

关于三棵树涂料股份有限公司 2025年年报问询函的回复



致同会计师事务所（特殊普通合伙）

关于三棵树涂料股份有限公司 2025 年年报问询函的回复

致同函字（2026）第351A006160号

上海证券交易所：

致同会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“我们”）接受委托对三棵树涂料股份有限公司（以下简称“公司”或“三棵树”）2025年财务报表，包括2025年12月31日的合并及公司资产负债表，2025年度的合并及公司利润表、合并及公司现金流量表、合并及公司股东权益变动表以及相关财务报表附注进行审计，并于2026年4月21日出具了致同审字(2026)第351A014422号的无保留意见审计报告。

我们于2026年6月29日收到了三棵树涂料股份有限公司公司转来的上海证券交易所（以下简称“上交所”）出具的《关于提示三棵树涂料股份有限公司2025年年度报告的信息披露监管问询函》（上证公函【2026】第1151号，以下简称“问询函”）。按照该问询函的要求，基于三棵树涂料股份有限公司对问询函相关问题的说明以及我们对三棵树涂料股份有限公司2025年度财务报表审计已执行的审计工作，现就有关事项说明如下：

问询函问题1:

年报显示，公司2025年度营业收入125.27亿元，同比增长3.49%，归母净利润7.75亿元，同比增长133.45%，归母扣非净利润5.57亿元，同比增长278.22%，利润增幅远超收入增幅。公司2025年度综合毛利率为33.79%，较2024年度29.60%增加4.19个百分点；信用减值损失1.30亿元，较上年3.26亿元大幅收窄60.02%。同时，公司2025年度经营活动产生的现金流量净额18.68亿元，同比增长85.19%，增幅远超营业收入增幅。此外，公司2025年度非经常性损益净额2.18亿元，其中计入当期损益的政府补助2.35亿元。

请公司补充披露：（1）结合行业需求变化、市场竞争格局、下游房地产行业情况，并结合公司客户类型、地区分布、产品结构、价格波动等，分析公司营业收入增长的主要原因，是否与行业趋势存在差异及差异原因。（2）结合各业务板块主要产品的销量、单价、单位成本变动情况，以及原材料采购价格变动趋势，量化分析各业务板块毛利率变动的具体原因。（3）结合前述收入及毛利率变动分析，以及期间费用率变动、减值情况等因素，量化分析各因素对利润增幅的贡献程度，说明公司2025年度利润增幅远超收入增幅的具体原因，并说明利润增长是否具有可持续性。（4）结合业务模式、信用政策、结算方式及应收账款回收情况的变化，量化分析公司经营活动现金流量净额大幅增长的具体原因，并说明经营活动现金流净额与净利润之间存在较大差异的原因及合理性。（5）结合近三年非经常性损益构成，说明公司对非经常性损益是否存在重大依赖；补充披露2025年度主要政府补助项目的具体情况，包括但不限于补助项目名称、补助金额、收到时间、会计处理方式，并说明有关会计处理的合规性。

请年审会计师就上述问题发表明确意见。

公司回复

（一）结合行业需求变化、市场竞争格局、下游房地产行业情况，并结合公司客户类型、地区分布、产品结构、价格波动等，分析公司营业收入增长的主要原因，是否与行业趋势存在差异及差异原因。

1、行业需求情况

2025年，涂料行业整体承压，需求呈现结构性分化。根据中国涂料工业协会数据，全年行业涂料总产量3,460.20万吨，同比降低7.10%；主营业务收入3,881.50亿元，同比降低3.90%；利润总额292.50亿元，同比增长11.50%。

细分领域表现分化，传统地产、集装箱、低端家电涂料需求收缩；光伏、风电、储能等新能源赛道涂料需求增速显著。存量市场潜力释放：我国城镇存量住房已超过350亿平方米，现有住宅十年以上房龄占比超六成，二十年以上房龄超三成，2025

年全国新开工改造城镇老旧小区2.71万个，住宅建筑涂料需求结构正从新建涂装向存量翻新重涂切换，重涂市场占比持续攀升；在城市更新领域，老旧小区改造为建筑涂料带来显著增量；此外，农村自建房市场贡献长期增量需求，全国存量农村自建房超2亿户，每年新建或重建农房约500万套，C端家装零售业务随之稳步扩容。同时，海外市场贡献增量，2025年涂料行业出口总量40.77万吨，同比增长21.99%，出口总金额12.15亿美元，同比增长14.28%。

2、市场竞争格局

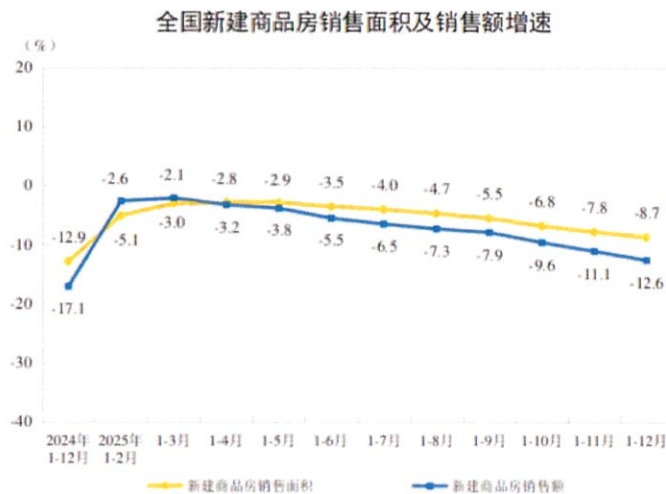
2025年，国内涂料行业呈现“大市场、低集中、分层竞争、加速出清”的格局。全年行业营收小幅下行、利润总额实现结构性修复，供给侧环保约束趋严与下游需求分化重塑行业竞争逻辑。行业整体集中度仍处于低位，但头部集中化趋势显著提速。根据《涂界》发布的“2026中国涂料企业100强排行榜”显示，百强企业累计销售收入达1,573.72亿元，同比微降0.35%，优于同期行业主营业务收入3.90%的降幅；百强企业收入占全国涂料总收入的比重提升至40.54%，较上年增加1.92个百分点。资源与市场份额正加速向头部企业及优质产能聚集。

竞争格局层面，本土领军企业凭借良好的品牌美誉度、渠道下沉优势、供应链成本竞争力，在民用家装市场及工程建筑涂料市场快速渗透，市场份额稳步提升。具备规模化生产能力、全产业链布局及完善质控体系的头部企业，凭借成本管控能力与产品稳定性，竞争优势日益凸显。国际知名涂料企业依托技术积淀与品牌溢价，持续主导汽车原厂漆、高端工业防腐等赛道，在核心细分领域保持领先份额。相比之下，中小企业在市场需求偏紧、价格及渠道竞争激烈、环保标准提升、原材料成本波动的多重压力下，盈利空间受到显著挤压，生存边界不断收窄。随着低效产能的持续出清，市场份额预计将进一步向具备综合竞争优势的头部企业集中，行业集中度有望得到提升。

3、下游房地产情况

2025年，全国房地产市场延续调整态势。根据国家统计局数据，全年房地产开发投资82,788亿元，同比下降17.20%，其中住宅投资63,514亿元，同比下降16.30%；

新建商品房销售面积88,101万平方米，同比下降8.70%，销售额83,937亿元，同比下降12.60%；住宅销售面积及销售额分别同比下降9.20%和13.00%。市场结构出现积极变化，存量房交易活跃度提升，全年二手房网签面积73,685万平方米，同比增长2.61%，占住房总交易面积比重达46%。数据表明，地产增量市场虽阶段性承压，但存量房流通效率的提升为产业链后端市场提供了结构性支撑。



受地产周期影响，2025年全年房地产新开工、竣工及销售面积同比全面下滑，新房交付规模收缩，致使工程墙面漆市场需求承压，同行业工程业务收入普遍下行。在此背景下，建筑涂料板块呈现较强韧性：一方面，“十五五”期间（2026-2030年），全国计划新开工改造城镇老旧小区11.5万个、城中村翻新及保障性租赁住房建设稳步推进，形成有效需求对冲；另一方面，政府主导项目具备回款保障优势，部分弥补了商品住宅新建市场的需求缺口。得益于此，报告期内公司工程业务收入降幅窄于行业平均水平。

4、公司2025年收入结构情况

公司2025年全年营业收入125.27亿元，其中主营业务收入122.43亿元，具体收入情况如下：

（1）客户类型情况

单位：万元

客户类型	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入 同比变动	营业成本 同比变动	毛利率 同比变动
B端工程类	658,873.42	474,646.69	27.96%	-6.34%	-11.30%	4.03%
C端零售类	565,417.51	334,695.70	40.81%	16.23%	11.05%	2.76%
合计	1,224,290.93	809,342.39	33.89%	2.89%	-3.24%	4.19%

公司客户类型主要分为B端工程类客户和C端零售类客户，已经形成C端零售类补位B端工程类、双客户结构均衡发展的格局。2025年，受房地产行业周期、新房开工面积下降等因素影响，公司主动压降高风险房企客户，聚焦信用资质良好的央企、国企及优质民营企业，严控坏账风险，致B端工程业务收入同比有所下降。报告期内，B端工程类收入65.89亿元，同比减少6.34%。

与此同时，公司持续加大零售、家装、电商渠道布局，C端零售业务强势崛起，成为业绩增长的核心引擎。2025年，C端零售类收入56.54亿元，同比增加16.23%，有效对冲了工程端下滑压力。公司近年来深耕零售赛道，全面推进“马上住”城市焕新业务、“仿石漆”乡镇下沉及“艺术漆”高端零售三大新业态布局。受益于“以旧换新”国补及绿色建材下乡等政策红利，公司C端业务增势强劲，形成了B端与C端均衡发展、存量与增量互补的良好格局，成为拉动公司整体营收及利润同比提升的重要支撑，盈利韧性显著提升。

