基胶带、丁基密封胶、特种防水卷材、特种功能胶带、丁基阻尼片等，2023 年度至 2025 年上半年丁基胶产品境外销售毛利率持续高于境内销售毛利率的具体分析如下：

①2023 年度

2023 年度丁基胶各类产品区分不同销售区域的收入、成本和毛利率具体如下：

产品类别	境内销售				境外销售			
	收入	收入占比	成本	毛利率	收入	收入占比	成本	毛利率
双面丁基胶带	6,077.51	32.28%	4,109.98	32.37%	537.45	13.06%	263.47	50.98%
丁基密封胶	3,625.46	19.26%	1,788.07	50.68%	83.04	2.02%	34.06	58.98%
特种防水卷材	346.79	1.84%	188.62	45.61%	2,026.24	49.22%	1,013.01	50.01%
特种功能胶带	2,260.57	12.01%	1,960.78	13.26%	0.29	0.01%	0.98	-237.93%
丁基阻尼片	970.25	5.15%	792.57	18.31%	21.46	0.52%	18.41	14.21%
其他	5,545.91	29.46%	3,756.83	32.26%	1,448.09	35.18%	1,042.18	28.03%

合计	18,826.48	100.00%	12,596.85	33.09%	4,116.55	100.00%	2,372.12	42.38%
----	-----------	---------	-----------	--------	----------	---------	----------	--------

注：由于丁基胶类系列产品对应的最终产品种类、形状及规格众多，较难合理统一度量单位，此处将全部丁基胶类产品大致归为上述类别，并选取每种分类中销售金额占比最高的规格单位作为统计基准，对销售端相关数据进行梳理

A 以米为单位的特种防水卷材和双面丁基胶带外销毛利率高于内销毛利率

2023 年度，公司境外销售的丁基胶类产品主要包括以米为单位的特种防水卷材、其他丁基胶类产品和以米为单位的双面丁基胶带，占当年丁基胶类产品境外销售收入的比例分别为 49.22%、35.18%和 13.06%，其中，其他丁基胶类产品的外销毛利率为 28.03%，略低于该类型产品的内销毛利率 32.26%，而以米为单位的特种防水卷材和以米为单位的双面丁基胶带的外销毛利率水平较高，分别为 50.01%和 50.98%，均高于同类产品的内销毛利率(分别为 45.61%和 32.37%)，是导致 2023 年度外销毛利率高于内销的主要原因。

2023 年度，以米为单位的特种防水卷材境内外销售的单价和单位成本具体如下：

项目	内销	外销	差异	
			数量	比例
销量(万米)	10.44	52.53	-42.09	-403.16%
营业收入(万元)	346.79	2,026.24	-1,679.45	-484.28%
营业成本(万元)	188.62	1,013.01	-824.39	-437.06%
单位均价(元/米)	33.21	38.58	-5.37	-16.16%
单位成本(元/米)	18.06	19.29	-1.22	-6.76%
毛利率	45.61%	50.01%	-4.40%	-9.64%

2023 年度，以米为单位的双面丁基胶带境内外销售的单价和单位成本具体如下：

项目	内销	外销	差异	
			数量	比例
销量(万米)	7,995.21	548.31	7,446.90	93.14%
营业收入(万元)	6,077.51	537.45	5,540.06	91.16%
营业成本(万元)	4,109.98	263.47	3,846.51	93.59%
单位均价(元/米)	0.76	0.98	-0.22	-28.95%
单位成本(元/米)	0.51	0.48	0.03	6.52%
毛利率	32.37%	50.98%	-18.60%	-57.46%

2023 年，公司以米为单位的特种防水卷材产品的内销与外销单价和单位成本的差异分别是-16.16%、-6.76%，以米为单位的双面丁基胶带产品的内销与外销单价和单位成本的差异分别是-28.95%、6.52%。公司自主生产的丁基胶类产品虽形态与规格多样，但整体生产工艺标准化程度较高，因此两类产品内销与外销的单位成本差异较小，销售单价差异是导致内销毛利率低于外销毛利率的关键因

素。

特种防水卷材和双面丁基胶带等产品作为公司的核心产品，具有较强的产品竞争力，其境外客户通常更注重产品品质、交期及服务，价格相对较高，而境内客户相对更注重成本的控制，对产品价格更加敏感，导致价格竞争激烈，因此，通常向境外客户销售同类产品的单价更高。同时，与上年相比，2023 年公司主要外销结算货币兑人民币的汇率均处于相对高位且年内持续攀升，直接导致外销产品在人民币口径下的单价进一步提高。境外客户对品质、服务的溢价支付叠加因汇率升值带来的人民币单价被动抬高，共同推高了特种防水卷材和双面丁基胶带的外销毛利率。

B 产品类型差异进一步加大了内外销毛利率的差异

2023 年，公司境内外销售的丁基胶产品类型存在一定差异：境内主要包括以米为单位的双面丁基胶带、其他丁基胶类产品、以公斤为单位的丁基密封胶和以卷为单位的特种功能胶带，收入占比合计 93.00%，境外则主要为以米为单位的特种防水卷材、其他丁基胶类产品和以米为单位的双面丁基胶带，收入占比合计 97.45%。

公司销售的特种防水卷材产品主要是无铅柔性泛水带，该产品在经过长时间的研发与测试后，于 2023 年才逐步成熟完善，是公司面向建筑领域客户推出的核心产品之一，具备优异的环境适应性与施工便捷性。该系列产品在关键性能指标方面已达到与 DEKS Industries Pty Ltd、BMI Group 等国外领先企业同类产品相当的水平，打破了国外产品在该领域的垄断，因此毛利率水平较高。2023 年，公司以米为单位的特种防水卷材产品在境外的销售收入金额为 2,026.24 万元，占当年丁基胶产品外销收入的比例为 49.22%，但在境内销售业务中金额及占比较低，分别为 346.79 万元、1.84%。同时，毛利率较低的以卷为单位的特种功能胶带和以片为单位的丁基阻尼片产品在境外销售业务中收入金额及占比极低，但在丁基胶产品境内销售业务中收入金额合计 3,230.82 万元，占比 17.16%，境内外销售产品类型的差异进一步加大了内外销毛利率的差异。

②2024 年度

2024 年度丁基胶各类产品区分不同销售区域的收入、成本和毛利率具体如下：

产品类别	境内销售				境外销售			
	收入	收入占比	成本	毛利率	收入	收入占比	成本	毛利率
双面丁基胶带	5,427.50	28.37%	3,529.75	34.97%	1,290.45	35.30%	704.30	45.42%
丁基密封胶	4,322.61	22.60%	2,201.52	49.07%	52.09	1.42%	8.41	83.86%
特种防水卷材	697.32	3.65%	364.81	47.68%	417.01	11.41%	205.46	50.73%
特种功能胶带	2,203.83	11.52%	1,712.16	22.31%	1.62	0.04%	0.60	62.84%
丁基阻尼片	874.68	4.57%	663.67	24.12%	22.33	0.61%	16.12	27.84%
其他	5,604.36	29.30%	4,043.20	27.86%	1,872.09	51.21%	1,334.38	28.72%
合计	19,130.32	100.00%	12,515.11	34.58%	3,655.60	100.00%	2,269.27	37.92%

2024 年，公司境外销售的丁基胶类产品主要包括其他丁基胶类产品、以米为单位的双面丁基胶带和以米为单位的特种防水卷材，占当期丁基胶类产品境外销售收入的比例分别为 51.21%、35.30%和 11.41%。其中，其他丁基胶类产品的外销毛利率为 28.72%，略高于该类型产品的内销毛利率 27.86%，而以米为单位的双面丁基胶带和特种防水卷材的外销毛利率水平较高，分别为 45.42%和 50.73%，均高于同类产品的内销毛利率（分别为 34.97%和 47.68%）。

A 以米为单位的双面丁基胶带和特种防水卷材的外销毛利率较高

2024 年度，以米为单位的双面丁基胶带境内外销售的单价和单位成本具体如下：

项目	内销	外销	差异	
			数量	比例
销量(万米)	6,804.45	1,437.76	5,366.69	78.87%
营业收入(万元)	5,427.50	1,290.45	4,137.05	76.22%
营业成本(万元)	3,529.75	704.30	2,825.45	80.05%
单位均价(元/米)	0.80	0.90	-0.10	-12.52%
单位成本(元/米)	0.52	0.49	0.03	5.57%
毛利率	34.97%	45.42%	-10.46%	-29.91%

2024 年度，以米为单位的特种防水卷材境内外销售的单价和单位成本具体如下：

项目	内销	外销	差异	
			数量	比例
销量(万米)	20.52	10.39	10.13	49.37%
营业收入(万元)	697.32	417.01	280.31	40.20%
营业成本(万元)	364.81	205.46	159.35	43.68%
单位均价(元/米)	33.98	40.14	-6.15	-18.11%
单位成本(元/米)	17.78	19.77	-2.00	-11.23%
毛利率	47.68%	50.73%	-3.05%	-6.39%

2024 年，公司以米为单位的双面丁基胶带产品的内销与外销单价和单位成本的差异分别是-12.53%、5.57%，以米为单位的特种防水卷材产品的内销与外销单价和单位成本的差异分别是-18.17%、-11.29%，销售单价的差异仍是导致内销毛利率低于外销毛利率的主要影响因素。如前所述，特种防水卷材和双面丁基胶

带等产品作为公司的核心产品，具有较强的产品竞争力，其境外客户更注重产品品质、交期及服务，价格相对较高，而境内客户相对更注重成本的控制，对产品价格更加敏感，导致价格竞争激烈。同时，与上年相比，2024 年公司主要外销结算货币兑人民币的汇率持续处于高位，直接导致外销产品在人民币口径下的单价进一步提高。

B 产品类型差异进一步加大了内外销毛利率的差异

2024 年，公司境内销售的丁基胶类产品主要包括其他丁基胶类产品、以米为单位的双面丁基胶带、以公斤为单位的丁基密封胶和以米为单位的特种功能胶带，收入占比合计 91.78%，境外销售的丁基胶类产品主要包括其他丁基胶类产品、以米为单位的双面丁基胶带和以米为单位的特种防水卷材，收入占比合计 97.92%。其中，毛利率较高的以米为单位的特种防水卷材产品在境外的销售收入占比较大，占当年丁基胶产品外销收入的比例为 11.41%，但在境内销售业务中占比较低，占当年丁基胶产品内销收入的比例仅为 3.65%，同时毛利率较低的以卷为单位的特种功能胶带和以片为单位的丁基阻尼片产品在境外销售业务中收入金额较小，占比仅为 0.66%，但在丁基胶产品境内销售业务中收入金额合计 3,078.51 万元，占比 16.09%，境内和境外销售产品类型的差异进一步加大了内外销毛利率的差异。

③2025 年 1-6 月

2025 年上半年丁基胶各类产品区分不同销售区域的收入、成本和毛利率具体如下：

产品类别	境内销售				境外销售			
	收入	收入占比	成本	毛利率	收入	收入占比	成本	毛利率
双面丁基胶带	3,181.46	32.17%	1,954.54	38.56%	427.59	18.33%	234.73	45.10%
丁基密封胶	2,153.65	21.78%	1,054.58	51.03%	57.79	2.48%	21.73	62.40%
特种防水卷材	5.24	0.05%	6.14	-17.18%	970.85	41.61%	482.87	50.26%
特种功能胶带	1,410.92	14.27%	1,164.81	17.44%	-	-	-	-
丁基阻尼片	417.74	4.22%	346.29	17.10%	6.21	0.27%	4.14	33.33%
其他	2,719.61	27.50%	1,918.64	29.45%	870.65	37.32%	635.47	27.01%
合计	9,888.62	100.00%	6,444.99	34.82%	2,333.09	100.00%	1,378.93	40.90%

2025 年上半年，公司境外销售的丁基胶类产品主要包括以米为单位的特种防水卷材、其他丁基胶类产品和以米为单位的双面丁基胶带，占当期丁基胶类产品境外销售收入的比例分别为 41.61%、37.32%和 18.33%。其中，其他丁基胶类产品的外销毛利率为 27.01%，略低于该类型产品的内销毛利率 29.45%，而以米

为单位的特种防水卷材和以米为单位的双面丁基胶带的外销毛利率水平较高，分别为 50.26%和 45.10%，拉高了 25 年上半年外销毛利率。具体来说，2025 年上半年外销毛利率高于内销毛利率的影响因素如下：

A 以米为单位的双面丁基胶带的外销毛利率较高

2025 年上半年，以米为单位的双面丁基胶带境内外销售的单价和单位成本具体如下：

项目	内销	外销	差异	
			数量	比例
销量(万米)	4,006.28	453.16	3,553.12	88.69%
营业收入(万元)	3,181.46	427.59	2,753.87	86.56%
营业成本(万元)	1,954.54	234.73	1,719.81	87.99%
单位均价(元/米)	0.79	0.94	-0.15	-18.82%
单位成本(元/米)	0.49	0.52	-0.03	-6.17%
毛利率	38.56%	45.10%	-6.54%	-16.96%

2025 年上半年，公司以米为单位的双面丁基胶带产品的内销与外销单价和单位成本的差异分别是-18.82%、-6.17%，销售单价的差异仍是导致内销毛利率低于外销毛利率的关键因素。如前所述，其境外客户通常更注重产品品质、交期及服务，价格相对较高。同时，2025 年上半年，欧元、英镑等公司主要外销结算货币兑人民币的汇率持续上涨，直接导致外销产品在人民币口径下的单价进一步提高。境外客户对品质、服务的溢价支付叠加因汇率升值带来的人民币单价被动抬高，共同推高了 2025 年上半年以米为单位的双面丁基胶带产品外销毛利率。

B 境内外销售产品类型存在差异

2025 年上半年，公司境内销售的丁基胶类产品主要包括以米为单位的双面丁基胶带、其他丁基胶类产品、以公斤为单位的丁基密封胶和以卷为单位的特种功能胶带，收入占比合计 95.72%，境外销售的丁基胶类产品主要包括以米为单位的特种防水卷材、其他丁基胶类产品和以米为单位的双面丁基胶带，收入占比合计 97.26%。其中，毛利率较高的以米为单位的特种防水卷材产品在境外的销售收入占比较大，占当期丁基胶产品外销收入的比例为 41.61%，但在境内销售业务中占比极低，同时毛利率较低的以卷为单位的特种功能胶带和以片为单位的丁基阻尼片产品在境外销售业务中收入金额较小，占比仅为 0.27%，但在丁基胶产品境内销售业务中收入金额合计 1,828.66 万元，占比 18.49%，境内和境外销售产品类型的差异进一步加大了内外销毛利率的差异。

2) 家装密封产品的外销毛利率持续高于内销毛利率

公司销售的家装密封产品主要包括 PE 厨卫美缝贴、PVC 防水条和其他。其中，PE 厨卫美缝贴以复合丁基胶为核心材质，通过将丁基橡胶的卓越密封防水性与 PE 的抗老化性能相结合，形成“防水+耐候”双重优势，因技术门槛相对较高(需平衡丁基与 PE 的复合工艺)、市场供给有限、差异化特征明显，故具备较强的议价能力，销售单价及毛利率相对较高，2023 至 2025 年上半年，以卷为单位的 PE 厨卫美缝贴的毛利率分别为 34.62%、32.69%和 29.64%；PVC 防水条无丁基层，仅依赖基础 PVC 的有限防水性，缺乏丁基的密封强化与 PE 的耐老化加持，该类产品同质化相对严重，市场竞争较为激烈，客户对价格高度敏感，故销售单价及毛利率相对较低，2023 年至 2025 年上半年以卷为单位的 PVC 防水条的毛利率分别为 8.98%、6.14%和 10.64%。

2023 至 2025 年上半年，家装密封产品的外销毛利率分别为 35.40%、35.86%和 36.02%，均高于同类产品的内销毛利率(分别为 15.35%、16.47%和 22.91%)，主要系毛利率更高的 PE 厨卫美缝贴在境外销售收入中占比较大，而毛利率更低的 PVC 防水条在境内销售收入中占比较大：上述期间，以卷为单位的 PE 厨卫美缝贴在外销收入中占比分别为 71.03%、43.99%和 45.66%，在内销收入中占比仅 7.79%、7.95%和 14.24%；而以卷为单位的 PVC 厨卫美缝贴在外销收入中占比极低，分别为 0.03%、0.65%和 2.62%，在内销收入中占比则分别为 47.68%、40.88%和 33.96%。境内和境外销售家装密封产品结构的差异进一步加大了内外销毛利率的差异。

3) 以贸易业务为主的水性涂料产品仅在境内销售

2023 至 2025 年上半年，水性涂料产品销售收入占当年/期内销收入的比例分别为 20.61%、24.92%和 22.68%，仅次于丁基胶产品。公司的水性涂料业务中 90%以上是经销的斯塔尔水性涂料业务，即斯塔尔公司授权公司成为其在中国境内的经销商，代理其产品向下游密封条行业客户销售，因此相较于公司自产的丁基胶产品，以贸易业务为主的水性涂料产品毛利率相对较低，2023 至 2025 年上半年分别为 23.82%、24.22%和 23.08%。公司水性涂料产品的销售业务仅在境内开展，外销业务未涉及此类产品，从而进一步加大了内外销毛利率的差异。

综上所述，境外客户对公司核心产品品质、服务的溢价支付叠加因汇率升值带来的人民币单价被动抬高和境内外销售产品类型的差异，共同推高了外销毛利率，导致 2023 至 2025 年上半年外销毛利率持续高于内销毛利率，符合公司实际

情况，具有合理性。

(3) 2025 年度外销毛利率仍高于内销的原因及合理性

2025 年度，公司外销毛利率仍高于内销毛利率，当年外销主要产品包括丁基胶、家装密封产品、其他产品和其他胶类产品，外销毛利率分别为 41.43%、37.09%、33.10%和 42.72%，均高于同类产品的内销毛利率（分别为 35.40%、23.21%、22.96%和 22.18%）。

2025 年，欧元和英镑均持续升值，但美元自 3 月份开始持续贬值，而公司该年度以美元结算的收入占比较大，美元汇率贬值给公司外销毛利率带来了一定负面影响，但受到海运价格下降的影响，2025 年出口运保费占外销收入的比重有所下降，导致外销的成本有所降低。同时，在境外客户对公司核心产品品质及服务的溢价支付、境内外销售丁基胶产品和家装密封产品细分类型的差异、以贸易业务为主的水性涂料产品仅在境内销售等因素的综合影响下，2025 年度外销毛利率仍然高于内销毛利率，符合公司实际情况，具有合理性。

5. 结合公司贸易业务产品销售情况、定价依据与定价策略、贸易业务客户备选供应商情况、采购价格与其他授权经销商对比情况等，量化分析水性涂料等贸易业务产品能够维持较高毛利率水平的原因及合理性

公司贸易业务产品主要为斯塔尔水性涂料，其业务背景和产品销售情况请参见本说明“一、关于业绩增长可持续性 & 授权经销商合作稳定性”相关内容。

根据与斯塔尔的访谈记录，针对汽车密封条水性涂料产品，除公司外，斯塔尔在中国境内还有另一家经销商，按下游销售渠道划分，公司采购额约占该类产品的 60%，另一家经销商的采购额占该类产品的 30%，其余斯塔尔自身的全球性客户采购约占 10%，因此针对水性涂料业务，公司为斯塔尔在中国地区最大的经销商，公司暂无开拓其他备选供应商的计划。

根据公司与斯塔尔签订的框架协议和访谈记录，斯塔尔未对授权经销商设置相应准入与维持条件（如终端客户管理机制、考核奖惩、区域限定、采购价格、最低采购量等硬性考核指标），有一些软性指标，主要通过电话、会议、现场沟通等多种途径进行合作沟通与管理。公司向下游客户的销售价格会与斯塔尔进行一定的协商沟通后确定，但斯塔尔无法影响公司与下游客户的付款条件和账期等信用条件。由于斯塔尔针对经销商是按下游销售渠道进行划分，由于保密性和下游客户群体差异原因，公司向斯塔尔的采购价格和其他授权经销商向斯塔尔的采

购价格暂无法直接进行比较。

报告期各期，公司贸易业务总体毛利率和其中典型业务毛利率情况如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
贸易业务整体毛利率	23.65%	24.93%	24.65%	26.05%
斯塔尔涂料业务毛利率	22.84%	22.95%	22.45%	25.97%
复合材料成型业务毛利率	27.89%	34.11%	37.42%	30.78%

由上可知，公司贸易业务整体毛利率较高，整体维持在 23%-26%左右，主要受公司斯塔尔业务毛利率和复合材料成型业务毛利率较高的影响，具体分析如下：

(1) 斯塔尔业务毛利率较高的原因分析

1) 从销售端销售价格来看

斯塔尔公司是全球领先的涂层、加工和处理领域的特种化学品公司，具有较高的技术水平和行业知名度，其产品具有较高的溢价能力。在汽车密封条涂层行业，除斯塔尔公司外，行业内其他生产面向汽车水性涂料的第一梯队生产厂家还有美国洛德和德国汉高，这两家的销售单价通常比斯塔尔的销售价格高约 20%-30%，毛利率也较高，上述三家企业占据了汽车水性涂料行业高端市场的较大部分份额。在中国市场除上述三家外，其他国产厂商销售单价较低，面向中低端市场。因此，从销售端销售价格来看，斯塔尔汽车密封条涂料产品是行业内较为高端产品，销售价格虽比行业最高端品牌稍低，但价格水平远高于其他中低端产品，属于中高端档次。

2) 从采购端采购价格来看

2011 年前后，斯塔尔公司开始进入中国汽车密封条市场，为提高市场占有率开发更多客户，当时从业内了解到公司的不干胶材料在汽车密封条市场占有率较高，有大量的汽车密封条厂商客户资源，于是找到公司洽谈合作。双方经商谈后，决定展开合作，利用公司团队和客户资源配合斯塔尔公司和密封条厂商对接，选择公司作为斯塔尔水性涂料在中国地区的经销商。由于下游汽车密封条厂商客户繁多，需求繁杂，每一家的需求量又不是非常大，斯塔尔没有足够的销售团队资源跟踪服务每个客户，需要有合适的经销商与其配合完成对下游客户的全方位跟踪服务。另外，由于中国汽车供应链市场竞争激烈，客户回款周期较长，常以银承、商承方式结算货款，斯塔尔作为国际知名化学品公司，习惯于国际市场交易结算规则，斯塔尔更愿意将中国市场的这种结算回款方式和习惯交由自己

的经销商去处理，自己与经销商的结算回款周期相对较短。基于上述原因，斯塔
尔有意愿为经销商留有较大幅度的利润空间以激励经销商积极开展业务。

3)从汽车密封条涂层产品的行业特性来看

汽车密封条用水性涂料属于特种涂料在小众领域的专业场景应用，是较为高
端的水性涂料产品，其具有较高的技术壁垒和门槛，主要用于汽车行业，对于使
用工艺要求、现场技术服务等要求都很高，因此其毛利率水平相对高于其他常规
性的水性涂料产品。

综上所述，公司斯塔尔涂料产品由于应用于汽车密封条涂层行业，以及斯塔
尔公司产品的品牌和技术效应，叠加和公司的合作历史渊源和合作模式，公司斯
塔尔涂料产品贸易类业务的销售毛利率偏高在业内是正常现象，具有合理性。

(2)复合材料成型业务毛利率较高的原因分析

复合材料成型业务毛利率较高的原因，一部分是因为其有部分境外销售业务，
外销毛利率较高是因为境外客户对质量要求较高，对价格水平不敏感所致；其次
是因为报告期内航空航天行业收入占比提升较多，其毛利率较高，因此提升了复
合材料成型类贸易业务整体的毛利率。

(二)外协生产合理性及采购公允性

1. 区分细分产品，列示各期外协生产的采购和销售数量、金额及占比、毛
利率情况，分析变动原因及合理性；结合外协生产具体工序及加工模式，说明
公司自身产能利用率较低的情况下，外协生产占比持续上升的原因及合理性；
说明外协加工的采购定价机制，同类产品在不同外协加工企业间的成本差异、
与自主生产的成本差异及合理性，外协采购价格的公允性

(1)区分细分产品，列示各期外协生产的采购和销售数量、金额及占比、毛
利率情况，分析变动原因及合理性

1)2025 年度

产品类型	采购金额	占采购总 额比例	销售金额	占营业收 入比例	毛利率
其他胶类产品	3,141.74	9.73%	4,035.98	7.79%	15.43%
家装密封产品	262.31	0.81%	420.79	0.81%	28.69%
水性涂料	384.41	1.19%	492.56	0.95%	24.54%
丁基胶	47.83	0.15%	182.51	0.35%	20.07%
硅酮胶	21.21	0.07%	21.33	0.04%	19.47%
其他	187.67	0.58%	384.83	0.74%	23.79%
合 计	4,045.17	12.53%	5,538.01	10.69%	18.00%

2) 2024 年度

产品类型	采购金额	占采购总额比例	销售金额	占营业收入比例	毛利率
其他胶类产品	2,978.17	11.06%	3,406.17	7.77%	21.32%
家装密封产品	296.84	1.10%	404.92	0.92%	25.38%
水性涂料	153.07	0.57%	242.67	0.55%	29.00%
丁基胶	81.77	0.30%	399.30	0.91%	12.66%
其他	73.74	0.27%	79.58	0.18%	37.66%
合 计	3,583.59	13.30%	4,532.64	10.35%	21.62%

3) 2023 年度

产品类型	采购金额	占采购总额比例	销售金额	占营业收入比例	毛利率
其他胶类产品	2,553.06	9.51%	3,173.70	7.47%	17.89%
家装密封产品	227.41	0.85%	337.57	0.79%	25.72%
水性涂料	227.92	0.85%	312.86	0.74%	29.05%
丁基胶	44.92	0.17%	243.09	0.57%	13.94%
其他	37.80	0.14%	77.42	0.18%	41.26%
合 计	3,091.11	11.52%	4,144.65	9.75%	19.58%

4) 2022 年度

产品类型	采购金额	占采购总额比例	销售金额	占营业收入比例	毛利率
其他胶类产品	2,187.17	8.70%	2,445.35	6.82%	11.73%
家装密封产品	146.00	0.58%	217.02	0.60%	27.07%
水性涂料					
丁基胶	12.13	0.05%	61.56	0.17%	11.10%
其他	33.03	0.13%	63.07	0.18%	34.31%
合 计	2,378.33	9.46%	2,787.00	7.77%	13.42%

2023-2025 年度，公司外协销售的毛利率总体波动不大，在 20%左右上下波动；2022 年度，公司外协销售的毛利率较低，主要受其他胶类产品毛利率各期波动影响，其他产品类别毛利率波动较小。

(2) 结合外协生产具体工序及加工模式，说明公司自身产能利用率较低的情况下，外协生产占比持续上升的原因及合理性

报告期内，公司在申报材料中披露的产能利用率为主要产品丁基胶的产能利用率，产能利用率较低主要系公司在生产过程中需切换配方和清炉或存在未开炉生产等多种情况。公司丁基胶类产品主要以自产为主，外协加工占比极小。

目前公司外协生产主要是针对超出公司产能范畴的非核心产品，或是由公司自主生产成本效益不明显时，公司通过外协生产予以补充，例如 PVC 胶带、聚氨酯胶、环氧胶等产品。

报告期内，公司外协生产采购金额占采购总额的比例如下所示：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
外协生产采购金额	4,045.18	3,583.59	3,091.12	2,378.34
占采购总额的比例	12.53%	13.30%	11.52%	9.46%

由上表可知，报告期内公司、外协生产采购金额有所增长，但保持稳定，均在 10%左右。

综上所述，公司外协采购系公司针对部分产品超出生产范围或通过自主生产模式下不经济时采取的补充方式，具有其合理性。

(3) 说明外协加工的采购定价机制，同类产品在不同外协加工企业间的成本差异、与自主生产的成本差异及合理性，外协采购价格的公允性

1) 外协加工的采购定价机制

公司外协生产主要系贴牌业务，即加工商自行采购原材料后按照公司的配方进行代加工业务。公司的外协加工成本主要包括材料费用及其他费用等，具体价格由公司和加工商协商并参照市场价格确定。

2) 同类产品在不同外协加工企业间的成本差异、与自主生产的成本差异及合理性，外协采购价格的公允性

因公司外协产品牌号较多，此处选择外协生产金额最大的其他胶类产品中的 PVC 绝缘胶带进行列示：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
销量(万卷)	833.90	730.16	945.34	966.50
营业成本(万元)	1,374.48	1,273.45	1,746.74	1,745.45
外协生产单位成本(元)	1.65	1.74	1.85	1.81

外协生产的 PVC 绝缘胶带仅有一家加工商—惠州市科盛实业有限公司，由上表可看出 PVC 绝缘胶带的外协生产单位成本自 2023 年度后有所下降，系材料采购成本下降。

目前公司外协生产金额和占比最大的产品 PVC 绝缘胶带外协加工技术及流程已较为成熟，报告期内公司的 PVC 绝缘胶带生产全部通过外协生产完成，因此无法将外协加工成本与自行生产成本进行直接对比。

除上述业务外，公司其他外协业务金额和占比均较小。总体而言，公司自主生产成本效益不明显或超出公司生产范围时，公司通过外协生产予以补充。

2. 说明各期主要外协厂商的基本情况、外协加工内容、金额及占比，是否与公司及其关联方存在关联关系、其他资金往来或其他利益安排，报告期内采

购金额变动的原因及合理性，公司对外协供应商是否存在依赖

(1) 报告期各期，公司前五大外协供应商基本情况汇总如下：

名称	成立时间	注册地	注册资本	主营业务	是否 正常经营
惠州市科盛实业有限公司	2011-03-16	广东省惠州市博罗县	200 万元	加工、销售绝缘材料、粘胶带等	是
上海东箭实业有限公司	2019-09-05	上海市奉贤区	100 万元	水性涂料(除油漆)等	是
山东英和新材料科技有限公司	2020-03-31	山东省淄博市博山区	1600 万元	生态环境材料、无溶剂环保密封胶研发、生产、销售；丁基胶、热熔胶、压敏胶等	是
上海闽永胶粘制品有限公司	2009-11-30	上海市松江区	500 万元	橡胶制品制造；橡胶制品销售；塑料制品销售等	是
邢台德政塑胶制品有限公司	2014-04-01	河北省邢台市威县	300 万元	橡胶制品制造；塑料制品制造等	是
上海平章悦财高科技有限公司	2021-06-11	上海市长宁区	100 万元	化工产品销售(不含许可类化工产品)、专用化学产品销售(不含危险化学品)等	是
迪马新材料科技(苏州)有限公司	2005-10-25	江苏省苏州市	9000 万元	胶粘剂、绝缘新材料、处理剂、水性涂料的研发、生产、销售	是
宜兴均阳汽车零部件有限公司	2022-05-27	江苏省无锡市宜兴市	100 万元	塑料制品制造；塑料制品销售；橡胶制品制造；橡胶制品销售等	是
广东普赛达密封粘胶有限公司	2003-09-28	广东省东莞市	13250 万元	密封胶制造；专用化学产品销售（不含危险化学品）等	是

