

广东四通集团股份有限公司

关于 2025 年度业绩预告有关事项的监管工作函 的回复公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

广东四通集团股份有限公司（以下简称“公司”或“四通股份”）于近期收到上海证券交易所《关于广东四通集团股份有限公司 2025 年度业绩预告有关事项的监管工作函》（上证公函【2026】0395 号，以下简称“工作函”）。根据《工作函》的要求，公司积极组织相关部门会同年审会计师就《工作函》中所关注问题逐项认真核查分析，现将有关问题回复如下：

一、关于主营业务。业绩预告显示，公司预计 2025 年度实现营业收入 3.5 亿元至 4.1 亿元，同比增长 26%至 44%，其中生活陶瓷业务出口收入下滑，新增锆钛矿精炼业务预计实现收入 1.4 亿元。

请公司：（1）补充披露报告期各项主营业务的业务模式，包括采购加工销售流程、生产设备、人员储备、客户供应商来源、采销结算安排、收入确认政策等，并说明上述业务模式是否较以前年度发生重大变化，是否存在新增业务情况，如是，请详细说明；（2）补充披露报告期各项主营业务的境内外收入金额、毛利率及同比变动情况等，并量化分析变动原因；（3）区分主营业务类型，以表格形式列示主要供应商情况，包括供应商名称、首次合作年份、采购内容、采购金额、预付比例、期末交付情况等；（4）区分主营业务类型、境内外业务，以表格形式列示主要客户情况，包括客户名称、主营业务、首次合作年份、销售内容、销售金额、应收账款、期后回款情况等；（5）说明主要客户及供应商相较往年是否发生较大变化及变化原因；自查主要客户及供应商是否存在关联关系，是否与公司、董监高、大股东存在关联关系、共同投资、业务往来或其他资金往来等，如是，请进一步说明相关合同定价依据及公允性，相关业务是否真实且具有商业实质，相关收入确认是否符合《企业会计准则》有关要求；（6）结合《上海证券交易所上市公司自律监管指南第 2 号——业务办理》附件

第七号《财务类退市指标：营业收入扣除》，分析说明锆钛矿精炼等新业务是否已形成稳定业务模式，报告期是否存在营业收入应扣除但未扣除的情况。

【公司回复】

(1) 补充披露报告期各项主营业务的业务模式，包括采购加工销售流程、生产设备、人员储备、客户供应商来源、采销结算安排、收入确认政策等，并说明上述业务模式是否较以前年度发生重大变化，是否存在新增业务情况，如是，请详细说明；

1. 公司主要从事家居生活陶瓷的研发、生产和销售，产品涵盖日用陶瓷、卫生陶瓷、艺术陶瓷等品类。公司生产经营模式以 OEM/ODM 贴牌业务与自主品牌相结合；生产模式根据订单生产，采取“以销定产为主，库存生产为辅”和库存生产相结合的方式；销售方面主要面向国内外知名品牌商及采购商进行直接销售。

具体业务流程如下：

①采购流程：根据生产需求制定计划→筛选供应商→谈判定价→签订合同→到货验收→入库登记。

②加工流程：主要加工流程如下：成品泥浆→配料→研磨→过筛、坯料制备→成型→干燥→修坯、釉下装饰→施釉→烧成→白瓷检选→釉上装饰→彩烧→彩瓷检选→成品包装。

③销售流程：销售流程涵盖客户沟通与拜访、商务谈判或招投标、合同签订、发货、验收结算、发票开具及收款等环节。

④生产设备：主要设备包含宽体日用陶瓷燃气隧道窑，智能隧道窑，节能型隧道窑，日用瓷泥生产线 1 条，洁具泥生产线 1 条，HD-30-2-2-160SK 全自动滚压成型生产线 3 条，12 米卧式高压注浆生产线 2 条，ZNN-I 智能泥浆颗粒分级生产线 1 条，日用陶瓷年产 3200 万只、卫生陶瓷年产 90 万只、艺术陶瓷年产 155 万只。

⑤人员储备：人员结构如下图：

类别	人数
生产人员	794
销售人员	32
研发人员	105
财务人员	14
行政人员	46
合计	991

⑥客户来源：一是公司积极借助国内外知名展会平台进行品牌展示与市场拓展。二是存量客户深度维护。三是客户转介绍与新客户拓展。

⑦供应商来源：通过行业组织获取会员企业信息，接受厂商主动接洽，依托现有合作或同行推荐等多元化渠道拓展。

⑧采购结算安排：采购结算因物资类别而异，主要原材料及配件采购采用按月结算、银行转账支付；部分燃料采购执行先款后货的结算方式。

⑨销售结算安排：公司的销售结算政策根据业务类型的不同而有所区分。在付款方式上，会结合客户采购规模、合作期限、回款信誉等因素考虑，对合作的优质客户，可提供 30 至 180 天的常规信用账期，客户须遵照约定在信用期内及时支付货款。在结算工具的选择上，主要以电汇（T/T）为主，同时结合业务实际情况，辅以银行转账和信用证等多种方式，以确保交易顺利进行。

⑩收入确认政策：

①内销收入确认方法：

根据销售业务的不同情况，分两种方式：

a. 内销产品收入：国内销售以陆运为主，在公司办理出库，并由客户或客户指定的承运机构在出库单上签收时确认销售收入的实现；

b. 电商收入：公司在天猫、京东等第三方电商平台销售产品，消费者在电商平台下单购买后，公司经核对订单后发货，并通过第三方物流公司配送，消费者在收到货物并查验无误后在电商平台上确认收货。公司电商收入确认时点为在客户收货且公司收取货款时确认收入。

②外销收入确认方法：

国外销售采用 FOB 结算，一般情况下在出口业务办妥报关出口手续，并交付船运机构后按报关单的出口日期确认销售收入的实现。

公司上述业务较以前年度未发生重大变化，家居生活陶瓷业务不存在新增业务情况。

2. 公司结合在陶瓷原料、耐火材料和烧成工艺方面的技术积累和沉淀，2024 年下半年开始向产业链上游的新材料业务领域拓展，开拓了锆钛矿产品精炼业务，该业务主要由控股子公司大连壹唯新材料有限公司（以下简称“壹唯新材料”）负责运营，采用以产定销的经营模式。具体业务流程如下：

①采购流程：主要包括申请、询比价、签约、验收、入库及付款等环节。公司依托建发物流集团有限公司采用代理进口模式，该模式借助其供应链优势与低息授信，提供融资、物流、清关等一站式服务，保障原材料进口合规高效。

②加工流程：加工环节以钛中矿、锆中矿为主要原料，依托磁选、重选、浮选等物理加工工艺，生产出符合客户质量要求的终端产品，主要包括：锆英砂、钛精矿、中度锆矿及独居石等。

③销售流程：销售流程涵盖客户沟通与拜访、商务谈判或招投标、合同签订、发货、验收结算、发票开具及收款等环节。

④生产设备：公司核心生产设备主要包括：高强滚筒电选机、强磁选机、弧板电选机、筛板电选机、重选摇床、螺旋流槽、脱水过滤干燥系统、提升机及输送机组、球磨机等，年加工能力 10 万吨左右。

⑤人员储备：总经办/销售部人员 3 人，财务部 3 人，生产部 28 人，实验室 1 人，行政综合 3 人。

⑥客户来源：客户主要通过以下渠道获取：（1）行业会议；（2）行业内客户相互介绍；（3）依托双方资源优势介绍推荐及市场开发。

⑦供应商来源：主要原材料钛中矿、锆中矿来源于澳洲、美国、阿联酋、印尼等多个国家，该类矿产为国家鼓励进口产品。壹唯新材料依托海外资源积累，与澳洲海岸线矿、美国钛业等全球高品位锆钛矿矿山供应商保持良好的合作关系。

⑧采购结算安排：针对代理采购业务，公司通常在签订采购合同后预付 15% 的保证金，原材料到港后分批结算提货，信用政策为先款后货；其他燃料及配件类物资则采取定期结算方式支付货款。