（2）地区分布情况

单位：万元

分地区	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入 同比变动	营业成本 同比变动	毛利率 同比变动
华东	550,712.33	369,517.35	32.90%	0.94%	-4.01%	3.46%
华中	168,856.01	111,239.04	34.12%	7.40%	1.46%	3.85%
华南	166,638.83	109,135.95	34.51%	16.05%	5.51%	6.55%
华北	117,148.22	75,465.27	35.58%	-4.66%	-9.85%	3.71%
东北	19,642.15	14,170.23	27.86%	-14.54%	-21.72%	6.62%
西南	145,741.78	92,049.82	36.84%	0.36%	-6.78%	4.84%
西北	55,551.61	37,764.74	32.02%	5.83%	-0.35%	4.22%
合计	1,224,290.93	809,342.39¹	33.89%	2.89%	-3.24%	4.19%

¹ 本公告中数据尾差系四舍五入造成。

2025年华东、华中地区收入稳健增长，华南地区收入高增，东北及华北地区收入减少。由于公司销售的核心区域在华东，占比稳定在44-46%左右，波动较小，且该区域经济活跃、地产韧性强，零售渠道成熟，收入较为稳健。

华中、华南、华北及西南地区合计占比约49%，受益于城镇化、保障房、旧改，下沉市场县域及乡镇的推进，三四线及农村收入增速显著高于一二线，收入增速合计高于华东地区。

西北地区收入占比4%至6%左右，2025年收入增加5.83%，销售情况逐步回暖。

东北地区2025年收入下滑，主要系东北区域冬季漫长、人口流失严重，行业基本面弱，但公司在东北地区收入占比为1-2%，占比较小，对公司的整体营业收入影响很小。

整体来看，受益于公司在C端零售业务的积极布局，以及华中、华南地区的业务增长，公司2025年营业收入呈小幅上升。

（3）产品结构情况

单位：万元

分产品	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入同比变动	营业成本同比变动	毛利率同比变动
家装墙面漆	340,278.90	167,440.29	50.79%	14.67%	6.35%	3.85%
工程墙面漆	388,962.60	242,901.20	37.55%	-4.76%	-11.32%	4.62%
基材与辅材	366,271.03	285,116.20	22.16%	12.04%	7.50%	3.29%
防水卷材	99,552.77	85,043.23	14.57%	-24.52%	-24.87%	0.40%
装饰施工	29,225.62	28,841.46	1.31%	12.41%	8.02%	4.01%
合计	1,224,290.93	809,342.39	33.89%	2.89%	-3.24%	4.19%

2025年，家装墙面漆及工程墙面漆收入分别为34.03亿元、38.90亿元，2025年家装墙面漆收入同比增加14.67%，主要系公司拓展新渠道、加大推广投入和促销、加强分销渠道管理等。公司近年来持续加大零售、家装、电商渠道布局，家装墙面漆收入增长成为拉动公司整体收入增长的主要原因。工程墙面漆营收38.90亿元，同比下降4.76%，但毛利率大幅提升4.62个百分点至37.55%，是毛利率改善幅度最大的品类。基材与辅材营收36.63亿元，同比增长12.04%，已成为超过家装墙

面漆的品类。虽然毛利率远低于家装墙面漆，但作为配套引流产品，“用粉料带动涂料”的策略有效拉动了家装墙面漆的销售增长。防水卷材是典型的工程端产品，在公司整体向零售端转型的战略下从“增长品类”转为“收缩品类”，是公司战略取舍的典型体现，毛利率同比变动较小。装饰施工作为涂料的配套服务，毛利率虽有所改善但仍接近盈亏平衡线，其主要价值在于拉动涂料产品销售而非自身盈利。

综合上述原因，整体来看公司营业收入具备支撑，呈现小幅增长。

（4）价格变动情况

单位：元

主要产品	2025年			2024年			单价变动率
	营业收入	销量 (吨/平方米)	销售 单价	营业收入	销量 (吨/平方米)	销售 单价	
家装墙面漆	3,402,789,023.11	574,391.60	5,924.16	2,967,342,693.73	489,546.96	6,061.41	-2.26%
工程墙面漆	3,889,626,035.94	1,168,184.31	3,329.63	4,084,104,316.23	1,159,326.38	3,522.83	-5.48%
基材与辅材	3,662,710,304.98	3,405,023.85	1,075.68	3,269,057,572.38	2,687,279.99	1,216.49	-11.58%
防水卷材	995,527,732.58	71,742,385.98	13.88	1,318,923,630.06	90,836,080.76	14.52	-4.41%
合计	11,950,653,096.61	76,889,985.74	-	11,639,428,212.40	95,172,234.09	-	-

2025年，主要产品销售价格存在小幅下降，销量增长幅度较大，主要系C端零售家装墙面漆、基材与辅材销量增长明显，导致收入增长。

5、2025年公司收入与同行业可比公司对比如下表所示：

单位：亿元

业务板块	同行业	营业收入	营业收入同比
家装墙面漆	三棵树	34.03	14.67%
	*ST亚士	0.47	-51.11%
工程墙面漆	三棵树	38.90	-4.76%
	*ST亚士	1.46	-82.81%
涂料建材	北新建材	44.21	23.10%
防水卷材	三棵树	9.96	-24.52%
	东方雨虹	113.61	-3.63%
	科顺股份	30.72	-13.60%

2025年，东方雨虹、科顺股份及*ST亚士等同行企业营收普遍下滑，主要受新房市场持续萎缩影响，直接冲击以工程端为主的B端业务。其中，科顺股份防水卷材下降13.60%，*ST亚士工程墙面漆下降82.81%，均反映出传统新房市场需求收缩对建筑建材企业的广泛影响。公司工程墙面漆营收38.90亿元，同比下降4.76%，与上述以工程业务为主的企业具备可比性，同样受到新房市场下行的影响。北新建材涂料建材增长23.10%，主要得益于其“石膏板+防水+涂料”的多元化均衡布局及央企背景带来的抗风险能力，与公司家装墙面漆增长趋势一致。

综上，B端工程墙面漆与行业趋势具备可比性，公司降幅相对温和，体现了一定的工程端韧性；而C端家装墙面漆逆势增长14.67%，则是公司提前布局零售渠道、重点发力“马上住”及艺术漆等新业态的战略成果。

（二）结合各业务板块主要产品的销量、单价、单位成本变动情况，以及原材料采购价格变动趋势，量化分析各业务板块毛利率变动的具体原因。

1、公司主营业务为生产销售涂料，2024年度及2025年度的主要产品销量、单价及单位成本的变动情况如下：

单位：元

主要产品	2025年			2024年			销量变动率	单价变动率	单位成本变动率
	销量	销售单价	单位成本	销量	销售单价	单位成本			
家装墙面漆	574,391.60	5,924.16	2,915.09	489,546.96	6,061.41	3,216.05	17.33%	-2.26%	-9.36%
工程墙面漆	1,168,184.31	3,329.63	2,079.31	1,159,326.38	3,522.83	2,362.71	0.76%	-5.48%	-11.99%
基材与辅材	3,405,023.85	1,075.68	837.34	2,687,279.99	1,216.49	986.94	26.71%	-11.58%	-15.16%
防水卷材	71,742,385.98	13.88	11.85	90,836,080.76	14.52	12.46	-21.02%	-4.41%	-4.90%

注：防水卷材销量单位为m²，其他产品销量单位为吨。

2、2024年度及2025年度主要原材料价格变动情况如下所示：

单位：元

原材料名称	2025年采购均价	2024年采购均价	采购均价波动
家装、工程墙面漆	2.33	2.59	-10.04%
基材与辅材	0.82	1.04	-21.15%
防水材料	3.36	3.16	6.33%

2025年相较于2024年，公司家装墙面漆、工程墙面漆、基材与辅材的主要原材料采购价格均呈现下降趋势，防水材料（包括防水涂料及防水卷材）的主要原材料价格同比上升。

3、公司主要产品2024年及2025年的毛利率变动情况如下所示：

产品类别	2025年毛利率	2024年毛利率	变动率
家装墙面漆	50.79%	46.94%	3.85%
工程墙面漆	37.55%	32.93%	4.62%
基材与辅材	22.16%	18.87%	3.29%
防水卷材	14.57%	14.17%	0.40%

2025年各产品类别的毛利率均呈现上升趋势，主要是受到原材料价格下降影响，传导至终端产品销售价格下调缓于产品单位成本下降的幅度，故2025年毛利率总体呈现上涨趋势。

（三）结合前述收入及毛利率变动分析，以及期间费用率变动、减值情况等因素，量化分析各因素对利润增幅的贡献程度，说明公司2025年度利润增幅远超收入增幅的具体原因，并说明利润增长是否具有可持续性。

1、利润表变化明细如下：

单位：亿元

项目	2024年度	2025年度	同比变动	变动占净利润比例
营业收入	121.05	125.27	4.22	94.83%
营业成本	85.22	82.94	-2.28	-51.24%
税金及附加	0.97	1.17	0.2	4.49%
销售费用	19.65	20.12	0.47	10.56%
管理费用	7.00	7.30	0.3	6.74%
研发费用	2.85	2.84	-0.01	-0.22%

项目	2024年度	2025年度	同比变动	变动占净利润比例
财务费用	1.61	1.17	-0.44	-9.89%
其他收益	2.60	2.59	-0.01	-0.22%
投资收益	0.04	0.20	0.16	3.60%
资产减值损失	-0.23	-1.30	-1.07	-24.04%
信用减值损失	-3.26	-1.30	1.96	44.04%
资产处置收益	-0.13	-0.05	0.08	1.80%
营业利润	2.76	9.88	7.12	160.00%
营业外收入	0.09	0.13	0.04	0.90%
营业外支出	0.23	0.24	0.01	0.22%
利润总额	2.62	9.77	7.15	160.67%
所得税费用	-0.51	2.19	2.70	60.67%
净利润	3.13	7.58	4.45	100.00%