(2) 报告期各期，公司前五大外协供应商的外协加工内容、金额及占比情况如下：

1) 2025 年度

供应商	外协生产内容	金额	占外协生产总额比例	是否为公司关联方
惠州市科盛实业有限公司	其他胶类产品	1,780.11	44.01%	否
宜兴均阳汽车零部件有限公司	其他胶类产品	687.10	16.99%	否
上海东箭实业有限公司	水性涂料	379.23	9.37%	否
山东英和新材料科技有限公司	其他胶类产品	189.39	4.68%	否
上海平章悦财高科技有限公司	其他	187.67	4.64%	否
合 计		3,223.50	79.69%	

2) 2024 年度

供应商	外协生产内容	金额	占外协生产总额比例	是否为公司关联方
-----	--------	----	-----------	----------

惠州市科盛实业有限公司	其他胶类产品	1,483.56	41.40%	否
宜兴均阳汽车零部件有限公司	其他胶类产品	497.29	13.88%	否
上海东箭实业有限公司	水性涂料	330.90	9.23%	否
上海闽永胶粘制品有限公司	丁基胶、家装密封产品、其他胶类产品	200.81	5.60%	否
邢台德政塑胶制品有限公司	家装密封产品	175.84	4.91%	否
合 计		2,688.40	75.02%	

3) 2023 年度

供应商	外协生产内容	金额	占外协生产总额比例	是否为公司关联方
惠州市科盛实业有限公司	其他胶类产品、其他	1,648.12	53.32%	否
上海东箭实业有限公司	水性涂料	227.92	7.37%	否
邢台德政塑胶制品有限公司	家装密封产品	194.81	6.30%	否
山东英和新材料科技有限公司	其他胶类产品	194.54	6.29%	否
迪马新材料科技（苏州）有限公司	其他胶类产品	165.30	5.35%	否
合计		2,430.69	78.63%	

4) 2022 年度

供应商	外协生产内容	金额	占外协生产总额比例	是否为公司关联方
惠州市科盛实业有限公司	其他胶类产品	1,784.43	75.03%	否
邢台德政塑胶制品有限公司	家装密封产品	146.00	6.14%	否
山东英和新材料科技有限公司	其他胶类产品	99.27	4.17%	否
迪马新材料科技（苏州）有限公司	其他胶类产品	98.13	4.13%	否
广东普赛达密封粘胶有限公司	其他胶类产品	96.31	4.05%	否
合计		2,224.15	93.52%	

(3) 是否与公司及其关联方存在关联关系、其他资金往来或其他利益安排

公司与外协供应商之间的往来款项均为正常经营活动中形成的采购货款、加工费结算等必要资金往来，不存在除正常业务往来之外的其他资金拆借、担保、代付、返还或循环交易等情形。公司与外协供应商之间不存在关联方关系，不存在股权、人员或利益输送安排，也不存在任何形式的隐性返利、商业回扣、利益分配或不当利益安排。

(4)报告期内采购金额变动的原因及合理性，公司对外协供应商是否存在依赖

从上表可看出，发生额最大的外协供应商-惠州市科盛实业有限公司各期外协采购金额分别为 1,784.43 万元、1,648.12 万元、1,483.56 万元及 1,780.11 万元，各期采购金额总体较为稳定，其中 2024 年度采购金额较低主要系公司主要外协产品 PVC 绝缘胶带的销量及收入下降；从外协生产采购总额来看，公司各期外协生产采购比例较为稳定，各期变动较小，较为合理。且外协生产采购金额占公司采购总额的比例较低，公司对外协供应商不存在依赖。

3. 按原材料类别说明主要供应商情况，包括供应商名称、成立时间、注册及实缴资本、人员规模、合作背景及时点、采购金额及占比、公司采购规模占其业务规模的比重、是否为贸易型公司，主要供应商(盘锦信汇、江阴浪潮等)变动原因，是否涉及原材料采购结构变化，公司及其相关方与供应商及其相关方是否存在人员重叠、股权关联，是否存在关联关系或其他业务、资金往来；说明与注册/实缴资本较小、参保人数较少、成立时间较短的供应商合作背景及采购真实性，公司采购规模与其经营规模是否匹配，是否专门或主要为公司供应原材料或提供外协加工服务

(1)各类原材料主要供应商基本情况

报告期内，公司采购的主要原材料包括聚异丁烯、丁基橡胶、纳米碳酸钙、白油、树脂等。其中，丁基橡胶和聚异丁烯为主体材料，碳酸钙、白油和树脂为填料，以上材料采购金额合计占公司报告期内材料采购总额的比例均超过 50%。报告期内，将各类原材料的供应商按采购额排序后，累计占该类原材料当年采购总额 70%以上的为主要供应商。

报告期内，公司各类原材料的主要供应商情况如下：

1)聚异丁烯的主要供应商

①基本情况

报告期内，聚异丁烯的主要供应商的基本情况如下：

序号	供应商名称	成立时间	注册资本及实缴资本	人员规模	合作背景及时点	是否为贸易商	公司采购规模占其业务规模的比重
1	上海泽骏贸易有限公司	2009 年 12 月	350.00 万元	8	供应商经朋友介绍,于 2015 年开始合作	是	约 25%-30%

2	山东鸿瑞高分子材料有限公司	2015 年 8 月	600.00 万元	0	通过网页查询相关供应商信息,于 2015 年开始合作	否	约 1%-2%
3	上海戴勒实业有限公司	2006 年 11 月	500.00 万元	4	供应商经朋友介绍,于 2011 年开始合作	是	约 6%-8%
4	上海道普化学有限公司	2000 年 7 月	1000.00 万元	23	供应商经朋友介绍,于 2018 年开始合作	是	约 10%-20%
5	简勤国际贸易(上海)有限公司	2016 年 5 月	100.00 万元	3	供应商经朋友介绍,于 2019 年开始合作	是	约 10%

注: 供应商基本情况中成立时间、注册资本及实缴资本人员规模等根据天眼查等公开信息填写, 公司采购规模占其业务规模的比重根据供应商走访问卷填写, 下同

公司聚异丁烯的主要供应商中上海戴勒实业有限公司(以下简称“戴勒实业”)、上海泽骏贸易有限公司(以下简称“泽骏贸易”)、上海道普化学有限公司(以下简称“上海道普”)和简勤国际贸易(上海)有限公司(以下简称“简勤国际”)为贸易商, 公司向贸易商采购聚异丁烯的原因: 相关公司均长期从事聚异丁烯等化工产品贸易业务, 与国内外生产厂商建立了长期紧密的合作关系, 拥有稳定的供货渠道能力, 并且均能给予公司一定的信用期。

②各期采购金额、占比、变动原因及合理性

报告期内, 聚异丁烯主要供应商采购情况如下:

序号	主要供应商名称	2025 年度		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
		采购金额	占公司同类采购比例	采购金额	占公司同类采购比例	采购金额	占公司同类采购比例	采购金额	占公司同类采购比例
1	上海泽骏贸易有限公司	1,447.03	40.85%	533.04	16.07%	239.44	7.55%	619.4	20.48%
2	山东鸿瑞高分子材料有限公司	880.26	24.85%	1,261.14	38.01%	900.14	28.40%	682.63	22.58%
3	上海戴勒实业有限公司	237.02	6.69%	369.66	11.14%	362.66	11.44%	531.48	17.58%
4	上海道普化学有限公司	70.54	1.99%	113.28	3.41%	669.78	21.13%	842.26	27.85%

	司								
5	简勤国际贸易(上海)有限公司	-	0.00%	326.08	9.83%	402.88	12.71%	-	0.00%
	小计	2,634.84	74.38%	2,603.20	78.46%	2,574.91	81.24%	2,675.77	88.49%

注：以上统计均为不含税金额，下同

2023 年以来，泽骏贸易采购量呈现著增长趋势，而上海道普、简勤国际两家供应商采购量逐年递减。上述三家供应商均为行业内专注低分子聚异丁烯的国际品牌代理商，其中泽骏贸易主要经销韩国进口聚异丁烯产品，上海道普主营日本进口聚异丁烯产品，简勤国际为巴西进口聚异丁烯产品授权代理商。

自 2024 年起，泽骏贸易为进一步拓宽国内市场覆盖范围、提升产品市场占有率，针对批量采购客户给予具备市场竞争力的优惠定价，其供货价格相较同类进口产品更具优势，同时产品质量稳定、供货响应效率较高，能够充分匹配公司生产采购需求；而上海道普、简勤国际所经销的进口聚异丁烯产品，受国际供应链、品牌定价策略等因素影响，产品报价持续高于市场同类竞品，价格竞争力偏弱，公司逐步优化低分子聚异丁烯采购渠道，将核心采购份额集中至泽骏贸易，日常生产额外零星采购需求，则由国内生产厂商山东鸿瑞予以补充。

报告期内，公司对聚异丁烯的整体采购安排符合公司成本控制与供应链管理要求，具备商业合理性。

2) 丁基橡胶的主要供应商

① 基本情况

报告期内，丁基橡胶的主要供应商的基本情况如下：

序号	供应商名称	注册资本及实缴资本	人员规模	合作背景及时点	是否为贸易商	公司采购规模占其业务规模的比重
1	盘锦信汇新材料有限公司	500.00 万元、未披露	350	通过网页查询相关供应商信息，于 2022 年开始合作	否	约 5%-8%
2	巢进化学(上海)有限公司	1000.00 万元、400.00 万元	10	供应商经朋友介绍，于 2025 年开始合作	是	约 67%
3	北京兴化嘉禾化工橡胶有限公司	50.00 万元	0	供应商经朋友介绍，于 2013 年开始合作	是	约 70%-80%
4	上海景营物资有限公司	50.00 万元	5	供应商经朋友介绍，于 2011 年开始合作	是	约 10%-15%

②公司向丁基橡胶主要供应商的采购金额及占比、公司采购规模占其业务规模的比重

序号	主要供 应商名 称	2025 年度		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
		采购 金额	占公司 同类采 购比例	采购 金额	占公司 同类采 购比例	采购 金额	占公司 同类采 购比例	采购 金额	占公司 同类采 购比例
1	盘 锦 信 汇 新 材 料 有 限 公 司	815.94	49.80%	1,171.85	79.31%	861.11	61.35%	84.62	6.24%
2	巢 进 化 学 (上 海) 有 限 公 司	444.24	27.11%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%
3	北 京 兴 化 嘉 禾 化 工 橡 胶 有 限 公 司	246.75	15.06%	165.38	11.19%	138.13	9.84%	444.52	32.76%
4	上 海 景 营 物 资 有 限 公 司	-	0.00%	10.45	0.71%	364.8	25.99%	666.31	49.11%
	小 计	1,506.93	91.97%	1,347.68	91.21%	1,364.04	97.18%	1,195.44	88.11%

如上表所示，公司主要从北京兴化嘉禾化工橡胶有限公司(以下简称“兴化嘉禾”、巢进化学(上海)有限公司(以下简称“巢进化学”)和盘锦信汇新材料有限公司(以下简称“盘锦信汇”)、上海景营物资有限公司(以下简称“上海景营”)采购丁基橡胶。

报告期内，随着公司业务规模的扩大，丁基橡胶作为公司主要产品丁基胶的原材料，整体采购规模呈现逐年上升的趋势。

盘锦信汇为国内原材料生产厂商，凭借自身规模优势，能够保持原材料产品质量和供应稳定性。公司基于交期稳定的考虑，优先选择和国内生产厂商合作，2024 年，盘锦信汇与公司签订了年度采购框架协议，双方约定在采购量达一定标准后，盘锦信汇将给予对应的优惠价格，因此公司该年度对盘锦信汇的采购金额实现较大幅度增长，合作规模稳步提升；巢进化学和兴化嘉禾均为俄罗斯进口丁基橡胶产品的代理商，2025 年度两家供应商结合自身产品库存情况及出厂定价策略，给予公司具有竞争力的采购价格优惠，产品性价比显著提升，因此公司该年度相应加大对巢进化学、兴化嘉禾的采购力度，同步适度缩减对盘锦信汇的

采购规模，整体采购安排贴合市场行情与自身经营需求。

在生产厂商盘锦信汇能够保证及时供应和价格合适的情况下，公司优先向其采购；巢进化学、兴化嘉禾等中小型供应商作为公司的补充采购渠道，其采购规模波动主要受到供需和价格的影响。报告期内，公司存在向生产商及其经销商同时或切换采购丁基橡胶类材料的情况属于行业通常情况。

3) 纳米碳酸钙的主要供应商

① 基本情况

报告期内，纳米碳酸钙的主要供应商的基本情况如下：

序号	供应商名称	成立时间	注册资本及实缴资本	人员规模	合作背景及时点	是否为贸易商	公司采购规模占其业务规模的比重
1	常州碳酸钙有限公司	1985 年 3 月	2080.00 万元、未披露	118	供应商经朋友介绍，于2014年开始合作	否	约3%-5%
2	江西华明纳米碳酸钙有限公司	2004 年 8 月	4500.00 万元	80	通过网页查询相关供应商信息，于2019年开始合作	否	约2%-5%

② 公司向纳米碳酸钙主要供应商的采购金额及占比、公司采购规模占其业务规模的比重

序号	主要供应商名称	2025 年度		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
		采购金额	占公司同类采购比例	采购金额	占公司同类采购比例	采购金额	占公司同类采购比例	采购金额	占公司同类采购比例
1	常州碳酸钙有限公司(1008)	527.14	69.31%	322.39	46.95%	634.05	76.41%	590.97	88.18%
2	江西华明纳米碳酸钙有限公司(1427)	171.13	22.50%	296.69	43.21%	1.2	0.15%	-	0.00%
	小计	698.26	91.82%	619.08	90.16%	635.25	76.56%	590.97	88.18%

报告期内，公司主要向常州碳酸钙有限公司(以下简称“常州碳酸钙”)和江西华明纳米碳酸钙有限公司(以下简称“江西华明碳酸钙”)采购纳米碳酸钙。两家供应商均为较大的化工生产企业，销售自主生产的产品。

常州碳酸钙为公司核心主料之一碳酸钙 1008(材料编号, 下同)的独家供应商, 该原料用量较大, 公司综合考虑采购成本与供货稳定性, 长期与其保持合作关系; 江西华明碳酸钙为公司原材料碳酸钙 1427 的供应商, 公司依据自身生产计划按需向其采购。报告期内, 公司碳酸钙主要供应商未发生重大变动。

4) 白油的主要供应商

①基本情况

报告期内, 白油的主要供应商的基本情况如下:

序号	供应商名称	成立时间	注册资本及实缴资本	人员规模	合作背景及时点	是否为贸易商	公司采购规模占其业务规模的比重
1	涵麟化学科技(上海)有限公司	2015年1月	5000.00万元、61.50万元	18	供应商经朋友介绍, 于2023年开始合作	否	未取得
2	埃舒伦(上海)实业有限公司	2009年6月	100.00万元	1	供应商经朋友介绍, 于2017年开始合作	否	约3.5%
3	上海诺川润滑油科技有限公司	2016年9月	150.00万元、未披露	1	供应商经朋友介绍, 于2020年开始合作	是	未取得
4	浙江正信石油科技有限公司	2013年6月	5000.00万元	45	供应商经朋友介绍, 于2019年开始合作	否	未取得

②公司向白油主要供应商的采购金额及占比、公司采购规模占其业务规模的比重

序号	主要供应商名称	2025 年度		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
		采购金额	占公司同类采购比例	采购金额	占公司同类采购比例	采购金额	占公司同类采购比例	采购金额	占公司同类采购比例
1	涵麟化学科技(上海)有限公司(1030)	233.54	44.62%	174.67	47.29%	0.15	0.04%	-	0.00%
2	埃舒伦(上海)实业有限公司(1030)	121.77	23.26%	99.4	26.91%	103.8	27.44%	1.58	0.47%
3	上海诺川润滑油科	38.51	7.36%	63.88	17.29%	75.1	19.85%	53.45	15.90%

	技有限公司(1004)								
4	浙江正信石油科技有限公司(1030)	-	0.00%	-	0.00%	168.84	44.63%	224.8	66.86%
	小计	393.82	75.24%	337.95	91.50%	347.9	91.95%	279.83	83.23%

如上表所示,公司主要向埃舒伦(上海)实业有限公司(以下简称“埃舒伦”)

上海诺川润滑油科技有限公司(以下简称“上海诺川”)、涵麟化学科技(上海)有限公司(以下简称“涵麟化学”)及浙江正信石油科技有限公司(以下简称“浙江正信”)等供应商采购白油类原材料。

涵麟化学、埃舒伦及浙江正信向公司提供白油 1030(内部材料编号,下同)。报告期内,公司逐步加大对涵麟化学的采购规模,同时逐步终止了与浙江正信的合作,主要系 2023 年以来浙江正信产品报价偏高,而涵麟化学的采购价格更具市场竞争力,目前已成为公司该类白油原料的第一大供应商。

上海诺川为公司白油 1104 的主要供应商,2025 年度公司对其采购金额略有下降,主要系该原材料市场价格有所回落,同时公司本期新增开发其他合格供应商,采购结构进一步优化所致。

5)树脂的主要供应商

①基本情况

报告期内,树脂的主要供应商的基本情况如下:

序号	供应商名称	成立时间	注册资本及实缴资本	人员规模	合作背景及时点	是否为贸易商	公司采购规模占其业务规模的比重
1	江阴市浪潮化工有限公司	1999 年 12 月	100.00 万元	4	供应商经朋友介绍,于 2014 年开始合作	是	约 10%-18%
2	上海景营物资有限公司	2007 年 5 月	50.00 万元	5	供应商经朋友介绍,于 2011 年开始合作	是	约 10%-15%
3	上海三连实业有限公司	2011 年 7 月	50.00 万元	2	供应商经朋友介绍,于 2015 年开始合作	是	约 5%

②公司向树脂主要供应商的采购金额及占比、公司采购规模占其业务规模的

比重

序号	主要供应商名称	2025 年度		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
		采购金额	占公司同类采购比例	采购金额	占公司同类采购比例	采购金额	占公司同类采购比例	采购金额	占公司同类采购比例
1	江阴市浪潮化工有限公司	411.68	100.00%	367.26	100.00%	174.88	57.44%	156.13	52.36%
2	上海景营物资有限公司	-	0.00%	-	0.00%	68.6	22.53%	-	0.00%
3	上海三连实业有限公司	-	0.00%	-	0.00%	55.5	18.23%	137.52	46.12%
	小计	411.68	100.00%	367.26	100.00%	298.99	98.21%	293.65	98.47%

如上表所示，公司主要从江阴市浪潮化工有限公司(以下简称“浪潮化工”)和上海景营物资有限公司(以下简称“上海景营”)、上海三连实业有限公司(以下简称“三连实业”)采购树脂。自 2024 年起，公司树脂类原材料仅向浪潮化工采购，主要系相较于其他同品类供应商，浪潮化工给予了公司具有竞争优势的价格。

(2) 公司及其相关方与供应商及其相关方是否存在人员重叠、股权关联，是否存在关联关系或其他业务、资金往来

序号	主要供应商名称	是否存在人员重叠、股权关联	是否存在关联关系	是否存在其他业务、资金往来
1	上海泽骏贸易有限公司	否	否	否
2	山东鸿瑞高分子材料有限公司	否	否	否
3	上海戴勒实业有限公司	否	否	否
4	上海道普化学有限公司	否	否	否
5	简勤国际贸易(上海)有限公司	否	否	否
6	盘锦信汇新材料有限公司	否	否	否
7	巢进化学(上海)有限公司	否	否	否
8	北京兴化嘉禾化工橡胶有限公司	否	否	否
9	上海景营物资有限公司	否	否	否
10	常州碳酸钙有限公司	否	否	否

11	江西华明纳米碳酸钙有限公司	否	否	否
12	涵麟化学科技(上海)有限公司	否	否	否
13	埃舒伦(上海)实业有限公司	否	否	否
14	上海诺川润滑油科技有限公司	否	否	否
15	浙江正信石油科技有限公司	否	否	否
16	江阴市浪潮化工有限公司	否	否	否
17	上海三连实业有限公司	否	否	否

如上表所示,报告期内,公司及其相关方与供应商及其相关方不存在人员重叠、股权关联,不存在关联关系或其他业务、资金往来。

(3)说明与注册/实缴资本较小、参保人数较少、成立时间较短的供应商合作背景及采购真实性,公司采购规模与其经营规模是否匹配,是否专门或主要为公司供应原材料或提供外协加工服务

上述供应商中,主要供应商中浪潮化工、上海景营、埃舒伦、泽骏贸易、上海诺川、兴化嘉禾、简勤国际、戴勒实业和山东鸿瑞、三连实业存在注册/实缴资本较小、参保人数较少、成立时间较短的情况,与其合作的背景列示如下:

供应商名称	合作背景
浪潮化工	浪潮化工为聚异丁烯的贸易商,2005年与公司开始合作,系当时国内唯一聚异丁烯贸易商。后续向其采购多种产品,具有价格优势、距离较近、售后服务较好,同时给公司较长账期,双方因此建立了长期合作关系。
上海景营	公司为保证主要原材料丁基橡胶的供货稳定性,一般会选择2-3家供应商保持合作关系。上海景营为化工领域贸易商,公司向其采购丁基橡胶,因报价较低,双方距离也近,同时给出较长账期,双方保持长期合作。合作期间供货质量稳定,交付及时,公司与其建立了长期合作关系。
埃舒伦	因公司原清洗剂供方不满足环保要求,则开发新供方埃舒伦,去进行现场审厂时了解到其还生产白油系列产品,且报价较低,双方距离较近,同时能够给出较长账期,公司为保证主要原材料白油的供货稳定性,遂向其采购白油、清洗剂等。双方保持长期合作。合作期间供货质量稳定,交付及时,公司与其建立了长期合作关系。
泽骏贸易	公司为保证主要原材料聚异丁烯的供货稳定性和成本控制,一般会选择多家供应商保持合作关系。泽骏贸易为进口原料聚异丁烯韩国代理商,在多家供应商比价中具有较大的价格优势,且质量稳定、配合度高、距离较近,因此双方保持长期合作。
上海诺川	公司原白油独家供方厂址搬迁到外地,导致运输成本增加,公司为保证主要原材料白油的供货稳定性,遂开发二供上海诺川。上海诺川为化工领域贸易商,因报价较低,双方距离也近,同时给出较长账期,公司选择向其采购白油。
兴化嘉禾	公司成立之初,丁基橡胶用量少且为了保证配方稳定性,指定使用燕山石

	化的产品，而兴化嘉禾负责人在燕山石化有采购渠道，可以满足公司小批量采购的需求，便与其建立合作关系，后期公司逐步开发丁基橡胶其他牌号产品，通过多家比价，选择价优者进行合作。
简勤国际	简勤国际为化工领域贸易商，2022 年通过展会接洽与公司建立合作关系，最初代理进口巴西聚异丁烯，相对其他品牌有较大的价格优势，后逐年提供价格优惠，双方保持长期合作。
戴勒实业	戴勒实业为高分子聚异丁烯国内唯一代理商且材料技术要求高、国内暂无其他产品可替代，遂公司选择与其建立合作。合作期间供货质量稳定，交付及时，公司与其建立了长期合作关系。
山东鸿瑞	山东鸿瑞系山东鸿瑞新材料科技有限公司授权的独家销售主体，后者为实际生产主体，亦是国内规模较大的化工产品生产厂商。前期中分子聚异丁烯国内生产企业较少，公司综合考量价格、质量稳定性等关键因素，与该方建立长期合作关系；后续公司开发低分子聚异丁烯产品时，亦延续与其开展合作。
三连实业	三连实业为化工领域贸易商，2015 年开始与公司合作。起初公司普通 C5 树脂用量不多，相关生产厂家不予合作，遂公司通过同行朋友介绍找到上海三连实业有限公司，因其价格具有优势、距离较近、响应速度快、服务态度好，后续向其采购多种产品，双方因此建立了长期合作关系。

上述供应商主要为化工产品贸易商，主要盈利模式为利用自身的渠道优势和客户资源赚取合理价差利润，交易周转较快。日常经营过程中侧重于客户关系维护以及下游市场的业务拓展工作，无需大规模的经营团队和生产研发人员。故注册/实缴资本较小，参保人数较少符合其实际经营情况，具有商业合理性。

公司制定了严格的供应商准入制度，在选择供应商时会综合考虑其产品质量和价格、服务响应速度及采购便利程度等因素，上述供应商提供的产品质量稳定，价格公允，交货及时，能够较好地满足公司的需求，均已通过公司供应商准入评价流程并保持良好的合作关系。

公司与上述注册/实缴资本较小、参保人数较少、成立时间较短的供应商的采购情况及其经营规模情况列示如下：

供应商	采购内容	采购金额(万元)				经营情况	是否主要为公司供货
		2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度		
浪潮化工	聚异丁烯、树脂	495.42	598.48	678.26	410.43	3000 万-5000 万	否
上海景营	树脂	-	27.53	629.30	-	1-2 亿	否
埃舒伦	白油	339.50	256.96	12.05	1.79	8000 万	否
泽骏贸易	聚异丁烯	1,447.03	533.04	239.44	699.92	2-3 亿	否
上海诺川	白油	38.51	63.88	75.10	60.40	未取得	否

兴化嘉禾	丁基橡胶	246.47	165.43	138.13	-	1000 万以上	否
简勤国际	聚异丁烯	97.98	405.75	408.82	-	1 亿	否
戴勒实业	聚异丁烯	236.59	367.62	362.66	600.58	1.5-2 亿	否
山东鸿瑞	聚异丁烯	880.30	1,260.40	900.63	771.37	6.5 亿	否
三连实业	树脂	153.27	78.59	126.93	219.15	未取得	否

注 1：公司供应商具体经营情况通过走访问卷获取

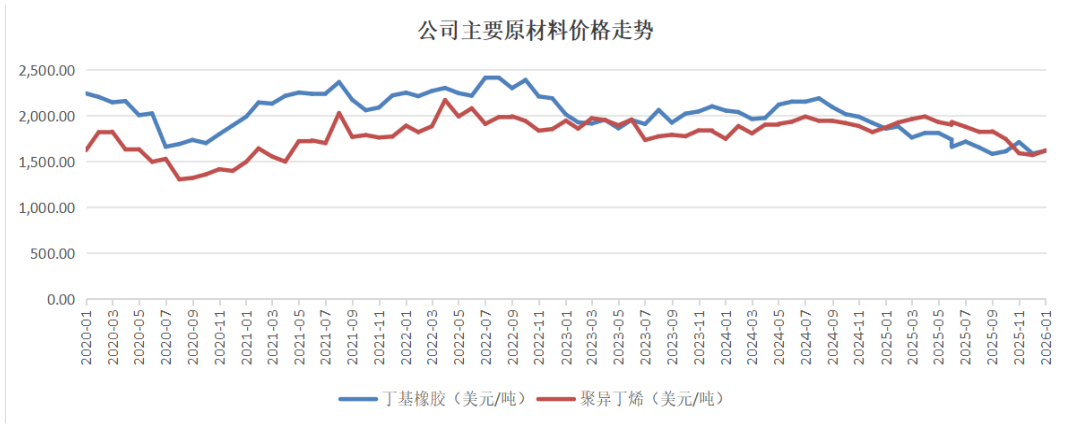
注 2：报告期内，供应商上海诺川润滑油科技有限公司、上海三连实业有限公司采购金额较小，未进行走访

公司与上述供应商不存在关联关系，交易具备合理的商业目的，由上表列示信息可知，公司采购金额远低于上述供应商的经营规模，其供应能够匹配公司的采购规模，不存在专门或主要为公司供应原材料的情形。

4. 说明主要原材料采购价格波动情况及具体原因，报告期内主要原材料采购价格与市场价格、可比公司采购价格的差异及原因，不同供应商同类原材料采购价格是否存在较大差异，各期能通过比价进行公允性分析的原材料采购金额及其占比

(1) 主要原材料采购价格波动情况及具体原因，报告期内主要原材料采购价格与市场价格、可比公司采购价格的差异及原因

报告期内，公司自产产品主要为丁基胶类产品，其所需的主要原材料包括丁基橡胶、聚异丁烯等。丁基橡胶、聚异丁烯等属于基础化工原料，其价格主要受到石化等大宗商品的价格波动以及行业供求关系的影响，以下选取丁基橡胶和聚异丁烯各月的进口均价作为市场价格进行参照。自 2020 年 1 月至 2026 年 1 月近六年相关材料的价格走势如下图所示：



注 1：数据来源于海关总署，下同

注 2：查询到公开资料中的聚异丁烯品种为初级形态的聚异丁烯，与公司的原材料聚异丁烯(低分子量)品种大致相同，下同

由上图可知，上述原材料的市场价格在较长的时间跨度里呈现一定的周期性波动。其中，报告期内丁基橡胶的价格在 2023 年有所回落，在 2024 年呈现小幅上涨，2025 年有所下降；报告期内聚异丁烯的价格整体波动较小，2025 年小幅下降。

报告期内，上述原材料的市场价格换算成以人民币为单位的平均单价如下表所示：

单位：元/千克				
项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
丁基橡胶	12.23	14.62	13.91	15.87
聚异丁烯	13.09	13.57	13.15	13.53

注：汇率数据来源于中国外汇交易中心暨全国银行间同业拆借中心官方网站（中国货币网），上表每年度数值采用该年度年末汇率进行核算，即 2022 年 1 美元对人民币 6.9646 元，2023 年 1 美元对人民币 7.0827 元，2024 年 1 美元对人民币 7.1884 元，2025 年 1 美元对人民币 7.0288 元

报告期内，公司主要原材料的采购均价具体如下：

单位：元/千克				
项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
丁基橡胶(普通型)	12.64	13.76	12.09	15.00
聚异丁烯(低分子量)	11.92	13.44	12.45	13.05
聚异丁烯(中分子量)	17.43	21.55	23.44	22.76
聚异丁烯(高分子量)	54.19	63.82	64.09	64.54

由上表可知，报告期内，公司原材料丁基橡胶的采购价格与市场价格基本一致。经查询市场公开资料，仅能查询到初级形态聚异丁烯的进口价格，与公司采

购的原材料聚异丁烯(低分子量)的价格基本一致,在整体变动趋势上,公司原材料聚异丁烯的采购价格与初级形态聚异丁烯价格走势大致趋同。综上,公司主要原材料采购价格具备公允性。

经查询公开资料,同行业可比公司未披露报告期内主要原材料的采购单价,因此无法直接进行比较。

(2)不同供应商同类原材料采购价格是否存在较大差异

对公司报告期内主要原材料的不同供应商采购价格对比列示如下:

1)丁基橡胶(普通型)

单位:元/千克

供应商名称	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
巢进化学(上海)有限公司	*			
盘锦信汇新材料有限公司	*	*	*	*
北京兴化嘉禾化工橡胶有限公司	*	*	*	*
上海景营物资有限公司			*	*

2023 年,盘锦信汇新材料有限公司采购单价偏低主要系双方基于长期稳定的合作关系,签订了框架协议,协议明确了优惠价格幅度,因此采购价格略低于市场价格。

2)聚异丁烯(低分子量)

