

江苏广信感光新材料股份有限公司 关于对深圳证券交易所关注函回复的公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

江苏广信感光新材料股份有限公司（以下简称“公司”、“本公司”或“广信材料”）于2022年1月30日收到深圳证券交易所创业板公司管理部下发的《关于对江苏广信感光新材料股份有限公司的关注函》创业板关注函【2022】第102号（以下简称“《业绩预告关注函》”），根据《业绩预告关注函》的要求，公司会同中介机构就相关问题进行了逐项落实，并完成了《业绩预告关注函》之回复。

如无特殊说明，本回复中简称与《广信材料2021年业绩预告》中的简称具有相同含义。对于本回复中相关表格中的数字，如明细数加总与合计数存在细微差异，系尾差原因造成。

1. 截至 2021 年 6 月末，你公司因收购湖南阳光新材料有限公司（以下简称“湖南阳光”）、江苏宏泰高分子材料有限公司（以下简称“江苏宏泰”）形成商誉账面原值分别为 1.37 亿元、5.34 亿元，计提商誉减值准备余额分别为 1,667.82 万元、2.35 亿元。

（1）请补充披露 2021 年度拟计提商誉减值准备的具体项目及金额范围，并结合湖南阳光、江苏宏泰所处行业发展情况、竞争格局及市场地位、最近三年及 2021 年前三季度生产经营及业绩情况，补充说明相关商誉出现减值迹象的具体时点，以前年度商誉减值准备计提是否充分，是否及时进行商誉减值测试，并提示相关风险。

回复：

（1）具体项目及金额范围

根据公司对湖南阳光和江苏宏泰进行的初步商誉减值测试：预计湖南阳光商誉减值金额为 7,000.00 万元-12,000.00 万元，江苏宏泰商誉减值金额为 20,000.00 万元-25,000.00 万元。合计减值金额预计为 27,000.00-37,000.00 万元。

(2) 行业发展状况、竞争格局及市场地位

A、湖南阳光

湖南阳光的主要产品为塑胶漆和真空漆，主要应用于 PVC 地板及化妆品包装。

国内 PVC 地板行业起步相对较晚，国内消费者对 PVC 地板的接受程度低于国外发达地区，行业内生产企业主要为国外地板品牌商、贸易商以及建材零售商提供 ODM 产品。经过多年的经营积累，国内主要 PVC 地板生产企业在产品设计、生产技术等方面的经验不断提升，国际竞争力不断加强，是全球 PVC 地板市场主要供应国。我国 PVC 地板产品仍以出口为主。

受到中美贸易摩擦的影响，美国对中国出口到美国的 PVC 地板加征关税，较高的关税对国内 PVC 地板行业的发展带来不利影响。根据中国海关公布数据，截至 2021 年 11 月，欧洲和美洲国家仍占据中国 PVC 铺地制品出口贸易伙伴的主要地位，其中美国仍是中国 PVC 铺地制品出口流向最多的国家，1-11 月出口至美国的 PVC 铺地制品量仍占整体出口量的 53.17%，但这个比重相较 2020 年的 59.52% 有较为明显的缩减，整体下降 6.35 个百分点。在出口量占比下降的同时，流向美国的 PVC 铺地制品出口量对比去年同期也有所减少，减幅为 5.96%。

经初步统计，2021 年湖南阳光 PVC 地板的涂料销量为 1,537 吨，化妆品包装涂料 95 吨。参考新思界发布的《2020-2024 年石塑复合材料（SPC）地板行业深度市场调研及投资策略建议报告》：2019 年中国石塑复合材料（SPC）地板产量为 2.6 亿平方米。公司管理层根据（SPC）地板产量为 2.6 亿平方米推算，湖南阳光 PVC 地板涂料市场占比约为 15%~20%。行业主要竞争对手包括美国 PPG、湖南恒兴、河北唐山米乐、常州美美、湖南邦弗特等。

B、江苏宏泰

江苏宏泰主要用于消费电子、汽车车灯、汽车轻量化、高端化妆品包装，下游行业包括智能手机行业、汽车行业、化妆品行业。其中消费电子板块收入近三年在江苏宏泰收入占比约 70%。

a、消费电子

根据中国信息通信研究院 CAICT 发布数据，2021 年全年，国内市场手机总体出

出货量累计 3.51 亿部，同比增长 13.9%，其中，5G 手机出货量 2.66 亿部，同比增长 63.5%，占同期手机出货量的 75.9%。根据 DIGITIMESResearchJui 发布的《2021 年全年智能手机出货报告》，2021 年，全球智能手机出货量为 13.4 亿台，同比去年的 12.9 亿台增长 3.4%，2021 年下半年及全年智能手机出货前六大品牌依次为三星、苹果、小米、OPPO、vivo 及传音。