⑨销售结算安排：根据客户类型及合作模式，公司采用差异化的销售结算方式：（1）部分客户在签订合同后预付一定保证金，分批提货，确认收货后支付剩余尾款；（2）部分客户经授信可获得 30 至 40 天的信用周期；（3）另一部分客户采用先款后货的结算方式。上述安排兼顾了市场拓展与资金回笼的平衡。

⑩收入确认政策：

内销：①采取上门提货的，在壹唯新材料办理出库，并由客户或客户指定的承运机构在出库单/磅单上签字时确认销售收入的实现；②采取送货上门方式的，将产品运输到客户指定的交货地点，并经客户或其指定的验收人签字时确认销售

收入的实现。

外销：国外销售采用 FOB 结算，一般情况下在出口业务办妥报关出口手续，并交付船运机构后按报关单的出口日期确认销售收入的实现。

报告期内，公司锆钛矿精炼业务的经营模式、主要流程及业务结构部分发生调整。2024 年第四季度，因租赁工厂的设备检修完善、调试与市场开拓工作同步推进，叠加北方冬季低温天气对生产造成一定影响，为保障已开拓客户的订单交付及时性，并确保产品品质符合要求、建立客户信任，公司在此期间通过委外加工方式满足客户需求。

自 2025 年起，公司锆钛矿精炼业务全面转为自主生产加工模式，依托租赁工厂建立了完整的生产线及运营团队，直接负责从原材料采购到产成品销售的全流程管理。

3. 报告期内，于 2025 年 10 月，公司新设控股子公司佛山利德嘉新材料有限公司（以下简称“利德嘉新材料”），注册资本由双方以现金方式认缴。其中，公司持股比例为 51%，佛山市利德嘉陶瓷釉有限公司持股比例为 49%。主要从事陶瓷色釉料、低温玻璃颜料的研发、生产和销售，产品涵盖建筑陶瓷颜色、低温玻璃颜料、全抛釉、肌肤釉、干粒釉、特殊效果色釉料等系列。本次投资进一步完善了公司从矿产资源到终端产品的垂直整合体系，巩固了产业链协同优势。

报告期内，新增陶瓷色釉料业务相关情况如下：

陶瓷色釉料业务注册资本 5,000 万元已实缴到位并全部投入日常经营，未来将根据业务需要按持股比例同比例提供财务资助。公司治理方面，董事会由 5 名董事组成，其中四通股份提名 3 名，少数股东提名 2 名；总经理、财务负责人由四通股份委派。目前拥有员工约 168 人，核心团队深耕行业多年，生产及非生产岗位人员主要从租赁方在册人员中择优聘用，工龄实行“新老划断”并重新签订劳动合同。资产方面，主要厂房及辅助设备采取租赁方式，租赁期十年，主要生产线及相关设备以现金方式受让取得，交易价格参考评估价值。供应链管理上，主要原材料包括氧化铝、氧化锌、高岭土、石英、钠长石、碳酸锶等，针对每种主要原材料均维持两家以上合格供应商储备，除合资方引荐外，报告期内新开发供应商 10 余家。客户方面，主要面向规模较大的陶瓷企业开展直销业务，客户资源部分由合资方导入，报告期内新增已发生交易客户 4 家、意向客户 5 家。目

前具备年产釉料 10 万吨、色料 2,500 吨的生产能力，业务运营稳步推进。

利德嘉新材料设立初期，为保障其业务的顺利开展，由利德嘉少数股东实控人担任执行董事，并由少数股东管理团队主要负责利德嘉新材料的经营活动，由于公司实际未完全主导利德嘉的经营活动，因此未将其纳入合并范围。2025 年 12 月利德嘉新材料股东会同意，利德嘉新材料设立董事会负责公司重大经营决策，公司在董事会中占多数席位并委派总经理等高管，能够完全主导利德嘉的经营活动，于 2025 年 12 月 31 日将其纳入合并范围。

(2) 补充披露报告期各项主营业务的境内外收入金额、毛利率及同比变动情况等，并量化分析变动原因；

公司 2025 年度各项主营业务的境内外收入金额、毛利率及同比变动情况如下表：

单位：万元；

主营业务		2025 年度（未经审计）				2024 年度	
		内销	变动率（%）	外销	变动率（%）	内销	外销
日用陶瓷	销售收入	4,209.25	67.41	9,351.24	-10.84	2,514.38	10,488.27
	毛利率（%）	8.53	增加 3.11 个百分点	5.35	减少 4.87 个百分点	5.42	10.22
卫生陶瓷	销售收入	2,339.38	-25.52	3,699.10	0.04	3,140.94	3,697.57
	毛利率（%）	-20.67	减少 37.95 个百分点	-4.52	减少 6.68 个百分点	17.28	2.16
艺术陶瓷	销售收入	219.57	46.54	2,960.52	-23.00	149.84	3,844.72
	毛利率（%）	8.74	增加 1.91 个百分点	6.99	减少 3.71 个百分点	6.83	10.70
其他	销售收入	7.68	-91.37	166.68	-70.96	88.99	574.01
	毛利率（%）	15.96	增加 4.71 个百分点	15.01	减少 6.79 个百分点	11.25	14.00
锆行业	销售收入	13,498.93	240	585.94	100	3,973.82	-
	毛利率（%）	-12.78	减少 9.51 个百分点	-12.13	-	-3.27	-

1、家居生活陶瓷业务：

报告期内，公司家居生活陶瓷业务实现主营业务收入 22,953.42 万元，比去年同期减少 1,545.29 万元，下降 6.31%。国内销售方面，2025 年度实现收入 6,775.89 万元，同比增长 881.73 万元，增幅达 14.96%。增长主要得益于部分客户订单增加及新客户的成功拓展。分产品看：日用陶瓷实现销售收入 4,209.25 万元，同比增长 1,694.87 万元，增幅 67.41%，主要源于新客户的开发和老客户订单增加带动了销售增长；卫生陶瓷销售收入为 2,339.38 万元，同比减少 801.56 万元，降幅 25.52%，主要因市场竞争激烈，客户订单量下降；艺术陶瓷销售收入 219.57 万元，同比增长 69.73 万元，增幅 46.54%，基数较小，实现稳健增长。

出口销售方面，2025 年度实现收入 16,177.53 万元，同比减少 2,427.03 万元，降幅 13.05%。具体表现如下：日用陶瓷出口销售 9,351.24 万元，同比减少 1,137.03 万元，下降 10.84%。区域表现分化：大洋洲地区（尤其是澳大利亚）需求大幅上升，增长 518.09 万元，增幅 59.20%；美洲地区（美国、墨西哥）需求下降，减少 550.29 万元，降幅 51.49%；欧洲地区（德国）减少 1,045.34 万元，降幅 16.53%；亚洲地区减少 305.22 万元，降幅 13.74%；非洲地区（南非等）新增销售 245.73 万元，实现突破。卫生陶瓷出口销售 3,699.10 万元，同比基本持平，微增 0.04%。艺术陶瓷出口销售 2,960.52 万元，同比减少 884.20 万元，降幅 23.00%。主要因欧洲市场（英国、瑞士、法国）合计减少 241.46 万元、393.09 万元和 63.81 万元，降幅 19.49%；美洲市场减少 105.54 万元，降幅 19.76%；亚洲及非洲市场亦有不同程度下滑。

毛利率变动方面，报告期内公司主营业务毛利率为 2.01%，同比下降 7.5 个百分点。主要原因包括：陶瓷产品出口退税率下降 4 个百分点，退税率差计入成本；清理部分尾货及堆头产品拉低了售价；叠加总体需求减弱、市场竞争加剧，销售价格承压。

外销毛利率同比下降 5.42 个百分点，毛利额减少 1,092.24 万元。其中：日用陶瓷毛利率 5.35%，同比下降 4.87 个百分点；卫生陶瓷毛利率为-4.52%，同比下降 6.68 个百分点；艺术陶瓷毛利率 6.99%，同比下降 3.71 个百分点。主要受出口退税率下调、竞争加剧导致售价下调、销量下降推高单位成本等因素综合影响。