单位:元/千克

供应商名称	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
山东鸿瑞高分子材料有限公司	*	*	*	*
上海孚锦国际贸易有限公司	*	*	*	
上海泽骏贸易有限公司	*	*	*	*
简勤国际贸易(上海)有限公司		*	*	
江阴市浪潮化工有限公司		*	*	*
上海道普化学有限公司		*	*	*

3)聚异丁烯(中分子量)

单位:元/千克

供应商名称	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
山东鸿瑞高分子材料有限公司	*	*	*	*
浙江信汇新材料股份有限公司	*	*		
简勤国际贸易(上海)有限公司			*	

2024 年,浙江信汇新材料股份有限公司采购单价偏低主要系该材料为其新开发产品,为拓宽市场,增强其产品竞争力,遂给予优惠价格。

4)聚异丁烯(高分子量)

单位:元/千克

供应商名称	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
鸿瑞铍箐供应链科技(上海)合伙企业(有限合伙)	*			
上海戴勒实业有限公司	*	*	*	*
广州西陇精细化工技术有限公司	*			
上海景营物资有限公司			*	*

报告期内，上海戴勒实业有限公司（以下简称“戴勒实业”）的采购单价较高，广州西陇精细化工技术有限公司（以下简称“广州西陇”）的采购单价较低，主要系该材料公司前期用量较少，戴勒实业为厂家唯一代理商，报价偏高，后期公司该材料用量增加，开发新的供应商广州西陇，其能给予更为优惠的采购价格。2025 年，鸿瑞铍箐供应链科技（上海）合伙企业（有限合伙）的采购价格显著较高，主要系其产品配方、性能更佳，能够满足丁基胶产品阶段性的原材料性能需求，故与其合作。

综上所述，公司对不同供应商同类原材料的采购价格整体不存在较大差异，部分差异原因符合行业惯例，具备商业合理性。

(3) 各期能通过比价进行公允性分析的原材料采购金额及其占比

报告期内各期，除购买渠道较为零散的机物料这部分原材料外，其余原材料均可通过比价进行公允性分析，占比情况如下表所示：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
采购总额	32,283.95	26,936.51	26,840.13	25,146.57
能比价采购额	30,992.92	26,389.87	25,749.23	23,950.83
占比	96.00%	97.97%	95.94%	95.24%

注：能通过比价进行公允性分析指该种原材料可通过公开渠道查询、经过同品类不同供应商比对或经过访谈获取相关原材料的报价信息

由上表可以看出，报告期内各期能通过比价进行公允性分析的原材料采购金额占比较高，均在 95%以上。

(三) 成本核算规范性

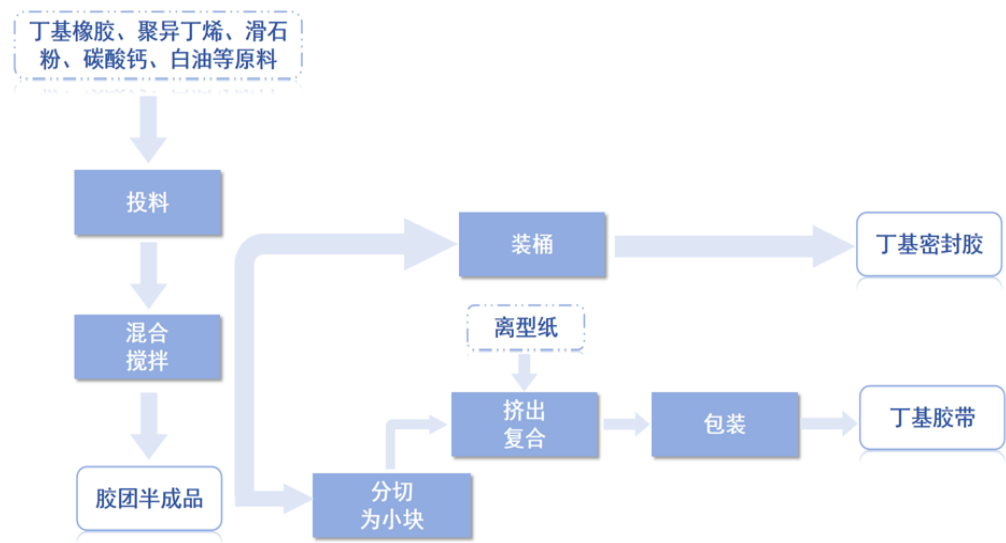
1. 结合产品技术路线、工艺制备流程等，量化分析主要原材料与产成品的投入产出关系及其变动原因、合理性，实际单耗与理论单耗是否存在较大差异，投入产出率与可比公司同类产品是否存在明显差异，相关成本核算的完整性、准确性

(1) 关于产品的生产工艺与技术路线

报告期内，公司自主生产的产品以丁基胶类为核心，其技术路线主要体现为

通过对丁基橡胶等主体材料进行改性，形成能够满足不同应用需求的配方型产品。虽然公司丁基胶类系列产品的产品形态与规格多样，但整体生产工艺标准化程度较高，流程主要包括投料、混合搅拌、分切、挤出、复合及包装等环节。具体而言，各产品依据相应配方，在特定的温度、湿度等环境条件下，按序完成投料与混合搅拌，混合均匀后形成的胶团半成品则根据最终产品形态的不同，选择直接进入包装环节或经分切、挤出成型、复合等后续工序处理后再行包装。具体生产流程如下图所示：

丁基胶的生产工艺流程如下：



(2)关于主要原材料投入产出量化分析

报告期内，公司丁基胶类产品的原材料包括丁基橡胶、聚异丁烯、滑石粉、碳酸钙和白油等，为客观反映主要原材料与产成品的投入产出关系，公司采用以下统计口径：

产出量：由于丁基胶类系列产品的细分种类繁多、最终产品形态及规格差异较大，若直接以最终产品作为统计基准，较难确立统一且合理的度量单位。因此，公司基于生产工艺特征，以经混合搅拌工序后形成的胶团半成品产量作为丁基胶类产品产出的统计基准。该工序为所有丁基胶类产品生产的必经环节，能够客观、统一地反映生产端的实际产出情况，具备统计上的合理性与可操作性。

投入量：将所投入的原材料区分为主要原材料和其他原材料，其中以丁基橡胶、聚异丁烯、滑石粉、碳酸钙和白油的耗用量作为主要原材料投入的统计基准。

投入产出比=丁基胶产量/原材料耗用量

报告期内，公司丁基胶的投入产出比、实际单耗与理论单耗的具体情况如下所示：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
主要原材料耗用量(吨)①	10,278.73	8,539.34	8,196.56	7,537.27
其他原材料耗用量(吨)②	4,419.49	3,761.22	3,470.80	3,001.24
原材料投入合计(吨)③=①+②	14,698.22	12,300.56	11,667.36	10,538.52
丁基胶产量(吨)④	14,680.24	12,271.06	11,652.36	10,517.77
主要原材料投入产出比⑤=④/①	1.43	1.44	1.42	1.40
整体投入产出比⑥=④/③	99.88%	99.76%	99.87%	99.80%
按照配方设计的主要原材料耗用量(吨)⑦	10,260.33	8,511.31	8,181.86	7,517.50
实际耗用/理论耗用①/⑦	100.18%	100.33%	100.18%	100.26%

由于公司丁基胶的制备过程主要为物理搅拌，不涉及化学反应，物料质量基本守恒，因此报告期内原材料的整体投入产出比接近 1，差额主要系清炉、设备调试等生产过程中的合理损耗，具有合理性。

作为配方型产品，主要原材料与产成品的投入产出关系受产品配方中相关材料的设计投料比例决定。由于不同型号产品的配方存在差异，各类产品产量占比的变动会引起整体投入产出比例的微幅波动。报告期内，公司丁基胶类产品主要原材料与产成品的投入产出比分别为 1：1.40、1：1.42、1：1.44 和 1：1.43，整体在合理区间内波动，符合生产实际情况。公司主要原材料的实际耗用量略高于配方理论耗用量，差异系前述正常生产损耗所致。

经查询公开资料，四家同行业可比上市公司均未披露关于报告期内主要原材料与产成品的投入产出关系的相关数据，因此未能进行对比分析。

(3) 关于成本核算的完整性、准确性

公司生产成本主要包括直接材料、直接人工、制造费用等。报告期内，公司按照生产工单归集和核算生产成本；完工产品入库和成品销售出库采用月末一次加权平均法结转完工产品成本和销售出库成本。具体如下：

1) 直接材料归集与分配

公司原材料按照购入的实际成本入账，原材料领用时，生产部门根据领料单的实际领料情况确定领用数量，按照月末一次加权平均法确定领用材料的成本。按照工单的实际领用的原材料金额归集直接材料成本。

2) 直接人工归集与分配

直接从事产品生产人员的薪酬（工资、奖金、职工福利、社会保险和住房公积金等），按照各工序工单的生产工时在各工单成本中进行分配。

3) 制造费用归集与分配

车间管理人员和质量管理人员等间接人员薪酬（工资、奖金、职工福利、社会保险和住房公积金等）、以及车间耗用的水电费、机器设备折旧等，在实际发生时计入制造费用，月末按照各工序生产工单的工时分配记入工单成本。

4) 产成品成本结转方法

产品完工入库时，产成品以产品为核算对象，将完工入库的工单成本结转至产品成本；产品发出时，采用月末一次加权平均法将库存商品结转至发出商品；符合收入确认条件时，将库存商品或发出商品采用月末一次加权平均法结转至营业成本。

报告期内，公司已建立完善的成本核算体系，并严格按照企业会计准则的要求进行成本归集、分配和结转。结合报告期各期主要原材料与产成品投入产出关系、实际单耗与理论单耗等情况分析，公司相关成本核算完整、准确。

2. 说明制造费用的具体构成及分摊方法，设备折旧、能源消耗与产品产量的匹配性及变动原因；结合上述制造费用变动情况，以及报告期内生产人员数量变动、平均工资变化等，说明 2024 年直接材料、主营业务成本均上升的情况下，直接人工成本、制造费用有所下降的原因

(1) 制造费用的具体构成及分摊方法

报告期内，公司制造费用的具体构成情况如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
职工薪酬	1,162.71	1,029.08	1,216.75	818.26
折旧摊销	673.81	514.38	496.95	447.39
辅料消耗及维修	423.41	372.61	312.09	306.20
能源消耗	452.33	361.03	327.43	267.70
其他	40.97	15.40	26.15	18.08
合 计	2,753.23	2,292.50	2,379.37	1,857.63

报告期各期，公司制造费用分摊依据及方式保持一致，具体分摊方式为：按各生产车间和公共部门归集为生产产品而发生的各项间接费用，包括间接人工、生产设备折旧、能源消耗、间接物料消耗等，在实际发生时计入制造费用，月末按照各类产品对应生产工序的工时比例，将相关费用合理分摊至完工产品中。

(2) 设备折旧、能源消耗与产品产量的匹配性及变动原因

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
产量(万吨)①	14,680.24	12,271.06	11,652.36	10,517.77
设备折旧费用②	523.89	370.27	363.94	350.41
期末机器设备原值③	5,474.53	3,915.22	3,756.37	3,362.65
折旧费用占原值的比例④=②/③)	9.57%	9.46%	9.69%	10.42%
单位折旧费用⑤=②/①	0.04	0.03	0.03	0.03
能源消耗费用⑥	452.33	361.03	327.43	267.70
单位能源消耗费用⑦=⑥/①	0.03	0.03	0.03	0.03

报告期内,制造费用中生产设备折旧费占机器设备原值的比例分别为10.42%、9.69%、9.46%及9.57%,整体较为稳定。2025年公司改扩建工程购买设备增加,导致单位折旧费用略有增加。

报告期内,制造费用中能源消耗费用主要为电费,单位能源消耗费用稳定在0.03左右,与产品产量具有匹配性。

综上,报告期内,公司设备折旧、能源消耗与产品产量具有匹配性。

(3)结合上述制造费用变动情况,以及报告期内生产人员数量变动、平均工资变化等,说明2024年直接材料、主营业务成本均上升的情况下,直接人工成本、制造费用有所下降的原因

1)生产人员数量变动及平均工资变化

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
期末生产人员数量	288	245	258	259
生产人员平均工资	14.39	13.93	14.88	14.01

由上表可看出,2024年生产人员数量较2023年减少,主要系2024年公司为进一步提高效益,外协生产增加,2025年生产人员增加,主要系公司生产订单增加,生产人员需求增加。报告期内,公司生产人员平均工资保持相对稳定,无明显变动。

2)2024年直接材料、主营业务成本均上升的情况下,直接人工成本、制造费用有所下降的原因

报告期各期,公司主营成本中料工费的构成情况如下:

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	29,267.95	81.58%	24,756.01	81.02%	23,879.14	80.02%	21,112.12	78.62%
直接人工	2,671.53	7.39%	2,473.35	8.09%	2,630.70	8.82%	2,662.42	9.92%
制造费用	2,753.23	7.63%	2,292.50	7.50%	2,379.37	7.97%	1,857.63	6.92%
其他合同	1,225.52	3.40%	1,032.67	3.38%	953.94	3.20%	1,220.27	4.54%

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
履约成本								
合计	35,918.23	100.00%	30,554.53	100.00%	29,843.15	100.00%	26,852.45	100.00%

2024 年直接人工成本、制造费用有所下降，主要系 2024 年生产人员数量较 2023 年减少，直接生产人员及间接生产人员薪酬总额均有所下降。

(四) 核查程序及结论

1. 核查程序

(1) 查阅公司收入成本明细表，对主要产品销售单价、单位成本及其构成(料、工、费)的具体情况进行波动分析，向销售负责人及财务总监了解上述指标变动的原因及合理性，分析毛利率波动的具体原因；

(2) 访谈公司销售负责人，了解公司的调价方式及调价原则；分析报告期内主要收入分类的主要客户实际执行的调价次数、调价比例、收入及毛利率变动情况；

(3) 获取同行业可比公司年度报告等公开资料，查阅公司收入成本明细表，向公司有关人员了解公司主要产品、应用领域等方面与同行业可比公司的异同，分析产品毛利率差异原因及其合理性。

(4) 查阅公司收入成本明细表，了解公司内外销具体产品类型、客户结构、定价策略、同类产品境内外销售价格、单位成本差异情况及原因，并结合报告期内主要结算外币汇率波动情况，分析汇率波动对公司外销业务的影响；

(5) 访谈公司销售业务负责人，贸易业务主要供应商和客户，了解贸易业务产品销售情况、定价依据与定价策略、贸易业务客户备选供应商情况、采购价格与其他授权经销商对比情况等，分析水性涂料等贸易业务产品能够维持较高毛利率水平的原因及合理性；

(6) 统计不同产品外协生产的采购和销售数量、金额及占比、毛利率情况，分析变动原因及合理性；向采购负责人及财务总监了解外协的业务流程、定价机制；

(7) 查阅公司采购合同，比较报告期内公司主要原材料的供应商数量、采购金额及占比的变动情况，向采购经理了解相关变动情况的原因及合理性；

(8) 对公司报告期内主要原材料、外协加工的主要供应商进行走访，查询主要材料的主要供应商的公开信息，了解其基本情况及与公司合作情况，对与注册

/实缴资本较小、参保人数较少的供应商合作背景，访谈采购经理和进行采购价格对比，了解双方合作原因及检查原材料采购价格的公允性；

(9) 公开查询主要原材料或相关材料市场价格，将公司报告期内主要原材料价格及走势与其市场价格进行比较，验证公司采购价格的公允性，并分析公司向不同供应商采购同类原材料的单价差异；

(10) 访谈公司相关负责人员，了解公司生产模式、工艺流程、成本核算方法等情况；统计报告期内丁基橡胶、聚异丁烯的耗用量及丁基胶产量，计算投入产出比，分析各期变动情况；获取公司主要产品配方，计算主要原材料理论耗用量，与实际耗用量进行对比，分析差异原因；

(11) 获取公司报告期各期制造费用明细，分析公司报告期各期制造费用计费依据及合理性；分析设备折旧、能源消耗与产品产量的匹配性；分析 2024 年直接人工、制造费用下降的原因。

2. 核查结论

(1) 2022 至 2025 年度，公司毛利率整体较为稳定、波动不大，主要系公司主要收入类别丁基胶、水性涂料和其他胶类产品的毛利率均整体较为稳定，不同年度存在一定小幅波动主要系公司产品规格繁多，毛利率不同的不同规格产品在不同期间内收入占比有所波动；

(2) 公司对不同客户的调价均为单个客户多种型号产品分别协商，调价原则为基于上年的价格，与客户协商确定当年度价格，当原材料价格或竞争对手价格发生大幅变动的情况下，公司或客户可提出价格调整提议，并经双方协商后确定调整幅度。由于公司采用差异化的定价策略，公司与不同客户单独协商调价的产品规格、频率、幅度，因此，公司与客户间不存在固定的调价周期和调价次数。公司与主要客户形成了稳定的定价、调价原则，虽然不同客户产品的定价周期、幅度、次数、比例等因素各不相同，但整体调价原则一致；不存在相近时间内同类型产品售价差异较大的情形；

(3) 公司针对可比公司的选取具备合理性；公司产品毛利率与同行业可比公司存在差异，具有合理性；

(4) 2022 年度，由于公司外销主要结算货币兑人民币的汇率均处于相对低位，同时受全球公共卫生事件的持续影响海运价格大幅上涨，外销业务毛利率整体较低。此外，由于主要在境外销售的无铅柔性泛水带产品单位成本较高，导致 2022

年外销业务的毛利率进一步被拉低。2022 年外销毛利率略低于内销符合实际情况，具有合理性。2023 年至 2025 年上半年，境外客户对公司核心产品品质、服务的溢价支付叠加因汇率升值带来的人民币单价被动抬高和境内外销售产品类型差异，共同推高了外销毛利率，导致 2023 年至 2025 年上半年外销毛利率持续高于内销毛利率，符合公司实际情况，具有合理性；

(5) 公司贸易业务整体毛利率较高，主要受公司斯塔尔业务毛利率和复合材料成型业务毛利率较高的影响；公司斯塔尔涂料产品由于应用于汽车密封条涂层行业，以及斯塔尔公司产品的品牌和技术效应，叠加和公司的合作历史渊源和合作模式，公司斯塔尔涂料产品贸易类业务的销售毛利率偏高在业内是正常现象，具有合理性。复合材料成型业务毛利率较高的原因，一部分是因为其有部分境外销售业务，外销毛利率较高是因为境外客户对质量要求较高，对价格水平不敏感所致；其次是因为报告期内航空航天行业收入占比提升较多，其毛利率较高，因此提升了复合材料成型类贸易业务整体的毛利率；

(6) 公司各期外协生产采购的变动具有合理性；公司外协生产占比持续上升具有合理性；公司外协加工的采购定价机制合理，外协采购价格公允；

(7) 各期主要外协厂商与公司及其关联方不存在关联关系、其他资金往来或其他利益安排，报告期内采购金额变动具有合理性，公司对外协供应商不存在依赖；

(8) 公司与主要原材料供应商不存在关联关系，交易具备合理的商业目的，其供应能够匹配公司的采购规模，不存在专门或主要为公司供应原材料或提供外协加工服务的情形；

(9) 报告期内，公司主要原材料采购价格与市场价格不存在重大差异；不同供应商同类原材料采购价格不存在较大差异；报告期内，能通过比价进行公允性分析的原材料采购金额及占比均较高；

(10) 报告期内，公司主要原材料与产成品的投入产出比基本保持稳定，实际耗用量略高于配方理论耗用量，主要系生产过程中的正常损耗，差异处于合理范围。经查询公开资料，可比上市公司未披露同类产品的投入产出关系数据，无法直接对比。公司已建立完善的成本核算体系，并严格按照企业会计准则的要求进行成本归集、分配和结转，相关成本核算完整、准确；

(11) 报告期内，公司制造费用分摊方法合理；设备折旧、能源消耗与产品产

量具有匹配性；2024 年人工成本、制造费用下降具有合理性。

(五)说明对原材料及外协加工供应商的发函、回函比例，未回函部分所执行替代程序的具体情况及结论；对主要供应商访谈的具体核查方法、数量、金额及占比，访谈的证据、数据及结果是否充分、有效

1. 对供应商函证的具体情况以及核查结论

(1)对供应商函证的具体情况

我们对原材料及外协加工供应商的发函情况如下：

采购内容	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
原材料 采购 (含税)	发函数量	73	74	104	104
	发函金额①	26,136.72	22,145.39	19,434.87	17,288.55
	原材料采购额 ②	31,909.81	26,388.81	26,836.38	25,728.10
	发函占原材料 采购额的比例 ③=①/②	81.91%	83.92%	72.42%	67.20%
	回函数量	69	72	82	82
	回函可确认金 额④	25,754.45	22,003.75	18,203.07	15,858.48
	回函可确认比 例⑤=④/②	80.71%	83.38%	67.83%	61.64%
	替代测试金额 ⑥	382.27	141.64	1,231.80	1,430.07
	函证可确认金 额+替代测试金 额⑦=④+⑥	26,136.72	22,145.39	19,434.87	17,288.55
	函证可确认+替 代测试比例⑧= ⑦/②	81.91%	83.92%	72.42%	67.20%
外协加工 (含税)	发函数量	12	13	12	9
	发函金额①	4,400.72	3,771.54	3,283.38	2,593.93
	外协加工额②	4,571.05	4,049.46	3,492.96	2,687.52
	发函占外协加 工额的比例 ③=①/②	96.27%	93.14%	94.00%	96.52%
	回函数量	11	13	9	7
	回函可确认金 额④	4,264.56	3,771.54	2,933.88	2,389.33
	回函可确认比	93.30%	93.14%	83.99%	88.90%

例⑤=④/②					
替代测试金额 ⑥	136.15	0.00	349.50	204.59	
函证可确认金 额+替代测试金 额⑦=④+⑥	4,400.72	3,771.54	3,283.38	2,593.93	
函证可确认+替 代测试比例⑧= ⑦/②	96.27%	93.14%	94.00%	96.52%	

结合上表，报告期各期，对公司各类供应商的发函均达到了较高回函率，原材料供应商的回函可确认比例分别为 61.64%、67.83%、83.38%、80.71%；外协加工商的回函可确认比例分别为 88.90%、83.99%、93.14%、93.30%，各期回函比例较高；对于未回函的供应商已执行替代测试，通过检查供应商在询证函所列期间内的发生额对应的发票、回单及入库单进行测试。

(2) 核查结论

经核查，报告期内，公司各类供应商回函比例均较高，公司与供应商之间的采购交易真实、采购金额核算准确。

2. 我们对报告期内各期前二十大供应商进行了实地走访，了解公司与供应商的业务合作背景、关联关系、货款支付等情况，具体过程如下：

(1) 对供应商关键经办人员进行访谈，了解公司与供应商之间业务合作情况，主要包括业务合作时间及背景、合作流程、纠纷诉讼情况、供应商的主营业务、经营规模、实缴资本、研发能力、产品定价方式及价格变动情况、合同签订情况等，了解公司与供应商的货款支付情况，包括结算政策、付款方式等，核实公司与供应商是否存在关联关系，核实公司与供应商交易数据的真实性、准确性，并取得由被访谈人员签字、供应商盖章的访谈记录。

(2) 获取供应商受访人员的身份证、名片或工牌等身份信息证明资料，获取供应商经盖章版本的营业执照，并核实访谈地点与工商登记的地址是否一致。

(3) 获取盖章确认的无关联关系确认函，同时与供应商受访人员在供应商有明显标识处合影。

我们对主要供应商(原材料、外协)访谈的数量、金额(含税)及占比情况具体如下：

走访内容	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
原材料采	走访供应商数量	42	42	42	42

购	原材料采购总额	31,909.81	26,388.80	26,836.38	25,728.10
	访谈核查金额	24,797.66	21,457.98	20,361.29	20,361.33
	访谈核查比例	77.71%	81.31%	75.87%	79.14%
外协加工	走访供应商数量	8	8	7	5
	外协加工额	4,571.05	4,049.46	3,492.96	2,687.52
	访谈核查金额	3,857.60	3,222.13	2,622.82	2,244.68
	访谈核查比例	84.39%	79.57%	75.09%	83.52%

报告期内，我们走访原材料供应商的采购金额占当期原材料采购总额的比例分别为 79.14%、75.87%、81.31%、77.71%；走访外协加工商的金额占当期外协加工额的比例分别为 83.52%、75.09%、79.57%、84.39%。综上所述，我们认为，供应商走访获取的证据、数据及结果充分、有效，报告期内，公司相关采购业务真实发生，具有真实的商业背景。

(六)结合资金流水核查情况，说明公司及关键岗位人员与主要原材料、外协、外购成品供应商及关键岗位人员等是否存在异常资金往来，是否存在为公司代垫费用、代为承担成本或转移定价等利益输送情形

我们已对报告期内公司及其子公司、关联自然人、实际控制人控制的其他企业等重要关联方进行了资金流水核查，并将交易流水与主要原材料供应商名单、供应商公开披露的股东及董监高人员等进行交叉比对，以核查公司及相关主体与主要原材料供应商及相关主体等是否存在异常资金往来等情形。关于上述资金流水核查的具体情况，参见《关于科建高分子材料(上海)股份有限公司资金流水核查的专项说明》。

经核查，我们认为：报告期内，针对销售服务费事项所涉及的不规范行为，公司已及时纠正，中介机构亦已通过加强内控培训和完善公司内控制度建设等措施，进一步完善公司的内控管理和内控监督，公司及关键岗位人员与主要原材料、外协、外购成品供应商及关键岗位人员等不存在异常资金往来，不存在为公司代垫费用、代为承担成本或转移定价等利益输送情形。

(七)说明对成本归集、分配、结转准确性、完整性及相关内控健全有效性的核查方式、核查比例、核查证据、核查结论

1. 核查程序

针对上述事项，我们实施了以下核查程序：

(1)通过访谈公司相关负责人员，了解公司生产模式、工艺流程、成本核算方法等情况；

(2) 获取并查阅公司关于成本核算相关的内部控制制度，了解、评估并测试采购与付款、生产与仓储相关的内部控制，评价相关内部控制设计的合理性及执行的有效性；

(3) 获取公司成本计算表，了解成本费用的归集过程，核对料工费归集及分配的原始记录，实施存货计价测试，对原材料、库存商品等的发出进行计价测试，复核存货计价是否准确；

(4) 结合公司营业成本明细表，实施分析程序，主要包括：对比同行业可比公司公开披露的资料，结合营业成本构成情况及变动情况，分析构成与变动的合理性；

(5) 获取制造费用明细表，对报告期内的制造费用实施细节测试，抽查各类费用发生凭证，复核制造费用归集、核算的准确性；对制造费用实施截止性测试，核实是否计入正确的会计期间，制造费用是否完整；

(6) 对主要供应商进行函证，核实报告期各期采购额的真实性、准确性。报告期内通过向供应商实施函证程序确认的采购金额占全年采购总额比例均超过 75%；

(7) 对主要供应商进行访谈，了解双方合作背景、交易内容、交易金额、结算方式、关联关系等情况，确认相关交易真实存在，并核实报告期各期采购额的真实性、完整性。报告期内通过向供应商实施访谈程序确认的采购金额占全年采购总额的比例 70% 左右。

2. 核查结论

报告期内，公司成本核算方法符合企业实际生产经营情况，符合企业会计准则的相关规定；公司成本核算相关内部控制制度健全，设计有效并得到执行，成本归集核算真实、准确、完整。

五、关于期间费用核算准确性

根据申请文件：（1）发行人报告期各期销售费用率分别为 5.11%、5.96%、7.46%、7.55%，呈上升趋势且高于大多数可比公司，主要构成为职工薪酬和服务费。（2）报告期内，发行人存在通过关联方向中山市卓丽优电子材料有限公司体外支付销售服务费情形。（3）发行人报告期内存在会计差错更正事项，涉及销售费用分摊调整。（4）报告期内，发行人研发费用分别为 1,406.96 万元、

1,743.62 万元、1,678.59 万元、902.14 万元，其中直接投入波动较大。各期末研发人员数量呈上升趋势，与研发项目数量变动趋势不一致。

(1) 销售费用核算准确性。请发行人：①结合各期销售人员数量、薪资、人均创收及创利情况，客户变动情况、不同产品市场开拓阶段、销售推广方式等，说明销售费用率高于可比公司、2023 年至 2024 年销售服务费增幅均大于收入增幅的原因及合理性。②说明销售服务商基本情况、行业背景、合作建立方式及年限，服务费支付标准及结算依据、与同行业可比公司是否存在明显差异、与对应客户销售金额的匹配性。③说明宣传展览费、业务招待费的具体构成，支付对象、服务内容、定价依据及公允性，报告期内波动原因，与业务拓展活动的匹配性。④结合资金流水情况，说明体外支付销售服务费的背景、原因，入账金额及入账时点是否准确，是否有其他利益安排或涉及利益输送情形。⑤逐笔说明会计差错更正原因，对报告期财务状况和经营成果的影响，是否存在账外收入、代垫成本费用、利益输送等不合规情形，说明发行人报告期内会计基础工作是否规范，后续整改措施有效性。

(2) 研发费用核算规范性。请发行人：①说明各期研发人员的数量及占比、学历构成、部门分布情况，研发人员人均薪资水平与同行业公司的对比情况；结合部门设置及工作内容、聘用形式等，说明研发人员的认定范围及依据；说明研发人员数量与研发项目数量变动趋势不一致的原因及合理性。②说明研发费用-直接投入的具体构成、用途、各期金额变动原因，与研发项目的匹配性，研发领料、使用、结存流程及内控措施，如何区分研发领料与生产领料，是否存在混淆情形，各期研发领料的投入产出及结存情况。③说明发行人研发过程中产出的产品或副产品相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定，研发产品成本核算的合理性，最终实现销售的试制品的具体类型、金额及占比。④说明研发费用-其他的具体构成、核算方法，最新一期金额大幅上升的原因。

请保荐机构、申报会计师：(1) 核查上述事项并发表明确意见，说明核查方式、过程、范围和结论。(2) 说明对体外支付服务费认定及完整性的核查过程、核查依据是否充分并发表明确核查意见。(3) 按照《2 号指引》2-18 资金流水核查的相关要求核查，并提交资金流水核查专项说明。(4) 按照《2 号指引》2-4 研发投入相关要求核查并发表明确意见。(审核问询函问题 7)

(一) 销售费用核算准确性

1. 结合各期销售人员数量、薪资、人均创收及创利情况，客户变动情况、不同产品市场开拓阶段、销售推广方式等，说明销售费用率高于可比公司、2023年至2024年销售服务费增幅均大于收入增幅的原因及合理性

(1) 报告期各期销售人员数量、薪资、人均创收及创利情况

项目	销售费用	营业收入	净利润	销售费用率
2025 年度	3,741.80	51,819.99	6,822.83	7.22%
2024 年度	3,267.98	43,810.74	5,921.08	7.46%
2023 年度	2,532.48	42,505.11	5,926.65	5.96%

(续上表)