2020 年全球手机出货量为 12.9 亿台、国内手机出货量 3.08 亿台；2019 年年全球手机出货量为 13.71 亿台、国内手机出货量 3.69 亿台。

经了解，各主要手机厂商近三年出货量数据如下：

单位：百万台、%

厂商	2019 年全年出货量	2019 年全年市场份额	2020 年全年出货量	2020 年全年市场份额	2021 年全年出货量	2021 年全年市场份额
1、三星	296.5	20%	255.5	20%	274.5	20.00%
2、Apple	196.2	13%	207.2	16%	230.1	17.00%
3、Xiaomi	124.5	8%	149.6	12%	191.2	14.00%
4、oppo	119.8	8%	119.4	9%	145.1	11.00%
5、vivo	113.7	8%	112.6	9%	129.9	10.00%
6、Huawei	238.5	16%	188.0	15%	40.0	3.00%
7、HONOR	-	-	-	-	33.0	2.40%
合计	1089.2	73.00%	1032.3	81.00%	1043.8	77.40%

注：①以上数据来源于葱略咨询整理与分析；②2020 年下半年荣耀自华为分拆，以上 2019 年、2020 年华为销量数据含荣耀品牌销量。

江苏宏泰产品主要应用终端客户为 OPPO、华为及分拆前的荣耀，从上述数据可以看出其 OPPO、华为及荣耀销量合计近年持续下滑。

此外，江苏宏泰在行业内具有明显优势地位的喷涂工艺是 PVD，根据各模厂根据行业值做出的经验判断和统计，由于下游客户工艺方式的调整，整个 PVD 行业的需求有所下滑，导致江苏宏泰在 PVD 领域实现的营业收入呈下滑趋势。特别是华为、三星等厂商的喷涂工艺占比已经下滑至少 10%~20%。

b、汽车行业

根据中国汽车工业协会公布的信息，2021 年全年，汽车产销量分别为 2608.2 万辆和 2627.5 万辆，同比增长 3.4%和 3.8%，在销量上从 2018 年的负 2.8%，2019 年的负

8.2%，2020 年的负 1.9%，到 2021 年终于实现正增长，其中新能源车年销量达 352.1 万辆，同比增长 157%，是带动增长的主力军。

c、化妆品行业

根据国家统计局发布的 2021 年 12 月份社会零售统计数据，规模以上零售企业的化妆品销售总额达到了 4026 亿，但全年增速也持续下滑，全年中有 4 个月份同比增长低于 4%。

3) 最近三年及 2021 年前三季度生产经营及业绩情况

A、湖南阳光

单位：万元

项目	2019 年度	2020 年度	2021 年前 3 季度
一、营业收入	6,425.36	7,552.02	4,817.95
减：营业成本	3,574.56	4,258.62	3,523.05
营业税金及附加	41.12	49.49	26.18
营业费用	190.73	226.79	420.19
管理费用	430.64	451.15	454.32
财务费用	48.75	10.50	-5.17
二、营业利润	2,058.01	2,563.85	350.18
加：营业外收入	2.00		3.96
减：营业外支出			1.22
三、利润总额	2,060.01	2,563.85	352.93
减：所得税	278.70	351.12	52.94
四、净利润	1,781.31	2,212.73	299.99

B、江苏宏泰

单位：万元

项目	2019 年度	2020 年度	2021 年前 3 季度
一、营业收入	41,846.95	26,820.36	14,888.82
减：营业成本	23,273.21	16,595.52	9,690.86
营业税金及附加	302.32	203.12	104.10
营业费用	3,452.98	1,830.39	2,032.36
管理费用	7,960.13	6,551.72	5,138.17
财务费用	483.40	414.12	385.67
二、营业利润	5,363.29	2,339.01	-2,200.45
加：营业外收入	22.18	1,284.07	90.83
减：营业外支出	61.05	26.84	23.24

三、利润总额	5,324.42	3,596.24	-2,132.86
减：所得税	814.53	177.41	0.18
四、净利润	4,509.89	3,418.83	-2,133.04

4) 商誉出现减值迹象的具体时点

A、湖南阳光

a、2021 年前三季度，受原材料价格影响虽利润水平下滑较大，但销量较 2020 年同期有小幅上升。进入第四季度，受出口市场整体影响，销量下滑较为严重，第四季度月平均销量较前三季度单月销量下滑 36%，且 2021 年全年仅完成预测销量的 75%，完成预测收入的 68%，商誉减值迹象较为明显。

b、自 2020 年末开始，原材料价格上涨较大，于 2020 年商誉减值测试，已考虑该事项的影响，并预测 2021 年全年原材料单位成本涨幅 5%-6%。至 2021 年 10 月，原材料单位成本涨幅超过 2020 年商誉减值预期，但自下半年已呈现逐步下滑趋势，管理层判断虽原材料变动基本符合预期。但自 2021 年 10 月，原材料逐渐趋稳，并相对维持较高水平。商誉减值迹象逐渐明显。