内销毛利率同比下降 12.97 个百分点，各产品表现不一：日用陶瓷因加强设计投入和新产品投放，市场需求得到有效刺激，部分客户业务规模扩大，加之配方调整降低了单位成本，毛利率上升至 8.53%，同比增长 3.11 个百分点；卫生陶瓷受市场环境恶化及产能严重过剩影响，价格竞争激烈，加之公司为优化库存对部分尾货和堆头进行降价清理，导致毛利率出现大幅下降，同比减少 37.95 个百分点，若剔除该因素影响则毛利率为 11.78%，减少 5.5 个百分点；艺术陶瓷毛利率为 8.74%，同比上升 1.91 个百分点，基数较小，略有增长。

2、锆行业业务：

报告期内，公司锆行业内销业务实现营业收入 13,498.93 万元，较去年同期增长 240%，主要系公司子公司壹唯新材料于 2024 年 9 月成立，2024 年 10 月起首次实现销售，由于 2024 年度仅包含部分期间收入，而 2025 年为完整会计年度，故本期销售收入增幅较大。外销方面，营业收入增长主要系 2025 年公司首次实现产品出口销售，形成新增收入来源。

毛利率方面，2025 年度公司内销毛利率较去年同期有所下降，主要受以下因素影响：2025 年度公司内销毛利率较去年同期有所下降，主要受以下因素影响：一方面，下游终端市场需求持续疲软，行业整体处于周期性调整阶段，产品售价全年呈下行趋势；另一方面，前期原材料采购成本仍处于相对高位，导致成本与售价出现阶段性错配。由于原材料从采购到生产销售存在一定周期，高成本库存消化滞后于售价下跌，形成阶段性售价与成本倒挂，进而拉低了整体毛利率水平。2025 年 1 月至 9 月，公司主要原材料采购均价为 3,183.31 元/吨。作为对比，2024 年同类品质原材料合同执行价格为 2,451.82 元/吨，而 2025 年 9 月新签订合同单价已降至 1,394.20 元/吨。同时，全年锆钛矿产品销售价格呈持续下行态势。例：锆英砂(65 度)年初不含税单价为 11,327.43 元，年末降至 9,026.55 元，下降幅度为 23.31%；钛精矿(58 度)年初不含税单价为 2,300.89 元，年末为 1,570.70 元，下降幅度为 31.74%。

2025 年钛精矿价格走势图



2025 年锆精矿（锆英砂）走势图



(3) 区分主营业务类型，以表格形式列示主要供应商情况，包括供应商名称、首次合作年份、采购内容、采购金额、预付比例、期末交付情况等；

1. 2025 年度家居生活陶瓷业务主要供应商情况如下表（未经审计）：

单位：万元

序号	供应商名称	首次合作年份	采购内容	采购金额	预付比例 (%)	期末交付情况	是否存在关联关系	是否与公司、董监高、大股东存在关联关系、共同投资、业务往来或其他资金往来
1	潮州潮安深能港华燃气有限公司（潮州港华燃气有限公司）	2014 年	天然气	1,321	100	全部交付	否	否
2	潮州市潮安区承业陶瓷材料有限公司	2024 年	高岭土、瓷泥	815.13	-	全部交付	否	否
3	广东电网有限责任公司潮州供电局	2012 年	电	780.56	-	全部交付	否	否
4	潮州深能城市燃气发展有限公司	2022 年	天然气	659.99	100	全部交付	否	否
5	潮州市潮安区乌洋纸品有限公司	2011 年	纸板、纸箱	372.30	-	全部交付	否	否

注：上述采购金额均为不含税金额，下同。

其中：2025 年度家居生活陶瓷业务成本明细表（未经审计）：

单位：万元

分产品	成本构成项目	本年度金额	本期占总成本比例 (%)
日用陶瓷	直接材料	5,059.50	39.83
	直接人工	4,547.06	35.80
	制造费用	2,871.57	22.61
	转销存货跌价成本	-342.28	-2.69
	其他（退税率差）	383.97	3.02
	运费	181.61	1.43
	合计	12,701.44	100.00
卫生陶瓷	直接材料	3,484.23	52.09
	直接人工	1,847.71	27.62
	制造费用	2,040.87	30.51
	转销存货跌价成本	-874.35	-13.07
	其他（退税率差）	136.57	2.04
	运费	54.24	0.81
	合计	6,689.27	100.00
艺术陶瓷	直接材料	1,385.10	46.89
	直接人工	921.16	31.18
	制造费用	473.72	16.04
	转销存货跌价成本	-	0.00
	其他（退税率差）	122.07	4.13
	运费	51.88	1.76
	合计	2,953.93	100.00

2. 2025 年度锆钛矿精炼业务主要供应商情况如下表（未经审计）：

单位：万元

序号	供应商名称	首次合作年份	采购内容	采购金额	预付比例 (%)	期末交付情况	是否存在关联关系	是否与公司、董监高、大股东存在关联关系、共同投资、业务往来或其他资金往来
1	COBURN RESOURCES PTY LTD	2024 年	原材料	12,331.96	15	全部交付	否	否
2	Thunderbird Operations Pty Ltd	2024 年	原材料	4,412.20	15	全部交付	否	否
3	US MINE CROP	2024 年	原材料	3,457.85	15	全部交付	否	否
4	ARIMA MINERALS PROCESSING FZE	2024 年	原材料	1,405.85	15	全部交付	否	否
5	大连洲际新材料有限公司	2024 年	厂房租赁/电费	619.52	-	全部交付	否	否

（4）区分主营业务类型、境内外业务，以表格形式列示主要客户情况，包括客户名称、主营业务、首次合作年份、销售内容、销售金额、应收账款、期后回款情况等；

1. 2025 年度家居生活陶瓷业务主要客户情况如下表（未经审计）：

单位：万元

地区	序号	客户名称	主营业务	首次合作年份	销售内容	销售金额	2025 年末应收账款	期后回款情况	是否存在关联关系	是否与公司、董监高、大股东存在关联关系、共同投资、业务往来或其他资金往来
境外	1	Deha Magazacilik Ev Tekstil Urunleri San.Tic.A.S.	玻璃、家具、家纺、餐具等	2016 年	日用陶瓷-OEM	1,281.96	567.98	-	否	否
	2	METRO Sourcing International Limited	零售批发超市	2020 年	日用陶瓷-OEM/ODM	1,018.09	269.6	134.87	否	否
	3	RAEDER GMBH	陶瓷制品、瓷餐具等	2019 年	日用陶瓷/艺术陶瓷-自主品牌	872.94	-	-	否	否
	4	BUZZ PRODUCTS PTY LTD	航空餐具	2015 年	日用陶瓷-OEM	768.03	44.28	44.28	否	否
	5	Steelite International Limited t/a Steelite Utopia(UTOPIA TABLEWARE LTD)	餐具	2017 年	日用陶瓷-OEM/ODM	757.01	36.63	13.10	否	否
境内	1	中国国际航空汕头实业发展公司	塑料餐具、陶瓷制品、包装材料等	2024 年	日用陶瓷-OEM	1,432.70	239.49	239.49	否	否
	2	义乌市丹尼家厨房用品有限公司	厨房卫生及日用杂品、日用陶瓷制品等	2025 年	日用陶瓷-ODM	1,213.53	235.63	161.36	否	否
	3	深圳市丽锦供应链有限公司	厨具卫生及日用杂品	2023 年	卫生陶瓷-自主品牌	603.72	-	-	否	否
	4	广东家唯贸易有限公司	建筑陶瓷制品、建筑装饰材料等	2022 年	日用陶瓷-ODM	569.98	222.22	222.22	是	是
	5	潮州市凤协进出口贸易有限公司	货物进出口、卫生陶瓷制品	2020 年	卫生陶瓷-自主品牌	369.93	-	-	否	否