项目	销售人员 平均数量	人均薪资	人均创收	人均创利
2025 年度	56.5	32.18	917.17	120.76
2024 年度	51.5	29.82	850.69	114.97
2023 年度	50.0	27.44	850.10	118.53

注：上表中平均人数根据年初年末人员合计数量除以2计算得出

报告期内，销售人员平均薪资、人均创收及创利情况与营业收入变动基本贴合。

(2) 客户变动情况、不同产品市场开拓阶段、销售推广方式

公司自成立以来一直专注于丁基胶这一细分领域，核心团队已深耕该领域超过二十年。经过多年的行业深耕与技术积累，公司凭借卓越的产品性能、稳定可靠的产品品质、突出的性价比优势，以及高效专业的服务体系与良好的品牌声誉，赢得了下游客户的广泛认可与长期信赖，并逐步构建起多领域的优质客户矩阵。在汽车领域，公司已进入上汽集团、吉利汽车、客户B、蔚来、零跑等国内知名整车制造企业的供应链体系；在航空航天领域，公司产品获中国商飞等国内重要飞机制造商采用；在风电领域，公司的客户包括时代新材、远景能源、Suzlon等国内外领先风电企业；在通信领域，公司已成为华为、中兴等通信设备龙头企业的供应商。这些行业标杆客户的严苛认证标准与长期合作需求，不仅为公司带来持续稳定的订单增长与收入保障，更通过深度跟踪，使公司得以精准把握下游产业技术迭代方向与需求演变趋势。未来，公司将持续深化客户协同，通过创新升级与服务优化进一步巩固客户合作关系，为经营业绩的稳健增长构建可持续的竞争壁垒。

报告期内，公司进行市场开拓、销售推广，除依靠多年来在丁基胶这一细分领域内深耕所积累的业内口碑外，还通过以下几个方面进行：一方面，对于公司

比较成熟的产品，主要是通过自身销售人员发展客户或拓展已有客户的销售产品范围。销售人员通过实地拜访客户，了解客户的实际需求，针对性的与公司技术部一同为客户提供解决方案。客户通过测试验证公司提供的产品可以满足自身的需求后，实现产品销售；另外一方面，针对于近些年发展迅速，市场前景广阔的新能源、航空航天等行业，公司通过销售服务商的推广，对汽车不干胶、密封胶条、耐高温真空胶带、耐高温 PI 真空袋膜等产品实现销售，且销售规模逐年增加；此外，公司积极参加国内外各行业展会，通过提升公司品牌影响力来推广公司产品并促成订单达成。

报告期内，公司前五大客户收入占比分别为 20.68%、18.36%以及 18.93%，公司客户结构整体呈现小额、分散的特点，但保持了一定的稳定性。

(3)销售费用率高于可比公司、2023 年至 2024 年销售服务费增幅均大于收入增幅的原因及合理性

1)销售费用率与可比公司比较情况

公司名称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
硅宝科技	5.27%	5.45%	4.26%
回天新材	5.46%	4.56%	4.76%
科创新源	2.82%	3.57%	4.94%
集泰股份	10.91%	9.72%	10.88%
平均数	6.12%	5.83%	6.21%
公司	7.22%	7.46%	5.96%

报告期内，公司的销售费用率高于除集泰股份外的其他可比公司，主要系公司尚处于业绩持续增长阶段，产品类型较多，客户分布领域众多，从而导致销售费用中的职工薪酬、销售服务费、市场开拓相关支出较多，而同期营业收入规模相对较小，因此导致销售费用率较高。

2)2023 年至 2024 年销售服务费增幅均大于收入增幅的原因及合理性

报告期内，公司销售服务费主要包括两部分，一是欧洲营销中心兼职销售人员的兼职劳务费，为拓展欧洲市场，公司聘请英国兼职销售顾问 Growing People Globally Limited 从事英国和欧洲市场的开拓，公司按月向其支付兼职劳务报酬及其报销推广销售公司产品而发生的差旅费等；二是国内市场的销售服务费，该部分费用系支付给国内从事公司产品销售的服务商。该类服务商拥有终端客户资源或渠道，协助公司维护客户关系，争取供货份额，反馈客户需求或产品改进建议，并提供产品售后服务支持和货款催收等工作。

报告期内，公司销售服务费及营业收入变动情况如下：

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
销售服务费	954.29	15.76%	824.37	88.73%	436.81
其中：境外兼职 顾问费	143.83	10.19%	130.53	-9.99%	145.01
境内销售 服务费	810.46	16.81%	693.84	137.78%	291.80
营业收入	51,819.99	18.28%	43,810.74	3.07%	42,505.11
境内销售服务商 对应销售额	3,831.44	41.66%	2,704.76	157.99%	1,048.39

由上表可以看出，报告期内公司销售服务费增加主要系境内销售服务费增加所致，系公司在报告期内加大产品的销售推广，销售服务费与销售服务商对应销售额的变动趋势一致，但因境内销售服务商对应销售额整体基数较小，占公司总营业收入的比例较低，销售服务费增幅大于收入增幅具有合理性。

2. 说明销售服务商基本情况、行业背景、合作建立方式及年限，服务费支付标准及结算依据、与同行业可比公司是否存在明显差异、与对应客户销售金额的匹配性

(1)销售服务商基本情况、行业背景、合作建立方式及年限，服务费支付标准及结算依据

报告期各期，公司前五大销售服务商情况如下：

1)2025 年度

销售服务商	销售服务费 金额	注册资本	主要经营 人员	行业背景	合作建立方式 及年限	服务费支付标准 及结算依据
中山市卓丽优电子材 料有限公司	192.99	500 万元	赖丽娟(法定代 表人、实控人)	具有下游整车厂客户 资源,协助客户开发上 游供应商	对方与公司主动接 洽, 2017 年开始合作	依据约定的销售差价确 认应付的服务费
安徽玖恒新材料科技 有限公司	134.67	500 万元	张毅(法定代 表人、实控人)	拥有航空客户资源	对方与公司主动接 洽, 2024 年开始合作	销售数量乘以双方约定 的固定单价确认服务费
成都瑞斯普检测技术 服务有限公司	104.18	10 万元	刘永春(法定代 表人、实控人)	在当地拥有航空辅材 客户资源	对方与公司主动接 洽, 2024 年开始合作	销售数量乘以双方约定 的固定单价确认服务费
清河县香真胶粘制品 经销处	97.85	个体工商户	范文格(个体工 商户)	在当地拥有汽车密封 条厂客户资源	公司业务人员接洽, 2018 年开始合作	依据约定的销售差价确 认应付的服务费
广州邦尼商务科技有 限公司	86.21	100 万元	黎志锋(法定代 表人、实控人)	在当地拥有对胶粘剂 使用有需求的客户资 源	对方与公司主动接 洽, 2023 年开始合作	销售数量乘以双方约定 的固定单价确认服务费
合 计	615.90					

2)2024 年度

销售服务商	销售服务费 金额	注册资本	主要经营 人员	行业背景	合作建立方式 及年限	服务费支付标准 及结算依据
中山市卓丽优电子材 料有限公司	285.59	500 万元	赖丽娟(法定代 表人、实控人)	具有下游整车厂客户 资源,协助客户开发上 游供应商	对方与公司主动接 洽, 2017 年开始合作	依据约定的销售差价确 认应付的服务费
清河县香真胶粘制品 经销处	78.46	个体工商户	范文格(个体工 商户)	在当地拥有汽车密封 条厂客户资源	公司业务人员接洽, 2018 年开始合作	依据约定的销售差价确 认应付的服务费
成都瑞斯普检测技术 服务有限公司	73.01	10 万元	刘永春(法定代 表人、实控人)	在当地拥有航空辅材 客户资源	对方与公司主动接 洽, 2024 年开始合作	销售数量乘以双方约定 的固定单价确认服务费
西安市航成工贸有限 公司	49.46	2000 万元	董梅(法定代 表人、实控人)	在当地拥有航空辅材 客户资源	对方与公司主动接 洽, 2024 年开始合作	销售数量乘以双方约定 的固定单价确认服务费

哈尔滨优内科技有限公司	46.78	10 万元	刘婷婷(法定代表人、实控人)	在当地拥有航空辅材客户资源	对方与公司主动接洽，2024 年开始合作	销售数量乘以双方约定的固定单价确认服务费
合 计	533.30					

3)2023 年度

销售服务商	销售服务费金额	注册资本	主要经营人员	行业背景	合作建立方式及年限	服务费支付标准及结算依据
中山市卓丽优电子材料有限公司	109.33	500 万元	赖丽娟(法定代表人、实控人)	具有下游整车厂客户资源,协助客户开发上游供应商	对方与公司主动接洽，2017 年开始合作	依据约定的销售差价确认应付的服务费
清河县香真胶粘制品经销处	51.07	个体工商户	范文格(个体工商户)	在当地拥有汽车密封条厂客户资源	公司业务人员接洽，2018 年开始合作	依据约定的销售差价确认应付的服务费
安徽顶沃信息科技有限公司	35.67	500 万元	汪娟(法定代表人、实控人)	具有下游整车厂客户资源,协助客户开发上游供应商	公司业务人员接洽，2023 年开始合作	依据约定的销售差价确认应付的服务费
两江新区天琦星汽车配件经营部	35.06	个体工商户	王 勇(个体工商户)	在当地拥有对胶粘剂使用有需求的客户资源	对方与公司主动接洽，2022 年开始合作	依据约定的销售差价确认应付的服务费
广州邦尼商务科技有限公司	29.80	100 万元	黎志锋(法定代表人、实控人)	在当地拥有对胶粘剂使用有需求的客户资源	对方与公司主动接洽，2023 年开始合作	销售数量乘以双方约定的固定单价确认服务费
合 计	260.92					

(2)与同行业可比公司是否存在明显差异

根据公开资料，同行业可比公司销售费用项目下也存在销售服务费或类似费用，具体情况如下：

可比公司	是否存在销售服务费	披露明细	服务费支付标准及结算依据
硅宝科技	是	服务费	未披露
回天新材	未披露	未披露	未披露
科创新源	是	市场开发费	未披露
集泰股份	是	佣金及服务费	未披露

由上表可见，可比公司亦有存在销售服务费的情况，公司有销售服务费的情形符合行业惯例，与同行业可比公司不存在明显差异。

(3)与对应客户销售金额的匹配性

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
境内销售服务费	810.46	693.84	291.80
境内销售服务商对应客户销售金额	3,831.44	2,704.76	1,048.39
销售服务费比例	21.15%	25.65%	27.83%

从上表可以看出，公司销售服务费率基本保持稳定，与对应销售金额具有匹配性。

3. 说明宣传展览费、业务招待费的具体构成，支付对象、服务内容、定价依据及公允性，报告期内波动原因，与业务拓展活动的匹配性

(1)宣传展览费、业务招待费的具体构成

1)报告期内，公司宣传展览费的具体构成如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
网络推广费	198.38	242.05	95.10
展位费	77.76	119.54	58.59
样品领用	45.23	18.67	43.50
赞助费	12.96		
印刷费	5.34	7.75	5.40
会务费	0.85	0.40	0.18
合 计	340.52	388.41	202.77

报告期内，公司宣传展览费主要为线上引流投放广告、线下参展、销售人员领用使用的样品以及赞助费等费用，系日常经营活动中产生的合理支出。

2)报告期内，公司业务招待费的具体构成如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
员工垫付招待费报销	211.61	158.26	145.76
礼品采购	76.92	62.16	17.05
合计	288.53	220.41	162.81

报告期内，公司业务招待费主要为销售人员发生的为推广产品、拓展销售市

场、维护客户关系而发生的餐饮,购买礼品的费用,系日常经营活动中产生的合理支出。

(2)宣传展览费、业务招待费的支付对象、服务内容、定价依据及公允性

1)宣传展览费

①2025 年度

项目	支付对象	服务内容	金额	定价依据	是否公允
网络推广费	阿里巴巴(中国)网络技术有限公司	线上平台推广服务费	171.89	市场价格	是
	焦点科技股份有限公司	中国制造网会员费、精点投增值服务费	14.33	市场价格	是
	百度在线网络技术(北京)有限公司上海软件技术分公司	百度推广续费	4.52	市场价格	是
	杭州思亿欧科技集团股份有限公司、上海聚水潭网络科技有限公司等	谷歌独立站续费、平台接口费	7.64	市场价格	是
展位费	盈拓国际展览有限公司	美国屋面材料展搭建费用	29.61	市场价格	是
	上海洲创品牌管理集团有限公司	ASE 胶粘剂展、CCE 复材展位费	11.60	市场价格	是
	诺迪文化创意(上海)有限公司	中国防水展搭建费、百货会展台搭建费	10.52	市场价格	是
	北京中实联展科技有限公司	上海国际复材展展位费	6.79	市场价格	是
	北京时代化工展览服务公司	中国国际胶粘剂展展位费	6.79	市场价格	是
	中国建筑防水协会	中国防水展 54 m² 展位费	5.04	市场价格	是
	励展华百展览(北京)有限公司、上海富亚展览有限公司等	百货会展位费、上海国际胶带与薄膜展参展费	7.41	市场价格	是
样品领用		样品领用	45.23	存货出库价格	是
赞助费	南京魔盒信息科技有限公司	佘山半程马拉松赞助服务费	9.43	市场价格	是
	上海桩润实业有限公司	供应商活动赞助费	3.53	市场价格	是
印刷费	安庆雨林文化用品有限公司	定制笔记本印刷费	4.05	市场价格	是
	上海荣立印刷厂	宣传册印刷费	1.29	市场价格	是
会务费	中国建筑防水协会	中国建筑防水协会会务费	0.85	市场价格	是
合计			340.52		

②2024 年度

项目	支付对象	服务内容	金额	定价依据	是否公允
网 络 推 广 费	阿里巴巴（中国）网络技术有限公司	线上平台推广服务费	230.05	市场价格	是
	焦点科技股份有限公司	中国 制 造 网 会 员 费、精点投增值服务	5.92	市场价格	是
	百度在线网络技术（北京）有限公司上海软件技术分公司	百度推广续费	4.72	市场价格	是
	上海品图网络科技有限公司等	千图网企业 VIP 会员	1.36	市场价格	是
展位费	上海洲创展览有限公司	法国 JEC 展位费、CCE 国际复材展搭建费用、ASE 胶粘剂展搭建费用	42.27	市场价格	是
	诺迪文化创意（上海）有限公司	日本东京材料展搭建费用、建博会展台搭建、百货会展台搭建费用	19.64	市场价格	是
	河南省汇斯瑞会展服务有限公司	北京 SAMPE 展会搭建费用、防水展搭建费	9.47	市场价格	是
	RXJAPANLTD	东京建材展展位费	8.65	市场价格	是
	上海外经贸商务展览有限公司	广交会展位费	7.34	市场价格	是
	北京中实联展科技有限公司	上海国际复材展展位费	6.79	市场价格	是
	上海览星展览服务有限公司	广交会（春季）搭建费	5.34	市场价格	是
	深圳市国展物流有限公司、中国建筑防水协会等	国外展运费、中国防水展展位费等	20.04	市场价格	是
样 品 领 用		样品领用	18.67	存货出库价格	是
印刷费	安庆雨林文化用品有限公司	广宣用品台历及笔记本印刷费	3.76	市场价格	是
	福建三棵树建筑材料有限公司	产品手册参编合作费用	2.83	市场价格	是
	上海荣立印刷厂	宣传册印刷费	1.16	市场价格	是
会务费	中国建筑防水协会	中国建筑防水协会会务费	0.4	市场价格	是
合计：			388.41		

③2023 年度

项目	支付对象	服务内容	金额	定价依据	是否公允
网络推	阿里巴巴（中国）网络技	线上平台推广服务	75.13	市场价格	是

广费	术有限公司	费			
	上海星谷信息科技有限公司	移动云站年费及谷歌推广费	9.41	市场价格	是
	杭州今日头条科技有限公司	抖音推广费	8.54	市场价格	是
	百度在线网络技术（北京）有限公司上海软件技术分公司	百度推广续费	2.02	市场价格	是
展位费	上海洲创展览有限公司	法国 JEC 复材展参展费用、国际复材展搭建费	29.77	市场价格	是
	北京盛世联盟会展有限公司	北京 SAMPE 展会展位费	9.06	市场价格	是
	诺迪文化创意（上海）有限公司	屋面防水展搭建费用	8.56	市场价格	是
	河南省汇斯瑞会展服务有限公司	北京 SAMPE 展会搭建费用	4.53	市场价格	是
	北京时代化工展览有限公司、中国建筑防水协会等	中国国际胶粘剂展展位费、防水行业大会展会费	6.66	市场价格	是
样品领用		样品领用	43.50	存货出库价格	是
印刷费	安庆雨林文化用品有限公司	台历笔记本定制费	3.78	市场价格	是
	上海荣立印刷厂	建筑宣传手册印刷费	1.62	市场价格	是
会务费	北京翔冠汽车信息中心	汽车密封系统行业高层研讨会会务费	0.18	市场价格	是
合计			202.76		

2) 业务招待费费

①2025 年度

项目	支付对象	服务内容	金额	定价依据	是否公允
员工垫付招待费报销	公司销售人员	员工垫付招待费	211.61	据实报销	是
礼品采购	瑞祥全球购超市有限公司	礼品采购	44.86	市场价格	是
	景德镇市廿四节气农产品有限公司	茶叶礼盒	12.34	市场价格	是
	景德镇市筱鲜佳农产品有限公司	茶叶礼盒	9.64	市场价格	是
	昆山市张浦镇静心若水茶叶商行	茶叶礼盒	4.80	市场价格	是
	九仙尊霍山石斛股份有限公司	月饼礼盒、酒水	5.29	市场价格	是
合计			288.53		

②2024 年度

项目	支付对象	服务内容	金额	定价依据	是否公允
----	------	------	----	------	------

员工垫付招待费报销	公司销售人员	员工垫付招待费	158.26	据实报销	是
礼品采购	瑞祥全球购超市有限公司	礼品采购	34.00	市场价格	是
	景德镇市廿四节气农产品有限公司	茶叶礼盒	12.39	市场价格	是
	九仙尊霍山石斛股份有限公司	石斛礼盒	6.10	市场价格	是
	雅安市名山区蒙茶源茶厂、上海元祖食品有限公司	月饼礼盒、酒水	9.67	市场价格	是
合计			220.41		

③2023 年度

项目	支付对象	服务内容	金额	定价依据	是否公允
员工垫付招待费报销	公司销售人员	员工垫付招待费	145.76	据实报销	是
礼品采购	景德镇市廿四节气农产品有限公司	茶叶礼盒	9.62	市场价格	是
	上海三迤农副产品经营有限公司	茶叶礼盒	5.70	市场价格	是
	瑞祥全球购超市有限公司、上海贺礼商贸发展有限公司	礼品采购	1.44	市场价格	是
合计			162.81		

(3) 宣传展览费、业务招待费报告期内波动原因，与业务拓展活动的匹配性
报告期内，公司宣传展览费、业务招待费及营业收入变动情况如下：

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
营业收入	51,819.99	18.28%	43,810.74	3.07%	42,505.11
宣传展览费	340.51	-12.33%	388.42	91.56%	202.77
业务招待费	288.53	30.90%	220.41	35.38%	162.81

报告期内，公司业务招待费增长幅度略高于公司营业收入增长的幅度，与公司营业收入均成稳步上升的趋势；宣传展览费 2024 年度较 2023 年度增加较多，主要系公司 2024 年为提高公司在国内外的知名度，积极参加国内外的行业展会，致使 2024 年宣传展览费增长幅度较大，但因展会所带来的收入具有一定的延后性，故宣传展览费变动幅度与营业收入变动幅度不匹配。

综上所述，报告期内公司宣传展览费、业务招待费均为公司日常经营过程中由正常销售活动产生的费用支出，与公司业务拓展活动相匹配。

4. 结合资金流水情况，说明体外支付销售服务费的背景、原因，入账金额及入账时点是否准确，是否有其他利益安排或涉及利益输送情形

(1) 背景原因

中山卓丽优原为公司的贸易商，采购公司的某型胶产品向客户 B 供货，该型胶产品的价格系由其与客户 B 确定。公司直接向客户 B 供货后，公司向客户 B 销售该型胶的价格保持了中山卓丽优之前向客户 B 销售的价格。鉴于公司与中山卓丽优合作时间较长，且公司直接向客户 B 供货后，该型产品的售后服务仍由其承担，包括与客户 B 的商务谈判、客户关系维护、产品现场使用维护服务、定期技术交流、新车型新项目订单落实、产能增减量及排产协调沟通、退换货、催款结算等各项工作。鉴于其在该型产品定价谈判和服务方面的贡献，公司同意其变更为公司的销售服务商，并可根据该产品的销售情况收取销售服务费。

中山卓丽优由贸易商变更为销售服务商后，双方就服务商服务协议和服务价格条款进行了较长时间的协商在服务协议签订前，相关销售服务费一直未予支付。中山卓丽优由于经营资金需要，一直催促公司支付相关费用。在中山卓丽优的一再催促下，公司实控人吴海涛指定关联方上海渡景鸿自动化科技有限公司（以下简称“渡景鸿”）于 2024 年 3 月至 2024 年 10 月，陆续向中山卓丽优及其关联公司中山市新豪电子科技有限公司（以下简称“新豪电子”）转账了 1,806,890.60 元。2025 年 6 月，公司与中山卓丽优正式签署了《服务协议》，双方就服务的内容、服务费确定方式、服务费支付、服务的期限等一系列问题达成共识。随后，公司向中山卓丽优支付了相关销售服务费。截至 2025 年 6 月底，中山卓丽优及其关联公司新豪电子已将之前渡景鸿向其转账的 1,806,890.60 元全部归还，双方债权债务关系已结清。

（2）入账金额及入账时点

公司在 2024 年的年报中对相关销售服务费进行了计提，按照公司与对方就服务协议条款达成初步意向，确认 2024 年销售服务费为 1,450,083.76 元。2025 年 12 月，公司披露了《关于前期会计差错更正公告》，采取更为谨慎的方式确认销售服务费入账时点，将销售服务费确认时点调整为销售收入确认时，调整后 2024 年度销售服务费变更为 2,855,854.48 元，并调整计提 2023 年销售服务费 1,093,279.89 元。

（3）是否有其他利益安排或涉及利益输送情形

我们通过对相关各方走访了解该销售服务费发生的背景、原因、过程，通过对公司、实际控制人、关联方的资金流水，销售服务协议和销售服务费的明细计算表等的核查，确认公司关联方与销售服务商之间的资金往来，是在终端客户采

购政策发生变化，双方谈判期间，为了缓解销售服务商的资金压力的情况下发生的具有借贷属性的资金往来事项。公司与中山卓丽优达成确认意向后，公司完整确认了相关销售服务费，并及时支付给对方。因此，公司上述销售服务费的支付有其商业合理性和必要性，费用入账金额和入账时点准确，不存在其他利益安排或涉及利益输送情形。

5. 逐笔说明会计差错更正原因，对报告期财务状况和经营成果的影响，是否存在账外收入、代垫成本费用、利益输送等不合规情形，说明公司报告期内会计基础工作是否规范，后续整改措施有效性

(1) 会计差错更正的具体情况

2023 年度及 2024 年度，公司各主要会计差错更正事项对各期报表科目的影响情况具体如下：

会计差错更正原因	影响科目	影响金额	
		2024 年末/ 2024 年度	2023 年末/ 2023 年度
公司聘请外部销售服务商开展销售业务，因部分合同约定服务费支付金额与客户回款情况高度相关，因此公司按照实际收款金额配比计提销售费用；公司基于谨慎性原则，对销售服务费按照当期销售金额进行调整	应付账款	249.91	109.33
	未分配利润	-249.91	-109.33
	销售费用	140.58	109.33
公司财务人员对薪酬费用分配调整科目分录输入错误	营业成本		-181.24
	销售费用		181.24
根据权责发生制原则，对费用归属期进行重新厘定	应付账款	45.05	
	未分配利润	-45.05	
	销售费用	45.05	
盈余公积相应调整	盈余公积	-29.50	-10.93
	未分配利润	29.50	10.93

上述会计差错更正对公司各期主要财务数据的影响金额及比例如下：

期间/时点	项目	调整前	调整后	影响金额	影响比例
2024 年末/ 2024 年度	资产总额	53,014.37	53,014.37		
	负债总额	18,503.53	18,798.49	294.96	1.59%
	所有者权益合计	34,510.84	34,215.88	-294.96	-0.85%
	营业收入	43,810.74	43,810.74		
	营业成本	30,554.53	30,554.53		
	利润总额	6,799.67	6,614.04	-185.63	-2.73%
	净利润	6,106.71	5,921.08	-185.63	-3.04%
2023 年末/ 2023 年度	资产总额	42,493.17	42,493.17		
	负债总额	14,089.04	14,198.37	109.33	0.78%
	所有者权益合计	28,404.13	28,294.80	-109.33	-0.38%
	营业收入	42,505.11	42,505.11		
	营业成本	30,024.40	29,843.15	-181.24	-0.60%

	利润总额	6,769.03	6,659.70	-109.33	-1.62%
	净利润	6,035.98	5,926.65	-109.33	-1.81%

如上表所见，公司 2023 年度及 2024 年度的会计差错更正对公司资产负债表和利润表主要项目的影 响比例均在 4%以内，影响程度较低，相关偏差不会对报告期内公司财务状况和经营成果造成重大影响。

(2)是否存在账外收入、代垫成本费用、利益输送等不合规情形，说明公司报告期内会计基础工作是否规范，后续整改措施有效性

上述会计差错更正系公司对于企业会计准则理解不到位或者采取更为谨慎的口径所致，不存在账外收入、代垫成本费用、利益输送等不合规情形。

公司已建立较为完善的会计管理制度、会计内控制度。公司制定的会计政策符合《会计法》《企业会计准则》的要求，并与公司业务模式具有匹配性，会计处理方法选择恰当，且一贯执行；公司内部控制制度完整、合理且有效，能够适应公司的管理要求和发展需要。

公司已建立规范的财务会计核算体系，财务部门各岗位设置完善、分工合理，能够满足公司经营需要，财务部门主要员工具备相应的专业知识及工作经验，能够胜任相应的岗位工作。

报告期内，公司已采取充分的整改措施，不存在会计基础工作薄弱和内控缺失问题。

(二)研发费用核算规范性

1. 说明各期研发人员的数量及占比、学历构成、部门分布情况，研发人员人均薪资水平与同行业公司的对比情况；结合部门设置及工作内容、聘用形式等，说明研发人员的认定范围及依据；说明研发人员数量与研发项目数量变动趋势不一致的原因及合理性

(1)说明各期研发人员的数量及占比

报告期各期末，研发人员的数量及占比如下：

项目	2025 年末	2024 年末	2023 年末
研发人员数量	49	50	44
员工总人数	434	384	385
占比	11.29%	13.02%	11.43%

公司各期研发人员均为专职研发人员，各年占比分别为 11.43%、13.02%和 11.29%，较为稳定。

(2)研发人员学历分布情况

报告期各期末，研发人员学历背景分布情况如下：

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	人数	占比	人数	占比	人数	占比
研究生及以上	5	10.20%	4	8.00%	2	4.55%
专科及本科	30	61.22%	29	58.00%	26	59.09%
高中及以下	14	28.57%	17	34.00%	16	36.36%
合计	49	100.00%	50	100.00%	44	100.00%

报告期内，研发人员学历集中在专科及以上，各期占比分别为 63.64%、66.00%和 71.42%。公司部分研发人员的学历在高中及以下，主要系新产品开发过程需要由具备较为丰富的行业经验和熟练的制作技能的研发人员参与设备及工装调试、样件试制等工作。由于新产品开发阶段相关工艺不成熟，易出现样件变形、外观粗糙和尺寸不良等情形，需不断通过样件试制进行反馈，因此需较多研发人员从事设备及工装调试、样件试制、客户现场操作调整和示范等工作，相关工作一般由制作技能较为熟练的人员承担，对学历无较高要求。

公司 90%以上研发人员拥有胶粘密封胶(带)、NVH、汽车零部件及精密机械加工等行业三年以上工作经验，且主要从事胶粘密封胶(带)、NVH 产品开发、设备及工装调试、新产品试制等工作，具备丰富的行业经验和熟练的样件制作技能，能够胜任相关岗位专业要求。

综上，公司研发人员学历结构与其岗位职能相适配，整体学历分布具备商业合理性与行业合理性。

(3)研发人员部门分布情况

公司负责研发工作的核心部门主要为技术部和实验室。其中，技术部主要负责对现有产品的性能、质量与成本进行优化升级，并依据客户需求、市场导向及行业发展趋势，开展新产品、新技术、新材料与新工艺的研发设计工作，搭建企业技术基础平台与产品开发平台，推动设计方案从实验室小试向中试阶段转化，并为工厂试生产及商业化量产提供全流程技术支撑。实验室主要根据研发分析测试要求进行方法开发，为新产品的性能验证工作提供保障，此外收集竞品进行逆向分析（成分分析），形成竞品数据库，对研发的样品和竞品做性能对比分析，为研发提供如何改进的方向性建议，提升研发效率。

截至 2025 年 12 月 31 日，公司研发人员数量为 49 人，具体部门构成情况如下：

部门构成	部门主要职能	研发人员数量(人)	占比
技术部	1) 针对客户、市场需求或行业发展趋势进行新产品开发和老产品的提高改进； 2) 对工厂生产提供技术支持，能够开发新工艺并对现有工艺进行持续改进和优化； 为应用技术团队、业务团队和客户应用提供技术支持和培训。	29	59.18%
实验室	1) 对研发提出的新的分析测试要求进行方法开发，为新产品的性能验证工作提供保障；2)收集竞品进行逆向分析(成分分析)，并形成竞品数据库，为研发提供重要的情报信息；3)对研发的样品和竞品做性能对比，为研发提供如何提高的方向性建议，极大提高研发效率。	10	20.41%
应用技术部	配合研发部门进行新产品在客户现场的测试； 针对新产品推广为客户提供技术服务和培训。	6	12.24%
设备研发部	对现有生产设备进行自动化升级。 在产品研发阶段配合产品研发进行新的工装、设备、量具的设计和制造，以及设备、软件的系统集成。	4	8.16%

由上表所示，公司的研发人员主要来自于核心研发部门，即技术部和实验室，合计占期末研发人员的比重达到 79.59%，除此之外，还来自于应用技术部和设备研发部。

应用技术部研发人员主要配合核心研发部门开展下游应用支持工作，承担新产品客户现场测试、客户技术服务与培训、产品使用指导及设备参数配置等相关职责，是衔接研发端与客户应用端的关键桥梁。设备研发部人员主要负责现有生产设备的自动化升级改造，通过减少人工投入、提升生产过程的重复性与准确性来保障产品质量稳定，降低生产成本并增强市场竞争力；同时在产品研发阶段配合开展产品研发设计工作，开发新型工装、设备及量具等，以满足新工艺研发的实际需求。