B、江苏宏泰

a、2020 年开始受中美关系及华为资源池影响未能参与其部分新产品，但鉴于江苏宏泰消费电子外观结构件 UV 涂料过去在华为手机（包括荣耀）上有较大占比的应用基础，截止 2021 年 5 月进行 2020 年报披露时，公司与荣耀公司就产品应用洽谈推进顺利，公司管理层根据当时的入库进展和形势判断预计 2021 年下半年大概率能得到荣耀的认证并进入其供应商库，对未来盈利预测考虑了对荣耀手机的销售收入。截止 2021 年 10 月进行 2021 年三季报披露时，公司尚未进入荣耀手机供应商库，但已重新通过了华为的认证并进入其供应商库，公司管理层判断虽华为受美国压力较大，但重新进入其供应商库仍能有机会较大提升公司在华为智能穿戴领域的营业收入。因历史年度，公司在华为的营业收入主要来源于华为旗下的荣耀品牌，新增领域的收入在较短时间内不能覆盖历史年度华为的贡献收入。截至 2021 年 12 月，终端市场上华为手机及荣耀手机市场占有率下滑严重，公司受下游终端市场和此前资源池的时间空档等因素影响对华为销售收入也未达预期，宏观形势上对华为手机、荣耀手机未来后续市场也不确定性，行业发展上包括华为手机、三星手机等主要终端品牌在内诸多终端客户 PVD 工艺占比下滑，而华为手机及荣耀手机此前是江苏宏泰

主要产品应用终端，PVD 工艺是江苏宏泰在行业内优势工艺和主要产品之一。综上，管理层判断商誉出现较明显减值迹象。

b、自 2020 年末开始，原材料价格上涨较大，于 2020 年商誉减值测试，管理层认为原材料上涨严重主要受疫情、通胀、美国德州断电等事项综合影响，并考虑原材料价格会有一些的回落，预测全年单位材料涨幅 5%-6%。2020 年、2021 年 1-5 月、2021 年 6-10 月、2021 年 11-12 月及 2021 年全年主要原材料单价情况如下：

单位：元/kg

类别	2021 年 1-5 月单价	2021 年 6-10 月单价	2021 年 11-12 月单价	2021 年单价	2020 年单价	同比增长
树脂	53.59	50.79	49.35	51.95	46.77	11%
溶剂	15.92	17.63	17.16	16.79	11.80	42%

由上表，2021 年下半年，原材料虽总体呈现一定下滑趋势，但下滑趋势逐渐减缓，且较 2020 年同期有较大幅度提升。管理层预测 2022 年度将维持 2021 年末水平，并考虑商誉出现一定的减值迹象。

c、根据公司实际情况及发展需要，2022 年 1 月起，公司任命母公司副董事长朱民先生统管包括江苏宏泰、湖南宏泰、湖南阳光在内的涂料事业部，并由原江苏宏泰销售总监杨长和先生出任涂料事业部总经理负责具体事务，江苏宏泰原董事长陈朝岚不再主管包括江苏宏泰、湖南宏泰、湖南阳光在内的涂料事业部的具体事务。管理优化后的新领导班子为公司涂料事业的发展开创了更年轻、创新的经营环境，但陈朝岚为江苏宏泰的主要创始人之一对公司客户网络的建立、维护仍有重要作用，在团队自我革新的过程中可能对江苏宏泰的市场份额恢复和增长产生中短期的不利影响，并可能增加江苏宏泰的长期影响的不确定性。

d、2020 年前，公司收入逐渐提升，公司基于对未来乐观的预测来搭建公司结构，配置了较多的管理、销售及研发人员，期间费用较高，边际成本较高。自 2020 年起，公司业绩下滑，尤其进入 2021 年下半年公司业绩下滑较大，宏泰的客户结构和类型发生较大变化，但调整原公司结构需要较长时间。短期内公司收入不佳情况下仍需承担较重的期间费用，对一定期间内的经营情况带来不利影响，整体收入规模和利润水平不及盈亏平衡点时可能会一定程度亏损，呈现出一定的商誉减值迹象。

5) 以前年度商誉减值准备计提是否充分，是否及时进行商誉减值测试

本公司按照《企业会计准则第 8 号——资产减值》以及《会计监管风险提示第 8

号——商誉减值》等规定，于每个会计年度终了时均根据当时状况对未来经营情况进行预测并委托中介机构进行商誉减值测试，以前年度商誉减值准备计提充分。

考虑本公司于 2021 年 4 月末披露 2020 年年报，至 2021 年 6 月 30 日时间较短，未发生其他减值迹象，本公司预估未发生商誉减值。同时，截止 2021 年 10 月份，虽江苏宏泰未如预期进入荣耀供应商库，但是考虑其重新进入了华为供应商库，且虽原材料价格高于预期但有较大的趋稳趋势，公司管理层判断商誉未出现明显的减值迹象，于 2021 年三季度报时，本公司预估未发生商誉减值。

(2) 请补充说明本次业绩预告中进行商誉减值测试的关键假设、选取的主要参数及测算过程，相关假设及参数选取与上年度相比发生重大变化的原因及合理性，减值计提是否符合《企业会计准则第 8 号——资产减值》以及《会计监管风险提示第 8 号——商誉减值》的相关规定。