2. 2025 年度锆钛矿精炼业务主要客户情况如下表（未经审计）：

单位：万元

产品类别	序号	客户名称	主营业务	首次合作年份	销售内容	销售金额	2025 年末应收账款	期后回款情况	是否存在关联关系	是否与公司、董监高、大股东存在关联关系、共同投资、业务往来或其他资金往来
锆英砂	1	佛山市宏德信新材料有限公司	非金属矿物制造及销售	2025 年	锆英砂	2,217.89	361.22	261.30	否	否
	2	佛山市杰坤新型材料有限公司	矿产品等贸易销售	2024 年	锆英砂等	1,166.20	-	-	否	否
	3	日卓(厦门)贸易有限公司	非金属矿及制品批发	2024 年	锆英砂	458.78	-	-	否	否
	4	佛山市中成釉料有限公司	陶瓷原料、釉料；生产、销售	2025 年	锆英砂	338.64	-	-	否	否
	5	佛山市南海神工超细粉体有限公司	超微细锆英粉等加工，产销	2025 年	锆英砂	113.83	-	-	否	否
钛精矿	1	锦州国泰实业有限公司	钛铁、钒铁冶炼及销售，耐火制品加工	2025 年	钛精矿	1,580.66	-	-	否	否
	2	凤城市千誉钛业有限公司	金属矿石；非金属矿及制品销售	2025 年	钛精矿	451.68	-	-	否	否
	3	承德瑞辰商贸有限责任公司	钛产品等贸易销售	2023 年	钛精矿	431.62	-	-	否	否
	4	沧州葆漫金属材料有限公司	金属及金属矿批发	2025 年	钛精矿	384.11	-	-	否	否

产品类别	序号	客户名称	主营业务	首次合作年份	销售内容	销售金额	2025 年末 应收账款	期后回款情况	是否存在关联 关系	是否与公司、董监 高、大股东存在关联 关系、共同投资、业 务往来或其他资金 往来
	5	宜宾天原物产集团有限公司	选矿；非金属矿及制品 销售等	2025 年	钛精矿	290	-	-	否	否
中 度 数 锆 矿	1	广西自贸区星宵贸易有 限公司	锆钛类产品贸易销售	2025 年	中度数锆矿	1,478.49	1,670.70	1,357.44	否	否
	2	茂名市南裕矿业有限公 司	矿产品筛选及销售	2025 年	中度数锆矿	1,351.02	536.06	536.06	否	否
	3	广西防城港优腾贸易有 限公司	金属矿石销售；选矿；	2025 年	中度数锆矿	1,114.50	559.39	559.39	否	否
	4	广东富润新材料科技有 限公司	选矿；非金属矿及制品 销售等	2025 年	中度数锆矿	870.33	-	-	否	否
	5	Green Trail Holding Ltd.	非金属矿物制品贸易销 售	2025 年	中度数锆矿	585.94	-	-	否	否

注：1. 上述销售金额为不含税金额，应收账款及期后回款金额均为含税金额，下同。

2. 茂名市南裕矿业有限公司和广西防城港优腾贸易有限公司在信用期内出现逾期，截至本报告日已全部收回；佛山市宏德信新材料有限公司及广西自贸区星宵贸易有限公司截至披露日，分别存在 99.92 万元和 313.26 万元款项逾期未付，主要因客户自身资金周转临时紧张所致。目前公司已积极与相关客户沟通催收，并将持续关注其经营及资信变化情况，审慎评估款项回收风险。

3. 上述销售物流以客户自提为主，宜宾天原物产集团有限公司由公司负责运输。

(5) 说明主要客户及供应商相较往年是否发生较大变化及变化原因；自查主要客户及供应商是否存在关联关系，是否与公司、董监高、大股东存在关联关系、共同投资、业务往来或其他资金往来等，如是，请进一步说明相关合同定价依据及公允性，相关业务是否真实且具有商业实质，相关收入确认是否符合《企业会计准则》有关要求；

1. 公司家居生活陶瓷业务的供应商结构整体保持稳定，部分业务的客户群体较往年出现一定变动。具体情况如下：

(1) 2025 年主要供应商结构与 2024 年相比未发生较大变化，主要采购材料仍为燃气、泥土/高岭土、电及包装物。其中，因模具/硅板的更换需求，2025 年相关材料的采购量有所增加。

(2) 2025 年公司主要客户仍以贸易商为主，占比超过 90%，与往年相比整体结构保持稳定，仅部分业务的客户群体出现变动。具体来看，日用陶瓷业务内销方面，本年度新增义乌市丹尼家厨房用品有限公司为主要客户，潮州市凤协进出口贸易有限公司合作于 2020 年，本年度新进前五，同时广东家唯贸易有限公司的采购量有所提升；外销方面，因客户需求变化，客户群体呈现交替轮换的态势，BUZZ PRODUCTS PTY LTD 合作于 2015 年，本年度新进前五，其他客户群体及整体结构未发生重大变化。

其中：义乌市丹尼家厨房用品有限公司系公司本年新增客户，主营业务包括厨房用具、日用杂品及日用陶瓷制品等。2025 年度，公司向该客户主要销售日用陶瓷产品，合同履行期间，实现销售收入 1,213.53 万元，出货量 226.27 万只，平均销售单价 5.36 元/只，平均毛利率为 6.84%。相关产品采用 ODM 模式生产。

在定价策略上，公司综合考虑产品尺寸、花色、工艺流程、质量等级标准及生产成本等因素，采用成本加成定价方法，与其他客户的定价原则一致。因公司产品以定制化为主，同类可比产品的销售单价基本趋同，价格波动区间合理，交易定价遵循市场化原则，具备公允性。参考如下：

序号	主要产品名称	销售单价（元）	同类产品平均销售单价（元）	差异幅度
1	产品 1	7.69	7.88	-2.41%
2	产品 2	25.75	24.24	6.23%
3	产品 3	15.84	14.39	10.08%
4	产品 4	5.16	5.31	-2.82%
5	产品 5	8.7	8.86	-1.81%

截至 2025 年末，公司对该客户的应收账款余额为 235.63 万元，截至年报披露日已收回 161.36 万元。该客户信用期为 30 天，与同类客户信用政策保持一致。

(3) 卫生陶瓷业务方面，外销市场销量总体保持稳定，主要客户呈现正常交替态势；内销业务受市场环境恶化影响，本地产能严重过剩，价格竞争日趋激烈。为维持市场份额、保障生产的稳定性，公司逐步面向自然人客户销售卫浴产品，销售给自然人的金额为 655.4 万元，自然人客户为 26 人，导致客户结构与群体发生一定变化。

(4) 艺术陶瓷业务主要市场面向国外，客户群体、结构未发生较大变化。

2. 公司锆钛矿精炼业务的供应商结构发生变动，主要系部分产品调整所致。随着业务推进，公司已从原先向国内经销商采购原材料，逐步转向与具备代理能力的国有企业综合性供应链服务商建立合作。这类供应商不仅具备较强的资源整合能力，还可为公司提供涵盖供应链融资、国际航运跟踪、进出口清关、码头装卸等在内的全流程一体化服务，有助于提升供应链的稳定性与运作效率。

在客户方面，公司本期主要客户构成较往年发生一定变化，主要原因包括两方面：一是随着部分产品结构优化调整，公司主动优化客户结构，逐步提升了与产品定位相匹配的优质客户的合作比重；二是在市场开拓过程中，公司积极拓展新的销售渠道，成功开发了部分具备行业影响力或区域市场优势的新客户，推动了客户群体的有效扩容。整体来看，本次客户调整系公司在业务发展、产品升级及市场布局过程中呈现的正常结构性变动，符合阶段性战略推进的实际需要，有助于进一步提升公司业务的稳健性与市场覆盖能力。

3. 主要客户广东家唯贸易有限公司（以下简称“广东家唯”）系公司实际控制人控制的企业。根据《上海证券交易所股票上市规则》及《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 5 号——交易与关联交易》的相关规定，广东家唯构成公司关联方。