2025年度，公司营业收入同比增加4.22亿元，营业成本同比减少2.28亿元，信用减值损失同比降低1.96亿元。同时，公司净利润同比增加4.45亿元，增幅达141.90%，各因素贡献程度量化如下：营业收入增长贡献增量4.22亿元，占净利润增量的94.83%，其中家装墙面漆及基材与辅材实现较快增长，为利润增长提供基础支撑；营业成本下降贡献增量2.28亿元，占51.24%，主要受益于原材料价格回落及高毛利产品占比提升，综合毛利率从29.60%提升至33.79%，增加4.19个百分点，是利润增长最核心的驱动因素；信用减值损失减少贡献增量1.96亿元，占44.04%，前期地产客户信用风险集中出清效果显现；财务费用减少贡献增量0.44亿元，占9.89%，系融资结构优化所致。与此同时，资产减值损失扩大形成负贡献1.07亿元，所得税费用增加因利润总额增长形成负贡献2.70亿元，销售及管理费用合计小幅增加0.77亿元对利润增量亦形成一定抵消。综合来看，毛利率提升与信用减值损失收窄是利润增幅远超收入增幅的两大核心驱动因素，二者合计贡献正向影响约4.24亿元，贡献度合计超过95%，充分体现了公司产品结构优化与风险管控改善的双重成效。

2、各项财务指标明细如下：

单位：亿元

项目	2024年度	2025年度	同比变动比率
营业收入	121.05	125.27	3.49%
利润总额	2.62	9.77	272.50%
净利润	3.13	7.58	141.90%
毛利	35.83	42.33	6.50
毛利率	29.60%	33.79%	4.19%
营业净利率	2.59%	6.05%	3.46%
销售成本率	70.40%	66.21%	-4.19%
销售费用率	16.24%	16.06%	-0.18%
管理费用率	5.79%	5.82%	0.03%
财务费用率	1.33%	0.93%	-0.40%
研发费用率	2.36%	2.26%	-0.10%

主要变动指标：营业收入同比提升3.49%，销售成本率同比下降4.19%，毛利率同比增加4.19%。

3、本年利润增幅远超收入增幅的具体原因：

（1）收入及毛利率提升

报告期内，公司紧抓C端家装零售市场扩容机遇，加快零售渠道拓展及“马上住”、艺术漆等新业态布局，家装墙面漆等C端业务实现较快增长，收入结构持续优化，营业收入总额同比提升3.49%。同时，受益于主要原材料价格回落及公司精细化成本管控，各产品线单位成本普遍下降，毛利率提升4.19%，经营质量和盈利能力进一步增强。

（2）精益生产，降本增效

公司稳步推进数字化转型，有效提升了生产运营效率与精益化管理水平，整体费用率有所下降，其中：销售费用率同比降低0.18%，财务费用率同比降低0.40%。成本端化工原料降价是行业共性，公司通过产品结构升级将成本红利转化为毛利率提升（调整产品单价，增加高毛利产品销量，减少低毛利产品销量），同时降低人工成本，销售成本率降低4.19%，进一步增加当年度利润。

（3）减值计提同比减少

2024年度，受房地产行业持续深度调整影响，公司部分地产客户出现经营困难及债务违约，应收账款账龄不断拉长，回收风险显著上升。基于谨慎性原则，公司对各类资产进行全面检查和减值测试，2024年度计提各项资产减值准备共计3.49亿元。2025年度，随着公司主动收缩工程业务、加速向零售端转型，应收账款结构持续优化；加之2021-2024年累计信用及资产减值规模已超20亿元，前期风险集中出清效果显现。2025年度计提各项资产减值准备降至2.61亿元，同比减少0.88亿元，减值对利润的拖累显著减轻。

4、利润增长的可持续性

公司战略重心从工程端向零售端转移，2025年度家装墙面漆销售量增加，收入合计34.02亿元，同比增加14.67%，成为拉动公司整体营收同比提升的重要支撑，C端业务的现金流质量和盈利稳定性优于B端工程业务。公司近年来持续加大零售、家装、电商渠道布局，全面发力三大新业态：“马上住”服务整合城市焕新业务，“仿石漆”战略下沉乡镇市场，“艺术漆”引领高端零售市场。同时，原材料价格变动作为影响毛利率的主要因素，具备一定的波动性，若原材料价格持续上行，毛利率可能承压，从而影响公司利润的可持续性。

（四）结合业务模式、信用政策、结算方式及应收账款回收情况的变化，量化分析公司经营活动现金流量净额大幅增长的具体原因，并说明经营活动现金流净额与净利润之间存在较大差异的原因及合理性。

项目	2024年度	2025年度
营业收入（亿元）	121.05	125.27
销售商品、提供劳务收到的现金（亿元）	139.24	140.88
经营活动产生的现金流量净额（亿元）	10.09	18.68
应收账款（亿元）	47.68	43.64
应收票据（亿元）	0.15	0.08
应收款项融资（亿元）	0.15	0.58
购买商品、接受劳务支付的现金（亿元）	93.02	83.22
应付票据（亿元）	19.68	19.85
应付账款（亿元）	35.10	33.95

1、经营活动现金流量净额大幅增长的具体原因如下：

公司2024年度、2025年度经营活动产生的现金流量净额分别为10.09亿元和18.68亿元，2025年度同比增长85.19%，主要因本报告期收回货款增加及购买商品支付货款减少所致。

（1）从业务模式角度分析，公司业务类型分为工程类业务和零售类业务，近两年零售端收入高增长对冲工程端收入下滑。2025年家装墙面漆收入达34.03亿元，占比27.16%，较上年显著提升，零售端业务的回款周期显著优于工程端客户，收入占比扩大有效改善了整体现金回收效率。

（2）从信用政策和回款周期角度分析，工程类客户通常采用赊销模式，账期较长，在4-6个月，回款周期长，对公司经营性现金形成较大占用；经销零售类业务客户面向终端消费者和经销商，以现款现货或短账期为主，通常在1-3个月，款项回收速度较快。在房地产产业链持续承压的背景下，公司主动收缩对高风险地产客户的信用敞口，从源头控制新增应收账款的产生，增加了回款速度较快的C端业务布局，提升了公司现金周转速度。

（3）从结算方式角度分析，近两年，应收票据从0.15亿元压降至0.08亿元，释放现金约0.07亿元；同时，应收款项融资增加，表明银行承兑汇票占比提升使已背书或贴现的票据可终止确认，加快了票据向现金的转化效率。

（4）公司在采购端通过优化付款节奏，增加应付票据和应付账款的规模，减少了当期的现金支出：由于原材料成本下降，2025年购买商品、接受劳务支付的现金同比下降，采购端现金流出减少。经营性应付项目的增加，相当于供应商为公司提供了无息融资，在净利润不变的情况下减少了现金流出，从而推高了经营现金流净额。

2、经营活动现金流净额18.68亿元与净利润7.58亿元之间存在11.10亿元差异的原因及合理性如下：

（1）非付现费用的影响

公司固定资产、无形资产等长期资产规模较大，每年计提的折旧与摊销费用计入净利润但未产生现金流出。2025年公司固定资产较上年末增加4.34%，折旧摊销金额相应增长。年度折旧、摊销金额累计5.28亿元，是构成净利润与经营现金流之间的差异因素之一。

（2）信用减值损失的非现金性质

公司近年来持续面临房地产客户信用风险。2025年计提各项资产减值准备共计2.61亿元，其中主要为应收账款减值损失1.82亿元及其他非流动资产减值损失1.02亿元。资产减值损失及信用减值损失冲减净利润但未涉及现金流出，导致净利润低于经营现金流。

（3）财务费用利息支出属于筹资活动

财务费用中的利息支出1.43亿元在利润表中作为费用抵减了净利润，但其对应的现金流出在现金流量表中归类为筹资活动而非经营活动。因此，在以净利润为起点调节经营活动现金流量净额时，该项利息支出需予以加回，以消除利润表与现金流量表分类口径不一致的影响。

（4）经营性应收项目的影响

2025年末，公司应收票据、应收款项融资及应收账款原值较上年末减少7.68%，占公司总资产比重下降1.15个百分点。应收账款的大幅压降，意味着前期赊销形成的账款在本期加速回收，这部分现金流入在净利润中并未体现，但在经营现金流中全额反映，是造成两者差异最主要、最直接的项目，差异金额约为1.63亿元。

（五）结合近三年非经常性损益构成，说明公司对非经常性损益是否存在重大依赖；补充披露2025年度主要政府补助项目的具体情况，包括但不限于补助项目名称、补助金额、收到时间、会计处理方式，并说明有关会计处理的合规性。

请年审会计师就上述问题发表明确意见。

1、近三年非经常性损益的明细表如下：

单位：万元

项目	2023年度	2024年度	2025年度
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-433.02	-1,865.85	-743.83
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关、符合国家政策规定、按照确定的标准享有、对公司损益产生持续影响的政府补助除外	13,991.60	23,018.54	23,535.97
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，非金融企业持有金融资产和金融负债产生的公允价值变动损益以及处置金融资产和金融负债产生的损益	234.85	49.14	17.26
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	3,379.43	1,921.79	2,398.85
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	-	593.07	790.39
债务重组收益	-281.96	460.11	2,126.52
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-1,155.90	-755.55	-864.85
非经常性损益总额	15,734.99	23,421.25	27,260.31
减：非经常性损益的所得税影响数	2,823.12	4,945.80	5,286.80
非经常性损益净额	12,911.87	18,475.45	21,973.50
减：归属于少数股东的非经常性损益净影响数（税后）	-38.75	4.25	166.12
归属于公司普通股股东的非经常性损益	12,950.63	18,471.19	21,807.39