1) 商誉减值测试的关键假设

a、假设预测期内商誉所在资产组经营环境所处的政治、经济、社会等宏观环境不发生影响其经营的重大变动；

b、假设预测期内与评估对象经营相关的法律、法规不发生重大变化；

c、假设预测期不发生影响评估对象经营的不可抗拒、不可预见事件；

d、假设商誉所在资产组在未来预测期持续经营、资产组范围内资产持续使用；

e、假设预测期内商誉所在资产组所采用的会计政策与目前会计政策在重大方面保持一致，具有连续性和可比性；

f、假设未来预测期商誉所在资产组经营相关当事人是负责的，且管理层有能力担当其责任，在预测期主要管理人员和技术人员基于目前状况，不发生影响其经营变动的重大变更，管理团队稳定发展，管理制度不发生影响其经营的重大变动；

g、假设商誉所在资产组预测期经营现金流入、现金流出为均匀发生，不会出现年度某一时点集中确认收入的情形。

2) 选取的主要参数及测算过程

本次商誉减值测试预估，管理层根据目前公司经营现状、参考 2020 年相关参数进行的初步测算。主要参数包括预测收入、毛利率和折现率等。

A、湖南阳光

(1) 收入预测：管理层基于公司 2021 年实际经营情况，以及行业发展状况等，考虑当前疫情发展态势、PVC 地板对美出口量降低，预计 2022 年收入维持 2021 年水平为 5,900 万元左右、预测永续期的收入至 8,000 万左右。

(2) 折现率：经初步测算税前折现率取 12%。

(3) 营运资金：考虑近年年度公司账期、库存计划等情况，以 2020 年和 2021 年度营运资金情况对未来年度营运资金需求情况进行预测，营运资金需求情况基本约为收入的 70%-80%左右

(4) 毛利率：2021 年度因原材料价格的增加、销量的减少，公司毛利率由 2020 年度的 44%降至 2021 年度的 26%，考虑未来年度销量的增加等情况，预测未来毛利率将相对稳定，至永续期将毛利率稳定至 33%左右。

(5) 测算过程如下：

测算区间 1:

项目	预测年度					永续期
	2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年度	2026 年度	
营业收入	5,930.00	6,580.00	7,200.00	7,660.00	8,040.00	8,040.00
营业成本	4,260.00	4,520.00	4,870.00	5,130.00	5,380.00	5,380.00
税金及附加	20.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00
期间费用	1,100.00	1,140.00	1,190.00	1,240.00	1,280.00	1,280.00
息税前利润 EBIT	550.00	890.00	1,110.00	1,260.00	1,350.00	1,350.00
折旧摊销	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00
EBITDA	700.00	1,040.00	1,260.00	1,410.00	1,500.00	1,500.00
资本性支出	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00
营运资金增加	-950.00	440.00	430.00	320.00	270.00	
税前现金流量	1,610.00	560.00	790.00	1,050.00	1,190.00	1,460.00
税前折现率	12.00%	12.00%	12.00%	12.00%	12.00%	12.00%
折现期	0.5	1.5	2.5	3.5	4.5	
折现系数	0.9449	0.8437	0.7533	0.6726	0.6005	5.0042
税前现金流量折现	1,520.00	470.00	600.00	710.00	710.00	7,310.00
预计未来现金流量现值	11,320.00	(取整)	[1]			

基准日营运资金	5,180.00	(取整)	[2]			
资产组回收价值	6,140.00	(取整)	[3]	=[1]-[2]		
商誉所在资产组公允价值	1,200.00	(取整)	[4]			
目前商誉金额	12,000.00	(取整)	[5]			
预测商誉减值金额	7,000.00	(取整)	[6]	=[5]-([3]-[4])		

同时，对上述营业收入按 80%-85%考虑，考虑毛利率考虑由 2022 年的 27%逐渐提升至 30%，营运资金、期间费用按照测算区间 1 计算占比进行计算，得出测算结果及过程如下：

测算区间 2:

项目	预测年度					永续期
	2021 年度	2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年度	
营业收入	5,040.00	5,530.00	5,980.00	6,280.00	6,430.00	6,430.00
营业成本	3,680.00	3,980.00	4,240.00	4,430.00	4,530.00	4,530.00
税金及附加	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00
期间费用	1,050.00	1,080.00	1,130.00	1,180.00	1,220.00	1,220.00
息税前利润 EBIT	290.00	450.00	590.00	650.00	660.00	660.00
折旧摊销	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00
EBITDA	440.00	600.00	740.00	800.00	810.00	810.00
资本性支出	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00
营运资金增加	-1,150.00	390.00	360.00	240.00	120.00	
税前现金流量	1,550.00	170.00	340.00	520.00	650.00	770.00
税前折现率	12.00%	12.00%	12.00%	12.00%	12.00%	12.00%
折现期	0.5	1.5	2.5	3.5	4.5	
折现系数	0.9449	0.8437	0.7533	0.6726	0.6005	5.0042
税前现金流量折现	1,460.00	140.00	260.00	350.00	390.00	3,850.00
预计未来现金流量现值	6,450.00	(取整)	[1]			
基准日营运资金	5,180.00	(取整)	[2]			
资产组回收价值	1,270.00	(取整)	[3]	=[1]-[2]		
商誉所在资产组公允价值	1,200.00	(取整)	[4]			
目前商誉金额	12,000.00	(取整)	[5]			
预测商誉减值金额	7,000.00	(取整)	[6]	=[5]-([3]-[4])		