广东家唯系公司自 2022 年起合作的客户，主要向其销售日用陶瓷产品。2023 年度和 2024 年度销售额分别为 104.58 万元和 95.41 万元，2025 年度合同履行期间为 2024.10 至 2025.11，实现销售收入 569.98 万元，销量 58,792 套，平均销售单价 96.95 元/套，平均毛利率 10.43%。相关产品采用 ODM 模式生产。

在定价方面，公司综合考虑产品尺寸、花色、工艺流程、包装要求、质量等

级标准及生产成本等因素，采用成本加成定价法，与其他客户的定价原则一致。由于公司产品以定制化为主，同类可比产品的销售单价基本趋同，价格波动区间合理，交易定价遵循市场化原则，具备公允性。参考如下：

序号	主要产品名称	销售单价（元）	同类产品平均销售单价（元）	差异幅度
1	产品 1	7.33	7.06	3.82%
2	产品 2	7.33	7.06	3.82%
3	产品 3	25.4	24.48	3.76%
4	产品 4	11.84	12.1	-2.15%
5	产品 5	11.95	11.46	4.28%

截至 2025 年末，公司对该客户的应收账款余额为 222.22 万元，截至本报告披露日已全部收回。该客户信用期为 30 天，与同类客户信用政策保持一致。

上述关联交易已履行了审批程序并披露，在定价原则、付款安排及结算方式等方面均参照行业公认标准执行，与其他非关联客户不存在实质性差异，不存在对关联方利益倾斜或损害公司利益的情形。

综上所述，基于双方业务需求开展的合作，相关业务具有真实且具有商业实质，公司对广东家唯的关联销售收入确认符合《企业会计准则》的要求。

经公司自查，主要客户除广东家唯外，上述其他主要客户及供应商不存在关联关系，其与公司、公司董事、监事、高级管理人员及大股东之间亦不存在任何关联关系、共同投资、业务往来或其他形式的资金往来情形。

（6）结合《上海证券交易所上市公司自律监管指南第 2 号——业务办理》附件第七号《财务类退市指标：营业收入扣除》，分析说明锆钛矿精炼等新业务是否已形成稳定业务模式，报告期是否存在营业收入应扣除但未扣除的情况。

壹唯新材料锆钛矿精炼业务已形成稳定业务模式，业务具有可持续性，具体情况如下：

1) 该项业务是否具有完整的投入、加工处理过程和产出能力，是否能够独立计算其成本费用以及所产生的收入；

报告期内，壹唯新材料锆钛矿精炼业务已形成稳定模式，并配备采购、生产、销售及财务等全流程运营团队。核心管理人员深耕行业多年，具备丰富的专业经验。公司通过技改及设备投入提升产能，目前处于行业中游水平，能够满足日常经营需要，各生产环节均具备成熟的工艺流程与管控能力。内部管理方面，公司依托 ERP 系统实现从采购到出货的全流程单据流转，设有独立财务部门及专职人

员，建立了符合《企业会计准则》的财务管理制度，能够独立计算其成本费用及所产生的收入。

2) 该项业务模式下公司能否对产品或服务提供加工或转换活动，从而实现产品或服务的价值提升；

壹唯新材料业务采用资源深加工模式，通过对钛中矿、锆中矿等初级矿产品进行磁选、重选、浮选等物理化学加工，实现深度提纯与组分分离，产出锆英砂、钛精矿、中度锆矿及独居石等高附加值产品。该过程将直接应用的初级中矿转化为关键工业基础原材料，实现从初级矿源到高价值矿物材料的产业链价值跃升。

3) 该项业务是否对客户、供应商存在重大依赖，是否具有可持续性；

壹唯新材料主要原材料通过建发物流集团代理进口，终端供应商共 4 家，采购占比分别为 61.09%、18.38%、15.52%和 5.01%，均选择规模较大、实力雄厚的供应商，合作基于市场价格、信用及供货周期等因素。销售方面，第一大客户销售占比为 15.75%，不存在单一客户依赖，已形成稳定的客户群体并保持良好的合作关系。

4) 公司对该项业务是否已有一定规模的投入，公司是否具备相关业务经验。

壹唯新材料锆钛矿精炼业务是公司向新材料产业延伸的重要布局。自 2024 年下半年启动以来，业务稳步推进，累计采购原材料金额为 32,758.94 万元，截至 2025 年末，剩余材料及成品存货金额为 10,091.87 万元。同时，公司持续投入并推进生产线技改升级，为业务持续稳定运行奠定了基础。运营方面，组建了覆盖采购、生产、销售等关键环节的专业团队，核心团队深耕行业多年，实操经验丰富。市场方面，已与多家客户建立稳定合作关系，业务收入增长良好，初步形成产业链布局。

报告期内，为进一步解决产能瓶颈、优化采购成本、提升多产品协同生产能力，股东同比例对壹唯新材料增资 7000 万元。截至本公告日，“扩建年处理 15 万吨锆钛矿生产线技改项目”已完成备案并进入实施阶段。目前，基建工程已竣工，主要生产设备款项已支付，预计于本年度 3 月底前完成全部施工任务。项目投产后，将有效提升公司产能及工艺水平，进一步增强在锆钛精炼领域的核心竞争力。

综上所述，锆钛矿精炼等新业务已形成稳定业务模式，报告期内不存在营业

收入应扣除但未扣除的情况。

营业收入扣除情况表（未经审计）：

单位：万元

项目	2025 年度	具体扣除情况
营业收入金额	37,141.58	
营业收入扣除项目合计金额	-20.22	
营业收入扣除项目合计金额占营业收入的比重	-0.05%	
一、与主营业务无关的业务收入		
1. 正常经营之外的其他业务收入。如出租固定资产、无形资产、包装物，销售材料，用材料进行非货币性资产交换，经营受托管理业务等实现的收入，以及虽计入主营业务收入，但属于上市公司正常经营之外的收入。	37.76	天面租赁收入
2. 不具备资质的类金融业务收入，如拆出资金利息收入；本会计年度以及上一会计年度新增的类金融业务所产生的收入，如担保、商业保理、小额贷款、融资租赁、典当等业务形成的收入，为销售主营产品而开展的融资租赁业务除外。		
3. 本会计年度以及上一会计年度新增贸易业务所产生的收入。	-123.51	子公司贸易所产生的收入
4. 与上市公司现有正常经营业务无关的关联交易产生的收入。		
5. 同一控制下企业合并的子公司期初至合并日的收入。		
6. 未形成或难以形成稳定业务模式的业务所产生的收入。	65.53	样品费用和分公司偶发性的销售业务
与主营业务无关的业务收入小计	-20.22	-
二、不具备商业实质的收入		
1. 未显著改变企业未来现金流量的风险、时间分布或金额的交易或事项产生的收入。		
2. 不具有真实业务的交易产生的收入。如以自我交易的方式实现的虚假收入，利用互联网技术手段或其他方法构造交易产生的虚假收入等。		
3. 交易价格显失公允的业务产生的收入。		
4. 本会计年度以显失公允的对价或非交易方式取得的企业合并的子公司或业务产生的收入。		
5. 审计意见中非标准审计意见涉及的收入。		
6. 其他不具有商业合理性的交易或事项产生的收入。		
不具备商业实质的收入小计	-	-
三、与主营业务无关或不具备商业实质的其他收入		
营业收入扣除后金额	37,161.80	-

【年审会计师回复】

我们按照中国注册会计师审计准则的要求，设计了相关程序，正在执行相关审计程序。我们正在对 2025 年度的营业收入执行审计，针对上述问题我们将执行的主要程序如下：

(1) 了解、评价并测试四通股份管理层关于收入确认的内部控制系统设计与执行的有效性；

(2) 结合行业特点、销售模式及产品类型，评价收入确认是否符合企业会计准则的要求；选取检查销售合同样本，识别客户取得相关商品或服务控制权有关的合同条款与条件，并与管理层讨论，评估管理层对产品销售收入确认是否有重大偏差和错报的迹象；