2、近三年非经常性损益的核心构成如下：

项目	2023年度	2024年度	2025年度
归母净利润（亿元）	1.74	3.32	7.75
扣非净利润（亿元）	0.44	1.47	5.57
非经常性损益合计（亿元）	1.30	1.85	2.18
其中：政府补助（亿元）	1.40	2.30	2.35
政府补助占非经常性损益比重	107.69%	124.32%	107.80%
非经常性损益占归母净利润比重	74.71%	55.72%	28.13%

公司近三年非经常性损益主要来源于政府补助。2023年度、2024年度及2025年度，公司计入当期损益的政府补助金额分别为1.40亿元、2.30亿元和2.35亿元，占各期非经常性损益总额的比例分别为107.69%、124.32%和107.80%。政府补助占非经常性损益比重超过100%，主要系其他非经常性损益项目（如资产处置损失、罚款支出等）为负值，冲抵了部分总额所致。

2023年度，公司实现归属于上市公司股东的净利润1.74亿元，非经常性损益合计1.30亿元，占归母净利润的74.71%，扣除非经常性损益后净利润为0.44亿元；2024年度，公司实现归属于上市公司股东的净利润3.32亿元，非经常性损益合计1.85亿元，占归母净利润的55.72%，扣除非经常性损益后净利润为1.47亿元；2025年度，公司实现归属于上市公司股东的净利润7.75亿元，非经常性损益合计2.18亿元，占归母净利润的28.13%，扣除非经常性损益后净利润为5.57亿元。从上述数据可见，2023年度和2024年度，非经常性损益对公司净利润的贡献度分别高达74.71%和55.72%。但2025年度，非经常性损益占归母净利润比重已降至28.13%，非经常性损益对公司业绩的影响程度显著下降，不具有显著影响。

从扣非净利润的变化来看，公司主营业务盈利能力呈持续增强态势。2024年度扣非净利润同比增长234.34%，2025年度扣非净利润同比增长278.22%。2025年度扣非净利润绝对值从2023年的0.44亿元跃升至5.57亿元。扣非净利润增幅显著高于归母净利润增幅，表明公司业绩增长的内生动力不断增强。

综上所述，第一，2023至2024年度，非经常性损益占归母净利润比重分别为74.71%和55.72%，政府补助等非经常性损益对公司业绩影响较大。第二，2025年度该比重已降至28.13%，已不具备显著影响，且扣非净利润同比增长278.22%，公司主营业务盈利能力显著增强，对非经常性损益的依赖程度已大幅减弱。公司将继续致力于提升主营业务的核心竞争力，降低对非经常性损益的依赖，同时密切关注政府补助政策的变动情况，及时做好信息披露工作。

3、2025年度公司计入其他收益500万元以上的政府补助项目如下：

项目名称	补助金额（元）	收到时间	会计处理方式
产业扶持补助资金	99,864,800.00	2025 年	与收益相关
扶持补助资金	48,438,462.88	2025 年	与收益相关
固定资产补助	11,942,480.58	2020 年、2024 年、2025 年	与资产相关
技改资金	8,200,000.00	2025 年	与收益相关
固定资产补助	8,120,988.36	2021 年、2023 年	与资产相关
规模类奖励	6,730,000.00	2025 年	与收益相关
企业发展专项资金	5,410,000.00	2025 年	与收益相关
合计	188,706,731.82		

2025年度收到或摊销的主要政府补助项目，均采用总额法进行核算，在确认政府补助时，将其全额一次或分次确认为收益。其中：

（1）与收益相关的政府补助，通常在满足政府补助所附条件时计入其他收益；

（2）与资产相关的政府补助，在收到补助时计入递延收益。若企业先收到资金再购建，则在开始对相关资产计提折旧或摊销时开始将递延收益分期计入其他收益；若企业先购建再收到资金，则在相关资产剩余使用寿命内按合理、系统的方法将递延收益分期计入其他收益。

会计师回复：

1、核查程序

针对上述事项，年审会计师实施的主要核查程序（包括但不限于）：

（1）了解、测试和评价管理层与收入确认相关的关键内部控制的设计和运行有效性；

（2）查阅行业研究机构出具的行业研究报告、同行业公司公开资料等，了解房地产行业、涂料行业发展情况、产品价格及原材料价格波动情况、同行业公司经营变动情况；

（3）分类型对收入、成本、毛利率进行对比分析，量化分析对利润增幅的贡献程度，识别是否存在重大或异常的波动，并检查原因；

（4）对经营性活动现金流量来源进行分析，对公司将净利润调节为经营活动现金流量的过程进行复核；

（5）检查本期收到主要政府补助文件、银行回单，对本期摊销政府补助金额的过程进行复核；

（6）对比分析非经常性损益各项目的本期与上期金额、占利润总额的比例等，识别异常波动。

2、核查意见

公司营业收入增长与行业趋势存在差异的主要原因是业务模式的调整及成本效益的提升；各业务板块毛利变动的主要原因为原材料价格的波动；2025年度利润增幅超收入增幅主要原因为收入及毛利的提升、降本增效以及减值计提同比减少，利润增长具备一定的可持续性；经营性活动现金流量净额大幅增长来源于销售商品、提供劳务收到的现金流增加以及购买商品、接受劳务支付的现金下降，与净利润之间存在较大差异合理；非经常性损益对政府补助依赖逐渐降低，会计处理合规。

问询函问题2:

年报显示，公司2025年度经销模式实现营业收入105.99亿元，占主营业务收入的86.60%，同比增长1.05%，毛利率为35.60%，较上年增加4.32个百分点。此外，公司对符合融资资质条件的下游经销商提供连带责任担保，期末担保余额7,406.35万元。同时，公司年报中提示有关经销商管理风险，如果公司对经销商的服务不到位或经销商的利润空间大幅下滑，则存在经销商销售积极性下滑或经销商大量流失的风险，造成公司业绩增长乏力甚至下降的风险。

请公司补充披露：（1）列示2023年至2025年各期经销商数量、单个经销商平均收入、新增及退出数量、经销商结构（按年销售额分层），说明经销商网络的整体变化趋势。（2）补充披露公司对经销商的主要激励支持政策，包括折扣、返利、费用补偿、信用或结算政策优惠等安排的具体内容、会计处理方式及对财务报表科目的影响。（3）补充披露公司报告期内及期后是否存在产品退回、退回的具体金额及比例，并说明公司经销商终端销售的实现情况。补充披露公司与经销商之间的收入确认具体流程，并结合经销模式下合同中有关控制权转移、退换货政策等条款约定以及实际执行情况，说明公司收入确认是否符合企业会计准则的规定，收入确认是否谨慎、准确。（4）补充披露公司为下游经销商提供担保的具体业务模式、担保条件及风险控制措施，说明报告期内是否存在经销商违约导

致公司承担担保责任的情形，并结合有关情况说明对提供担保的下游经销商收入确认方法是否与其他经销商存在差异。

请年审会计师就上述问题发表明确意见，说明对经销商管理及收入确认、终端销售实现情况的审计程序、审计证据及审计结论。

公司回复

（一）列示2023年至2025年各期经销商数量、单个经销商平均收入、新增及退出数量、经销商结构（按年销售额分层），说明经销商网络的整体变化趋势。

2023年至2025年各期经销商数量、单个经销商平均收入、新增及退出数量如下：

年份	期初经销	新增数量	退出数量	期末数量	平均收入（万元）
2023年	18,375	14,135	6,543	25,967	45.86
2024年	25,967	20,960	9,533	37,394	33.11
2025年	37,394	19,771	16,716	40,449	27.23

2023年至2025年经销商按销售金额的分层结构如下：

单位：个、万元

金额	2023年				2024年				2025年			
	数量	占比	营业收入	占比	数量	占比	营业收入	占比	数量	占比	营业收入	占比
100万以内	23,619	90.96%	357,396	35.15%	35,174	94.06%	440,043	41.95%	38,225	94.50%	434,549	41.00%
100-500万	2,115	8.14%	404,775	39.81%	2,016	5.39%	390,742	37.25%	2,016	4.98%	387,561	36.57%
500-1,000万	172	0.66%	118,526	11.66%	146	0.39%	102,720	9.79%	134	0.33%	91,999	8.68%
1,000万以上	61	0.23%	136,174	13.39%	58	0.16%	115,403	11.00%	74	0.18%	145,807	13.76%
总计	25,967	100.00%	1,016,870	100.00%	37,394	100.00%	1,048,908	100.00%	40,449	100.00%	1,059,916	100.00%

经销商网络的整体变化趋势：2023年至2025年，公司期末经销商数量由25,967家增长至40,449家，渠道规模持续扩张，主要系公司积极布局C端零售业务，着力发展旧房翻建、乡村振兴市场，大力下沉县域、乡镇区域，新增大量基层小微经销商，同时每年有序清退动销能力不足的尾部客户。受下沉小微经销商批量新增影响，公司单经销商平均收入由45.86万元逐年下降至27.23万元。从分层结构看，100万以下小微经销商数量及占比持续走高，成为渠道扩容主力；100-1,000万区间中大型经销商

数量小幅收缩、营收贡献保持稳定；1,000万以上头部经销商数量有所回升，营收占比稳步提升。

（二）补充披露公司对经销商的主要激励支持政策，包括折扣、返利、费用补偿、信用或结算政策优惠等安排的具体内容、会计处理方式及对财务报表科目的影响。

公司对经销商的主要激励支持政策包括：满赠、价格折让及返利。

1、满赠

公司根据市场推广需要，不定期推出专项搭赠计划，即经销商采购达到一定数量或金额时，公司免费赠送额外产品，通常与阶段性促销活动结合开展。

会计处理方面，若搭赠商品与销售商品在同一张发票上注明折扣金额，则赠品部分无需视同销售，商品与赠品作为两项履约义务，分别以折扣后的金额作为交易价格，在客户签收时点确认收入，同时结转对应成本；若未在同一张发票注明折扣额，则需将总交易价格在销售商品与赠品之间按公允价值进行分摊，在客户签收时点确认相应收入，同时结转对应成本。