(4) 研发人员人均薪资水平与同行业公司的对比情况

报告期各期，公司研发人员的平均薪酬水平和同行业可比上市公司的比较情况如下：

公司名称	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	人数	平均工资	人数	平均工资	人数	平均工资
硅宝科技	271	23.47	-	-	-	-
回天新材	302	32.02	286	29.13	286	31.02
科创新源	181	18.72	148	16.55	130	17.11
集泰股份	122	21.15	156	22.32	163	21.42
平均数	219	23.84	197	22.67	193	23.19
公司	50	20.64	47	20.73	41	20.60

注 1：上表中平均人数根据年初年末人员合计数量除以 2 计算得出，并四舍五入；计算各年度人数的平均数时，四舍五入

注 2：平均工资系各公司年报的研发费用中职工薪酬披露金额除以报告期各部门平均人数计算得出

注 3：硅宝科技公司 2023-2024 年报中未披露研发人员数量，故无法确定其研发人员的平均工资

注 4：各公司 2025 的年度报告尚未披露，故暂时无法确定 2025 年度的平均工资

报告期各期，公司研发人员薪酬水平略低于同行业可比公司均值，主要系可比公司回天新材的研发人员平均薪酬较高，拉高了平均值。回天新材业务覆盖领域较多，包括光伏、新能源汽车、电子等高端赛道，因此配备了规模较大、高学历人员占比相对较高的研发团队，显著高于行业平均水平，拉高了整体人均薪酬。

公司研发人员规模相对较小，且公司研发以应用型技术开发为主，团队结构以本科及成熟技术人员为主，薪酬水平与人员结构、业务规模及发展阶段相匹配，具备合理性。除去回天新材，公司研发人员平均薪酬与其他可比公司接近。

(5)结合部门设置及工作内容、聘用形式等，说明研发人员的认定范围及依据

根据公司内部《研发项目管理制度》中对研发人员的界定：公司的研发人员指直接从事研发活动的人员以及与研发活动密切相关的管理人员和直接服务人员。主要包括：在研发部门及相关职能部门中直接从事研发项目的专业人员；具有相关技术知识和经验，在专业人员指导下参与研发活动的技术人员；以及参与研发活动的技工等。

公司的研发人员均为全职研发人员，任职部门包括技术研发部、实验室、设备研发部和应用技术部，其任职部门和任职岗位均为研发工作所需而设立，独立于从事生产的生产制造部门和生产环节。涉及的具体工作岗位包括以下类别：

研发人员任职岗位	2025 年末人数	2024 年末人数	2023 年末人数
技术总工	1	1	1

实验室主任	1	1	1
研发主管及工程师	16	17	16
分析测试工程师	9	7	5
物性测试工程师	1	3	3
工艺开发工程师	11	8	6
项目管理人员	4	8	8
应用技术工程师	6	5	4
合 计	49	50	44

综上，上述人员的任职部门、工作内容、聘用形式等符合公司内部管理制度对研发人员认定的范围和标准，将上述人员划分为研发人员具备合理性。

(6)说明研发人员数量与研发项目数量变动趋势不一致的原因及合理性

2023 年-2025 年，各期研发项目数量分别为 18 个、15 个、13 个，呈逐年递减的趋势，主要系公司对研发项目按照工艺大类整合立项，单个研发项目因下游应用领域、对应的性能参数及规格要求不同，项目难度和所需的人员投入均存在差异，与项目数量没有直接对应关系。报告期内，随着公司业务规模持续增长，产品下游应用领域不断拓展，公司实际开展研发活动的需求增加。

2023 年-2025 年，各期研发人员数量分别为 44 人、50 人和 49 人，2024 年公司研发人员有较大幅度增长，主要系以下几点原因：1) 公司总体业务量在增长，且积极尝试进军新的行业，拓展新的产品和技术，需要配套的技术人员；2) 公司开始进入电子胶粘剂领域，电子胶行业客户通常要求在较短的时间内（通常 1 个月内）做出方案，需要增加人员数来缩短研发交期；3) 外资公司总体在缩减研发人员，公司择机录取部分从外资离开的优秀技术人员；4) 公司在研发投入期，需要适量技术人员作为研发后备力量，避免人员离职对项目交期有重大影响。

综上，研发人员数量与研发项目数量变动趋势不一致，主要系研发项目按照工艺大类立项，立项数量与研发项目难度和所需投入非线性相关。随着公司业务规模的增长，研发活动量和研发人员数量均呈现上升趋势，具备合理性。

2. 说明研发费用-直接投入的具体构成、用途、各期金额变动原因，与研发项目的匹配性，研发领料、使用、结存流程及内控措施，如何区分研发领料与生产领料，是否存在混淆情形，各期研发领料的投入产出及结存情况

(1)说明研发费用-直接投入的具体构成、用途、各期金额变动原因，与研发项目的匹配性

公司研发费直接投入是指公司为实施研究开发活动而实际发生的相关支出，主要包括研发活动领用的材料费用、试制产品检测费用和产品试制模具费：1)

材料费用包括实验室领用的材料，研发工单试制过程中耗用的直接材料、直接人工和制造费用，研发部门样品领用以及给赠送给客户试用的样品成本。上述归集的材料费用不包括研发工单形成合格品用于对外出售的完工入库成本，该成本在检验合格时记入存货，并在后续出售时结转销售成本；2) 检测费主要指为验证产品是否合格而发生的各项检测费用；3) 模具费是指为达到产品试制条件和实现产品技术参数而订做的模具费。

报告期各期，公司的研发费用-直接投入具体构成如下：

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
材料费用	554.11	85.67%	395.41	75.81%	665.81	93.97%
检测费	62.58	9.68%	61.09	11.71%	28.16	3.97%
模具费	30.10	4.65%	65.06	12.47%	14.59	2.06%
直接投入	646.79	100.00%	521.56	100.00%	708.56	100.00%

其中，材料费用占比最大，各期占比均在 75%以上。材料费用的构成如下：

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
研发废料	496.56	89.61%	348.14	88.04%	625.05	93.88%
实验室材料领用	41.16	7.43%	26.65	6.74%	25.74	3.87%
客户送样领用	14.03	2.53%	15.68	3.97%	13.93	2.09%
研发样品领用	2.37	0.43%	4.95	1.25%	1.09	0.16%
合计	554.11	100.00%	395.41	100.00%	665.81	100.00%

由上表可知，研发材料费用包括研发废料、实验室材料领用、研发样品领用、客户送样领用。其中，研发废料占比最大，各期占研发费用-直接投入的比例分别达 88.21%、66.75%、76.77%。直接投入-研发废料的具体材料类型构成如下：

序号	材料	2025 年度	2024 年度	2023 年度
1	结构密封专用板材/贴片	132.28	3.25	
2	填充/嵌缝/美缝类物料	77.45	71.74	49.28
3	丁基类密封防水物料	61.31	26.37	33.01
4	阻尼减震类物料	52.59	32.89	55.51
5	硅胶类密封防水/阻燃物料	48.52	19.10	10.44
6	EPDM/三元乙丙类防水卷材/带	41.68	85.88	165.31
7	绝缘/专用胶带类	11.11	4.16	55.59
8	铝箔复合类防护/密封物料	6.68	8.33	38.61
9	防水条/板/膜/卷材类	0.36	6.23	44.73
10	其他类物料	64.58	90.20	99.50
	合计	496.56	348.14	625.05

报告期内，报废的研发材料主要系结构密封专用板材/贴片、丁基类密封防水物料、EPDM 防水卷材胶、阻尼减震类物料等。结构密封专用板材/贴片主要用于“双组份聚氨酯原位发泡密封”项目中的密封用途；丁基类密封防水物料主要用以“低水汽透过率胶带开发”项目、“表面高平整度丁基胶带的工艺开发”项

目、“低延展抗撕裂丁基胶带产品开发”项目以及“高剥离防水卷材用热熔胶”项目中的密封用途；EPDM 防水卷材胶主要用于“夹铝网聚异丁烯卷材”项目、“可回收丁基胶带包材设计开发”项目以及“热固化耐高温胶带”项目中的防水用途；阻尼减震类物料主要用于“汽车低膨胀阻尼片开发”项目。相关材料的耗用能够与研发项目相匹配。

按项目归集的研发费用—材料支出如下：

项目名称	项目内容和目标	主要材料	2025 年度	2024 年度	2023 年度
低水汽透过率胶带开发	在 717D 的基础上降低硬度(提高针入度)，提高流动性和对基材的润湿粘接性，同时使得挤出成型表面更光滑。必要时使用真它喂料挤出使得气孔最小。	丁基胶带、夹铝网复合泛水带、光伏组件封边胶带、铝箔胶带等	-	14.19	17.61
家装防水密封产品性能改进和应用开发	基于 829，增加白度，降低粘度情况下提高硬度，提高与不同基材的粘接能力。	PVC 厨卫防腐胶带、TPE 复合防水套、防水条、美缝剂等	-	-	-
磁性热熔阻尼片制备技术开发	开发一种高性能热熔阻尼片，由聚异丁烯 Tg 聚合物、阻尼因子、高磁强度磁粉、空心玻璃微珠和有机纤维材料，醛类去除剂等等共同反应生成的高分子材料。采用高分子材料为主体，配合醛类去除剂的使用，使得加工和成品无有出物质释放，无气味。	EPDM 条、阻尼垫、绝缘胶带、止震垫、铝箔贴片、阻燃铝箔胶带等	-	-	104.44
夹铝网聚异丁烯卷材	通过超高分子量聚异丁烯橡胶和聚烯烃混合使用，避免沥青的使用，使得加工和成品无毒并能有害物质释放；同时维持高粘度和易加工性。	EPDM 夹铝网带、夹铝网泛水带、铝网三元乙丙复合卷材、EPDM 条等	-	103.07	182.57
表面高平整度丁基胶带的工艺开发	研究丁基胶带挤出成型及定型工艺，提高丁基胶表面平整度，降低产品收卷后产生流变和气孔的风险，减少产品变形。使用水冷的冷却处理方案，制造水冷设备，在挤出产品后直	丁基胶带、铝箔胶带、挡水板、丁基胶片、防水膜、PE 膜胶带等	-	-	169.32

	接进行冷却，然后进行干燥处理与收卷包装。				
可回收丁基胶带包材设计开发	研究可回收的包材方式包装丁基胶带，提高包装强度，保证产品运输过程质量的同时通过周转可回收使用的方式，降低整体的包装成本。	EPDM 夹铝网胶带、丁基胶带/片/块/条、排水板三明治、PVC 填充条、防腐铝箔胶带、阻尼板、丁苯橡胶、防水胶泥、自粘型橡胶薄板、铝箔阻尼条、腻子钢板止水带、PE 防水条等	157.12	67.43	-
低延展抗撕裂丁基胶带产品开发	开发初粘力高、持粘高特点的丁基胶料，设计特殊基础摸具使得能够在织物双面一次成型涂布。	丁基胶条、耐高温密封胶带、夹铝网复合泛水带、保温胶泥、夹筋丁基胶带等	-	21.94	5.14
自限位丁基密封胶	在 6661500 封胶基础上降低年度，改善拉丝性能，热老化不开裂，增加尼龙颗粒。	丁基密封胶等	-	-	0.09
反应型工程胶产品开发	改进已有的双组份硅酮胶(如 7979AB)以符合设定要求，并重点关注电气性能。本项目完成反应型工程胶的硅胶开发，胶膜固化后具有优异耐紫外和粘接特性。	耐高温密封胶带、工装橡胶、补强胶片、均压用胶泥、硅酮密封胶等	-	11.04	53.91
阻燃硅橡胶泥产品研发	针对建筑市场中防火要求的开孔墙体，开发硅橡胶产品，增加防火、膨胀功能，采用密炼机混炼方法炼胶加挤出机挤出后切片。	透明色硅胶片、阻燃硅橡胶泥、硅胶阻燃腻子等	-	-	9.31
耐蠕变电力绝缘胶带	开发进口绝缘胶带的替代，在已有的 EPDM 胶带基础上扩展提高拉伸强度，击穿电压以及高温缠绕不开裂。产品结构设计为多层复	防水绝缘胶带、顶盖后阻尼板、阻尼片、阻尼胶片、丁基胶、止震垫、	-	118.13	52.71

	合结构,背衬和自粘层分别提供迁都和自愈合性能,兼具柔性制造和效率。	阻燃铝箔胶带、半导电带、阻燃腻子胶片等			
高剥离防水卷材用热熔胶	利用已有 669 和 780T 等热熔胶基础上开发丁基和 SBC 杂化的丁基热熔胶,使用捏合机混合,改善了普通丁基胶的内聚力、剥离力,改善了涂布性能,耐高低温,防水性能更加优良。	丁基热熔胶、热熔胶等	-	1.7	0.69
低湿气透过率家装产品包材设计开发	开发出具有超低水汽透过率的复合包装材料,将家装水性密封胶产品保质期从原 3 个月提升至 12 个月,达到行业领先水平。	PVC 防水条、PE 防水条、PVC 厨卫防霉胶带、美缝贴、美缝剂等	-	5.49	29.25
双组份聚氨酯原位发泡密封	使用本土聚醚或聚酯,使用低气味催化剂,较长的起泡时间,较快的脱(表干)速度,优异的粘结力。	密封门板、双组分发泡胶等	117.85	0.84	-
汽车空腔 3D 膨胀胶	本项目主要是针对自车身 NVH 系统来进行探讨,产品包括空腔隔断(baffle)系统,包括结构增强(ECS)系统等。	顶盖后阻尼板、发泡型高倍率补强胶片、门槛增强贴片、PAD、3D 膨胀片、密封门板等	13.88	3.75	-
热固化耐高温胶带	在测试上可参考 662B 测试方法,但是温度变为 427℃。材料需要寻找耐高温硅胶如苯基硅胶等。	耐高温密封硅胶带、EPDM 夹铝网胶带、夹铝网泛水带、EVA 胶带、密封板等	10.76	0.56	-
顶棚聚烯烃热熔胶开发	使用以聚烯烃、APAO、氢化树脂为主要材料,使用特殊对 PP 有特殊粘接力的添加剂,开放时间长,初粘力优异。	热熔胶等	10.65	-	-
汽车低膨胀阻尼片开发	在已有的阻尼胶片基础上扩展提高剥离强度,高温不膨胀,不滑移	顶盖后阻尼板、丁基阻尼片、丁基胶带、雷达止震垫等	148.95	-	-

建筑用防火密封胶开发	具有良好的流动性和可操作性，便于填充各种形状和尺寸的缝隙和孔洞的防火封堵填缝胶。	三棵树趣森活美缝修边、氟碳膜丁基胶带、单面胶片、灰色塑钢泥等	35.43	-	-
紧固件用UV密封胶开发	在紧固件上起到良好的密封性，同时具有优良的耐化学性及抗震性能，确保在不同环境下保持稳固的连接。	密封胶等	0.21	-	-
高强度工装橡胶开发	采用高分子聚异丁烯和氯化丁基橡胶复配，并使用金属氧化物作为硫化剂；引入熔点90-100℃的费托蜡配合工艺上采取低温过滤挤出喂料工艺进一步降低未分散的材料颗粒进入压延成型工艺，避免压延前的预硫化，改善产品外观。	工装橡胶、挡胶条等	1.71	-	-
合计			496.56	348.14	625.05

研发费用-直接材料投入的变动主要受研发废料金额波动影响，系各报告期研发项目推进周期性不同、项目之间试制用料差异所致。

2024 年度研发废料金额较上年有所降低，主要系：1) “夹铝网聚异丁烯卷材”项目在 2023 年处于 S4 试产阶段，因项目试验难度较大、客户对性能指标要求较高需要不断试制，该阶段产生大量报废；在 2024 年随着操作员工操作技能熟练程度提高，调机报废品的数目显著降低，该项目于 2024 年底结项；2) “反应型工程胶产品开发”项目在 2023 年中有部分批次由于灌装过程中水分超标导致保质期变短，造成显著批次性的报废；2024 年随着氮气保护等硬件的增加以及研发人员试产经验的提升，保质期短和其他性能导致试产失败造成的损失显著降低；3) “RH0004 磁性热熔阻尼片制备技术开发”、“磁性热熔阻尼片制备技术开发”两个项目均于 2023 年初达到 S4 试产阶段，材料耗用较多，2023 年底结项关闭，2024 年无研发投入。

2025 年度研发废料金额较上年有所提高，主要系：1) “可回收丁基胶带包材设计开发”项目，于 2025 年进入 S4 试产阶段，在试产前期出现批次不稳定导致较多产品和材料报废，同时由于客户线上测试需使用较大量的免费样品，导致材料耗用偏高；2) “双组份聚氨酯原位发泡密封”项目，于 2025 年进入 S4 试产

阶段，在试制过程中造成较多批次不合格胶，因清理和回收的人工费用太高而选择直接报废；3)“汽车低膨胀阻尼片开发”是2025年立项的新项目，在下半年进入中试（S3）和试产（S4）阶段，由于挤出模具、挤出参数在线调试造成大量不合格的阻尼片以及模切导致的边角废料，无法进行拆除和回用，只能作报废处理。

（2）研发领料、使用、结存流程及内控措施

公司研发活动领料包括研发样品生产线研发领料及实验室研发领料两种情形，两类研发领料的具体业务流程与内部控制措施说明如下：

1) 研发样品试制领料

需要生产线协助试制的研发活动均由发起研发样品生产通知单开始，试制过程中报废的材料均根据样品生产通知单和对应的工单进行归集。业务员对接客户的产品需求，与研发人员沟通后确认是否需要研发，在ERP系统中发起样品生产通知单，或研发人员通过与业务员沟通或自发确定研发需求，由客服发起样品生产通知单。生产计划部根据样品生产通知单进行排单，安排生产。项目经理分配样品生产至技术研发部研发人员。研发人员对样品研发可行性进行分析，拆解研发所需材料，在ERP系统中填入链接至样品生产通知单的工单（包括搅拌单、挤出单等），工单经由技术经理、生产经理审批后，由生产经理交至仓储部，经仓管员签字，由仓储部将材料派送至各车间，材料出库时同步扫码登记。

研发样品生产单完成后，相应的生产成本每月底全部转入研发支出（过渡科目），其中经检验合格的研发样品成本从研发支出中结转出去，计入库存商品，试制过程中形成的废料就留在研发支出中，结转计入研发费用科目。研发活动中对新产品进行工艺验证时的直接投入，包括分摊的人工成本和制造费用等也属于直接投入费用。

2) 实验室领料

针对有实验室试验需求且无需生产线协助试制的研发活动，研发人员根据研发项目实际需求梳理拟领用材料，手工填制领料单并经技术总工审批后提交仓储部，由领用人与仓管员共同签字确认后办理材料领用手续，相关材料费用计入研发费用。

（3）如何区分研发领料与生产领料，是否存在混淆情形

生产领料审批流程如下：由客服部发起生产通知单，对应生产通知单编号以

“KJ/S”为前缀。订单满足起订量要求后，生产通知单自动推送至生产计划部，经生产计划部经理审批。生产计划部依据生产通知单组织排产并执行生产安排，仓储部根据审批通过的生产通知单向各生产车间配送原材料。

公司研发领料与生产领料实行严格区分，研发领料由客服部/研发部发起样品生产通知单，对应生产通知单编号以“KJ/JY”为前缀，由技术总工对是否属于研发活动进行判定勾选，并经工艺科长二次复核确认；经判定为研发活动的生产通知单所对应的工单领料，界定为研发领料。生产领料由客服部发起生产通知单，对应生产通知单编号以“KJ/S”为前缀；同时包含经判定不属于研发活动的“KJ/JY”前缀生产通知单所对应的工单领料。

前述生产通知单及工单均由系统自动生成，财务部核算领料成本时，依据生产通知单编号按月归集成本，能够对研发领料与生产领料实现准确区分，二者不存在混同情形。

(4) 各期研发领料的投入产出及结存情况

公司各期研发领料投入大部分形成研发试制品；其余研发领料在试制过程中形成主要由改性丁基胶、聚氨酯、硅胶、包材、铝箔及离型纸覆面材料等构成的不符合预期性能标准的废料，难以回收利用或回收利用成本大于利用价值，不能给公司带来经济利益的流入，因此公司未将废料确认为资产，在进行会计处理时计入研发费用。

报告期内，公司各期研发投入产出情况如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
研发材料投入	2,980.99	2,139.84	3,712.20
研发样品材料成本	2,484.43	1,791.70	3,087.15
研发废料成本	496.56	348.14	625.05
投入产出比	83.34%	83.73%	83.16%

由上表可知，各期的研发材料投入产出比较为稳定，均在 83%左右。

3. 说明公司研发过程中产出的产品或副产品相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定，研发产品成本核算的合理性，最终实现销售的试制品的具体类型、金额及占比

(1) 公司研发过程中产出的产品或副产品相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定

研发过程中形成的测试样品的后续用途包括以下几类：对客户进行免费送样；研发部门领用；对外销售。

对于客户进行免费送样的研发样品和研发部门领用的研发样品，由于该部分研发样品仅为试制样品、不对外收取费用，免费送样和研发部门领用是为了获取样品的生产性能参数，后续可能进行持续的优化和改进，因此公司将相关费用在发生时计入研发费用；

研发过程中形成的可对外销售的产成品，研发样品入库时计入库存商品科目，后续向客户形成销售时，公司依据销售金额确认收入，同时结转主营业务成本。根据《财政部关于印发〈企业会计准则解释第 15 号〉的通知》（财会〔2021〕35 号）（以下简称“财会〔2021〕35 号文”），企业将研发过程中产出的产品或副产品对外销售（以下简称“试运行销售”）的，应当按照《企业会计准则第 14 号-收入》、《企业会计准则第 1 号-存货》等规定，对试运行销售相关的收入和成本分别进行会计处理，计入当期损益，不应将试运行销售相关收入抵销相关成本后的净额冲减固定资产成本或者研发支出。公司财务核算中，针对研发过程中产出的产品，经检验合格后，能实现销售的，相关材料成本、直接人工及间接费用支出在产品入库时由研发费用转入存货，售出时所形成的收入和对应的成本分别进行会计处理，并计入当期损益。

综上，以上对研发过程中产出的产品或副产品的会计处理方式符合《企业会计准则第 14 号-收入》《企业会计准则第 1 号-存货》《企业会计准则解释第 15 号》等相关规定。

（2）研发产品成本核算的合理性

1) 研发产品成本归集和分配

研发产品生产成本主要包括直接材料、直接人工、制造费用等。公司按照研发工单归集和核算研发产品成本；完工产品入库和成品销售出库采用月末一次加权平均法结转完工产品成本和销售出库成本。具体情况如下：

① 直接材料归集与分配

原材料按照购入的实际成本入账，原材料领用时，根据领料单的实际领料情况确定领用数量，按照月末一次加权平均法确定领用材料的成本。按照研发工单的实际领用的原材料金额归集直接材料成本。

② 直接人工归集与分配

直接从事研发产品试制人员的薪酬（工资、奖金、职工福利、社会保险和住房公积金等），按照各工序工单的生产工时在各工单成本中进行分配。

③ 制造费用归集与分配

车间管理人员和质量管理人員等间接人員薪酬（工资、奖金、职工福利、社会保险和住房公积金等）、以及车间耗用的水电费、机器设备折旧等，在实际发生时计入制造费用，月末按照各工序研发工单的工时分配记入工单成本。

2) 研发产成品成本结转方法

研发产品完工入库时，产成品以产品为核算对象，将完工入库的工单成本结转至产品成本；产品发出时，采用月末一次加权平均法将库存商品结转至发出商品；符合收入确认条件时，将研发产品或发出商品采用月末一次加权平均法结转至营业成本。

报告期内，公司研发产品成本核算方法保持一致，未发生变动。

(3) 最终实现销售的试制品的具体类型、金额及占比

报告期内，公司最终实现销售的试制品的具体类型、金额及占比情况如下：

项目	2025 年度	占比	2024 年度	占比	2023 年度	占比
丁基胶	1,482.31	49.95%	1,432.17	66.93%	2,589.54	69.52%
其他胶类产品	860.57	29.00%	199.25	9.31%	217.28	5.83%
家装密封产品	234.15	7.89%	231.07	10.80%	799.76	21.47%
水性涂料	103.68	3.49%	145.46	6.80%	0.84	0.02%
硅酮胶	12.20	0.41%	22.41	1.05%	98.12	2.63%
其他	274.49	9.26%	109.40	5.11%	19.57	0.53%
合计：	2,967.40	100.00%	2,139.76	100.00%	3,725.11	100.00%

4. 说明研发费用-其他的具体构成、核算方法，最新一期金额大幅上升的原因

(1) 报告期内，研发费用-其他的具体构成如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
股份支付	62.95		
专利费及注册代理费	40.16	25.17	46.17
差旅费	39.21	24.53	3.66
咨询服务费	28.10	47.14	27.75
其他小额费用	8.59	8.38	4.23
合 计	179.01	105.22	81.81

(2) 研发费用-其他的核算方法

报告期内，公司研发费用-其他主要包括股份支付、差旅费、咨询服务费、专利费及注册代理费及其他小额费用。

差旅费主要系核算研发人員根据项目情况发生的差旅费用，报销时，据实计入相应的研发项目；咨询服务费主要系核算公司外购技术服务费用，据实计入相应的研发项目；专利费及注册代理费主要系核算公司专利购买或申请费用以及相

关代理费，据实计入相应的研发项目；修理费主要系核算公司实验设备维修的费用，据实计入相应的研发项目；其他主要系小额零星的费用，据实计入相应的研发项目。

股份支付系核算以权益结算的股份支付换取公司研发人员服务的费用。2025年6月，公司应用技术部副总监陈新毅通过持股平台上海齐佳企业管理合伙企业（有限合伙）间接持有公司股份136,640股，对应股份支付确认金额计算过程如下：

姓名	职位	合伙企业 份额	持有公司 股份数量	授予 价格 (元/股)	公允 价值 (元/股)	确认的 股份支付费用 (元)
陈新毅	应用技术部 副总监	2,000,000	136,640	14.64	19.24	629,521.14

(3)最新一期金额大幅上升的原因

公司最新一期研发费用-其他的金额大幅上升，主要系差旅费和股份支付增加。差旅费增加主要系公司研发方向与市场动向紧密结合，随着公司业务量增长，公司不断根据客户需求改进产品性能或推出新的产品，研发人员出差考察市场技术发展情况及客户需求的频次提高，故差旅费也随之增长。股份支付增加系2025年6月确认了公司应用技术部副总监陈新毅的股份支付费用。

(三)核查程序及结论

1. 核查程序

针对上述事项，我们实施了以下核查程序：

(1)获取公司销售费用明细，销售员工资表，员工花名册等资料，了解销售费用构成情况及报告期内的变化情况，分析销售费用率高于可比公司、销售服务费增幅较大的原因及合理性；

(2)访谈公司销售负责人及财务负责人，了解公司采取销售服务商销售产品的背景和原因，选取销售服务商的标准，提供销售服务的内容，销售服务费的计提方式和标准，与相关服务商合作的历史等；获取销售服务合同，复核销售服务费的计提方式和标准，从企查查等网站查阅相关主体的工商资料，对主要的销售服务商进行走访、函证，查阅原始入账凭证，进行付款等细节测试，查阅同行业上市公司销售服务费情况，分析销售服务费与对应客户销售金额的匹配性；

(3)获取公司宣传展览费、业务招待费明细，结合展览费、招待礼品购买合同等分析波动原因，与业务拓展活动的匹配性；

(4)从天眼查app，国家企业信用信息公示系统等查阅相关主体的工商资料，

获取渡景鸿的工商档案，了解相关主体中山卓丽优、新豪电子、渡景鸿公司的股东信息、注册资本、实缴资本、实际控制人、主要经营管理人员等信息，并确认相关主体之间，以及与公司之间是否存在关联关系；

(5)对中山卓丽优、渡景鸿公司进行实地走访，对其实控人进行访谈，对公司实控人、副总经理进行访谈，了解相关业务的历史背景、原因，相关业务的操作流程，定价依据，结算方式，物流方式等，对相关业务逻辑及商业合理性进行判断；

(6)核查了2023年5月之前公司向中山卓丽优销售该型胶产品的价格等销售资料和2023年5月之后公司向客户B销售该型产品的价格等销售情况，复核了销售服务费计算明细，以及销售合同、服务协议等资料；

(7)对公司银行账户资金流水和关联自然人银行账户资金流水进行核查；

(8)获取并复核前期差错更正相关的资料，分析会计差错更正对相应期间财务报表主要财务指标的影响情况，检查其会计处理是否正确；访谈公司财务总监，了解公司各项会计制度和内部制度的执行情况和财务部门岗位和人员的设置情况；

(9)获取公司员工名册、研发人员名单，对研发人员的学历、专业背景、从业年限、所属部门及岗位内容等维度进行分析研发人员认定的范围是否准确合规；获取公司研发工资明细，分析报告期内公司研发人员薪酬情况，查阅同行业可比公司年度报告，与公司进行比较，分析差异原因；获取公司研发项目台账，向研发部门负责人了解研发项目变动趋势和研发人员变动趋势不一致的原因；

(10)获取公司研发材料按项目归集汇总表，核查计入研发费用直接投入的材料构成，分析各期不同项目研发材料耗用的变动合理性与匹配性；获取公司《研发项目管理制度》，分析研发领料流程，内控制度是否完整合规；抽取研发领料单样本、研发样品生产通知单、研发工单等，核查单据审批流是否完整、规范，分析领料相关内控制度是否实际得到执行，研发及生产领料是否有混淆情况；查阅公司研发样品入库及销售、研发废料入库等相关台账，分析研发材料的投入产出比是否合理；

(11)查阅公司报告期内收入成本明细表，核查是否存在研发样品销售，向公司财务总监了解研发过程中产出的产品或副产品相关会计处理及研发产品成本核算的方法，判断是否符合《企业会计准则》的规定；获取最终实现销售的试制

品明细，统计其金额及占比；

(12) 获取公司研发费用-其他明细，向公司财务总监了解其核算方法，分析其在报告期内的变化情况。

2. 核查结论

(1) 报告期内，公司销售费用率高于可比公司，销售服务费增幅较大，具有合理性；

(2) 同行业可比公司也存在销售服务费的情况，销售服务费符合行业惯例；公司销售服务费与对应客户销售金额具有匹配性；

(3) 报告期内公司宣传展览费、业务招待费均为公司日常经营过程中由正常销售活动产生的费用支出，与公司业务拓展活动相匹配；

(4) 由于终端客户采购政策发生变化，中山卓丽优由贸易商变更为销售服务商，后续继续承担相关服务工作，向其支付销售服务费具有合理商业逻辑和理由。公司已将相关销售服务费完整计入 2024 年和 2023 年财务数据，入账金额和时点准确，不存在其他利益安排或涉及利益输送情形；

(5) 公司 2023 年度及 2024 年度的会计差错更正不会对报告期内公司财务状况和经营成果造成重大影响；上述会计差错更正系公司对于企业会计准则理解不到位或者采取更为谨慎的核算口径所致，不存在账外收入、代垫成本费用、利益输送等不合规情形；报告期内，公司会计基础工作规范，公司已采取充分的整改措施，不存在会计基础工作薄弱和内控缺失问题；