(3) 获取公司的关联方清单，将关联方清单核对至《中华人民共和国公司法》、《企业会计准则第 36 号——关联方披露》等的关联方定义的要求；

(4) 根据天眼查、工商查询等方式，检查是否存在潜在关联方；

(5) 根据关联方清单上所列示的关联方名称，核对至公司各财务报表科目的明细账，以对关联方交易额进行汇总和统计，并对关联方往来余额及交易额进行函证，以识别财务报表中披露的关联方交易额是否完整；

(6) 访谈管理层了解交易背景、关联销售情况，包括关联销售的产品定价依据、毛利率、成本和费用构成等；

(7) 检查客户与关联方的销售合同，对比销售关联方的价格和其他非关联方销售的价格，了解并核查公司与关联方的关联销售及与非关联销售存在差异的具体原因及合理性；

(8) 对照《上海证券交易所上市公司自律监管指南第 2 号— 业务办理》附件第七号《财务类退市指标：营业收入扣除》有关规定，检查营业收入扣除是否准确。

截至本监管工作函回复出具日，审计工作仍在执行过程中，包括但不限于：内部控制测试、销售合同样本检查及管理层讨论、关联销售的核查、营业收入扣除的核查等关键程序尚未完结，重要审计证据尚在进一步获取、验证与归纳。基于目前已执行的审计程序，针对锆钛矿精炼等新业务真实性、是否已形成稳定业务模式、报告期内是否存在营业收入应扣除但未扣除的情况，未发现公司对本次

监管工作函的回复内容与本所已获取信息存在重大不一致。但因审计工作整体尚未完成，本所将在获取充分、适当的审计证据后，才能形成最终审计结论。

二、关于第四季度收入确认。业绩预告及前期公告显示，公司预计 2025 年度第四季度实现营业收入约 9416.33 万元至 14416.33 万元，较以往年度有所上升。请公司：（1）补充披露各项主营业务第四季度营业收入金额、毛利率及环比变动情况，并量化分析环比变动原因；（2）区分主营业务类型，以表格形式列示第四季度前五大客户情况，包括客户名称、主营业务、首次合作时间、销售金额、销售内容、合同签订时间、运输方式、产品出库时间、产品签收或报关出口日期、销售回款情况等；（3）结合问题（2）及相关合同条款、合同实际执行情况等，说明上述交易期后是否发生销售退回，公司是否与上述客户存在以任意形式约定的退货条款，是否存在向下游压货的情形，有关商品控制权是否已实际转移及判断依据，有关收入确认是否符合《企业会计准则》规定。

【公司回复】

（1）补充披露各项主营业务第四季度营业收入金额、毛利率及环比变动情况，并量化分析环比变动原因；

公司 2025 年第四季度各项主营业务相关明细如下表（未经审计）：

单位：万元；%

主营业务	2025 年第四季度				2025 年第三季度	
	营业收入	环比变动率 (%)	毛利率 (%)	环比变动	营业收入	毛利率 (%)
日用陶瓷	4,053.57	35.02	9.01	增加 1.35 个百分点	3,002.27	7.66
卫生陶瓷	2,021.27	55.20	-35.73	减少 36.24 个百分点	1,302.40	0.51
艺术陶瓷	1,319.56	91.64	8.41	增加 2.21 个百分点	688.57	6.20
其他	2.55	-94.33	3.36	减少 15.52 个百分点	44.98	18.88
锆行业	4,270.33	2.65	-17.27	增加 1.19 个百分点	4,160.24	-18.46

报告期内，公司 2025 年第四季度营业收入环比实现增长，主要源于境外市

场贡献约七成增量，境内市场贡献约三成增量。其中日用陶瓷：销售 4,053.57 万元，环比增长 35.02%。主要系客户订单准时交货和需求增加，亚洲土耳其增长 348.79%及大洋洲澳大利亚增长 122.50%，欧洲、非洲市场区域出现下降。卫生陶瓷：销售 2,021.27 万元，环比增长 55.20%。非洲、美洲市场下降约 231.79 万元，但欧洲意大利大幅增长 396.94 万元，叠加亚洲及大洋洲增量及东南亚客户因政治因素影响第三季度发货的推迟到第四季度发货，共同推动整体增长。艺术陶瓷：销售 1,319.56 万元，环比增长 91.64%。主因欧洲及美洲市场需求旺盛，合计贡献主要增量；仅大洋洲小幅下降。

2025 年第四季度，公司毛利率环比变动主要受各产品产销量变化及库存清理影响。日用陶瓷：随着产量增加，固定成本摊薄效应显现，单位成本下降，推动毛利率环比提升。第四季度毛利率为 9.01%，较第三季度（7.66%）上升 1.35 个百分点。卫生陶瓷：市场竞争加剧、售价下降。同时，为优化库存结构，公司于第四季度对部分尾货及堆头产品进行清理，相关销售金额为 90.65 万元，对应销售成本 849.50 万元，主要面向 5 名自然人客户实现销售。受此影响，公司第四季度毛利率为-35.73%，较第三季度下降 36.24 个百分点。艺术陶瓷第四季度毛利率为 8.41%，较第三季度（6.20%）上升 2.21 个百分点，总体略有上升。

2025 年第四季度，公司锆行业业务实现产品销售收入 4,270.33 万元，环比增长 2.65%，收入规模总体保持平稳。毛利率方面，得益于当期销售结构优化，少量高附加值产品实现顺利交付，对毛利产生正向贡献，带动整体毛利率环比小幅提升。

(2) 区分主营业务类型，以表格形式列示第四季度前五大客户情况，包括客户名称、主营业务、首次合作时间、销售金额、销售内容、合同签订时间、运输方式、产品出库时间、产品签收或报关出口日期、销售回款情况等；

1. 2025 年第四季度家居生活陶瓷业务前五大客户明细表（未经审计）：

单位：万元

产品类别	序号	客户名称	主营业务	首次合作年份	销售金额	销售内容	合同签订时间	运输方式	产品出库时间	产品签收或报关出口日期	2025 年末销售回款	是否发生销售退回
日用陶瓷	1	Deha Magazacilik Ev Tekstil Urunleri San. Tic. A. S.	玻璃、家具、 家纺、餐具	2016 年	555.33	日用陶瓷 -OEM	2025.1 至 2025.10	海运	2025.10 至 2025.12	2025.10 至 2025.12	0	否
	2	中国国际航空汕头实业发 展公司	塑料餐具、陶 瓷制品、包装 材料	2024 年	501.36	日用陶瓷 -OEM	2024.1 月	汽运	2025.8 至 2025.12	2025.8 至 2025.12	327.05	否
	3	广东家唯贸易有限公司	建筑陶瓷制 品、建筑装饰 材料	2022 年	310.54	日用陶瓷 -ODM	2025.7 至 2025.11	汽运	2025.9 至 2025.12	2025.9 至 2025.12	128.69	否
	4	义乌市丹尼家厨房用品有 限公司	厨房卫具及 日用杂品、日 用陶瓷制品	2025 年	202.92	日用陶瓷 -ODM	2025.2 至 2025.9	汽运	2025.9 至 2025.12	2025.9 至 2025.12	-	否
	5	BUZZ PRODUCTS PTY LTD	航空餐具	2015 年	183.93	日用陶瓷 -OEM	2025.7 至 2025.10	海运	2025.10 至 2025.12	2025.10 至 2025.12	77.7	否
卫生陶瓷	1	I. P. A. INDUSTRIA PORCELLANE	陶瓷制品、卫 生洁具	2012 年	284.26	卫生陶瓷- 自主品牌	2025.9 月	海运	2025.11 至 2025.12	2025.11 至 2025.12	-	否
	2	LKT SUPPLY SANITARY	卫生瓷洁具	2018 年	183.75	卫生陶瓷	2025.5 至	海运	2025.10 至	2025.10 至	182.23	否