综上,商誉减值初步测试结果,预估湖南阳光商誉减值金额约在 7,000.00 万元

-12,000.00 万元之间。

B、江苏宏泰

(1) 收入预测：管理层基于公司 2021 年实际经营情况，以及行业发展状况等，考虑当前疫情发展态势、2021 年公司重新进入华为供应商库、中美关系对华为手机终端市场的影响、2021 年度未如预期进入荣耀手机供应商库及公司目前终端客户手机市场份额及趋等等情况，预计 2022 年收入为 2.45 亿元，永续期达到 4 亿元。

(2) 折现率：经初步测算税前折现率取 12%。

(3) 营运资金：考虑 2021 年度公司账期、库存计划等情况，以 2021 年度营运资金情况对未来年度营运资金需求情况进行预测。营运资金需求情况基本约为收入的 60%左右。

(4) 毛利率：2021 年度因原材料价格的增加、销量的减少，公司毛利率由 2020 年度的 39%降至 2021 年度的 33%，考虑原材料上升对下游客户销售价格的传导、2021 年度下半年公司重新进入华为供应商库（历史年度对华为销售毛利率水平较高）、销量的增加等情况，预计未来毛利率将呈现一定的恢复趋势，本次预测 2022 年度至永续期将由 33%逐渐上升至 39%左右。剔除成本中原材料单价增加幅度较大的因素，基本可恢复至收购时相近预测情况。

(5) 测算过程如下：

测算区间 1:

项目	预测年度					永续期
	2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年度	2026 年度	
营业收入	24,500.00	28,800.00	32,800.00	36,300.00	40,000.00	40,000.00
营业成本	16,400.00	19,300.00	21,100.00	22,500.00	24,400.00	24,400.00
税金及附加	100.00	110.00	130.00	140.00	150.00	150.00
期间费用	8,700.00	8,900.00	9,400.00	9,900.00	10,400.00	10,400.00
息税前利润 EBIT	-700.00	490.00	2,170.00	3,760.00	5,050.00	5,050.00
折旧摊销	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00
EBITDA	800.00	1,990.00	3,670.00	5,260.00	6,550.00	6,550.00
资本性支出	610.00	610.00	610.00	610.00	610.00	610.00
营运资金增加	4,900.00	2,500.00	2,200.00	1,900.00	2,100.00	
税前现金流量	-4,710.00	-1,120.00	860.00	2,750.00	3,840.00	5,940.00
税前折现率	12.00%	12.00%	12.00%	12.00%	12.00%	12.00%

折现系数	0.9449	0.8437	0.7533	0.6726	0.6005	5.0042
税前现金流量折现	-4,500.00	-900.00	600.00	1,800.00	2,300.00	29,700.00
预计未来现金流量现值	29,000.00	(取整)	[1]			
基准日营运资金	9,900.00	(取整)	[2]			
资产组回收价值	19,000.00	(取整)	[3]	=[1]-[2]		
商誉所在资产组公允价值	9,000.00	(取整)	[4]			
目前商誉金额	30,000.00	(取整)	[5]			
预测商誉减值金额	20,000.00	(取整)	[6]	=[5]-([3]-[4])		

同时,对上述营业收入按 90%考虑,毛利率考虑由 2022 年的 33%逐渐提升至 37%, 营运资金、期间费用按照测算区间 1 计算占比,得出测算结果及过程如下:

测算区间 2:

项目	预测年度					永续期
	2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年度	2026 年度	
营业收入	22,100.00	25,900.00	29,500.00	32,700.00	36,100.00	36,100.00
营业成本	14,800.00	17,100.00	19,200.00	20,900.00	22,700.00	22,700.00
税金及附加	90.00	100.00	110.00	130.00	140.00	140.00
期间费用	7,900.00	8,000.00	8,500.00	8,900.00	9,400.00	9,400.00
息税前利润 EBIT	-690.00	700.00	1,690.00	2,770.00	3,860.00	3,860.00
折旧摊销	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00
EBITDA	810.00	2,200.00	3,190.00	4,270.00	5,360.00	5,360.00
资本性支出	610.00	610.00	610.00	610.00	610.00	610.00
营运资金增加	3,400.00	2,300.00	2,000.00	1,700.00	1,900.00	
税前现金流量	-3,200.00	-710.00	580.00	1,960.00	2,850.00	4,750.00
税前折现率	12.00%	12.00%	12.00%	12.00%	12.00%	12.00%
折现系数	94.49%	84.37%	75.33%	67.26%	60.05%	500.42%
税前现金流量折现	-3,000.00	-600.00	400.00	1,300.00	1,700.00	23,800.00
预计未来现金流量现值	23,600.00	(取整)	[1]			
基准日营运资金	9,900.00	(取整)	[2]			
资产组回收价值	14,000.00	(取整)	[3]	=[1]-[2]		
商誉所在资产组公允价值	9,000.00	(取整)	[4]			
目前商誉金额	30,000.00	(取整)	[5]			
预测商誉减值金额	25,000.00	(取整)	[6]	=[5]-([3]-[4])		