2、价格折让

公司的价格折让主要体现在以下方面：一是根据市场竞争情况给予经销商阶段性的促销价格折让；二是协议约定的各类价格优惠。

会计处理方面，销售时即给予的价格折让按商业折扣处理，在确认销售收入时直接按扣除折让后的净额确认收入；销售完成后给予的价格折让按销售折让处理，在发生当期冲减当期销售商品收入。

3、返利

公司与经销商客户实施的销售返利均为现金返利。公司在与经销商客户合作过程中，结合客户分类、信用情况、业务规模、市场行情、竞争对手等因素与部分经销商约定了销售返利。公司返利的类型主要分为年度、季度阶梯返利以及专项活动返利。各个产品事业部对其与经销商销售的产品制定细致的年度、季度阶梯返利政

策，该类返利主要与销售额挂钩；专项活动返利主要是针对新品推广、建店补贴、展会活动设定，根据具体情况由公司区域业务员协助客户进行申请。

公司现金返利严格按照《企业会计准则第14号-收入》及监管会计指引，作为可变对价处理，公司在销售商品并确认收入当期，结合约定返利条款、客户当期采购及回款达成情况，合理估计预计需承担的现金返利金额，相应冲减当期主营业务收入，同时确认合同负债；后续实际兑现返利时，冲减对应合同负债，账务处理符合准则。

（三）补充披露公司报告期内及期后是否存在产品退回、退回的具体金额及比例，并说明公司经销商终端销售的实现情况。补充披露公司与经销商之间的收入确认具体流程，并结合经销模式下合同中有关控制权转移、退换货政策等条款约定以及实际执行情况，说明公司收入确认是否符合企业会计准则的规定，收入确认是否谨慎、准确。

1、报告期内公司存在经销商销售退回至公司情况，退货金额（单位：元）和比例如下：

2025 年度收入金额	2025 年度收入 对应退货金额	比例	2025.1.1-2025.12.31 期间退货金额	2026.1.1-2026.4.30 期间退货金额
12,527,449,047.63	42,480,502.49	0.34%	32,717,908.29	9,762,594.20

2、公司经销商终端销售的实现情况

由于经销商客户数量众多，公司无法实时掌握全部经销商终端销售数据信息，故选取2025年销售收入前十大的经销商，并获取其终端销售实现情况。公司向十大经销商销售合计2.78亿元，占经销商总收入比例2.62%。

项目	实现情况
2025 年度经销商向公司采购的数量①（桶）	2,711,795
2025 年度经销商年度对外销售数量②（桶）	2,540,377
2025 年度对外销售比例=②/①	93.68%
2025 年 12 月 31 日经销商期末库存数量③（桶）	760,473
2025 年 12 月 31 日经销商期末库存金额（万元）	9,516.63

项目	实现情况
2026 年 1 至 4 月经销商对外销售数量④（桶）	604,749
2026 年 1 至 4 月对外销售比例=④/③	79.52%
2026 年 4 月 30 日经销商期末库存数量（桶）	714,209
2026 年 4 月 30 日经销商期末库存金额（万元）	9,235.04

2025 年末，主要经销商未积压大量库存，期末库存为销售备货，前十大经销商库存金额为 9,516.63 万元，截至 2026 年 4 月末对外销售比例 79.52%，期后销售情况良好。

3、经销商模式收入确认具体流程

公司经销模式为买断式经销，收入确认流程如下：

（1）公司与经销商签订年度经销框架协议，经销商下达正式订单，公司完成经销商信用、订单价格、返利政策审批；

（2）仓库根据订单备货出库，委托第三方物流将货物运送至经销商指定交付地点；

（3）经销商现场验收并在送货单据上签字确认，公司于经销商签收当日确认销售收入并结转对应销售成本；

（4）公司定期与经销商对账结算，结合合同约定计提销售返利，经销商按照约定账期支付货款；

（5）仅符合合同约定条件的产品可申请退货，经公司审批、产品质检合格后办理退货入库，红字冲减当期收入成本。

4、经销合同关键条款及实际执行情况

合同中对相应地区经销商明确了销售区域，经销商采购后取得商品法定所有权，可自主决定该地区终端售价及下游客户，享有商品全部处置权利与经济利益；货物签收后，运输毁损、存货滞销、价格下跌等风险均由经销商承担，公司无滞销商品回购义务。控制权转移时点约定为经销商实物签收验收当日，签收后公司

享有无条件收款权利，商品占有、风险报酬、法定所有权同步转移，控制权转移判断依据清晰、执行口径统一。

公司与经销商签订的合同中对于退货的约定，一般情况下不允许经销商客户进行退货。如有特殊情况退货需提交申请，经多部门审批、产品复检合格后方可办理，不支持无理由退换货。实际执行中公司结合历年退货情况数据估算，合理预估期后退货率较低对报表影响较小，故在实际退货发生时调整当期账务。

5、收入确认合规性、谨慎性及准确性说明

公司以经销框架协议结合单笔销售订单作为合规有效的交易合同，相关交易具备完整商业实质，购销双方权利义务约定清晰明确。公司对经销商开展严格信用审批，经审批合作的经销商货款收回可能性较高，满足企业收入确认的五项前置核心条件。

在该经销模式下，公司仅负有向经销商交付合格产品的单项履约义务，不构成时段履约义务。公司严格遵循新收入准则的控制权转移判定标准，以经销商签收货物、取得商品控制权的时点作为收入确认时点，业务端控制权转移的各项佐证迹象充分、依据充足。

公司采用买断式经销模式，合同中对于相关退货条款的约定严格，一般情况下不予退款，合同中未设置滞销兜底回购条款和无条件退货约定。针对销售返利相关的可变对价事项，公司严格按照会计准则要求开展合理会计估计，在销售商品并确认收入的当期，结合合同约定的返利条款、客户当期采购体量及回款达成情况，审慎预估需承担的现金返利金额，相应冲减当期主营业务收入，以交易对价净额确认收入。

公司经销相关合同对商品控制权转移、退换货规则、销售返利等关键事项约定明确，实际业务执行流程与合同约定一致。公司全程依据《企业会计准则第14号-收入》的五步法模型确认收入，规范完成可变对价、销售退回等事项的会计处理。同时，公司收入确认配套订单、出库单、物流签收单、发票等全套完整原始

凭证，内控管理流程健全，收入确认时点可追溯、可核验，整体收入确认合规、谨慎、准确。

（四）补充披露公司为下游经销商提供担保的具体业务模式、担保条件及风险控制措施，说明报告期内是否存在经销商违约导致公司承担担保责任的情形，并结合有关情况说明对提供担保的下游经销商收入确认方法是否与其他经销商存在差异。

具体业务模式：公司与经销商签署正式经销协议后，公司按照经销商及业务类型分别进行资信状况、偿债能力的实质性核验，然后向合作金融机构推荐资质优良的经销商客户。金融机构依据独立信贷标准完成终审后，将经销商纳入授信白名单。在日常交易中，经销商可以选择使用上述金融机构的授信方式向公司支付货款并在授信到期前向金融机构还款，实现交易闭环。

担保条件：经销商需同时满足公司《信用管理制度》及对应金融机构相关要求。

风险控制措施：为有效控制担保风险，公司建立了严格的准入与风控体系，相关流程均按照公司《信用管理制度》实施。在风险缓释措施上，公司在向金融机构提供连带责任保证的同时，严格落实反担保机制，要求经销商及其关联方提供反担保。

公司为进一步巩固市场份额、赋能经销商成长，对符合准入标准的下游非关联经销商向银行申请借款提供担保支持。通过协助经销商拓宽融资渠道，缓解其业务发展初期的资金瓶颈，进而保障公司销售体系的稳健扩张。引入金融机构的独立审贷环节，能够更系统地评估经销商的履约能力，提升授信决策的审慎性与客观性。2025年度，公司为经销商提供担保的合作金融机构为福建华通银行股份有限公司和兴业银行股份有限公司莆田分行，上述合作模式涉及营业收入为44,526.20万元。报告期内，因经销商违约导致公司承担担保责任金额为2,770.69万元，占上述合作模式报告期内实现营业收入的比例约为6.22%，截至2026年6月30日，已回款金额为871.62万元。相较于公司直接经销授信的业务模式，经销商通过向银行借款并由公司提供担保的模式下整体综合逾期率和坏账率更低。除上述情况外，其余公司存续

担保项下的经销商履约情况良好，相关担保余额处于股东会批准的额度管控范围内。

公司按照会计准则进行确认收入，对提供担保的下游经销商收入确认方法与其他客户保持一致，不存在差异。。

会计师回复：

1、核查程序

针对上述事项，年审会计师实施的主要核查程序（包括但不限于）：

（1）了解和评价管理层与经销商销售收入确认相关的关键内部控制的设计及运行有效性；

（2）选取销售合同，检查是否采用统一交易条款，评价收入确认政策是否符合企业会计准则；

（3）选取经销商样本实施函证程序，对未回函的客户执行替代程序；

（4）选取经销商样本进行实地走访或视频访谈，了解业务真实性等情况；

（5）选取经销商样本，检查追踪货物从经销商到终端客户的销售情况；

（6）检查销售订单、出库单、物流单、签收单、发票、收款凭证等，进行收入截止性测试；

（7）检查返利政策、计算过程及会计处理；

（8）进行期后测试，检查期后退货情况及其对收入的影响；

（9）检查担保合同、担保额度及实际履行情况。

2、核查意见

经检查，公司对经销商收入确认符合准则规定，收入确认谨慎、准确；不存在通过向经销商压货提前确认收入或通过收入跨期调节的情形；返利等激励政策的会计处理合规；为经销商提供担保的业务不影响收入确认的准确性；终端销售真实实现。