产品类别	序号	客户名称	主营业务	首次合作年份	销售金额	销售内容	合同签订时间	运输方式	产品出库时间	产品签收或报关出口日期	2025年末销售回款	是否发生销售退回
		WARES CO., LTD				-ODM	2025.11		2025.11	2025.11		
	3	RDLR SRL	卫生瓷洁具	2012年	180.59	卫生陶瓷-自主品牌	2025.9月	海运	2025.11至2025.12	2025.11至2025.12	164.71	否
	4	王煜群	卫生瓷洁具	2025年	142.75	卫生陶瓷-自主品牌	2025.6月	汽运	2025.11至2025.12	2025.11至2025.12	142.75	否
	5	义乌速锐进出口有限公司	货物进出口、技术进出口	2025年	105.68	卫生陶瓷-ODM	2025.7至2025.9	汽运	2025.11至2025.12	2025.11至2025.12	50.31	否
艺术陶瓷	1	RAEDER GMBH	陶瓷制品、瓷餐具	2019年	184.42	艺术陶瓷-自主品牌	2025.8至2025.9	海运	2025.10至2025.12	2025.10至2025.12	184.42	否
	2	Emro Aziatica B.V	餐具、厨房用品、陶瓷制品	2024年	143.11	艺术陶瓷-自主品牌	2025.9至2025.10	海运	2025.11至2025.12	2025.11至2025.12	143.11	否
	3	O. A. LISSONE S. R. L.	卫生陶瓷、艺术陶瓷	2023年	69.56	艺术陶瓷-自主品牌	2025.5至2025.9	海运	2025.10至2025.11	2025.10至2025.11	69.56	否
	4	J. Kersten B.V.	陶瓷、家居饰品	2023年	57.85	艺术陶瓷-自主品牌	2025.7至2025.9	海运	2025.11至2025.12	2025.11至2025.12	-	否
	5	MX FASHION CO., LIMITED	陶瓷、家居饰品	2025年	35.61	艺术陶瓷-自主品牌	2025.6月	海运	2025.10月	2025.10月	35.61	否

2. 2025年第四季度锆钛矿精炼业务前五大客户明细表（未经审计）：

单位：万元

产品类别	序号	客户名称	主营业务	首次合作年份	销售金额	销售内容	合同签订时间	运输方式	产品出库时间	产品签收或报关出口日期	2025年末销售回款	是否发生销售退回
锆英砂	1	佛山市宏德信新材料有限公司	非金属矿物制造及销售	2025年	496.65	锆英砂	2025.9至2025.12	海运	2025.10至2025.12	2025.10至2025.12	261.30	否
钛精矿	1	凤城市千誉钛业有限公司	有色金属冶炼、非金属矿物制品制造等	2025年	401.02	钛精矿	2025.10至2025.12	汽运	2025.10至2025.12	2025.10至2025.12	453.16	否
	2	锦州国泰实业有限公司	钛产品等贸易销售	2025年	332.87	钛精矿	2025.10至2025.12	汽运	2025.10至2025.12	2025.10至2025.12	376.15	否
	3	承德瑞辰商贸有限责任公司	钛产品等贸易销售	2025年	197.51	钛精矿	2025.1至2025.12	汽运	2025.11至2025.12	2025.11至2025.12	223.19	否
	4	仪征市九鼎合金科技有限公司	合金及金属材料制造	2025年	110.23	钛精矿	2025.09	汽运	2025.09	2025.10	124.56	否
	5	承德市高新区耀石商贸有限公司	金属矿石;非金属矿及制品销售	2025年	98.63	钛精矿	2025.10至2025.11	汽运	2025.10至2025.11	2025.10至2025.11	111.45	否
中位数锆矿	1	广西自贸区星宵贸易有限公司	锆钛类产品贸易销售	2025年	1,478.49	中位数锆矿	2025.11	海运	2025.11至2025.12	2025.11至2025.12	-	否
	2	广西防城港优腾贸易有限公司	金属矿石销售;选矿	2025年	1,114.50	中位数锆矿	2025.10	海运	2025.10至2025.12	2025.10至2025.12	700.00	否

注：1. 上述销售金额为不含税金额，应收账款及期后回款金额均为含税金额。

2. 广西自贸区星宵贸易有限公司系公司本年度新增客户，主营业务为锆钛类产品贸易。双方销售合同签订于 2025 年，合同主要条款①质量要求：产品质量应符合（Zr(Hf)O₂ ≥34.58%, TiO₂ ≥27.94%）Zr(Hf)O₂ 每吨度 14 美金，TiO₂ 每吨度 3.8 美金，不含增值税。②运输方式及到达站港和费用负担：买方自提，运输费用由买方承担。合同项下产品已全部交付，当年实现销售量 3,512.65 吨（按平均干吨计算），实现销售金额 1,478.49 万元。该客户信用期为 30 天，与公司同类客户的信用政策保持一致。截至本报告披露日，已收回货款 1,207.44 万元，剩余 463.26 万元款项已超过信用期，公司正积极与客户沟通催收，并将持续关注其经营及资信状况，评估该款项的回收风险。

3. 广西防城港优腾贸易有限公司系公司本年度新增客户，主营业务为金属矿石销售；选矿。双方销售合同签订于 2025 年，合同主要条款①质量要求：产品质量应符合（Zr(Hf)O₂ ≥37.50%, TiO₂ ≥25.41%）Zr(Hf)O₂ 每吨度 14 美金，TiO₂ 每吨度 3.8 美金，不含增值税。②运输方式及到达站港和费用负担：买方自提，运输费用由买方承担。合同项下产品已全部交付，当年实现销售量 2379.28 吨（按平均干吨计算），实现销售金额 1,114.50 万元。该客户信用期为 30 天，与公司同类客户的信用政策保持一致。截至本报告披露日，货款已全部收回。

（3）结合问题（2）及相关合同条款、合同实际执行情况等，说明上述交易期后是否发生销售退回，公司是否与上述客户存在以任意形式约定的退货条款，是否存在向下游压货的情形，有关商品控制权是否已实际转移及判断依据，有关收入确认是否符合《企业会计准则》规定。

1、公司具体收入确认政策详见上述“一、关于主营业务。（1）问题”的相关回复。

2、具体主营业务分析：

1) 家居生活陶瓷业务

销售合同主要条款：①产品质量及包装方式：销售方应保证产品质量符合不低于双方共同确认的样品及相关协议要求的质量标准。②交货及验收：买方指定地点；交货方式：卖方应将产品送达买方指定交货地点，附带相关产品合格检测报告并承担运输、卸货及入库费用。卖方对买方的产品数量、包装、规格、质量等不符合要求的，有权拒收，并要求卖方在买方出具的不合格清单后 72 小时内

补足。卖方足额向买方交付符合本协议项下规格、质量要求的产品后，方视为买方完成本协议的交货义务。③付款结算方式：月结。卖方提供上月对账数据给买方进行核对，买方收到对账单后 5 天内进行核实并通知卖方进行开票，买方在收到卖方开具的增值税发票 10 天内将货款汇入卖方指定账户。

合同实际执行情况：2025 年第四季度，公司家居生活陶瓷业务合同执行情况总体平稳，履约秩序良好。主要客户订单执行率保持较高水平，交付周期与结算安排均按合同约定有序推进，未出现重大违约或合同终止情形。针对部分客户临时性增量需求或交付节奏调整，公司通过柔性排产与库存调节机制予以有效响应，保障了合作关系的连续性与稳定性。在供应商端，原材料采购合同执行亦保持规范有序，采购数量、价格与结算方式基本符合年初预期，未发生重大供应中断或履约纠纷。整体来看，公司家居生活陶瓷业务的合同管理体系运行有效，履约能力稳健，为业务持续发展提供了坚实保障。

2) 锆钛矿精炼业务

销售合同主要条款：①质量要求：产品质量应符合（ $Zr(Hf)O_2 \geq 34.58\%$, $TiO_2 \geq 27.94\%$ ）。②运输方式及到达站港和费用负担：买方自提，运输费用由买方承担。③验收标准、方法及提出异议期限：货物到达买方收货地点时，买卖双方或委派第三方负责取样，并现场检测水分含量。买卖双方有权现场监督取样或检测水分，样品分为四份：两份公样，买卖双方各执一份自留样，其中一份送佛山市陶瓷研究所检测有限公司，另一份送万宁万城万薪矿品服务工作室检测。取前述两家检测机构报告的平均值作为最终检验结果，双方均应认可，并作为双方结算依据。若指标低于约定值，由双方另行协商解决。