综上,商誉减值初步测试结果,预估江苏宏泰商誉减值金额约在 20,000.00 万元 -25,000.00 万元之间。

3) 相关假设及参数选取与上年度相比发生重大变化的原因及合理性

相关假设与上年度相比无重大变化，参数情况及变化原因如下：

A、湖南阳光

	营业收入	毛利率	折现率
2020 年预测 2021 年	8865 万元	43%	14.07%
2021 年实现	5944 万元	26%	
2021 年预测 2022 年	5000 万元-6000 万元	27%-28%	12.00%

a、2021 年营业收入未达到 2020 年预测：主要原因为：①中国 PVC 地板对美出口量降低，2021 年和 2020 年比较：中国出口到美国的 SPC 地板下滑 6.35%，美国市场是 SPC 地板的最大消费国，全球市场占比超过 51%。；②上下游原材料上升幅度均较大，下游客户承压严重，其中 PVC 树脂粉从五千多/吨涨价到一万五千多/吨，海运费从 USD2000 多/20 尺柜涨到 USD10000 多/20 尺柜，涨幅大，限制了客户接单阳光对下游客户涨价幅度有限；③疫情严重，海运周期变长，成品周转速度缓慢，影响上游整体需求。

b、2021 年毛利率距 2020 年预测有较大差距，主要原因为：①2020 年商誉减值预测时考虑了全年 5%-6%的单位产品原材料增加，同时考虑了对下游客户调价。但 2021 年下游客户原材料普涨，下游客户承压严重，对客户调价困难；②原材料的大幅涨价，超过了 2020 年商誉减值测试的预期；③受疫情、中美贸易争端等影响，PVC 地板对美销量下滑，公司产 PVC 涂料销量降低，导致单位固定成本提高。

c、2020 年商誉减值测试税前折现率为 14.07%，考虑基准日无风险报酬率降低等因素，经初步测算，本次商誉商减测试取税前折现率为 12%。

B、江苏宏泰

	营业收入	毛利率	折现率
2020 年预测 2021 年	35,920.99 万元	37.99%	13.71%
2021 年实现	18,474.72 万元	32.67%	
2021 年预测 2022 年	22100-24500 万元	32.83%	12.00%

a、2021 年营业收入未达到 2020 年预测：主要系因为①2020 年对 2021 年商誉减值测

试时，公司判断 2021 年下半年大概率能进入荣耀供应商库，考虑了来自荣耀手机的订单。但截至 2021 年业绩预告披露时，江苏宏泰尚未进入荣耀供应商库，未获得相关订单；②手机涂层工艺由真空镀逐渐至喷涂工艺，江苏宏泰主要产品为真空镀，公司主要客户使用真空镀工艺产品占比下降。

b、2021 年毛利率距 2020 年预测有较大差距，主要原因为：①原材料的大幅增加；②2020 年前公司收入增长较高，公司基于对未来乐观的预测来搭建公司结构，期间费用较高，边际成本较高，销量下滑导致单位固定成本的增加。

c、2020 年商誉减值测试税前折现率为 13.71%，考虑基准日无风险报酬率降低等因素，经初步测算，本次商誉商减测试取税前折现率为 12%。

综上，公司考虑了市场环境变化、原材料价格变化、主要客户发展等情况，根据企业会计准则的相关规定对商誉进行减值测试。如可收回金额低于其账面价值，确认为资产减值损失。本次减值计提符合《企业会计准则第 8 号——资产减值》以及《会计监管风险提示第 8 号——商誉减值》的相关规定。

(3) 请补充说明导致 2021 年度计提商誉减值准备的因素是否为暂时性因素，是否会导致相关收购标的生产经营情况发生重大不利变化及其具体情况。

商誉减值因素主要如下：

1) 湖南阳光

a、中美贸易争端、美国疫情等原因导致美国对 PVC 地板需求量减少；

b、下游客户受原材料、市场、海运价格等因素影响，经营承压严重，阳光对其议价空间有限；

c、受原材料价格的增加，公司毛利润情况恶化；

d、期间费用占收入比持续提高。

2) 江苏宏泰

a、过往产品主要应用终端客户华为、荣耀受压严重，市场份额持续缩小。

b、主要终端客户 PVD 工艺占比下滑等因素导致公司优势产品销量减小。

c、此前快速扩张战略导致经营配置边际成本增高，面临市场波动时影响盈利水平，期间费用占收入比持续提高。

d、原材料涨幅较大，成本压力较难同步向下游传导，持续压缩公司利润空间

e、管理调整过程中核心管理人员变动，短期内对公司经营稳定性可能带来一定的不利影响，也增加了长期增长的不确定性。

针对上述情况减值因素，本公司采取：①发挥板块协同效应，宏泰和阳光集中研发；②根据市场规模、收入规模调整公司架构，加强对经营费用的管控；③发挥公司协同效应，集中对主要原材料进行采购；④安排更多有丰富经验的管理人员进入宏泰等措施，以期能够提高公司的经营情况。同时，湖南阳光及江苏宏泰仍面临市场规模缩小、原材料上升等宏观及行业层面的不利影响，且所计划采取措施落实所需时间及其具体实施效果尚需验证。