问询函问题3:

年报显示,公司应收账款期末账面余额 43.64 亿元,占当期营业收入的 34.84%,坏账准备 15.67 亿元,账面价值 27.97 亿元。公司其他应收款期末账面余额 3.63 亿元,主要为保证金,对应坏账准备 1.73 亿元,账面价值 1.90 亿元,其中账龄 3 年以上的其他应收款余额 2.60 亿元,占其他应收款总额的 71.76%。坏账计提方面,按组合计提坏账准备的应收账款余额 30.37 亿元,占比 69.58%,坏账计提比例 17.38%;按单项计提坏账准备的应收账款余额 13.28 亿元,占比 30.42%,坏账计提比例 78.29%,其中涉及部分公开债务违约的房地产客户。应收账款账龄方面,公司 1 年以内的应收账款余额 21.81 亿元,1 至 2 年的应收账款余额 5.17 亿元,2 至 3 年的应收账款余额 3.70 亿元,3 年以上的应收账款余额 12.97 亿元。

请公司补充披露:(1)列示 2025 年末公司应收账款余额前十名、其他应收款余额前五名的欠款方名称、账龄分布、金额、坏账计提方法、计提比例、业务往来内容及形成背景、本期以及期后回款情况,结合欠款方资信变化、公司催收工作等,说明公司对前述款项坏账计提准备是否充分。(2)补充披露公司对应收账款及其他应收款减值准备计提的具体方法,并说明公司预期信用损失率的具体计算过程,包括迁徙率模型、前瞻性调整参数及依据。结合前述计算过程及同行业可比公司计提比例,说明公司坏账计提比例的确定依据及合理性,是否存在实际回收风险与减值计提不匹配的情况。(3)补充披露公司按单项计提与按组合计提坏账准备应收账款的划分标准,以及公司对不同客户单项计提比例的确定原则。结合公司主要应收账款客户的资信情况,如被申请破产、成为失信被执行人或限制高消费等情形,说明单项计提坏账准备的范围是否完整、单项计提比例是否充分。(4)补充披露公司下游地产客户以房产偿还款项的具体情况,包括涉及的客户名称、抵债房产的类型、评估价值及评估方法、抵债金额、房产过户或网签备案进度、相关会计处理及其合规性。请年审会计师就上述问题发表明确意见。

公司回复

（一）列示 2025 年末公司应收账款余额前十名、其他应收款余额前五名的欠款方名称、账龄分布、金额、坏账计提方法、计提比例、业务往来内容及形成背景、本期以及期后回款情况，结合欠款方资信变化、公司催收工作等，说明公司对前述款项坏账计提准备是否充分。

1、应收账款期末余额前10名情况及截至2026年4月30日回款情况如下（单位：元）：

序号	客户名称	期末余额	账龄				坏账计提方法	计提比例	业务往来内容及形成背景	2025.1.1至2026.4.30回款情况
			1年以内	1-2年	2-3年	3年以上				
1	恒大地产	696,817,826.74	53,995.97	673,284.05	2,579,995.27	693,510,551.45	单项计提	92.50%	货款	
2	融创地产	94,542,234.93	763,018.09	1,799,084.44	3,894,566.83	88,085,565.57	单项计提	35%	货款	4,750,536.14
3	广州市鸿昭工程有限公司	53,160,825.17	2,332,988.50	7,684,278.96	29,906,886.50	13,236,671.21	单项计提	80%	货款	44,560,361.79
4	润材电子商务有限公司	45,809,394.40	45,809,394.40				组合计提	1年内5% 1-2年20.46% 2-3年39.33% 3年以上100%	货款	20,286,523.16
5	雅居乐	33,187,278.95	153,446.42	67,494.50	3,061,619.77	29,904,718.26	单项计提	35%	货款	191,446.41
6	中国建筑第二工程有限公司	32,736,126.21	31,869,838.00	566,168.39	85,216.04	214,903.78	组合计提	1年内5% 1-2年20.46% 2-3年39.33% 3年以上100%	货款	481,568.47
7	深圳领潮供应链管理有限公司	32,131,469.24	32,131,469.24				组合计提	1年内5% 1-2年20.46% 2-3年39.33% 3年以上100%	货款	15,069,815.73

序号	客户名称	期末余额	账龄				坏账计提方法	计提比例	业务往来内容及形成背景	2025.1.1至2026.4.30回款情况
			1年以内	1-2年	2-3年	3年以上				
8	中国建筑第四工程局有限公司	27,256,669.98	26,513,034.71	743,635.27			组合计提	1年内5% 1-2年20.46% 2-3年39.33% 3年以上100%	货款	44,610.83
9	广州市标定装饰工程有限公司	26,430,493.03				26,430,493.03	单项计提	50%	货款	
10	浙江天猫技术有限公司	25,932,232.30	19,312,096.50	6,620,135.80			组合计提	1年内5% 1-2年20.46% 2-3年39.33% 3年以上100%	货款	48,153,918.40
合计		1,068,004,550.95	158,939,281.83	18,154,081.41	39,528,284.41	851,382,903.30				133,538,780.93

2、其他应收款期末余额前5名及截至2026年4月30日回款情况如下：

单位：元

序号	客户名称	期末余额	账龄				坏账计提方法	计提比例	业务往来内容及形成背景	2025.1.1至2026.4.30回款情况
			1年以内	1-2年	2-3年	3年以上				
1	中南地产	119,677,534.24			4,958,904.10	114,718,630.14	单项计提	25.00%	保证金	
2	蓝光地产	52,601,823.14				52,601,823.14	单项计提	92.50%	保证金	
3	恒泰地产	26,857,735.28				26,857,735.28	单项计提	70.00%	保证金	
4	融创地产	14,234,954.51			14,234,954.51		单项计提	35.00%	保证金	
5	中梁地产	6,528,792.12			717,801.37	5,810,990.75	单项计提	35.00%	保证金	
合计		219,900,839.29			19,911,659.98	199,989,179.31				

应收账款余额前十名客户中单项计提客户主要为问题地产和涉诉客户，近年除恒大地产外大部分通过以房抵债等债务重组方式回款，计提减值方法见（2）描述，相关减值计提比例有模型数据支撑，较为充足；其中融创地产报告期内已完成境内外全口径债务重组，压力显著缓解，2025年完成以房抵债金额47,671,504.00元；报告期内雅居乐地产信用风险加剧，为妥善处置对应债权，公司2025年设立专项工作小组推进工抵房清偿事宜。截至当前，已签署工抵房抵债协议，约定抵债金额合计26,295,748.75元（具体抵房情况见（4）），综上管理层对融创以及雅居乐及旗下公司应收款项可收回情形及概率情况的判断后，综合计算得出应收款项的预期信用损失率为35%。其余按组合计提坏账客户为直销客户期后回款情况较为良好，账龄基本在1年以内，按预期信用风险损失模型测算的坏账比率较为可靠。

其他应收款余额前五名全部为问题地产保证金，账龄在2年以上，公司依据可收回情况的最佳估计数，分别对各家地产保证金进行单项计提。其中中南地产按照25%计提坏账系由于中南国际旅游岛房地产投资开发有限公司及南充世纪城（中南）房地产开发有限责任公司于2022年向公司提供合计总价值1.5亿元抵押物作为支付履约保证金的担保，中南地产履约保证金1.15亿元的支付具有一定保证；公司本年积极推进蓝光地产抵房事项，2025年完成工抵房抵债金额58,075,497.80元，故管理层出于谨慎性原则判断，综合得出蓝光地产及其旗下公司应收款项的预期信用损失率维持2024年度92.50%比例不变。

报告期内客户资信情况不存在重大变化，公司建立了分级分类催收机制，每月短信提示客户还款，并要求区域销售人员每月现场催收，对于重点逾期客户进行升级催收，包括财务、法务及销售团队联合现场催收、发送法务函及律师函等，逾期超过半年且不配合还款的按照实际执行情况进入诉讼催收程序。

（二）补充披露公司对应收账款及其他应收款减值准备计提的具体方法，并说明公司预期信用损失率的具体计算过程，包括迁徙率模型、前瞻性调整参数及依据。结合前述计算过程及同行业可比公司计提比例，说明公司坏账计提比例的确定依据及合理性，是否存在实际回收风险与减值计提不匹配的情况。

1、应收账款

（1）减值准备计提的具体方法

公司应收账款信用减值损失计提类别分单项（不良地产以及诉讼客户）以及组合（经销客户以及直销客户）。单项计提客户中不良地产客户坏账计提比例是公司基于2025年12月31日时点，管理层根据截至该时点可获得的信息，以及公司以房抵债的风险变动情况，对未来经济状况作出预测。结合企业会计准则的相关规定，对预期信用损失率的计量，应当反映未来发生各种状况的各种可能性。故公司管理层对单项应收款项情形，分成了“能全额收回”、“能收回75%”、“能收回50%”、“能收回25%”、“完全无法收回”这五种可能性，对每种可能性情形分别考虑并赋予发生情形的概率值。得到加权后的信用损失率。单项计提客户中诉讼客户计提比例由法务部门和财务团队根据案件进展情况结合公司掌握的财产保全以及工抵房等情况综合判断涉诉客户的回款率，根据回款率赋予诉讼单项计提比例。

组合计提客户中直销客户相较于经销客户回款周期通常较长，因此按照客户类型分为经销和直销分别考虑。公司基于平均迁徙率的减值矩阵，对应收账款进行减值测算，参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失计提比例。