(6) 公司研发人员认定符合相关规定的要求，结合部门设置、工作内容和聘用形式等多维度判断研发人员划分准确，报告期各期末，公司研发人员均为专职人员；公司研发人员学历结构与其岗位职能相适配，整体学历分布符合行业惯例；公司研发人员薪酬水平略低于同行业可比公司均值，主要系可比公司回天新材因其业务规模较大、配备较多高端研发人员从而拉高了研发人员平均薪酬，除去回天新材，公司研发人员平均薪酬与其他可比公司接近；报告期内，研发人员数量与研发项目数量变动趋势不一致，主要系研发项目立项数量与研发项目难度和所需投入非线性相关。随着公司业务规模的增长，研发活动量和研发人员数量均呈现上升趋势，具备合理性；

(7) 报告期内，公司研发直接投入主要系研发材料耗用，材料种类与各研发项目性质相匹配，材料耗用金额与各研发项目进度相匹配，变动主要受研发项目

周期影响，具有合理性；研发领料和生产领料能够明确区分，不存在混淆情形；公司研发会形成研发样品，相关的会计处理符合《企业会计准则》要求；研发活动所领用材料未形成合格研发样品的作为废料入库，不存在对外销售的情形；报告期各期，研发材料的投入产出比稳定在 83%左右，具备合理性；

(8)报告期内，公司研发过程中产出的产品或副产品相关会计处理符合《企业会计准则》的规定，研发产品成本核算合理；

(9)报告期内研发费用-其他的具体构成、核算方法无异常，最新一期金额大幅上升的原因具有合理性。

(四)说明对体外支付服务费认定及完整性的核查过程、核查依据是否充分并发表明确核查意见

1. 核查程序

(1) 查阅工商档案

从天眼查 app，国家企业信用信息公示系统等查阅相关主体的工商资料，获取渡景鸿的工商档案，了解相关主体中山卓丽优、新豪电子、渡景鸿公司的股东信息、注册资本、实缴资本、实际控制人、主要经营管理人员等信息，并确认相关主体之间，以及与公司之间是否存在关联关系。经核查，新豪电子为中山卓丽优关联企业，中山卓丽优和新豪电子与公司、吴海涛、渡景鸿之间均不存在关联关系，渡景鸿为吴海涛参股 40%的关联企业。

(2) 实地走访

我们对中山卓丽优、渡景鸿公司进行实地走访，对其实控人进行访谈，对公司实控人、副总经理进行访谈，了解相关业务的历史背景、原因，相关业务的操作流程，定价依据，结算方式，物流方式等，对相关业务逻辑及商业合理性进行判断。

(3) 业务核查

我们分别核查了 2023 年 5 月之前公司向中山卓丽优销售该型胶产品的价格等销售资料和 2023 年 5 月之后公司向客户 B 销售该型产品的价格等销售情况，复核了销售服务费计算明细，以及销售合同、服务协议等资料。经核查，公司向客户 B 销售的每一笔订单都有清晰的销售服务费计算依据，按照向客户 B 销售价格减去之前向中山卓丽优销售价格的差额全额计提销售服务费，并按照客户 B 开出的债权凭证到期收到货款现款后支付销售服务费。因此，从公司向中山卓丽优

和客户 B 销售该型胶产品前后对比来看，公司获得的净收益并未发生变化，不存在其他利益安排或输送利益的情况，计提的销售服务费清晰可查。

(4) 流水核查

我们核查了公司银行账户资金流水和关联自然人银行账户资金流水，与本次支付销售服务费相关的资金流水账户主要涉及吴海涛个人银行账户、上海渡景鸿自动化科技有限公司银行账户。

经核查，上海渡景鸿自动化科技有限公司注册资本 1,000 万元，周朝勇出资 550 万元，占比 55%，吴海涛出资 400 万元，占比 40%，周在康出资 50 万元，占比 5%。2023 年 2 月-2024 年 10 月，吴海涛分多笔向渡景鸿认缴出资款共计 395 万元。2024 年 3 月-2024 年 10 月，渡景鸿分 9 次向新豪电子共计转账 1,048,790.60 元。2024 年 3 月-2024 年 10 月，渡景鸿分 5 次向中山卓丽优共计转账 758,100.00 元。2024 年 3 月-2024 年 10 月，渡景鸿向中山卓丽优和新豪电子共计转账 1,806,890.60 元。

2025 年 3 月-2025 年 4 月，中山卓丽优分 2 次向渡景鸿共计转账 501,700.00 元。2025 年 6 月底，中山卓丽优及其关联公司新豪电子已将之前渡景鸿向其转账的剩余款项全部归还，双方债权债务关系已结清。

除上述银行流水外，吴海涛个人银行账户未与中山卓丽优及其关联方银行账户发生资金往来，亦未与其他客户或者供应商账户发生资金往来。渡景鸿银行账户未与公司其他关联方以及客户或者供应商银行账户发生资金往来。

(5) 获取公司 2024 年报及前期会计差错更正公告

我们获取了公司 2024 年年报及前期会计差错更正公告，确认相关销售服务费的计提确认金额及入账时点以及调整情况等。

2. 核查结论

中山卓丽优是公司多年合作的贸易商客户，由于终端客户采购政策发生变化，导致中山卓丽优由贸易商变更为销售服务商，继续承担后续关系维护、产品现场使用维护服务、定期技术交流、新车型新项目订单落实、产能增减量及排产沟通协调、退换货、催款结算等各项工作，向其支付销售服务费具有合理商业逻辑和理由。公司已将相关销售服务费完整计入 2024 年和 2023 年财务数据，入账金额和时点准确。我们已通过查阅工商档案、实地走访、业务逻辑分析、银行流水核查等多种方式对上述销售费用事项进行核查，确认上述核查结论准确、真实。

(五)按照《2号指引》2-18 资金流水核查的相关要求核查，并提交资金流水核查专项说明

我们已根据《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第2号》中“2-18 资金流水核查”的相关要求获取核查对象的资金流水并履行相应核查程序。经核查，我们认为：报告期内，公司销售服务费相关不规范情形已得到及时纠正，中介机构通过加强内控培训、完善内控制度建设等措施，进一步强化了公司内控管理与监督机制。公司内部控制健全有效，不存在体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形。具体内容详见《关于科建高分子材料(上海)股份有限公司资金流水核查的专项说明》。

(六)按照《2号指引》2-4 研发投入相关要求核查并发表明确意见

1. 核查程序

(1)获取公司《研发项目管理制度》《研发费用核算制度》等制度，评价研发相关内部控制制度是否健全，评价研发相关的关键内部控制的设计与执行；

(2)获取公司研发费用明细账，检查研发费用明细项目的设置是否符合规定的核算内容与范围，复核研发费用的核算是否准确；获取公司研发费用明细账，查阅同行业可比公司研发费用公开数据，分析公司研发费用构成情况；

(3)获取公司各期花名册、研发人员统计表，访谈公司研发负责人，了解报告期内公司是否存在研发人员兼任非研发岗位的情况；查阅同行业可比公司招股书、定期报告等文件中披露的研发人员认定情况及研发人员变动情况，核查公司研发人员认定的合规性；获取公司工资表、研发工时表，复核计入研发费用的职工薪酬是否正确；

(4)获取并复核公司研发项目领料单，核实研发费用直接投入归集是否准确；抽查研发投入中差旅费等其他费用的报销凭证，核实差旅费等其他费用归集是否准确。

(5)获取公司研发材料按项目归集汇总表，核查计入研发费用直接投入的材料构成，分析各期不同项目研发材料耗用的变动合理性与匹配性；向研发负责人了解研发项目的开展情况，分析项目周期性变化对研发费用直接投入的影响；

(6)访谈公司管理层，了解研发样品的去向及相关会计处理，查阅相关企业会计准则，复核与研发样品相关的会计处理的合规性。

(7)了解公司研发活动与其他生产经营活动是否存在共用设备、产线、场地

等资源的情况及分摊标准；

(8) 查询公司研发项目明细表，获取研发项目相关文件，检查主要研发项目立项文件、阶段性材料等；访谈公司研发负责人，了解公司的研发成果，核查公司主要研发项目的产品销售情况。

(9) 获取公司股份支付凭证、员工持股平台增资决议等有关资料，核查股份支付的定价依据以及在成本费用中的分摊逻辑，分析股份支付计入研发费用的分摊依据及合理性；

(10) 获取公司财务报表和研发费用明细清单，核查公司是否存在研发费用资本化情形；

(11) 获取并查阅公司合作研发协议，了解合作背景、合作方基本情况以及是否与公司存在关联关系、相关资质、合作内容、合作时间、主要权利义务、知识产权的归属、收入成本费用的分摊情况；；

(12) 检查公司研发项目、研发投入等相关信息披露是否完整。

2. 核查结论

经核查，我们认为：

(1) 报告期内，公司研发人员均为全职研发人员，每月的研发工时占考勤工时的比例为 100%，其薪酬全额计入研发费用，不涉及在研发费用与其他成本费用科目之间的分配。对于同时参与多个研发项目的研发人员，按其参与各研发项目的工时占比，将薪酬分配至对应的研发项目，公司研发人员薪酬支出相关核算及内部控制制度健全有效；

(2) 研发人员的专业背景、能力经验与研发项目需求匹配，具备从事研发活动的的能力，真正从事研发活动并作出实际贡献，属于公司研发工作所需的必要人员，公司研发人员的认定标准符合相关规定，与同行业可比公司不存在显著差异，相关标准在报告期内得到一贯执行；

(3) 公司研发费用按照项目进行归集和开支，能够准确区分研发活动和生产活动；

(4) 报告期内，公司研发直接投入主要系研发材料耗用，材料种类与各研发项目性质相匹配，材料耗用金额与各研发项目进度相匹配，变动主要受研发项目周期影响，具有合理性；

(5) 公司研发部门有独立的办公场地，存在研发样品试制使用生产设备进行

小批量生产的情况，共用产线相关人员薪酬及设备折旧按生产工时分摊。水电费、折旧摊销能在研发活动与生产活动之间明确区分、准确归集与核算，不存在成本费用混同的情形；

(6)报告期内，公司研发过程中产出的研发样品相关会计处理符合《企业会计准则》的规定；

(7)报告期内，股份支付计入研发费用的定价、分摊依据充分，确认时间和计算过程准确，符合企业会计准则规定；

(8)报告期内，公司不存在研发支出资本化的情况；

(9)报告期内，公司与东华大学开展技术合作，并签订相关合作协议，经核查，项目合作背景、合作方基本情况、相关资质、合作内容、合作时间、主要权利义务、知识产权的归属、收入成本费用的分摊情况均有明确条款，不存在产权纠纷的情况。

综上所述，报告期内公司研发投入归集准确，相关数据来源及计算合规，相关信息披露完整、准确。

六、关于其他财务问题

(1)长期资产核算准确性。根据申请文件，发行人在建工程“改扩建工程”中办公楼于2025年上半年达到预定可使用状态，当期转固金额10,700.27万元。发行人以前年度收购荷亚装饰形成商誉790.44万元，未计提减值准备。请发行人：①列示主要在建工程项目转固的范围、条件、时点、依据、开始计提折旧的时间，结合竣工验收情况、投入使用情况，说明转固是否及时；说明在建工程入账依据是否准确，是否存在其他无关成本费用混入在建工程的情形，各期在建工程资本化、费用化利息情况、具体计算依据，是否符合《企业会计准则》的规定。②说明各期主要设备及工程供应商的基本情况，如成立时间、注册资本、主营业务、经营规模、股权结构及主要经营人员等，各期的采购内容、金额、占比及期末付款结算情况，相关交易价格的公允性；说明工程及设备类供应商是否与发行人及其关联主体、客户或其他供应商等存在关联关系，以及是否存在资金拆借、股权投资等资金往来或特殊利益安排。③结合荷亚装饰各期业绩变动、订单变化、资产情况、各期商誉减值测试的具体过程及其依据等，说明未计提商誉减值的原因及合理性。④结合主要产品产能利用率，说明报告

期内及期后是否存在生产线闲置情形，固定资产减值准备计提是否充分。

(2) 存货跌价准备计提充分性。根据申请文件，报告期各期末，发行人存货跌价准备余额占存货余额的比例分别为 4.69%、3.33%、6.84%和 5.19%，2023 年存货跌价计提比例较低。请发行人：①区分主要产品类型，补充披露各类存货的库龄结构，说明存货库龄的确定方法及其准确性。结合存货库龄、期后在手订单、市场价格变动，说明存货跌价准备计提方法和依据，确定预计可变现净值时使用的预计售价取值依据，存货跌价准备计提比例与可比公司存在差异的原因，2023 年计提比例较低的合理性，对于较长库龄存货的跌价准备计提是否充分。②说明报告期内寄售模式下相关存货的库龄及减值计提情况，是否存在长期放置于客户仓库的存货，相关存货减值计提是否充分。③说明各期末委托加工物资在第三方的存放情况，是否均有订单支持，相关产品期后收回结转库存商品、实现销售情况。结合备货政策、备货周期、生产销售周期等，分析委托加工物资变动的合理性，是否与采购、生产模式相匹配。

(3) 应收款项回款风险。根据申请文件：①报告期各期末应收账款余额分别为 13,414.34 万元、14,083.72 万元、15,902.59 万元、15,985.54 万元，2024 年应收账款增幅大于营业收入增幅。报告期各期末信用期外应收账款占比分别为 41.03%、40.59%、39.87%、41.29%。②发行人存在员工借款，报告期各期末其他应收款中员工置业借款金额分别为 351.68 万元、355.28 万元、375.36 万元、404.16 万元。请发行人：①说明报告期内与各销售类型主要客户的结算方式、信用政策及变化情况，同一客户报告期内、不同客户同一期间信用政策是否存在差异，各类客户的信用政策是否得到严格执行，应收账款增幅高于收入增幅的原因，是否存在放宽信用期刺激销售的情形。②说明信用期外应收账款的具体情况，各期末逾期应收账款期后收回情况，补充说明报告期内应收账款的逾期标准，信用期外应收账款持续较高的原因及合理性，说明主要逾期客户、应收金额、逾期金额及占比、逾期时间、预计归还时间，是否存在提前确认收入的情形。③说明员工借款（含置业借款）是否符合公司相关内控制度，员工借款的实际使用用途是否与协议约定一致，是否按照借款协议约定履行还款义务，相关会计处理是否合规，是否存在体外垫付成本费用情形。

(4) 关于收购关联方之江有机硅（上海）有限公司。根据申请文件，公司实际控制人吴海涛曾持股 100%并担任执行董事的企业之江有机硅（上海）有限

公司（以下简称之江有机硅）曾从事有机硅高新材料及密封胶的生产加工业务。自 2021 年起，之江有机硅所生产的全部产品均销售至发行人，由发行人进行分装处理后对外销售。发行人于 2023 年收购了之江有机硅全部库存物资、生产设备及生产场地，纳入合并报表范围。请发行人：①结合之江有机硅被收购前经营情况、产品结构、主要客户供应商情况、与发行人合作历史以及发行人产品生产、采购需求等，说明收购之江有机硅的原因及必要性，收购价格及其确定方式是否公允，是否存在特殊利益安排。②补充披露收购前发行人与之江有机硅的关联交易具体情况，结合收购前向之江有机硅采购密封胶等产品的价格与市场价格、其他主要供应商销售价格差异情况，说明收购前关联交易公允性。

请保荐机构、申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见，说明核查方式、过程、范围和结论。（2）说明对在建工程、固定资产的监盘情况，监盘的时间、地点、人员、监盘比例等，监盘结果是否存在差异，替代性程序是否充分。（3）对设备、工程施工供应商及相关采购真实性的核查情况，是否均已采取访谈、函证等核查程序，对相关主体与发行人及其关联方、发行人客户及供应商等是否存在关联关系或其他利益往来的具体核查措施。（4）说明对存货真实性采取的核查措施，如监盘程序、监盘比例、监盘结果以及其他核查程序等。（5）说明对应收账款履行的不同核查方式的具体内容、对应的核查金额及比例，详细列示报告期各期的函证情况，包括但不限于发函数量、具体内容、金额及比例，回函数量、回函金额及比例、差异金额及差异原因，对未回函的函证履行的替代程序及充分性。（审核问询函问题 8）

（一）长期资产核算准确性

1. 列示主要在建工程项目转固的范围、条件、时点、依据、开始计提折旧的时间，结合竣工验收情况、投入使用情况，说明转固是否及时；说明在建工程入账依据是否准确，是否存在其他无关成本费用混入在建工程的情形，各期在建工程资本化、费用化利息情况、具体计算依据，是否符合《企业会计准则》的规定

（1）主要在建工程项目转固的范围、条件、时点、依据、开始计提折旧的时间列示如下：

项目名称	转固范围	资产原值	转固条件	转固时点	转固依据	开始计提折旧时间
改扩建工程	房屋建筑物	10,098.01	已达到预定	2025 年 6 月	建筑工程综	2025 年 7 月

			可使用状态		合竣工验收合格通知书、工程竣工验收书	
改扩建工程	专用设备	602.26	已达到预定可使用状态	2025年6月	验收单	2025年7月
改扩建工程	房屋建筑物	878.18	已达到预定可使用状态	2025年12月	工程竣工验收书	2026年1月
改扩建工程	专用设备	590.83	已达到预定可使用状态	2025年12月	验收单	2026年1月

(2) 结合竣工验收情况、投入使用情况，说明转固是否及时

根据《企业会计准则》规定，在建工程结转固定资产的主要依据为在建工程项目达到预定可使用状态，是否达到预定可使用状态从以下几个方面判断：

- 1) 固定资产的实体建造包括安装工作已经全部完成或实质上已经全部完成；
- 2) 该项建造的固定资产上的支出金额很少或者几乎不再发生；
- 3) 所购建的固定资产已经达到设计或合同要求，或与设计或合同要求基本相符。

公司在建工程主要为改扩建工程，在主体建筑完工后，经上海市松江区建设和管理委员会验收后，于2025年4月18日向公司出具《建筑工程综合竣工验收合格通知书》。随后装修公司进场实施装修，并于2025年6月初步完成装修，达到预定可使用状态后由公司对接工程人员牵头组织验收，并签署《工程竣工验收书》，公司于2025年6月中旬对新办公楼等主体建筑投入使用，同时账面进行转固处理，转固及时。

(3) 说明在建工程入账依据是否准确，是否存在其他无关成本费用混入在建工程的情形

公司按照在建的项目归集相应的成本，在建工程相应项目的主要内容包括厂房建设的土建工程款、待安装设备的采购款、设计费、安装工程款等费用，各项支出的入账依据如下：

- 1) 土建工程款、设计费、安装工程费：根据施工合同约定内容及交付物，凭双方确认的工程进度、发票入账；
- 2) 设备采购款：凭采购合同、签收单/验收单、发票入账；
- 3) 其他费用：勘察、测绘和检测等其他费用，根据合同、约定的验收成果、发票入账。

报告期内，公司已建立了与在建工程相关的内部控制制度，并有效运行，公

司各在建工程均已建立在建工程项目台账，根据合同、发票、请款资料、工程监理报告等原始凭据确认在建工程的入账价值，并经相关人员审批复核。归集的内容均为工程款、设备款以及其他达到预定可使用状态前所发生的必要支出，不存在混入其他支出的情形。

(4) 各期在建工程资本化、费用化利息情况、具体计算依据，是否符合《企业会计准则》的规定

1) 各期在建工程资本化、费用化利息情况、具体计算依据

报告期各期，公司在建工程资本化情况如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	合计
在建工程资本化利息	74.89	124.41	11.82	211.12

2023 年，公司向中国光大银行股份有限公司上海松江支行取得专门借款用于改扩建项目，截至 2025 年 12 月 31 日，公司累计提款 7,551.91 万元，已归还 1,385.76 万元，剩余未归还借款 6,166.15 万元。满足资本化条件的利息金额为 211.12 万元。具体计算依据如下：

期间	借款本金	借款年利率 (%)	计息起始日	计息终止日	利息资本化计息天数	资本化利息金额
2025 年度	1,153.00	2.90	2025/1/1	2025/4/30	120	8.15
	1,853.00	2.90	2025/1/1	2025/4/30	120	14.91
	1,389.75	2.90	2025/1/1	2025/4/30	120	10.43
	521.24	2.90	2025/1/1	2025/4/30	120	5.04
	450.00	2.90	2025/1/1	2025/4/30	120	4.35
	600.00	2.90	2025/4/28	2025/4/30	3	0.15
	450.00	2.90	2025/4/28	2025/4/30	3	0.11
	1,152.11	2.90	2025/5/1	2025/6/30	61	5.66
	1,851.57	2.90	2025/5/1	2025/6/30	61	8.92
	1,388.68	2.90	2025/5/1	2025/6/30	61	6.82
	520.84	2.90	2025/5/1	2025/6/30	61	2.56
	449.65	2.90	2025/5/1	2025/6/30	61	2.21
	599.54	2.90	2025/5/1	2025/6/30	61	2.95
	449.65	2.90	2025/5/1	2025/6/30	61	2.21
	350.00	2.90	2025/6/16	2025/6/30	15	0.42
	小 计					74.89
2024 年度	1,153.00	2.90	2024/1/1	2024/12/31	360	33.44
	1,853.00	2.90	2024/1/1	2024/12/31	360	53.74
	1,389.75	2.90	2024/4/24	2024/12/31	251	27.85
	521.24	2.90	2024/5/31	2024/12/31	214	8.99
	450.00	2.90	2024/12/20	2024/12/31	11	0.40
	小 计					124.41
2023 年度	1,153.00	2.90	2023/10/30	2023/12/31	63	5.85

	1,853.00	2.90	2023/11/22	2023/12/31	40	5.97
	小 计					11.82
	合 计					211.12

注：借款利息计算全年天数为 360 天，借款利息=未偿还本金*年利率*计息天数/360

2) 是否符合《企业会计准则》的规定

公司借款费用开始资本化的时点、停止时点与企业会计准则对比分析如下：

企业会计准则规定		公司实际情况	
		判断依据	是否满足
借款费用开始资本化的时点	资产支出已经发生	公司于 2023 年 10 月前已支付第一笔工程款，且工程购建活动已经开始。	是，资本化开始时点为实际提款日。
	使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始		
	借款费用已经发生	公司于 2023 年 10 月起分批提款，借款费用已经发生。	
借款费用停止资本化的时点	购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态	公司改扩建工程主体工程已于 2025 年 6 月达到预定可使用状态并转固	是，资本化停止时点为资产达到预定可使用状态时点。

根据企业会计准则规定，在借款费用资本化期间内，每一会计期间的利息资本化金额，应当按照下列规定确定：专门借款资本化金额=(资本化期间)专门借款当期实际发生的利息费用-(资本化期间)闲置资金的存入银行的利息收入或暂时性投资的投资收益。公司收到借款后立即支付工程款，不存在闲置资金存入银行的利息收入，故公司资本化利息为实际借款日至项目转固完成时的专门借款利息支出。公司改扩建工程主体工程已于 2025 年 6 月达到预定可使用状态，并结转固定资产，故将后续利息支出进行费用化处理。

综上所述，公司报告期各期在建工程资本化、费用化利息的会计处理，符合《企业会计准则》的规定。

2. 说明各期主要设备及工程供应商的基本情况，如成立时间、注册资本、主营业务、经营规模、股权结构及主要经营人员等，各期的采购内容、金额、占比及期末付款结算情况，相关交易价格的公允性；说明工程及设备类供应商是否与公司及其关联主体、客户或其他供应商等存在关联关系，以及是否存在资金拆借、股权投资等资金往来或特殊利益安排

(1) 报告期内，公司主要设备及工程供应商的基本情况如下：

序号	供应商	成立时间	注册资本	主营业务	经营规模	股权结构	主要经营人员
1	广东力中建设发展有限公司	2003/7/11	5000 万元	建设工程施工	营业收入：8000 万元	何四维持股 89.00%；夏卫健持股 10.00%，韦玲持股 1.00%	何四维：实控人，法定代表人；夏卫健：监事；石明：财务负责人
2	隆链智能科技(上海)有限公司	2011/8/1	2028.3 万元	智能仓储	营业收入：1.09 亿元	上海炎鼎泰企业管理咨询有限公司持股 49.3024%；宁波子尧网络技术合伙企业(有限合伙)持股 33.7302%；南京香柏树股权投资合伙企业(有限合伙)持股 8.7502%；上海谋隆企业管理中心(有限合伙)持股 8.2172%	黄晓明：实控人，法定代表人；颜蕾：监事
3	上海钧诺广告有限公司	2008/5/28	2000 万元	广告设计、制作、代理，发布	营业收入：8500 万元	陈明持股 40.00%；上海菲轮文化传播有限公司持股 35.00%；马利军持股 10.00%；上海晖璟蔚蓝智能科技有限公司持股 10.00%；上海瑜怀瑾策划设计有限公司持股 5.00%	陈明：实控人，法定代表人、执行董事；马利军：监事
4	上海庆熠机械科技有限公司	2015/4/17	200 万元	机械设备销售、货物进出口	营业收入：2000 万元	李超持股 60.00%；程海林持股 40.00%	陆小璐：法定代表人；李超：实控人
5	大连华工创新科技股份有限公司	2003/4/29	2000 万元	现场发泡密封、灌封和粘接胶机设备的研发与生产	营业收入：7023.35 万元	韩毅军持股 37.50%；孙桂兰持股 33.33%，韩旭持股 28.17%	韩旭：董事长，董事，总经理，财务负责人，董事长助理；闻晓芳：监事会主席，职工代表监事；陈琛：副总经理
6	上海市松江西部自来水有限公司	2010/3/17	16000 万元	自来水生产和供应	参保人数：214 人	上海市松江水业发展有限公司持股 100.00%	周辉：法定代表人、监事
7	无锡旭科机器人有限公司	2015/10/22	1580 万元	工业机器人制造销售	营业收入：2500 万元	顾旭东持股 89.3671%；顾年亚持股 8.8608%，顾欢持股 1.7722%	顾旭东：实控人、监事；顾年亚：法定代表人、总经理
8	苏州赛德瑞自动化科技有限公司	2015/10/15	200 万元	机械设备的研发销售	营业收入：2000 万元	叶赛持股 51.00%；李义持股 40.00%，吴小敏持股 9.00%	叶赛：实控人、法定代表人；吴小敏：监事

(2) 各期的采购内容、金额、占比及期末付款结算情况，相关交易价格的公允性；说明工程及设备类供应商是否与公司及其关联主体、客户或其他供应商等存在关联关系，以及是否存在资金拆借、股权投资等资金往来或特殊利益安排

1) 2025 年度

序号	供应商	采购内容	金额	占比 (%)	截至期末未付款 (含税)	是否存在关联关系
1	广东力中建设发展有限公司	工程款、装修款	1,828.72	45.63	1,603.79	否
2	隆链智能科技(上海)有限公司	智能仓储设备	1,109.73	27.69	224.78	否
3	上海钧诺广告有限	展厅装修	280.32	7.00		否

	公司					
4	上海庆熠机械科技有限公司	阻尼片生产线	119.17	2.97	1.57	否
合 计			3,337.94	83.29	1,830.14	

2) 2024 年度

序号	供应商	采购内容	金额	占比 (%)	截至期末未付款 (含税)	是否存在关联关系
1	广东力中建设发展有限公司	工程款	2,752.45	73.42	1,389.75	否
2	国网上海市电力公司	电力扩容费、电费	499.23	13.32	0.05	否
3	大连华工创新科技股份有限公司	自动涂胶生产线	92.92	2.48	42.00	否
4	上海市松江西部自来水有限公司	消防供水管线配套工程	67.42	1.80		否
合 计			3,412.02	91.02	1,431.80	

3) 2023 年度

序号	供应商	采购内容	金额	占比 (%)	截至期末未付款 (含税)	是否存在关联关系
1	广东力中建设发展有限公司	工程款	5,747.55	86.72		否
2	无锡旭科机器人有限公司	硅胶生产自动线	89.56	1.35		否
3	国网上海市电力公司	电费、电力扩容费	84.85	1.28	3.75	否
4	苏州赛德瑞自动化科技有限公司	阻尼片产品专用生产线	35.40	0.53		否
合计			5,957.36	89.89	3.75	

公司向供应商的采购定价以市场价格为主要依据，通过招标议价、询比价、商务磋商等方式，确定供应商与采购价款，定价依据合理、公允。

根据公开资料查询，报告期内公司主要工程及设备类供应商与公司及其关联主体、客户或其他供应商等不存在关联关系，公司及实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员与主要工程及设备类供应商不存在资金拆借、股权投资等资金往来或特殊利益安排。

3. 结合荷亚装饰各期业绩变动、订单变化、资产情况、各期商誉减值测试的具体过程及其依据等，说明未计提商誉减值的原因及合理性

(1) 荷亚装饰各期业绩变动、订单变化、资产情况

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
营业收入	2,435.88	2,405.61	2,454.65
净利润	176.75	95.86	10.56

订单金额	2,431.68	2,401.88	2,447.85
固定资产账面价值	0.14	0.16	0.40
无形资产账面价值	119.92	146.57	173.22

(2) 各期商誉减值测试的具体过程及其依据

1) 各期商誉减值测试的具体过程

根据《企业会计准则第 8 号—资产减值》的要求，公司对上述企业合并形成的商誉在报告期内每年年度终了时进行减值测试。

第一，判断公司是否存在与商誉相关的特定减值迹象，主要考虑以下事项：

a、现金流或经营利润持续恶化或明显低于形成商誉时的预期，特别是被收购方未实现承诺的业绩；b、所处行业产能过剩，相关产业政策、产品与服务的市场状况或市场竞争程度发生明显不利变化；c、相关业务技术壁垒较低或技术快速进步，产品与服务易被模仿或已升级换代，盈利现状难以维持；d、核心团队发生明显不利变化，且短期内难以恢复；e、与特定行政许可、特许经营资格、特定合同项目等资质存在密切关联的商誉，相关资质的市场惯例已发生变化，如放开经营资质的行政许可、特许经营或特定合同到期无法接续等；f、客观环境的变化导致市场投资报酬率在当期已经明显提高，且没有证据表明短期内会下降；g、经营所处国家或地区的风险突出，如面临外汇管制、恶性通货膨胀、宏观经济恶化等。

报告期各期末公司在对上述事项进行考虑时，并未发现荷亚装饰存在以上情形，公司商誉不存在明显减值迹象。

第二，对包含商誉的资产组进行减值测试，商誉的可回收金额按照预计未来现金流量的现值计算，其预计现金流量根据公司批准的 5 年期现金流量预测为基础，公司根据历史实际经营数据、行业发展趋势、预期营业收入增长率、预期利润率等指标编制预测未来 5 年现金流量，预测期以后的现金流量维持不变。

报告期各年末商誉减值测试过程、参数及商誉减值损失的具体情况如下：

项目	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日
预测期间	2026 年度至 2030 年度	2025 年度至 2029 年度	2024 年度至 2028 年度
稳定期间	2030 年及以后	2029 年及以后	2028 年及以后
预测期营业收入增长率	-6.95%—7.67%	2.09%—5.88%	0%—7.69%
预期利润率	6.54%—9.45%	5.35%—5.54%	5.20%—7.09%
折现率	11.88%	10.48%	10.13%
预计未来现金流量现值	1,046 万元	999 万元	1,244 万元
包含商誉的资产组或资产组组合的账面价值	910.50 万元	937.17 万元	964.06 万元