(4) 请你公司结合上述问题说明是否存在通过计提大额商誉减值准备调节利润的情形。

综上，公司考虑了市场环境变化、原材料价格变化、主要客户发展等情况，根据企业会计准则的相关规定对商誉进行减值测试，本次减值计提符合《企业会计准则第8号——资产减值》以及《会计监管风险提示第8号——商誉减值》的相关规定。不存在通过计提大额商誉减值准备调节利润的情形。

2. 2020年度，你公司实现营业收入7.53亿元，净利润-2.22亿元。2021年前三季度，你公司实现营业收入4.78亿元，净利润-1,677.87万元。根据你公司披露的业绩预告，受新冠疫情、原材料价格上涨等因素的影响，报告期内公司涂料板块营业收入、毛利率和净利润水平下滑。

(1) 请你公司结合2021年涂料板块业务开展、在手订单及毛利率变化、所处行业发展情况等，说明你公司2021年经营业绩下滑的具体原因及合理性，疫情、原材料价格上涨等因素对你公司业绩的具体影响，业绩下滑是否具有持续性，并充分提示相关风险。

回复：

(1) 涂料业务的开展：公司主要产品为消费电子涂料、钢管防腐涂料、化妆品涂料、汽车涂料、运动器材涂料、光电AF（玻璃加工）及PVC涂料。报告期内：①公司继续深耕消费电子涂料、钢管防腐涂料、化妆品涂料、汽车涂料、运动器材涂

料、光电 AF（玻璃加工）及 PVC 涂料的研发及销售。围绕公司的业绩指标，逐一分解销售目标，并与事业部签订目标责任书；②成立终端发展部，以进入终端客户的供应商库为目的，进一步开拓并抢占市场，提高市场份额；③合理配置资源，依据市场行情及行业发展状况，合理配置公司的资源，使资源更多的向利润贡献多的客户倾斜；④加大研发的投入力度和客户技术服务，紧贴市场发展动态，更好的服务客户。报告期内，公司的主要产品结构及销售模式未发生重大变化，按照公司既定的经营战略目标发展。

(2) 报告期内主要对外销售真空电镀涂料、普通喷涂涂料、智能穿戴设备功能涂料及 PVC 涂料，其生产周期短，交付快，客户下单后可以快速生产并交货，故在手订单金额较小。

(3) 报告期内涂料业务毛利率的变化，详见下表：（单位：万元）

项目/年度	2021 年度	2020 年度	变动额	同比变动率
营业收入	26,772.35	33,835.31	-7,062.96	-20.87%
营业成本	18,123.86	20,747.18	-2,623.32	-12.64%
毛利率	32.30%	38.68%	-	-6.38%

公司 2021 年度涂料的毛利率较 2020 年下降了 6.38%，主要系：原材料价格的持续上涨。

2021 年度公司的前二十大原材料平均涨幅大于 25%，占全部采购成本的 46.43%。

因素分析法

项目	2021 年度		2020 年度
	数额	增加额	数额
毛利率	32.30%	-6.38%	38.68%
平均销售单价（万元/吨）	4.99	0.50	4.49
平均单位材料（万元/吨）	3.10	0.63	2.47
平均单位人工（万元/吨）	0.08	0.01	0.07
平均单位费用（万元/吨）	0.20	-0.01	0.21
平均销售单价变动影响		6.23%	-
平均单位材料变动影响		-12.61%	-

平均单位人工变动影响	-0.20%	-
平均单位费用变动影响	0.20%	-
合计影响	-6.38%	-

注：上表中，2020 年度的数据来源于公司已披露的《2020 年年度报告》，2021 年度的数据来源于公司财务部门的初步测算，最终将以年审会计师经审计出具的相关报告为准。

通过使用因素分析法，销售单价、单位直接材料、单位直接人工以及单位制造费用对毛利率的影响可以看出：

①平均单位材料变动影响较上年增加约 0.63 万元/吨，使得毛利率下降了 12.61 个百分点，是四种因素中对毛利率影响最大的组成部分。涂料产品的主要原材料为树脂及溶剂，受国家政策及市场环境的影响，原材料价格在 2021 年度出现持续上涨，导致公司的毛利率出现较大幅度的下降。

②销售单价较上年同比则 0.50 万元/吨，使得毛利率上升 6.23 个百分点。销售单价上升的主要原因，为了确保公司盈利能力，公司适当提高售价以缓解原材料价格上涨带来的不利影响，但由于受疫情、华为事项、市场竞争激烈、产品进入成熟期等因素的叠加影响，销售单价的上涨仍不能覆盖原材料价格的上涨，增长幅度远低于原材料价格的上涨。

（4）所处行业发展情况

A、湖南阳光

湖南阳光的主要产品为塑胶漆和真空漆，主要应用于 PVC 地板及化妆品包装。

具体行业发展情况详见 1.中“（2）行业发展状况、竞争格局及市场地位”