（2）分组合列示迁徙率模型

①经销客户组合：

账龄	平均迁徙率	历史损失率	前瞻性系数	预期信用损失率	最终确认的预期损失率
1年以	12.31%	1.69%	1.05	1.77%	4.50%
1-2年	51.29%	13.73%	1.05	14.42%	14.42%
2-3年	55.60%	26.77%	1.05	28.11%	28.11%
3年以	48.15%	48.15%	2.08	100.00%	100.00%

②直销客户组合：

账龄	平均迁徙率	历史损失率	前瞻性系数	预期信用损失率	最终确认的预期损失率
1年以	22.46%	4.18%	1.10	4.60%	5.00%
1-2年	52.03%	18.60%	1.10	20.46%	20.46%
2-3年	50.14%	35.75%	1.10	39.33%	39.33%
3年以	71.30%	71.30%	1.40	100.00%	100.00%

前瞻性调整参数及依据计算过程：

前瞻性调整参数包括：GDP增长率、M2增长率、社会消费品零售总额增长率、消费者物价指数四项经济指标。首先对各项经济指标未来3年的变动情况进行预测，

并赋予每种预测情况一定的权重，从而得出每个指标的百分制赋分分数，在此基础上根据每个指标权重综合得出前瞻性调整系数。

(3) 同行业可比公司计提组合比例如下：

按组合计提坏账	公司		北新建材	东方雨虹	科顺股份
	经销客户	直销客户			
1 年以内	4.50%	5.00%	1.47%	6.06%	5.00%
1-2 年	14.42%	20.46%	4.94%	20.46%	10.00%
2-3 年	28.11%	39.33%	10.13%	34.40%	30.00%
3-4 年	100.00%	100.00%	16.12%	46.14%	50.00%
4-5 年	100.00%	100.00%	51.53%	68.67%	80.00%
5 年以上	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

公司坏账准备的计提相关的会计政策和会计估计与企业会计准则的规定一致，反映了被审计单位经济业务的实际情况，与同行业公司相比不存在显著差异，且坏账准备政策得到一贯性地执行。对比 2025 年度同行业可比上市公司坏账计提比例，公司的计提比例更加谨慎，综上所述，公司坏账计提比例是合理的，不存在实际回收风险与减值计提不匹配的情况。

2、其他应收款

(1) 减值准备计提的具体方法

公司其他应收款信用减值损失计提类别分单项计提（不良地产）以及组合计提（保证金、备用金、其他）。单项计提的坏账计提比例是公司基于 2025 年 12 月 31 日时点，管理层根据截至该时点可获得的信息，以及公司以房抵债的风险变动情况，对未来经济状况作出预测。结合企业会计准则的相关规定，对预期信用损失率的计量，应当反映未来发生各种状况的各种可能性。故公司管理层对款项收回情形分成了“能全额收回”、“能收回 75%”、“能收回 50%”、“能收回 25%”、“完全无法收回”这五种可能性，对每种可能性情形分别考虑并赋予发生情形的概率值，得到加权后的信用损失率。保证金组合的坏账计提比例是账龄在 3 年以内的，计提比例为 5.5%，账龄在 3 年以上的，计提比例为 100%。备用金组合和其他组合的坏账计提比例是公司基于平均迁徙率的减值矩阵，对其他应收款项进行减值测算，参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失计提比例。

(2) 分组合列示迁徙率模型

① 备用金组合

账龄	历史损失率	前瞻性调整	预期信用损失率
1年以内	7.16%	0.72%	7.88%
1-2年	18.93%	1.89%	20.82%
2-3年	44.79%	4.48%	49.27%
3年以上	68.08%	31.92%	100.00%

② 其他组合

账龄	历史损失率	前瞻性调整	预期信用损失率
1年以内	7.05%	0.71%	7.76%
1-2年	54.81%	5.48%	60.29%
2-3年	96.03%	3.97%	100.00%
3年以上	99.21%	0.79%	100.00%

前瞻性调整参数及依据计算过程：

前瞻性调整参数包括：GDP 增长率、M2 增长率、社会消费品零售总额增长率、消费者物价指数四项经济指标。首先对各项经济指标未来 3 年的变动情况进行预测，并赋予每种预测情况一定的权重，从而得出每个指标的百分制赋分分数，在此基础上根据每个指标权重综合得出前瞻性调整系数。

(3) 同行业公司未具体披露其他应收款各账龄组合坏账计提比例。

公司坏账准备计提相关的会计政策和会计估计与企业会计准则的规定一致，反映了公司经济业务的实际情况，不存在实际回收风险与减值计提不匹配的情况。

(三) 补充披露公司按单项计提与按组合计提坏账准备应收账款的划分标准，以及公司对不同客户单项计提比例的确定原则。结合公司主要应收账款客户的资信情况，如被申请破产、成为失信被执行人或限制高消费等情形，说明单项计提坏账准备的范围是否完整、单项计提比例是否充分。

公司按单项计提坏账划分标准为问题地产客户以及涉诉客户，其余为按照组合计提坏账客户。公司对不同客户单项计提比例的确定原则如下：

单项计提客户中不良地产客户坏账计提比例是公司基于 2025 年 12 月 31 日时点，管理层根据截至该时点可获得的信息，以及公司以房抵债的风险变动情况，对未来经济状况作出预测。结合企业会计准则的相关规定，对预期信用损失率的计量，

应当反映未来发生各种状况的各种可能性。故公司管理层对应收款项情形，分成了“能全额收回”、“能收回 75%”、“能收回 50%”、“能收回 25%”、“完全无法收回”这五种可能性，对每种可能性情形分别考虑并赋予发生情形的概率值。得到加权后的信用损失率。

单项计提客户中诉讼客户计提比例由法务部门和财务团队根据案件进展情况结合公司掌握的财产保全以及工抵房等情况综合判断涉诉客户的回款率，根据回款率赋予诉讼单项计提比例。

组合计提客户中直销客户较于经销客户回款周期通常较长，因此按照客户类型分为经销和直销分别考虑。公司基于平均迁徙率的减值矩阵，对应收账款进行减值测算，参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失计提比例。

单项计提是基于特定客户或特定事项（如涉及诉讼、款项回收存在重大不确定性、大额或长账龄等特殊情形）所作出的个性化减值判断。该类计提所涉及的客户可能分布于不同账龄区间，其计提比例并非单纯依据账龄确定，而是结合债务人信用状况、还款意愿、担保措施、行业环境及未来现金流量预期等多重因素综合评估后形成的合理估计。相比之下，组合计提是按照信用风险特征对客户群体进行分组，依据历史信用损失经验并考虑前瞻性信息，以迁徙率模型等方法确定的整体性计提比例。两者在方法论、判断依据和适用范围上存在本质差异，因而单项计提比例与同账龄区间组合计提比例之间不具备直接可比性，其绝对数值的高低亦不能简单用于评价减值计提的充分性或谨慎性。

公司已将所有存在破产申请或者裁定、失信被执行人、限制高消费、公开债务违约、经营停滞等资信恶化情形的主要应收账款客户全部纳入单项计提范围，建立常态化客户资信检索机制动态更新风险清单，不存在高风险客户遗漏、隐藏于账龄组合少计提减值的情形。公司根据客户破产进展、失信涉诉情况、资产抵押情况、债务重组方案综合考虑单项计提比例，充分考虑工程款债权受偿顺位、资产变现折价、终本执行后回款概率极低等风险，会计估计偏谨慎，减值准备能够足额覆盖应收账款预期信用损失，单项计提比例充分合理。

(四)补充披露公司下游地产客户以房产偿还款项的具体情况,包括涉及的客户名称、抵债房产的类型、评估价值及评估方法、抵债金额、房产过户或网签备案进度、相关会计处理及其合规性。

1、公司下游地产客户以房产偿还款项500万元以上的具体情况如下(单位:万元):

(1) 中国恒大

房产坐落位置	购房款合同金额	资产评估价值	约定抵偿票据金额	评估方法	网签备案情况
鄂州市华容区	2,946.21	3,076.81	2,931.36	市场评估法	尚未交付
武汉市江夏区	799.83	1,066.35	794.24	市场评估法	共4套房产,其中1套为一手更名售卖,款项于2025年4月全部回收。另外3套房产于2025年1月取得产证,1套于2025年2月完成售卖,2套于2025年3月完成售卖
合计	3,746.04	4,143.16	3,725.60		

(2) 华夏幸福

抵债楼盘	抵债金额	房产合同金额	资产评估价值	评估方法	网签备案情况
廊坊固安旺景心港	3,270.00	3,270.00	3,491.00	市场评估法	25年已网签备案104套,合计2,911.00万元
合计	3,270.00	3,270.00	3,491.00		

(3) 蓝光地产

抵债楼盘	抵债金额	房产合同金额	资产评估价值	评估方法	网签备案情况
重庆御江台	4,613.92	5,767.40	3,414.18	市场评估法	25年已取得房产证
无锡五彩城	1,193.63	1,705.19	884.46	市场评估法	其中1套房产金额156.04万元未取得房产证,其余25年已取得房产证
合计	5,807.55	7,472.59	4,298.64		

(4) 阳光城地产

抵债楼盘	抵债金额	房产合同金额	资产评估价值	评估方法	网签备案情况
重庆哈罗小镇	2,629.44	2,629.44	2,705.08	市场评估法	已取得房产证
张家口翡丽府	2,290.54	2,872.60	1,386.35	市场评估法	2023年3月及9月网签备案, 2024年新增2套房源在2024年12月已完成网签备案, 41套房产于2025年1月已取得房产证
龙岩花漾江山	938.98	1,173.69	832.19	市场评估法	2023年7月网签备案, 1套于2023年3月已取得房产证, 3套于2023年9月已取得房产证
重庆阳光城翡丽公园	569.98	569.98	387.59	收益法	其中重庆阳光城翡丽公园2套房产已于23年3月已取得房产证; 重庆阳光城翡丽云邸已于2024年4月已取得房产证
合计	6,428.94	7,245.71	5,311.21		