商誉减值损失			
--------	--	--	--

通过测算并对比报告期各年末包含商誉的资产组账面价值与其可收回金额，确定商誉不存在减值。

2) 主要参数的依据

商誉减值测试的关键参数主要为预测期、预测期营业收入增长率、预测期毛利率、预测期期间费用率、折现率等。

① 预测期营业收入增长率

基于荷亚装饰目前的生产经营模式、所处的市场经济环境、客户市场及历史经营统计资料等基础上，预测未来收入能保持小幅增长。

荷亚装饰主要从事民用市场的家装密封产品销售业务，公司团队已采取多种措施，以实现收入目标：

a. 跟踪 C 端客户变化情况，及时从淘宝平台切换至天猫

目前荷亚装饰仍以向第三方店铺批发家装密封产品或交付贴牌产品为主，同时积极运营自营店铺拓展直销渠道。根据渠道商客户及直销客户的反馈，渠道商已陆续切换至天猫平台，同时积极开拓国际市场，对接欧美日和俄罗斯线下商超市场。公司亦根据流量的变化，从淘宝平台切换至天猫，并且与第三方运营公司合作，开通了 Tiktok 国际站，直接对接国外商超和民用市场。渠道和流量的切换，预计能带来新的业务增量。

b. 根据线上市场品类切换速度快的特点，积极开发新产品

根据建筑修缮和家装修补的客户的需求，荷亚装饰近两年先后开发了多款民用新产品，包括瓷砖和地板空鼓剂、门底防风条、地面改色漆、浴室防水预制件、多层可撕密封条、PVC 软硬共挤门底密封条、多孔硅胶密封条、丁基铝箔防水胶带、多倍防霉密封胶、门窗密封丁基胶条、三层浓密软毛隐藏式门底密封条等。从 2023 年至今，已先后申请并获得多款外观设计或实用新型专利授权。上述众多新产品的推出，为未来的业务扩张奠定了坚实的基础。

c. 新增直接对接国外商超的外销渠道

通过积极参加国外展会，并通过 1688 平台、Tiktok 等平台等积极开拓国际市场。

② 预测期毛利率

荷亚装饰营业成本包括材料费、职工薪酬、折旧与摊销等。荷亚装饰销售的

产品均系通过公司生产或采购，收购后荷亚装饰的业务模式发生变化，双方已结合市场情况调整交易结算价格，拟根据合并报表口径的产品毛利率，并扣除公司场地费和合理管理费后，对荷亚装饰的未来产品毛利率进行预测。

③预测期期间费用率

公司根据资产组历史年度经营情况以及资产组业务现状及未来经营规划对期间费用率进行预测。期间费用主要包括销售费用、管理费用和财务费用。财务费用为小额手续费以及公司银行存款产生的利息，综合影响极小。荷亚装饰期间费用主要包含人员薪酬、设备折旧以及日常办公经营所产生的费用，主要受员工数量以及固定资产规模影响，与业务规模具有较高的匹配关系，因此整体按照较为稳定的费率预计，符合实际经营情况。

④折现率

资产组现金流测算所使用的折现率为 WACC 模型下的折现率，其中：无风险报酬率选取 10 年和 30 年期国债的到期平均收益率； β 权益值通过选取多家类比公司 β 权益值换算取得；债务资本报酬率结合一年期人民币贷款基准利率，权数采用企业同行业上市公司平均债务构成计算取得。

综上所述，公司已综合考虑报告期内资产组实际经营情况以及业务所处行业的市场情况，主要参数选取数据来自资产组历史数据以及市场公开数据，未来收入和利润的测算符合实际，与历史数据、运营计划、行业数据等情况相符。

(3) 未计提商誉减值的原因及合理性

结合荷亚装饰各期业绩变动、订单变化、资产情况、各期商誉减值测试的具体过程及其依据等，公司的商誉减值测试符合《企业会计准则第 8 号—资产减值》的相关规定，商誉减值测试过程中预测的数据合理、严谨，经上述商誉减值测试结果显示，相关商誉无需计提减值，因此报告期各期末计提商誉减值准备具有合理性。

(4) 结合主要产品产能利用率，说明报告期内及期后是否存在生产线闲置情形，固定资产减值准备计提是否充分

4. 结合主要产品产能利用率，说明报告期内及期后是否存在生产线闲置情形，固定资产减值准备计提是否充分

经统计，报告期内公司主要产品丁基胶的设计生产能力和历年产量情况具体如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
产能(吨)	19,248.24	19,248.24	19,248.24
产量(吨)	14,680.24	12,271.06	11,652.36
产能利用率	76.27%	63.75%	60.54%

报告期内，公司产能利用率分别为 60.54%、63.75%和 76.27%，处于相对较低水平，但这并不意味着公司在丁基胶的生产环节存在大量闲置产能。具体分析如下：

作为配方型产品，不同牌号的丁基胶产品需采用差异化配方体系与工艺参数，其生产需按特定温度、湿度条件分序投料混合形成胶团半成品，再经分切、挤出成型等工序完成加工。在测算最大产能时，公司以当年产量最大的某一牌号产品作为标准产品，基于全年连续生产该标准产品的假设，扣除常规检修及节假日因素得出最大产能。然而在实际生产经营中，公司面临以下多方面因素影响：

(1)在实际生产中，公司需根据订单切换不同配方，每次切换均需清理搅拌机，这将产生一定的设备空置时间，且此部分清炉时间损耗无法合理纳入前述理论产能的计算，直接降低了设备有效运行时间；

(2)公司根据订单需求排产，实际生产过程中可能存在未满炉生产的情况；同时，不同配方产品的单炉生产耗时较选定的标准产品存在波动，这使得实际产出节奏难以匹配全年满负荷生产单一产品的理论模型；

(3)为降低频繁清炉的成本并提升生产响应速度，公司采取了主要牌号产品定点生产的策略。该策略在提升运营经济性与灵活性的同时，受订单波动影响，也可能导致部分产线的设备稼动率未能完全释放。

上述多维度因素的叠加作用，共同导致了报告期内产能利用率相对较低的情况。此外，报告期各期末，公司对固定资产进行了定期盘点，未发现主要固定资产有闲置的情况，公司固定资产不存在减值迹象，无需计提减值准备。

(二)存货跌价准备计提充分性

1. 区分主要产品类型，补充披露各类存货的库龄结构，说明存货库龄的确定方法及其准确性。结合存货库龄、期后在手订单、市场价格变动，说明存货跌价准备计提方法和依据，确定预计可变现净值时使用的预计售价取值依据，存货跌价准备计提比例与可比公司存在差异的原因，2023 年计提比例较低的合理性，对于较长库龄存货的跌价准备计提是否充分

(1)区分主要产品类型，补充披露各类存货的库龄结构，说明存货库龄的确定

定方法及其准确性

1) 报告期各期末，各类存货的库龄结构列示如下：

①2025 年 12 月 31 日

项目	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	合计
原材料	1,386.91	99.26	48.73	108.74	1,643.64
在产品	334.13	28.92	33.09	4.74	400.87
库存商品	2,014.92	85.88	14.82	0.40	2,116.01
发出商品	262.24	0.00	0.00	0.00	262.24
委托加工物资	134.89	0.00	0.00	0.00	134.89
合计	4,133.09	214.05	96.64	113.87	4,557.65

②2024 年 12 月 31 日

项目	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	合计
原材料	1,098.62	84.59	68.48	61.61	1,313.30
在产品	301.54	54.23	7.61	0.35	363.74
库存商品	1,842.03	44.35	4.52	10.66	1,901.55
发出商品	246.11	0.00	0.00	0.00	246.11
委托加工物资	210.06	0.00	0.00	0.00	210.06
合计	3,698.35	183.17	80.61	72.62	4,034.76

③2023 年 12 月 31 日

项目	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	合计
原材料	1,074.20	118.04	66.44	19.34	1,278.02
在产品	394.33	35.49	1.50	0.00	431.31
库存商品	1,334.78	90.72	5.43	3.71	1,434.63
发出商品	384.60	0.00	0.00	0.00	384.60
委托加工物资	154.36	0.00	0.00	0.00	154.36
合计	3,342.27	244.24	73.37	23.05	3,682.93

由上述表格可看出，公司报告期各期末 1 年以内的存货余额占比分别为 90.75%、91.66%和 90.68%，占比较高。公司 1 年以上的存货余额占比较低，主要系无纺布等保质期较长的原材料及包装材料等。

2) 报告期各期末，按主要产品类型，库存商品的库龄结构列示如下：

①2025 年 12 月 31 日

产品大类	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	合计
丁基胶	853.92	49.09	7.96	0.00	910.97
其他胶类产品	301.91	9.30	0.64	0.00	311.84
水性涂料	598.00	0.44	0.56	2.09	601.09
家装密封产品	116.89	14.98	0.70	0.27	132.84
硅酮胶	41.17	0.43	0.17	0.00	41.78
其他	103.02	11.64	2.31	0.52	117.49
合计	2,014.92	85.88	12.34	2.88	2,116.01

②2024 年 12 月 31 日

产品大类	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	合计
丁基胶	918.73	17.11	1.30	2.46	939.60

其他胶类产品	316.84	5.45	0.00	7.55	329.84
水性涂料	339.66	0.00	0.00	0.00	339.66
家装密封产品	144.15	11.73	0.09	0.23	156.20
硅酮胶	58.57	1.05	0.00	0.12	59.74
其他	70.12	5.79	0.31	0.29	76.51
合计	1,848.07	41.13	1.69	10.66	1,901.55

③2023 年 12 月 31 日

产品大类	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	合计
丁基胶	794.90	74.91	0.89	0.60	871.30
其他胶类产品	218.07	1.28	1.44	0.00	220.79
水性涂料	137.65	0.00	0.00	0.00	137.65
家装密封产品	104.68	4.33	0.83	2.50	112.34
硅酮胶	72.00	0.64	0.00	0.00	72.64
其他	10.06	7.58	1.66	0.62	19.91
合计	1,337.36	88.73	4.83	3.71	1,434.63

由上述表格可看出，公司报告期各期末 1 年以内的库存商品占库存商品的总额的比例分别为 93.22%、97.19%和 95.22%，占比较高。

3) 存货库龄的确定方法及其准确性

报告期内，公司存货按照先进先出原则发出，存货库龄按照各项存货初始入库时点起、先进先出连续计算。公司通过 ERP 系统查询报告期各期末的存货结存数量，对结存数量不为零的存货物料编码，以物料编码关联查询出采购入库明细表和出库明细表、确定存货的出入库日期，然后对采购入库明细表的日期进行倒序排序，结存量按照先进先出的方式在入库明细表中进行分配，最后根据入库日期连续计算至报告期各期末的时间划分存货库龄。

综上所述，公司存货库龄的确定方法符合公司库存管理模式，能够反映公司存货的实际存放年限，故公司存货库龄的确定方法能够确保存货库龄划分的准确性。

(2) 结合存货库龄、期后在手订单、市场价格变动，说明存货跌价准备计提方法和依据，确定预计可变现净值时使用的预计售价取值依据，存货跌价准备计提比例与可比公司存在差异的原因，2023 年计提比例较低的合理性，对于较长库龄存货的跌价准备计提是否充分

1) 结合存货库龄、期后在手订单、市场价格变动，说明存货跌价准备计提方法和依据，确定预计可变现净值时使用的预计售价取值依据

①报告期各期末存货库龄见上述“(1)区分主要产品类型，补充披露各类存货的库龄结构，说明存货库龄的确定方法及其准确性”相关内容。

②期后在手订单金额列示如下：

项目	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日
期后在手订单金额①	675.86	690.29	562.64
当期主营业务毛利率②	30.64%	30.24%	29.35%
期末在手订单对应的成本③ =①×(100%-②)	468.80	481.55	397.52
期末库存商品及发出商品余额④	2,378.25	2,147.66	1,819.24
在手订单覆盖率⑤=③/④	19.71%	22.42%	21.85%
主营业务成本金额⑥	35,918.23	30,554.53	29,843.15
日均结转主营业务成本金额 ⑦=⑥/365	98.41	83.71	81.76
期末库存商品及发出商品覆盖天数⑧=④/⑦	24.17	25.66	22.25

公司各期末在手订单覆盖率较为稳定，在 20%左右。报告期内，公司存货周转较快，公司各期末库存商品及发出商品库存量能维持约一个月的发货量。

③市场价格变动

报告期内，公司产品的市场价格分析详见本财务说明“四、关于毛利率高于可比公司合理性及成本核算规范性”相关内容。报告期内，公司产品的市场价格总体保持稳定，不存在大幅波动的情况。

④存货跌价准备计提方法和依据，确定预计可变现净值时使用的预计售价取值依据

报告期内，公司存货跌价准备的计提方法为：资产负债表日按成本与可变现净值孰低计量，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。

根据《企业会计准则第 1 号-存货》及其应用指南的相关规定，资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量：“公司在资产负债表日，对存货采用成本与可变现净值孰低计量，直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。”

公司存货跌价准备计提方法符合《企业会计准则》的规定。

公司确定预计可变现净值时使用的预计售价取值依据：对于存在销售合同或订单的存货，以产成品的合同价格作为其预计售价取值依据；对于无销售合同或

订单的存货，按照该产品近期(最近一个季度)平均销售价格作为其预计售价取值依据。

2) 存货跌价准备计提比例与可比公司存在差异的原因，2023 年计提比例较低的合理性，对于较长库龄存货的跌价准备计提是否充分

报告期各期末，公司与可比公司的存货跌价准备计提比例的比较情况如下：

项目	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日
回天新材	3.09%	1.51%	0.53%
硅宝科技	1.30%	1.01%	0.95%
集泰股份	2.82%	2.23%	0.96%
科创新源	7.39%	7.20%	6.43%
平均值	3.65%	2.99%	2.22%
公司	5.58%	6.84%	3.33%

如上表，报告期内，公司存货跌价准备计提比例分别为 3.33%、6.84%及 5.58%，计提比例高于可比公司平均水平，主要系公司产品牌号、品类、规格较多，且公司存货规模总体偏小，存货跌价准备计提较为充分，处于合理区间内。

公司 2023 年末存货跌价准备计提比例较低，但仍高于可比公司平均计提比例。主要系随着全球公共卫生事件影响的消除，公司为降低库存压力，加快了存货周转，使得 2023 年末长库龄及呆滞存货减少。公司按照上述存货跌价准备计提方法，对报告期各期末的各类存货进行跌价测试，并计提相应存货跌价准备，存货跌价准备计提政策在报告期内一贯、有效执行。

对于 1 年以上较长库龄存货，公司库龄 1-3 年的绝大部分存货后续可通过再加工实现继续销售，滞销风险较低，已采用成本与可变现净值孰低计量，并计提相应跌价准备；库龄 3 年以上的存货则全额计提跌价准备。公司已充分计提长库龄存货的跌价准备。

综上所述，公司充分考虑了存货的实物状态、库龄、产品的销售情况以及行业特性等，制定了合理的存货跌价准备计提政策。报告期内，公司按照成本与可变现净值孰低计量对各类存货进行跌价测试，对于成本高于可变现净值的部分计提存货跌价准备。公司存货跌价准备计提充分、合理。

2. 说明报告期内寄售模式下相关存货的库龄及减值计提情况，是否存在长期放置于客户仓库的存货，相关存货减值计提是否充分

报告期各期末，公司寄售产品的库龄集中在 1 年以内，库龄及存货跌价准备计提具体情况如下：

项目	2025 年 12 月 31 日		2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
存货余额	262.24	100.00%	246.11	100.00%	384.60	100.00%
其中：1 年以内	262.24	100.00%	246.11	100.00%	384.60	100.00%
存货跌价准备	2.33					
存货跌价准备计提比例	0.89%					

因公司寄售模式下相关存货的库龄集中在 1 年以内，不存在长期放置于客户仓库的存货。该等存货余额较小、占比较低，存货周转较快，存货跌价风险较低，经减值测试，公司已充分计提寄售模式下相关存货的跌价准备。

3. 说明各期末委托加工物资在第三方的存放情况，是否均有订单支持，相关产品期后收回结转库存商品、实现销售情况。结合备货政策、备货周期、生产销售周期等，分析委托加工物资变动的合理性，是否与采购、生产模式相匹配

(1) 各期末委托加工物资在第三方的存放情况，是否均有订单支持，相关产品期后收回结转库存商品、实现销售情况

项目	第三方名称	委托加工物资余额	占比	是否有订单支持	期后收回、实现销售比例
2025 年末	惠州市科盛实业有限公司	93.21	69.11%	是	100%
	上海闽永胶粘制品有限公司	25.99	19.27%	是	100%
	昆山格锐尔模塑科技有限公司	15.68	11.62%	是	100%
	小 计	134.88	100.00%	是	100%
2024 年末	惠州市科盛实业有限公司	143.4	68.26%	是	100%
	上海闽永胶粘制品有限公司	34.52	16.44%	是	100%
	上海宝码实业有限公司	32.14	15.30%	是	100%
	小 计	210.06	100.00%	是	100%
2023 年末	惠州市科盛实业有限公司	122.69	79.48%	是	100%
	上海闽永胶粘制品有限公司	19.13	12.39%	是	100%
	上海矜阳胶粘制品有限公司	12.53	8.13%	是	100%
	小 计	154.35	100.00%	是	100%

如上表所示，公司报告期内各期末委托加工物资均有订单支持，相关产品期后均已收回结转库存商品并实现销售。

(2) 结合备货政策、备货周期、生产销售周期等，分析委托加工物资变动的合理性，是否与采购、生产模式相匹配

1) 备货政策、备货周期、生产销售周期

① 公司产品主要采用以销定产的生产模式，即根据产品的库存和订单情况，下达生产订单，组织生产，并根据市场需求的变化，结合库存情况调节生产计划。

② 针对长期用量稳定的材料，公司的需求部门会根据仓库库位、交货周期以

及最小包装量设置最低库存，且同步更新到系统中，待可用库存低于最低库存时，采购员即安排下单，交货周期不晚于系统中的交货日期，库存商品、原材料的安全库存一般保持在满足约 5-10 天的发货需求的标准。除特殊材料会提前与需求部门沟通确定是否加急外，一般材料 4-10 个工作日内交货。

针对客户需要备库或者已明确货物交期的产品，需求部门直接通知采购部下单，采购部按需采购，并就交货周期与需求部门人员根据客户情况协调处理，一般从需求下达至到采购部，采购部确定订单交期并回复所需时间需 1 天，材料交货周期为 5-15 天。

公司根据客户交货日期的需求原材料备货情况，对客户订单所属的生产通知单进行排产，根据历史数据，排产时间 3-15 天不等。公司产品的生产周期较短，主要分为搅拌，挤出，包装三道工序，从投料到产成品入库一般为 2-5 天。

综上，公司采购、生产的备货周期为 9-35 天。

③公司一般在相应批次产品生产完成后即组织发货，产品自发货至签收通常在 3-10 天。境外销售由于运输、报关、装船的原因，通常情况下商品确认周期为 1-3 个月。

2) 报告期各期末委托加工物资金额占存货总金额的比例如下表所示：

项目	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日
委托加工物资余额	134.89	210.06	154.36
存货余额	4,546.95	4,034.76	3,682.93
委托加工物资占比	2.97%	5.21%	4.19%

报告期各期末委托加工物资余额较小，委托加工物资的余额占存货余额的比例较低，各期期后均已结转库存商品并实现销售，各期末委托加工物资变动较为合理。

3) 与采购、生产模式的匹配性

报告期各期，委托加工物资周转率如下表：

项目	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日
委托加工物资余额	134.89	210.06	154.36
委托加工物资平均余额	172.47	182.21	241.16
委托加工物资结转库存商品金额	4,140.70	3,503.90	3,087.83
委托加工物资周转率	24.01	19.23	12.80
委托加工物资周转天数(天)	14.99	18.72	28.12

由上表可知，报告期内委托加工物资周转天数依次为 28.12 天、18.72 天、

14.99 天，周转逐渐加快，且与公司生产的备货周期 9-35 天保持一致，与公司的采购、生产模式相匹配。

(三) 应收款项回款风险

1. 说明报告期内与各销售类型主要客户的结算方式、信用政策及变化情况，同一客户报告期内、不同客户同一期间信用政策是否存在差异，各类客户的信用政策是否得到严格执行，应收账款增幅高于收入增幅的原因，是否存在放宽信用期刺激销售的情形

(1) 报告期内与各销售类型主要客户的结算方式、信用政策及变化情况

客户类型	客户	信用期			结算方式	信用政策及结算方式在报告期内是否发生变化
		2025 年度	2024 年度	2023 年度		
终端用户	东莞市华荣通信技术有限公司	月结 90 天	月结 90 天	月结 90 天	电汇	未发生变化
终端用户	瀚德(太仓)密封系统有限公司	月结 90 天	月结 90 天	月结 90 天	电汇/票据	未发生变化
终端用户	昆山凯密科汽车零部件有限公司	月结 90 天	月结 90 天	月结 90 天	票据	未发生变化
终端用户	零跑汽车有限公司	月结 60 天	月结 60 天	月结 60 天	票据	未发生变化
终端用户	客户 B	月结 90 天	月结 90 天	月结 90 天	票据	未发生变化
终端用户	梯埃保温制品(上海)有限公司	月结 60 天	月结 60 天	月结 60 天	电汇	未发生变化
终端用户	兴宇汽车零部件股份有限公司	月结 60 天	月结 60 天	月结 60 天	电汇	未发生变化
终端用户	浙江仙通橡塑股份有限公司	月结 60 天	月结 60 天	月结 60 天	电汇/票据	未发生变化
贴牌客户	客户 D	月结 60 天	月结 60 天	月结 60 天	电汇	未发生变化
贴牌客户	客户 J	月结 30 天	月结 30 天	月结 30 天	电汇	未发生变化
贴牌客户	Must Have Ideas Ltd	款到发货	款到发货	款到发货	电汇	未发生变化
贴牌客户	客户 E	月结 60 天	月结 60 天	月结 60 天	电汇	未发生变化
贴牌客户	福建三棵树建筑材料有限公司	月结 60 天	月结 60 天	月结 60 天	电汇/票据	未发生变化
贴牌客户	朗诚流体技术(上海)有限公司	月结 60 天	月结 60 天	月结 60 天	电汇/票据	未发生变化
贴牌客户	南京昱阳新材料技术有限公司	月结 60 天	月结 60 天	月结 60 天	电汇/票据	未发生变化
贴牌客户	上海金诺化工有限公司	月结 60 天	月结 60 天	月结 60 天	票据	未发生变化
贴牌客户	上海众盛胶粘剂有限公司	月结 60 天	月结 60 天	月结 60 天	电汇/票据	未发生变化
贸易商	成都瑞佳特贸易有限公司	月结 60 天	月结 60 天	月结 60 天	电汇	未发生变化

贸易商	清河县蓝洋贸易有限公司	月结 60 天	月结 60 天	月结 60 天	电汇/票据	未发生变化
贸易商	上海惊富建筑材料有限公司	月结 60 天	月结 60 天	月结 60 天	电汇	未发生变化
贸易商	上海普胜塑胶制品有限公司	月结 60 天	月结 60 天	月结 60 天	电汇/票据	未发生变化
贸易商	上海腾豫实业有限公司		月结 120 天	月结 120 天	电汇	未发生变化
贸易商	泰州市宏腾科技有限公司	月结 60 天	月结 60 天	月结 60 天	票据	未发生变化
贸易商	重庆勤思行汽车部件有限公司	月结 90 天	月结 90 天	月结 90 天	电汇	未发生变化

(2) 同一客户报告期内、不同客户同一期间信用政策是否存在差异，各类客户的信用政策是否得到严格执行

由上表可知，不论是终端客户、贴牌客户还是贸易商，同一客户在报告期内的信用政策不存在差异。针对不同的客户，公司建立了信用评价体系，在对客户的资信状况、历史合作情况等进行综合研判后确定客户的信用期，通常为 2-3 个月，对于部分长期合作、资信状况良好的客户会给予较长的信用期，但不超过 4 个月。报告期内除上海腾豫实业有限公司的结算周期为 120 天外，其余主要客户结算周期根据公司的信用评价体系给予 60 天或 90 的结算周期。上海腾豫实业有限公司 2023 年度、2024 年度主要出口销售至客户 A；2025 年度，由于公司直接出口销售至客户 A，故不再同其合作，其信用期较长系综合考虑对外货物报关、航运等不确定性因素对到货时间的影响，具备合理性。因此公司报告期内不同客户同一期间信用政策不存在差异。各类客户的信用政策得到严格执行。

(3) 应收账款增幅高于收入增幅的原因，是否存在放宽信用期刺激销售的情形

公司对客户的应收账款信用期通常在 60-90 天，因此各期末应收账款账面余额与当期第四季度营业收入密切相关。报告期各期末未结算的应收账款账面余额与当期第四季度营业收入对比情况如下：

项目	2025 年 12 月 31 日/2025 年第四季度	2024 年 12 月 31 日/2024 年第四季度	2023 年 12 月 31 日/2023 年第四季度	2025 年较 2024 年的增长率	2024 年较 2023 年的增长率
应收账款账面余额①	20,349.78	15,902.59	14,083.72	27.97%	12.91%
已通过债权凭证结算、应收账款未终止确认的金额②	512.49	886.96	198.97		
未结算的应收账款	19,837.29	15,015.63	13,884.74	32.11%	8.14%

余额①-②					
第四季度营业收入	15,113.34	12,705.01	11,854.44	18.96%	7.18%

由上表可知，2024 年末和 2023 年末公司与客户未结算的应收账款增长与第四季度营业收入增长基本同步，期末应收账款增长比例高于营业收入增长比例的原因主要系客户通过债权凭证（迪链、航信等）结算的应收账款金额增加。

公司 2025 年末应收账款较 2024 年末增幅高于第四季度收入增幅，主要系公司境外客户 A 的下游客户未及时回款，导致其对公司的回款速度也有所放缓所致。

综上所述，公司报告期内各类客户的信用期已得到严格执行，不存在放宽信用期刺激销售的情形。

2. 说明信用期外应收账款的具体情况，各期末逾期应收账款期后收回情况，补充说明报告期内应收账款的逾期标准，信用期外应收账款持续较高的原因及合理性，说明主要逾期客户、应收金额、逾期金额及占比、逾期时间、预计归还时间，是否存在提前确认收入的情形

(1) 说明信用期外应收账款的具体情况，说明主要逾期客户、应收金额、逾期金额及占比、逾期时间、预计归还时间，是否存在提前确认收入的情形

报告期各期末，公司信用期外应收账款前 10 大客户及截至 2026 年 3 月 31 日期后回款情况如下：

1) 2025 年 12 月 31 日

客户名称	信用期外应收账款	信用期外金额占比	期后回款金额	未回款金额	回款比例	预计归还时间
浙江仙通橡塑股份有限公司	331.21	4.25%	331.21	0.00	100.00%	
客户 A	305.12	3.91%	85.71	219.41	28.09%	2026 年 6 月末
甘肃九鼎风电复合材料有限公司	291.66	3.74%	216.00	75.66	74.06%	2026 年 6 月末
建新赵氏科技股份有限公司	267.03	3.43%	267.03	0.00	100.00%	
瀚德(中国)汽车密封系统有限公司铁岭分公司	235.60	3.02%	235.60	0.00	100.00%	
清河县蓝洋贸易有限公司	207.83	2.67%	207.83	0.00	100.00%	
东莞市华荣	204.62	2.62%	204.62	0.00	100.00%	

通信技术有限公司						
精工工业建筑系统集团有限公司浙江钢结构制造分公司	196.50	2.52%	155.71	40.79	79.24%	2026年6月末
客户 G	152.91	1.96%	152.91	0.00	100.00%	
客户 H	150.19	1.93%	150.19	0.00	100.00%	
合计	2,342.67	30.05%	2,006.81	335.86	85.66%	

2) 2024 年 12 月 31 日

客户名称	信用期外 应收账款	信用期外 金额占比	期后回款 金额	未回款 金额	回款 比例
客户 B	408.67	6.45%	408.67	0.00	100.00%
上海腾豫实业有限公司	322.34	5.08%	322.34	0.00	100.00%
浙江仙通橡塑股份有限公司	251.04	3.96%	251.04	0.00	100.00%
零跑汽车有限公司	224.30	3.54%	224.30	0.00	100.00%
甘肃九鼎风电复合材料有限公司	202.76	3.20%	202.76	0.00	100.00%
建新赵氏科技股份有限公司	193.96	3.06%	193.96	0.00	100.00%
福建三棵树建筑材料有限公司	180.26	2.84%	180.26	0.00	100.00%
安徽开捷汽车部件有限公司	136.52	2.15%	136.52	0.00	100.00%
Must Have Ideas Ltd	126.75	2.00%	126.75	0.00	100.00%
UK Industrial Tapes Limited	120.74	1.90%	120.74	0.00	100.00%
合计	2,167.36	34.18%	2,167.36	0.00	100.00%

3) 2023 年 12 月 31 日

客户名称	信用期外 应收账款	信用期外 金额占比	期后回款 金额	未回款 金额	回款 比例
梯埃保温制品(上海)有限公司	1,001.63	17.52%	1,001.63	0.00	100.00%
东莞市华荣通信技术有限公司	115.04	2.01%	115.04	0.00	100.00%
昆山凯密科汽车零部件有限公司	167.67	2.93%	167.67	0.00	100.00%
浙江仙通橡塑股份有限公司	146.06	2.55%	146.06	0.00	100.00%
建新赵氏科技股份有限公司	190.37	3.33%	190.37	0.00	100.00%
客户 B	188.97	3.31%	188.97	0.00	100.00%
江苏月仙冷藏设备集团有限公司	94.43	1.65%	94.43	0.00	100.00%
马鞍山联洪合成材料有限公司	96.11	1.68%	96.11	0.00	100.00%
Evapco, Inc.	123.98	2.17%	123.98	0.00	100.00%
美建建筑系统(中国)有限公司	83.95	1.47%	83.95	0.00	100.00%
合计	2,208.21	38.62%	2,208.21	0.00	100.00%

(2) 各期末逾期应收账款期后收回情况

报告期各期末逾期应收账款截至 2026 年 3 月 31 日的期后回款情况如下：

期间	逾期应收账款	期后回款金额	期后回比例
2025 年 12 月 31 日	7,796.33	6,163.00	79.05%
2024 年 12 月 31 日	6,340.18	5,899.94	93.06%
2023 年 12 月 31 日	5,717.11	5,563.42	97.31%

(3) 补充说明报告期内应收账款的逾期标准，信用期外应收账款持续较高的

原因及合理性

公司将超过合同约定的信用期末收回的应收账款视作逾期。报告期各期末，公司信用期外应收账款形成的原因主要是客户支付习惯以及付款审批流程的不同。此外，部分客户以收到增值税发票作为信用期的起算时点，与公司以收入确认时点同时确认应收账款作为信用期起算时点存在差异，上述情况造成短期逾期并导致信用期外应收账款较高，欠款通常在逾期 1-2 月后结清。