合同执行情况：2025 年第四季度，公司严格履行与客户签订的销售合同条款，合同执行情况整体良好，客户均按照合同约定的期限及数量完成提货。在提货过程中，双方共同对产品的数量、规格、质量等关键指标进行现场确认，并完成签字盖章手续，客户对交付产品未提出任何异议或质量申诉，相关销售收入确认依据充分、合规。根据合同约定及双方确认的实际交货数量，开具增值税专用发票。大部分客户严格按照合同约定的付款节点进行结算，回款进度与合同约定相符，资金回笼情况良好。针对少部分客户出现的部分回款进度滞后情况，公司已启动应收账款管理机制，通过电话沟通、发送催款函等方式积极进行催收。同

时，公司已加强对该部分客户的信用跟踪，评估其后续履约能力，并将根据回款进展及时调整信用政策。未来公司将持续加强应收账款的全过程管理，密切监控回款动态。

3、经公司自查，上述交易在期后未发生退货情形，均按照合同约定执行。根据销售合同约定，对于产品质量未达标准等事项涉及的拒收或补差价，由双方依据商业惯例协商解决，该等安排属于行业通行做法，具有合理商业实质。合同中不存在以任意形式约定的退货条款，亦不存在向客户压货以提前确认收入的情形。

4、销售模式与定价机制：公司主营业务采用直销模式。销售部门根据市场价格走势、生产成本及库存情况，与客户直接沟通、协商确定销售价格，并签订书面的销售合同。合同通常为买断式销售，明确约定了产品规格、数量、单价、结算方式及提货方式等关键条款。

发货与物流安排：根据合同约定，①采取自提地，在公司办理出库，由客户自行负责安排运输车辆到公司仓库或指定工厂提货。②采取送货上门的，公司负责安排车辆送到客户仓库或指定地点。

控制权转移时点及收入确认依据：根据《企业会计准则第 14 号——收入》第四条及第十三条的规定，公司分析认为，该业务属于在某一时点履行的履约义务。商品控制权的转移发生在客户或其指定的承运人在出库单或磅单上签字确认之时；公司在客户或其指定的验收人在出库单或磅单上签字确认的时点，确认销售收入的实现。具体分析如下：

实物转移与风险报酬转移：当客户车辆完成装货/送到指定地点的，并经客户指派的验收人或司机在出库单（或磅单）上签字确认后，商品的实际交割已经完成。此时，商品的主要风险和报酬（如毁损、灭失风险）以及实物所有权均已转移至客户。

控制权的具体表现：签字确认后，客户能够主导该批商品的使用（如直接运往下游加工或销售）并从中获得几乎全部的经济利益，公司不再对其实施现场管理或拥有处置权。

收款权利的确权：签字确认意味着公司已履行合同中的交货义务，形成了对客户的无条件收款权（仅取决于时间流逝的收款权利），相关的收入金额能够可

靠计量。

综上所述，公司收入政策遵循一致性原则，公司严格按照上述不同产品类型收入确认方法，按照会计准则要求确认收入，收入符合《企业会计准则》规定。

【年审会计师回复】

我们按照中国注册会计师审计准则的要求，设计了相关程序，正在执行相关审计程序。我们正在对 2025 年度的营业收入执行审计，针对上述问题我们将执行的主要程序如下：

(1) 了解、评价并测试四通股份管理层关于收入确认的内部控制系统设计与执行的有效性；

(2) 结合行业特点、销售模式及产品类型，评价收入确认是否符合企业会计准则的要求；选取检查销售合同样本，识别客户取得相关商品或服务控制权有关的合同条款与条件，并与管理层讨论，评估管理层对产品销售收入确认是否有重大偏差和错报的迹象；

(3) 对主要客户实施视频访谈程序，核查已确认收入的真实性；

(4) 对销售收入进行截止性测试，关注四通股份资产负债表日前后销售收入的准确性及是否计入恰当的会计期间；

(5) 检查临近期末执行的重要销售合同，关注是否存在异常的定价、结算、发货、退货、换货或验收条款；

(6) 检查期后是否有异常退换货等情况；

(7) 对客户期后回款进行抽样检查，以评价相关交易的真实性。

截至本监管工作函回复出具日，审计工作仍在执行过程中，包括但不限于：内部控制测试、销售合同样本检查及管理层讨论、主要客户视频访谈程序、截止测试、期后检查等关键程序尚未完结，重要审计证据尚在进一步获取、验证与归纳。基于目前已执行的审计程序，未发现公司对本次监管工作函的回复内容与本所已获取信息存在重大不一致。但因审计工作整体尚未完成，本所将在获取充分、适当的审计证据后，才能形成最终审计结论。

三、请年审会计师对前述问题发表明确意见，并说明针对境外收入履行的审计程序及获取的审计证据，包括但不限于函证及走访比例、回函情况等。年审会计师应当严格遵守审计准则等有关规则要求，保持合理的职业怀疑，制定

必要、可行、有针对性的审计计划及程序，详细记录相关事项，严格履行质量控制复核制度，发表恰当的审计结论，并对公司营业收入扣除情况审慎发表专项意见。

【年审会计师回复】

针对收入，我们将其列为高风险予以特别关注。我们按照中国注册会计师审计准则的要求，设计了相关程序，正在对 2025 年度的境外收入执行审计，我们已执行的主要程序如下：

(1) 了解、评价并测试四通股份管理层关于收入确认的内部控制系统设计与执行的有效性；

(2) 已执行部分细节测试，审查与产品销售收入相关的会计核算，并检查重大及相关文件记录，包括销售合同、销售发票、出库单、货运提单、出口报关单及银行回款等是否核对相符；

(3) 对主要客户的销售额实施函证程序，检查已确认收入的真实性和准确性，函证已发函，发函金额占境外收入金额的比例为 83.99%，由于时区差异、境外快递运输耗用时长等因素，导致境外客户对函证的收取、回复较为缓慢，截止本报告日未回函。如后续未回函部分，我们将执行替代程序，核查包括交易对应的销售合同、销售发票、出库单、货运提单、出口报关单及银行回款等支持性文件资料；

(4) 获取部分相关业务人员与客户对接人的沟通记录，检查已确认收入的真实性；

(5) 获取部分 2025 年 12 月主要客户销售出库相关记录及物流信息，检查已确认收入的真实性。

我们还将拟执行的主要程序如下：

(1) 结合后续取得的资料，继续更新上述 (1) 至 (5) 项审计程序；

(2) 结合产品类型及销售模式实施分析性程序，关注毛利率明显偏离行业平均水平或不同期间波动较大，应收账款余额、存货周转率、销售运输费用与收入变化趋势联动异常，经营活动现金流量与收入不匹配等异常情况；

(3) 对主要客户实施视频访谈程序，核查已确认收入的真实性；

(4) 对主要物流供应商进行走访；

(5) 对货款本期收回及期后回款执行银行账户资金流水核查，检查资金交易的真实性；

(6) 对销售收入进行截止性测试，关注四通股份资产负债表日前后销售收入的准确性及是否计入恰当的会计期间；

(7) 获取中国电子口岸、外汇管理局等数据，以确认出口销售交易的真实性。

基于目前已执行的审计程序，未发现公司对本次监管工作函的回复内容与本所已获取信息存在重大不一致。但因审计工作整体尚未完成，本所将在获取充分、适当的审计证据后，才能形成最终审计结论。

(二) 对公司营业收入扣除情况审慎发表专项核查意见。

年审会计师将根据《上海证券交易所上市公司自律监管指南第2号——业务办理》相关规定对公司营业收入扣除事项逐项核查落实，对于公司营业收入扣除情况，我们将秉持审慎态度发表专项核查意见。我们会仔细审查公司营业收入扣除的依据、计算方法是否合规，确保扣除后的营业收入真实反映公司的经营成果。

特此公告。

广东四通集团股份有限公司董事会

2026年3月16日