(5) 融创地产

抵债楼盘	抵债金额	房产合同金额	资产评估价值	评估方法	网签备案情况
天津融创半湾半岛	21,536.66	31,876.46	21,675.99	收益法	2023年网签备案24套(购房金额11,619.34万元), 2024年网签备案12套(购房金额5,827.42万元), 2025年网签备案33套(购房金额14,429.69万元)
融创四川邛崃十方堂	3,094.41	4,442.68	3,021.02	收益法	2025年已网签备案
福建福州长乐壹号	2,242.00	2,821.75	2,739.00	市场评估法	2023年已取得房产证
河南郑州荥阳森屿墅	1,672.74	2,573.45	1,749.95	收益法	2025年已网签备案
合计	28,545.81	41,714.34	29,185.96		

融创地产截至2025年末已基本完成境内外全口径债务重组, 整体信用风险得到显著缓解。截至目前, 公司已就相关债权与融创地产签署工抵房抵债协议。公司管理层基于单项计提的会计处理方法, 对融创地产及旗下公司的应收款项逐项进行信用风险评估。在确定预期信用损失率时, 公司综合考虑了工抵房的市场公允价值及变现折价、剩余款项的违约概率、债务人经营状况及行业前瞻性信息等因素, 对每

笔款项的预计未来可收回现金流量进行了综合评估，最终确定该等应收款项的预期信用损失率为35%，该比例能够合理反映相关债权在当前状况下的预期信用损失。

(6) 中南地产

抵债楼盘	抵债金额	房产合同金额	资产评估价值	评估方法	网签备案情况
武汉中南拂晓城	1,448.60	1,448.90	1,707.68	市场评估法	2022年6月28日已网签备案，2023年3月已取得房产证
中南十二集东煜苑	1,152.27	1,158.27	1,263.74	市场评估法	2023年已取得房产证
合计	2,600.87	2,607.17	2,971.42		

(7) 绿地地产

抵债楼盘	抵债金额	房产合同金额	资产评估价值	评估方法	网签备案情况
绿地缤纷城	4,196.80	7,860.66	5,345.25	收益法	2025年均已网签备案
绿地雨山府	3,264.36	3,614.36	2,915.80	市场评估法	8套2023年9月已取得房产证，5套2024年11月已取得房产证，1套2025年12月已取得房产证
南安市石井镇绿地鹭城	1,823.24	2,279.06	1,605.53	市场评估法	2023年11月已网签备案，2025年6月已取得房产证
武汉绿地中心	1,133.51	1,133.51	1,182.97	市场评估法	2022年6月21日已网签
池州绿地郁金香苑	670.86	670.86	456.18	收益法	2023年已取得房产证
合计	11,088.77	15,558.45	11,505.73		

(8) 富力地产

抵债楼盘	抵债金额	房产合同金额	资产评估价值	评估方法	网签备案情况
富力江湾新城	2,160.04	2,278.36	1,835.62	市场评估法	2023年已取得房产证
合计	2,160.04	2,278.36	1,835.62		

(9) 雅居乐地产

抵债楼盘	抵债金额	房产合同金额	资产评估价值	评估方法	网签备案情况
湖州雅居乐滨江国际项目二期	2,629.57	3,139.58	2,134.91	收益法	已付首付款，工抵协议签订中
合计	2,629.57	3,139.58	2,134.91		

2、相关会计处理的合规性

根据《企业会计准则第 12 号——债务重组》第二条，债务重组，是指在不改变交易对手方的情况下，经债权人和债务人协定或法院裁定，就清偿债务的时间、金额或方式等重新达成协议的交易。本准则中的债务重组涉及的债权和债务是指《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》规范的金融工具。由于公司与客户签订工抵房协议，交易对手方未发生改变，债权债务的重新协商适用于债务重组准则。根据《企业会计准则第 12 号——债务重组》第五条，以资产清偿债务或者将债务转为权益工具方式进行债务重组的，债权人应当在相关资产符合其定义和确认条件时予以确认。

初始阶段，公司与债务人签订认购协议，由于公司并没有拥有和控制相关资产，此时公司在签订工抵房协议时暂不满足终止确认客户债权的条件。并且当未来无法取得房产时，公司仍有权利向债务人追回预付购房款。因此，公司对于债务人的债权此时不能终止确认，并且需要计提预期信用损失。

第二阶段，房产办理了预售商品房的网签备案手续，此时仍未拥有和控制相关资产。相比初始阶段，虽然公司尚未实际取得房产证，但此阶段相对应的风险已较初始阶段预期产生债权损失的概率已发生较大变化，可将应收账款债权根据合同约定抵债金额的部分终止确认，重分类划分为预付购房款（仍视为一项债权关系），在报表层面重分类为其他非流动资产列示，符合《企业会计准则第 30 号——财务报表列报》规定。对于其他非流动资产的预期减值情况，通过年度实际售房综合折扣率或专业评估机构对网签备案的房产的公允价值进行评估，以确定可收回金额进而与账面价值比较确定减值金额。剩余应收账款在期末时点重新评估，根据实际情况调整预期信用减值损失率。

第三阶段，公司在取得产权证后，拥有和控制相关资产，符合债务重组确认条件，即《企业会计准则第 12 号——债务重组》第五条，以资产清偿债务或者将债务转为权益工具方式进行债务重组的，债权人应当在相关资产符合其定义和确认条件时予以确认。根据《企业会计准则第 12 号——债务重组》第六条，以资产清偿债务方式进行债务重组的，债权人初始确认受让固定资产的成本，包括放弃债权的公允价值和使该资产达到预定可使用状态前所发生的可直接归属于该资产的税金、运输

费、装卸费、安装费、专业人员服务费等其他成本。此时，终止确认其他非流动资产，按照上述规则确认固定资产成本，差额确认投资收益。

综上，债务重组相关会计处理符合准则要求。

会计师回复：

1、核查程序

针对上述事项，年审会计师实施的主要核查程序（包括但不限于）：

（1）了解公司与应收款项和其他应收款坏账准备计提相关的内部控制，评价其设计有效性，并测试关键控制运行的有效性，包括有关识别减值客观证据和计算减值准备的控制；

（2）评价公司应收款项和其他应收款坏账准备会计估计的合理性，包括复核确定应收款项组合的依据、金额重大的判断、单独计提坏账准备的判断等；

（3）复核公司计算预期信用损失率的过程，包括账龄划分的准确性、迁徙率及前瞻性信息调整损失率的计算等；

（4）对公司管理层及相关业务负责人进行访谈，了解公司与下游客户最新的业务合作情况，复核管理层对应收款项可收回性进行评估的相关考虑及客观证据；

（5）对公司应收款项和其他应收款抽取样本实施函证程序，将函证结果与公司账面记录的金额进行核对，对未回函的客户执行替代程序；

（6）针对公司下游地产客户以房产偿还款项情况，检查双方签订的认购协议书、确认函、第三方出具的房产评估报告等，查看了解对应房产建设情况、周边可比楼盘价格及网签备案进度，评价管理层对应收款项坏账计提的合理性。

2、核查意见

基于实施的审计程序，我们认为，就2025年度财务报表整体公允反映而言，公司2025年末应收账款期末余额前十名及其他应收款期末余额前五名坏账计提方法是恰当、审慎的，坏账计提准备是合理、充分的；未发现存在实际回收风险与减值计提不匹配的情况；对于单项计提坏账准备的范围是完整的、单项计提比例是充分的；公司关于下游地产客户以房偿还款项的会计处理是准确的、合规的。

本回复仅向上交所报送及披露（如适用）使用，不得用于任何其他目的。

致同会计师事务所（特殊普通合伙）



二〇二〇年七月十六日



此件仅供业务报告使用，复印无效

营业执照

统一社会信用代码

91110105592343655N



扫描市场主体身份码
了解更多登记、备案、
许可、监管信息，体
验更多应用服务。

(副本)(20-1)

名称 致同会计师事务所(特殊普通合伙)

类型 特殊普通合伙企业

执行事务合伙人 李惠琦

出资额 5235 万元

成立日期 2011 年 12 月 22 日

主要经营场所 北京市朝阳区建国门外大街 22 号赛特广
场五层

经营范围

审计企业会计报表，出具审计报告；验证企业资本，出具验资
报告；办理企业合并、分立、清算事宜中的审计业务，出具
相关报告；基本建设年度财务决算审计；代理记账；会计咨询、
税务咨询、管理咨询、会计培训；法律、法规规定的其他业务。
(市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经
批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；
不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。)



登记机关

2025 年 12 月 08 日

国家企业信用信息公示系统网址：<http://www.gsxt.gov.cn>

市场主体应当于每年 1 月 1 日至 6 月 30 日通过
国家企业信用信息公示系统报送公示年度报告。

国家市场监督管理总局监制



此件仅用于业务报告使用，复印无效

证书序号：0014469

说明

- 1、《会计师事务所执业证书》是证明持有人经财政部门依法审批，准予执行注册会计师法定业务的凭证。
- 2、《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的，应当向财政部门申请换发。
- 3、《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出租、出借、转让。
- 4、会计师事务所终止或执业许可注销的，应当向财政部门交回《会计师事务所执业证书》。

会计师事务所

执业证书



名称：致同会计师事务所（特殊普通合伙）

首席合伙人：李惠琦

主任会计师：

经营场所：北京市朝阳区建国门外大街22号赛特广场5层

组织形式：特殊普通合伙

执业证书编号：11010156

批准执业文号：京财会许可[2011]0130号

批准执业日期：2011年12月13日

发证机关：

北京市财政局

二〇二〇年十一月十一日

中华人民共和国财政部制