截至 2026 年 3 月 31 日，公司 2025 年末信用期外应收账款回款比例为 79.05%，2023 及 2024 年末信用期外应收账款已基本收回。公司 2025 年末主要客户信用期外应收账款 2,342.67 万元，已回款比例为 85.66%，2024 年末、2023 年末主要客户的信用期外应收账款均已回款。

3. 说明员工借款(含置业借款)是否符合公司相关内控制度，员工借款的实际使用用途是否与协议约定一致，是否按照借款协议约定履行还款义务，相关会计处理是否合规，是否存在体外垫付成本费用的情形

(1) 员工借款(含置业借款)是否符合公司相关内控制度，员工借款的实际使用用途是否与协议约定一致，是否按照借款协议约定履行还款义务

公司员工借款主要为置业借款。公司为构建独具特色的薪酬福利体系,进一步加大对核心骨干员工和管理人才的吸引力，减轻其置业压力,争取做到有恒产者有恒心，充分调动员工的工作积极性和主动性，帮助员工树立长期为公司服务的意识，增强公司团队凝聚力，制订了员工住房借款相关制度。

根据公司《员工住房补贴管理办法》，公司为满足一定资格条件的员工提供置业支持。对于满足资格条件的员工，在公司经核实确系在所在地购买唯一住房的，可与公司签订《置业借款协议》，公司每月向其发放 4,000.00 元的置业借款，并在其分别继续工作满一定年限后，豁免其一定比例的置业借款金额，继续在公司工作至满 15 年后，豁免其全部置业借款总额 72 万元。若员工中途离职，应当归还未豁免的置业借款。具体情况列示如下：

序号	签订《置业借款协议》后工作年限	累计发放置业借款金额	豁免置业借款金额	累计豁免置业借款金额
1	工作满 5 年	24.00	4.80	4.80
2	继续工作至满 8 年	38.40	10.56	15.36
3	继续工作至满 10 年	48.00	13.44	28.80
4	继续工作至满 12 年	57.60	17.28	46.08
5	继续工作至满 15 年	72.00	25.92	72.00

公司员工置业借款符合公司相关内控制度，员工借款的实际使用用途与协议

约定一致，并按照借款协议约定豁免或履行还款义务。迄今为止参与该计划的员工只有三位离职，绝大多数员工在工作满一定年限后，能够无偿得到约定比例的金额奖励且无需归还，该项计划实质是公司给予员工的福利政策。

(2) 相关会计处理是否合规，是否存在体外垫付成本费用的情形

根据公司与满足资格的员工签订的《置业借款协议》以及《员工住房补贴管理办法》，公司需要在满足资格的员工继续工作满一定年限后豁免一定金额的借款额，公司在员工满足置业借款资格时点后的服务年限内按照 5 个豁免期间计提相应置业借款费用。具体会计处理如下：

1) 置业借款发放时：

借：其他应收款

贷：银行存款

2) 各期按照 5 个豁免期间计提相应置业借款费用：

借：营业成本/销售费用/管理费用/研发费用

贷：应付职工薪酬

3) 员工工作年限满足对应豁免置业借款条件时：

借：应付职工薪酬

贷：其他应收款

综上，相关会计处理符合会计准则规定。通过抽查部分相关员工的购房合同、发票、公司大额流水和个人流水，判断不存在体外垫付成本费用的情形。

(四) 关于收购关联方之江有机硅(上海)有限公司

1. 结合之江有机硅被收购前经营情况、产品结构、主要客户供应商情况、与公司合作历史以及公司产品生产、采购需求等，说明收购之江有机硅的原因及必要性，收购价格及其确定方式是否公允，是否存在特殊利益安排

(1) 被收购前经营情况、产品结构、主要客户供应商情况

1) 报告期初至注销日资产负债表及利润表主要数据

项目	2023 年 8 月 3 日	2022 年 12 月 31 日
总资产		616.67
净资产		-49.04
项目	2023 年 1-8 月	2022 年度
营业收入	453.32	1,320.50
净利润	49.04	85.03

2) 产品结构及主要客户供应商情况

之江有机硅主要产品为硅酮胶及 MS 胶；主要客户为公司；主要供应商为南京捷斯诺化工有限公司、崇越贸易(上海浦东新区)有限公司、上海迈峰硅胶有限公司、山东蓝源新材料科技有限公司、广西华纳新材料股份有限公司等。

(2) 与公司合作历史以及公司产品生产、采购需求

之江有机硅于 2014 年设立，并于 2016 年与公司开始合作。根据工商档案，公司实际控制人吴海涛于 2019 年取得之江有机硅 51% 的股权，后续于 2021 年取得之江有机硅 100% 的股权。

公司主营业务为密封、粘接、阻尼、降噪等功能性材料的研发、生产和销售。为丰富公司产品类型，拓展业务市场，公司向之江有机硅采购硅酮胶及其他胶类产品。

(3) 收购之江有机硅的原因及必要性，收购价格及其确定方式是否公允，是否存在特殊利益安排

1) 收购之江有机硅的原因及必要性

公司从之江有机硅采购的库存商品主要系之江有机硅生产的硅酮胶及其他胶类产品，进行分装处理后即对外销售。

本次收购将硅酮胶业务整合到公司体系内，有效减少了关联交易，同时进一步丰富了公司产品矩阵，符合公司战略发展规划和业务发展需要，具有合理性和必要性。

2) 收购价格及确定方式是否公允，是否存在特殊利益安排

2023 年 4 月 10 日，科建股份与之江有机硅签署了《资产转让及场地移交协议》，约定之江有机硅向科建股份转让全部库存物资及生产场地在用设备，并终止双方签订的场地租赁协议，将场地及库存物资和在用生产设备一并移交。

本次收购价格包含库存物资的含税总价为 2,234,672.71 元，生产设备的含税总价为 1,082,833.81 元。

库存物资参照双方前期商定并执行的采购价格确定，具体参照《资产转让及场地移交协议》之附件列明的原材料、产成品、半成品、机物料各类明细产品及相应含税单价进行结算，总价为 2,234,672.71 元。

生产设备参照坤元资产评估有限公司出具的“坤元评报[2023]276 号”资产评估报告确定。根据该报告，之江有机硅截至 2023 年 3 月 31 日的设备价值(不含税)评估值为 958,260.00 元。根据《资产转让及场地移交协议》第 2.2 条约定

“上述转让并移交的生产设备的转让价格(不含税)为 958,260.00 元,开具 13% 的增值税发票,税额为 124,573.81 元,含税总价小计 1,082,833.81 元。”

因此,本次收购的价格及定价依据具有公允性,不存在特殊利益安排。

2. 补充披露收购前公司与之江有机硅的关联交易具体情况,结合收购前向之江有机硅采购密封胶等产品的价格与市场价格、其他主要供应商销售价格差异情况,说明收购前关联交易公允性

(1) 收购前公司与之江有机硅的关联交易具体情况

销售方	采购方	关联交易内容	2023 年 1-4 月	2022 年度
之江有机硅	公司	密封胶等产品	255.57	1,320.50
公司	之江有机硅	租赁费	4.47	9.14
公司	之江有机硅	劳务费	27.62	38.40

注:2023 年 4 月,公司完成对之江有机硅的收购。本次收购构成业务合并,被合并方之江有机硅的财务报表全部纳入公司的合并财务报表,并追溯调整至报告期初,以上关联交易已于公司合并财务报表中予以抵消

(2) 结合收购前向之江有机硅采购密封胶等产品的价格与市场价格、其他主要供应商销售价格差异情况,说明收购前关联交易公允性

公司从之江有机硅采购的产品主要系之江有机硅生产的硅酮胶及其他胶类产品,其定价机制为参考市场价进行定价,汇总采购单价列示如下:

1) 硅酮胶

产品类别	采购单价(元/千克)	市场价格(元/千克)	是否公允
硅酮胶	12.96	11.15—14.60[注 1]、 13.48[注 2]	是

[注 1] 市场价格来源于同行业公司同期对外报价单

[注 2] 市场价格来源于可比公司硅宝科技年度报告的平均销售单价

2) 其他胶类产品

产品类别	采购单价(元/千克)	市场价格(元/千克)	是否公允
其他胶类产品	15.32	20.16[注]	是

[注] 市场价格来源于公司向外部第三方供应商的采购价格

公司向之江有机硅采购的其他胶类产品主要系 MS 胶,采购单价低于市场价格,主要系以下原因:①公司从之江有机硅采购的仅为原材料,不含后续包装等人工成本及制造费用;②参照向第三方供应商的采购价格仅为 MS 胶其中一种规格产品的采购单价,公司向之江有机硅采购其他胶类产品的采购单价为不同规格 MS 胶的平均价格,略有差异。

综上所述，公司从之江有机硅采购产品的价格与市场价格、其他主要供应商的销售价格不存在重大差异，采购价格处于合理范围，关联交易公允。

(五)核查程序及结论

1. 核查程序

(1)访谈公司相关人员，查看在建工程核算政策、相关工程合同等文件，了解公司主要在建工程项目的主要用途、实际建设周期、报告期各期工程进度、转固情况，报告期内各期对在建工程进行监盘，核实各期工程进度，检查转固时点的确定依据及合规性，与工程记录是否匹配，转固金额是否正确；获取并查阅公司借款合同、银行流水和银行回单、付款审批单，检查借款使用及利息支付情况，确认利息资本化或费用化是否符合会计准则的规定；

(2)登录天眼查进行检索查询，查询公司报告期内主要设备及工程供应商的基本情况，包括成立时间、注册资本、主营业务、经营规模、股权结构及主要经营人员等信息，检查上述供应商与公司及其关联主体、主要客户或其他主要供应商等是否存在关联关系；结合资金流水核查，检查是否存在资金拆借、股权投资等资金往来或特殊利益安排；

(3)了解公司商誉减值测试方法，获取评估机构出具的商誉减值测试的评估报告及管理层编制的商誉减值测试表，复核商誉减值测试过程中所使用的方法、关键假设、关键参数、预测收入及折现率等的合理性；

(4)计算公司主要产品产能利用率并进行分析，对公司固定资产进行盘点，分析报告期内及期后是否存在生产线闲置情形，固定资产减值准备计提是否充分；

(5)了解公司各期末存货的减值测试方法及存货跌价准备计提政策；查询可比公司存货跌价计提政策和计提比例，与公司存货跌价计提政策和计提比例进行对比；获取公司各期末存货跌价准备计提明细、存货库龄表、期后销售与结转情况，并对报告期各期末的存货执行减值测试程序，确认存货跌价准备计提的充分性；

(6)对各期末寄售模式下存货减值情况进行复核，确认存货跌价准备计提的充分性；

(7)访谈公司采购部、销售部、生产中心相关人员，了解公司的备货政策、备货周期、生产销售周期情况；分析委托加工物资的变动原因及合理性；获取报告期各期末及期后委托加工物资明细表，检查委托加工物资期后结转情况；

(8) 获取主要客户合同并访谈公司财务负责人，了解公司对主要客户的信用政策和结算方式是否发生变化、主要客户应收账款与信用政策是否匹配；

(9) 访谈公司财务负责人，了解报告期内逾期应收账款产生的具体原因以及公司应对逾期客户的后续管理举措；检查应收账款期后回款情况；

(10) 访谈公司财务负责人，了解员工置业借款相关内控制度；获取员工置业借款相关的政策文件，检查公司与员工签订的借款协议，借款发放情况，摊销计算表，判断会计相关处理是否合规，是否存在体外垫付成本费用情形；

(11) 查阅之江有机硅公司的财务报表，序时账等；取得并查阅报告期内之江有机硅的工商登记资料；查阅科建股份与之江有机硅签订的资产转让及场地移交协议、科建股份收购之江有机硅设备价值评估项目资产评估报告等材料；

(12) 获取收购前公司与之江有机硅的关联交易明细表，结合市场价格及第三方采购价格，分析关联交易的公允性。

2. 核查结论

(1) 报告期内，公司在建工程项目转固及时，入账依据准确，不存在其他无关成本费用混入在建工程的情形，各期在建工程资本化、费用化利息情况，符合《企业会计准则》的规定；

(2) 报告期内，公司各期主要设备及工程供应商未发现异常，相关交易价格公允，工程及设备类供应商与公司及其关联主体、客户或其他供应商等不存在关联关系，不存在资金拆借、股权投资等资金往来或特殊利益安排；

(3) 公司在报告期各年末对商誉进行了减值测试，公司商誉减值测试过程中预测的数据合理、谨慎，经减值测试，相关商誉无需计提减值准备；

(4) 由于多维度因素的叠加作用，共同导致了报告期内产能利用率相对较低的情况。报告期各期末，公司对固定资产进行了定期盘点，未发现主要固定资产有闲置的情况，公司固定资产不存在减值迹象，无需计提减值准备；

(5) 公司存货库龄情况良好，存货库龄确定方法合理；公司根据《企业会计准则第1号—存货》的规定计提存货跌价准备，与同行业可比公司相比不存在重大差异，存货跌价准备计提充分；

(6) 公司报告期内不存在长期置放于客户仓库的存货，寄售模式下存货减值计提充分；

(7) 公司各期末委托加工物资均有订单支持，期后均已结转；公司委托加工

物资变动具有合理性，与采购、生产模式相匹配；

(8)同一客户报告期内、不同客户同一期间信用政策不存在差异，公司对各类客户的信用政策严格执行，应收账款增幅高于收入增幅的原因具有合理性不存在放宽信用期刺激销售的情形；

(9)报告期各期末，公司信用期外应收账款形成的原因具有合理性，期后回款情况良好，不存在提前确认收入的情形；

(10)报告期内，公司员工置业借款符合公司相关内控制度，员工借款的实际使用用途与协议约定一致，并按照借款协议约定豁免或履行还款义务，相关会计处理合规，不存在体外垫付成本费用情形；

(11)公司收购之江有机硅符合公司战略发展规划和业务发展需要，具有合理性和必要性；本次收购的价格及定价依据具有公允性，不存在特殊利益安排；

(12)公司收购前从之江有机硅公司采购库存商品的价格与市场价格不存在重大差异，关联交易定价公允。

(六)说明对在建工程、固定资产的监盘情况，监盘的时间、地点、人员、监盘比例等，监盘结果是否存在差异，替代性程序是否充分

报告期各期末，在建工程、固定资产监盘情况具体如下：

报告期	2025/12/31	2024/12/31	2023/12/31
监盘时间	2025/12/30	2024/12/30	2023/12/28
监盘范围	房屋建筑物、生产设备、办公设备及其他设备		
监盘程序	1. 监盘前取得公司的固定资产及在建工程盘点清单，与固定资产卡片账核对是否相符，确定固定资产及在建工程地点、监盘范围、监盘比例。2. 根据既定的监盘计划抽盘固定资产，对照公司的固定资产盘点表中固定资产名称、数量、规格和存放地点对实物进行逐项核对，重点关注本年新增的固定资产。检查资产使用状况，关注是否存在毁损、陈旧、报废、闲置等情形。对大额在建工程进行全盘，查看完工状态以及是否有延迟转固的迹象。固定资产及在建工程监盘时实施从实物到账、账到实物的双向检查，以测试盘点表的完整性和准确性。在监盘过程中形成书面记录，做好监盘核对工作。3. 对监盘结果汇总记录进行复核。		
监盘方式	现场查看		
监盘人员	申报会计师项目组成员、保荐机构项目组成员		
固定资产监盘比例	81.77%	88.17%	77.68%
在建工程监盘比例	80.39%	89.16%	99.74%

监盘结果	账实相符	账实相符	账实相符
------	------	------	------

报告各期末，公司固定资产及在建工程状况良好，监盘结果均为账实相符，为相关资产的真实性及完整性提供了充分且适当的证据。鉴于监盘程序执行有效，监盘结果可靠，未发现异常情况，无需补充实施替代测试程序。

(七)对设备、工程施工供应商及相关采购真实性的核查情况，是否均已采取访谈、函证等核查程序，对相关主体与公司及其关联方、公司客户及供应商等是否存在关联关系或其他利益往来的具体核查措施

1. 对设备及工程施工供应商及相关采购真实性的核查情况，是否均已采取访谈、函证等核查程序

(1)核查程序

1)了解公司采购模式，访谈采购相关人员，了解供应商询价、筛选机制及定价机制，了解与设备及工程采购相关的内部控制及其实施情况，并测试相关内部控制的运行有效性；

2)获取公司报告期内主要设备及工程供应商名单、采购金额，针对新增在建工程实施细节测试，抽取其采购合同、验收材料、结算付款、记账凭证单据等，核查采购内容的真实性；

3)通过公开渠道对设备及工程主要供应商进行背景调查，了解其成立时间、注册资本、注册地址、经营范围、法定代表人及股权结构等情况，核查主要供应商是否具备与公司采购内容相匹配的业务资质；

4)对公司主要设备及工程供应商采购实施函证程序，对函证全过程保持严格控制，确保函证过程的独立性和结果的可靠性

5)对重要设备及工程供应商实施走访程序，了解供应商的基本情况、经营状况、与公司的合作背景、合作模式和交易情况，查看经营场所；

6)查阅报告期内公司控股股东、实际控制人、董监高及关键岗位人员银行卡流水，核查与设备及工程供应商资金往来是否与公司采购付款情况相匹配。

(2)访谈及函证核查情况

1)访谈

对公司报告期内重要的设备及工程供应商实施访谈，了解供应商的基本情况、经营状况、与公司的合作背景、合作模式和交易情况，查看经营场所，并核查供应商与公司之间的关联关系，核查是否存在利益输送等情况。具体情况如下：

项 目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
覆盖当期采购金额	2,938.45	2,752.45	5,747.55
当期在建工程增加金额	4,019.18	3,748.84	6,627.58
对当期在建工程增加额的覆盖比例	73.11%	73.42%	86.72%

2) 函证

针对公司设备及工程主要供应商进行函证，针对回函不符的供应商，核查差异原因并编制的回函差异调节表，对差异调节情况进行复核。具体情况如下：

项 目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
发函金额(a)	3,218.77	2,752.45	5,747.55
采购总额(b)	4,019.18	3,748.84	6,627.58
回函可确认金额(c)	3,218.77	2,752.45	5,747.55
可确认回函比例(c/b)	80.09%	73.42%	86.72%

2. 对相关主体与公司及其关联方、公司客户及供应商等是否存在关联关系或其他利益往来的具体核查措施

(1) 对重要设备及工程供应商实施走访程序，了解供应商的基本情况、经营状况、与公司的合作背景、合作模式和交易情况，查看经营场所，并确认供应商是否与公司及其关联方存在关联关系，其他资金往来及特殊利益安排；

(2) 通过公开渠道对设备及工程主要供应商进行背景调查，了解其成立时间、注册资本、注册地址、经营范围、法定代表人及股权结构等情况，并核查设备及工程供应商是否与公司及其关联方、公司主要客户及其他主要供应商存在关联关系；

(3) 查阅报告期内公司及其控股股东、实际控制人、董监高及关键岗位人员银行卡流水，核查是否存在与供应商的异常资金往来。

3. 核查结论

经核查，我们认为：公司向设备及工程供应商采购具备真实性，公司设备及工程供应商与公司及其关联方、公司主要客户及其他主要供应商不存在关联关系或其他利益往来。

(八) 说明对存货真实性采取的核查措施，如监盘程序、监盘比例、监盘结果以及其他核查程序等

1. 核查程序

(1) 查阅公司存货内部控制制度，了解公司与存货相关的内部控制是否得到

有效执行；

(2) 获取公司各期末存货明细表，分析波动情况；

(3) 了解存货各期末分布地点，获取公司存货盘点安排。根据存货重要程度，在公司全面盘点基础上，对存货执行监盘。监盘开始前，对盘点现场进行观察，确认存货是否存放得当、标识是否清晰、公司是否按照盘点计划执行盘点，观察存货状态；获取公司截至盘点日的存货盘点表，抽取样本进行监盘，同时，从存货实物抽取样本核对至公司存货盘点表。

报告期各期末存货监盘情况如下：

项目	2025 年末	2024 年末	2023 年末
监盘时间	总部仓库：2025.12.30 及 2025.12.31，部分第三方仓库：2025.12.24-2025.12.26	总部仓库：2024.12.30 及 2024.12.31，部分第三方仓库：2024.12.25-2025.12.26	总部仓库：2023.12.29，部分第三方仓库：2024.1.4
监盘地点	公司厂区内、第三方仓库所在地	公司厂区内、第三方仓库所在地	公司厂区内、第三方仓库所在地
监盘范围	原材料、在产品、库存商品、发出商品、委托加工物资	原材料、在产品、库存商品、发出商品、委托加工物资	原材料、在产品、库存商品、发出商品、委托加工物资
监盘人员	申报会计师项目组成员、保荐机构项目组成员	申报会计师项目组成员、保荐机构项目组成员	申报会计师项目组成员、保荐机构项目组成员
监盘方式	现场监盘	现场监盘	现场监盘
监盘比例	67.93%	68.30%	72.28%
监盘结果	经监盘，无异常	经监盘，无异常	经监盘，无异常

2. 核查结论

经核查，我们认为：报告期，公司存货具备真实性。报告期各期末存货监盘比例较高，盘点结果与账面记录不存在重大差异，不存在账实不符的情形。

(九)说明对应收账款履行的不同核查方式的具体内容、对应的核查金额及比例，详细列示报告期各期的函证情况，包括但不限于发函数量、具体内容、金额及比例，回函数量、回函金额及比例、差异金额及差异原因，对未回函的函证履行的替代程序及充分性

1. 说明对应收账款履行的不同核查方式的具体内容、对应的核查金额及比例

针对应收账款，我们执行了以下核查程序：

(1) 了解公司销售与收款流程财务报告内部控制的设计与执行，在此基础上对销售与收款流程执行了穿行测试；对于收入相关的关键控制，如销售合同审批、发货审批及出库、验收资料审核、收入确认等进行了运行有效性的测试；

(2)对报告期的应收账款实施函证程序。向公司报告期内主要客户寄发询证函，以验证应收账款的真实性、存在性与准确性；对未收回的询证函实施替代测试，检查至原始的收入确认单据、核查期后回款等；对于回函有差异的，询问差异原因，查阅相关差异的支持凭证(包括但不限于收入确认单据、发票)并分析差异的合理性；报告期内各期末应收账款客户发函并取得有效回函所覆盖的应收账款余额占当期期末应收账款余额的比例分别为 76.40%、63.77%、68.36%；

(3)对公司报告期各期收入确认的原始单据(包括签收单、报关单、提单、领用对账单等)进行细节测试，报告期各期的核查比例分别为 69.76%、63.78%和 65.58%；

(4)对报告期内各年度的主要客户进行了实地或视频访谈，询问其采购公司产品的情况、结算方式及信用期安排等；关注询问到的信息与前期了解的情况是否相符，是否存在异常情形，报告期各期的走访比例金额占比分别为 57.43%、56.37%和 57.29%；

(5)对销售收入进行了截止测试，核查了报告期各期末前后一个月的收入凭证及验收单、发票等单据，确认公司收入及应收账款确认在正确的会计期间；

(6)核查报告期各期末公司应收账款逾期情况及期后回款情况。

2. 详细列示报告期各期的函证情况，包括但不限于发函数量、具体内容、金额及比例，回函数量、回函金额及比例、差异金额及差异原因，对未回函的函证履行的替代程序及充分性

报告期各期末，公司应收账款的函证情况如下：

项目	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日
发函数量	222.00	219.00	393.00
回函数量	154.00	145.00	228.00
应收账款金额①	20,396.05	15,902.59	14,083.72
发函金额②	18,122.31	13,716.82	13,015.89
发函比例③=②/①	88.85%	86.26%	92.42%
回函金额	13,943.13	10,140.93	10,759.37
回函比例	68.36%	63.77%	76.40%
回函相符金额④	7,945.64	5,621.71	7,181.07
回函不符但经差异解释可确认金额⑤	5,997.49	4,519.22	3,578.30
函证可确认金额⑥=④+⑤	13,943.13	10,140.93	10,759.37
函证可确认金额占应收账款金额比例⑦=⑥/①	68.36%	63.77%	76.40%
未回函执行替代测试金额⑧	4,179.18	3,575.89	2,256.52

未回函执行替代测试金额占应收账款金额比例⑨=⑧/①	20.49%	22.49%	16.02%
函证确认和替代测试可确认金额⑩=⑥+⑧	18,122.31	13,716.82	13,015.89
函证确认和替代测试可确认金额占应收账款金额的比例⑪⑩/①	88.85%	86.26%	92.42%

公司与部分客户回函不符，主要系部分客户依据收到增值税专用发票确认其应付账款，而公司是在产品签收时确认应收账款，因此由于双方核算方式或入账时间存在差异导致出现客户回函不符的情况。

对于回函存在差异的情况，我们询问了差异原因，查阅相关差异的支持凭证（包括但不限于销售合同、签收单、发票、物流单据等），差异主要系双方入账时间性差异导致，编制了余额调节表，调节后余额相符。

对于未回函的客户，我们全部实施了替代测试，包括检查至原始的会计凭证、发票、发货单、签收单据、期后回款银行回单等。

综上，我们对回函存在差异的情况以及部分未回函客户均执行了替代测试程序，执行的替代程序充分有效。

七、关于其他问题

(1) ……。

(2) 关于信息披露。请发行人：①结合拟豁免披露名称的相关客户是否属于前五大客户中的新增客户、信息披露豁免内容对投资者决策的影响等，更新“7-4 信息披露豁免申请及保荐机构核查意见”并进一步说明信息披露豁免申请是否符合相关要求。②在招股说明书中进一步明确发行人选择的具体上市标准。③按照招股说明书准则的相关要求，逐项梳理风险事项的揭示是否充分、准确，删除其中包含的风险对策、发行人竞争优势及可能减轻风险因素的类似表述，针对部分需投资者特别关注的风险因素，请在“重大事项提示”中披露。

请保荐机构、发行人律师、申报会计师核查问题(2)，并更新申请文件“7-4 信息披露豁免申请及保荐机构核查意见”相关意见。（审核问询函问题 10）

(一)结合拟豁免披露名称的相关客户是否属于前五大客户中的新增客户、信息披露豁免内容对投资者决策的影响等，更新“7-4 信息披露豁免申请及保荐机构核查意见”并进一步说明信息披露豁免申请是否符合相关要求

1. 公司本次拟申请豁免披露的客户均不属于公司前五大客户。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》《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 1 号》1-23 信息披露豁免等规定，公司有充分依据证明本准则要求披露的信息涉及国家秘密、商业秘密及其他因披露可能导致其违反国家有关保密法律法规或严重损害公司利益的，公司可申请豁免披露。

公司申请信息披露豁免主要系公司相关信息为公司及客户的商业秘密。上述信息涉及公司商业秘密的具体情况如下：

公司于问询函回复中所披露的主要客户及其合作关系、财务数据等信息在一定程度上体现了公司的销售理念、定价策略，具有较强的商业敏感性，系公司的核心商业机密；公司主要贸易商的具体下游客户是贸易商开展业务的关键资源，亦具备较强的商业敏感性。

如公开披露该等信息将严重影响公司的正常商业竞争，亦将大幅提升公司现有销售定价体系的执行难度和客户关系的维护成本，可能会引起境内外竞争对手与下游客户等关注，对公司后续商务谈判和经营造成不利影响，从而导致严重损害公司利益。

2. 公司豁免披露信息履行的内部程序

公司制定了《信息披露管理制度》《内幕信息知情人登记管理制度》《信息披露暂缓与豁免管理制度》等制度，前述制度就商业秘密信息的保管要求、披露方式及审核流程等做出了明确约定。公司董事长对信息豁免披露事项进行了审慎认定并签字确认，相关商业秘密对外披露将导致公司违反相关保密义务责任，该等商业秘密信息的公开将会对公司业务经营产生不利影响。公司相关商业秘密豁免披露处理的方式对投资者了解公司的经营情况等重要信息不存在不利影响，对本次发行不构成实质性障碍。公司申请前述信息披露豁免的依据合理、充分，认定涉密履行了相应的内部程序，符合相关规定。

3. 公司豁免披露信息符合替代性披露要求

公司对豁免披露的信息采取了汇总概括、客户代码等替代性方式进行披露，公司已披露的信息为投资者作出价值判断和投资决策提供充分且必要的信息，公司保证相关信息的内容真实、准确、完整，豁免披露的信息不会对投资者作出价值判断及投资决策构成重大障碍，符合招股说明书准则的基本要求。

4. 公司申请信息豁免披露未违反相关规定

因涉及商业秘密，公司申请豁免披露，相关豁免披露不存在违反《北京证券交易所股票上市规则》《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》《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办理指南第 1 号——申报与审核》《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 1 号》等相关规定的情形。

5. 公司相关豁免信息不影响投资者决策判断

相关主要客户、合作关系、财务数据以及主要贸易商下游客户情况等信息不构成投资者决策判断不可或缺的信息，豁免披露不影响投资者对公司基本信息、财务状况、经营成果、公司治理、行业地位、未来发展等方面的影响，不会对投资者作出价值判断及投资决策存在重大障碍。

6. 公司相关豁免信息不存在泄密风险

公司制定了《信息披露管理制度》《内幕信息知情人登记管理制度》《信息披露暂缓与豁免管理制度》等制度，并与可能知悉公司秘密的员工签订了《保密协议》，要求相关人员对公司的核心商业秘密负有保密责任。根据公司与相关客户签署的相关协议约定，公司和客户对涉及双方的业务与技术等商业秘密信息均负有相关保密义务。

综上所述，公司申请信息披露豁免的依据合理、充分，符合相关规定；公司信息豁免披露履行了相应的内部程序，信息披露豁免申请符合相关信息披露规定要求，公司替代性披露方式合理，符合招股说明书准则的基本要求，不会对投资者作出价值和决策判断构成重大障碍；公司相关豁免信息尚不存在泄密风险，符合《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 1 号》1-23 信息披露豁免的相关要求。

(二) 核查程序及结论

1. 核查程序

查阅与信息豁免披露相关的法律、法规及相关规定；查阅公司与主要客户签订的保密协议；查阅公司与豁免披露信息相关的制度及内部程序。

2. 核查结论

公司申请信息披露豁免的依据合理、充分，符合相关规定；公司信息豁免披露履行了相应的内部程序，信息披露豁免申请符合相关信息披露规定要求，公司替代性披露方式合理，符合招股说明书准则的基本要求，不会对投资者作出价值和决策判断构成重大障碍；公司相关豁免信息尚不存在泄密风险，符合《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 1 号》

1-23 信息披露豁免的相关要求。

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，如存在涉及公开发行股票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。

经核查，我们认为，除上述问题外，公司不存在涉及股票公开发行并在北交所上市要求、信息披露要求以及影响投资者判断决策的其他重要事项。

专此说明，请予察核。



中国注册会计师：

沈佳盈



中国注册会计师：

彭灏伟



二〇二六年 六 月 一 日