B、江苏宏泰

具体行业发展情况详见 1.中“（2）行业发展状况、竞争格局及市场地位”

公司的主要客户群为华为（包括分拆前的荣耀）及 OPPO 两大终端，华为多年来均为宏泰最大客户，对华为销售额占宏泰营业收入 40%以上，且对华为的销售毛利相对较高，对利润贡献占比超过 50%，2020 年江苏宏泰（含湖南宏泰）因为湖南基地体系证书等原因未能及时获得华为第一批二级供应商认证，从而使得公司在 2021 年度未能参与部分华为新项目。经过管理层的努力，虽已在 2021 年 7 月进入华为的供应商资源池，但进入后参与的智能穿戴项目涂料使用量较小，对增厚公司的主营

业务收入的贡献不及预期。由于公司在 2021 年三季度进入华为的资源池，目前参与项目较少，短时间内暂无法达到预期，需要在未来年度逐渐增厚对公司的业绩贡献。公司 2021 年度的营业收入主要来源于 OPPO 的贡献，营业收入出现了较大的萎缩。

公司管理层积极调整经营战略，在 MOTO 等终端上实现一定的营业收入，但其增长的量仍无法弥补在华为项目上实现的营业收入。

由于市场环境因素的变化对未来的收入规模、利润水平产生不同的影响。为开拓新市场、公司售价相对较低，费用增加，加之原材料价格上涨，固定摊销成本较为稳定的基础上可盈利空间变小，毛利率降低。

为了进一步恢复业绩下滑带来的不利影响，公司管理层已采取积极有效的应对措施，派出关键管理人员参与涂料业务的经营决策，积极开拓市场，建立 OA 审批系统，加强内部控制的管理，降低成本费用，以提高公司的经营业绩。

综上分析，涂料业务的业绩大幅度下滑不具有持续性，但基于目前的市场环境和企业的运营模式，需要一定时间在未来年度慢慢恢复。

（5）风险提示

①新产品、新客户认证周期的风险

公司的新产品要进入客户的供应链，开拓新客户，需要客户从研发阶段开始采用，难以在中途进行切换，客户的粘性比较强。但另一方面，新产品、新客户的认证周期的风险也比较大，公司的新产品不能被其下游客户认证认可的话，公司新产品就无法获得客户订单，存在认证周期的风险。敬请广大投资者理性决策，注意投资风险！

②原材料价格波动风险

公司生产经营所需原材料以树脂、单体、光引发剂、溶剂、各种助剂等化工类产品为主，如果由于原材料价格大幅波动等原因带来材料价格上涨，将使公司面临成本上升的压力，进而对公司业绩造成负面影响。敬请广大投资者理性决策，注意投资风险！

③新产品研发未达预期目标的风险

为了保持公司在技术上的竞争地位，公司需不断加大研发投入，在满足市场需求的基础上对现有产品进行优化并适时推出新产品，确保公司产品的行业先进性。由于油墨、涂料等电子化学品的研发周期较长，因此产品研发过程的不确定性较大。由于研发结果的不确定性，公司面临投入大量研发费用但未能达到研发目标的风险。此外，如果公司不能及时研发出适应市场变化的新产品或者新研发的产品未能获得市场认可，也将导致公司市场竞争力下降和市场份额丢失，进而对公司业绩造成不利影响。敬请广大投资者理性决策，注意投资风险！

④业绩不达增长预期，商誉减值风险

2017年公司收购江苏宏泰，为保护上市公司全体股东利益，江苏宏泰承诺2017年、2018年以及2019年经审计的净利润分别不低于4,800.00万元、5,500.00万元、6,200.00万元。2017年-2019年江苏宏泰累计实现业绩为16,274.59万元，累计完成率为98.63%。江苏宏泰三年承诺期已满且已履行关于业绩承诺未达到预期的现金补偿承诺，切实保障了公司及广大股东的利益。

虽然江苏宏泰已履行相关业绩承诺，但由于疫情、中美关系对华为手机终端市场的影响、华为手机终端供应链管理策略性变化对华为SOW认证参与其新产品的影响，导致营业收入有较大的下降。由于公司收购江苏宏泰产生的商誉较大，在未来每个会计年度末都需要进行减值测试，若标的公司未来经营不能较好地实现收益，那么购买标的资产所形成的商誉将会继续存在减值风险，从而对公司经营业绩产生不利影响。敬请广大投资者理性决策，注意投资风险！

⑤新冠疫情持续风险

虽然根据目前国内疫情控制情况判断，疫情对公司业绩的影响不具有持续性。但假设疫情在全球及国内未持续有效控制，则仍存在大规模爆发的可能，将可能对公司生产经营造成重大且不可自控的风险。敬请广大投资者理性决策，注意投资风险！

⑥中美摩擦及华为因素影响

因为消费电子外观结构件是公司消费电子涂料的主要应用领域之一，其中应用在华为手机外观结构件比重较大。2020年度，公司因为湖南基地体系证书等原因未

能及时获得华为第一批二级供应商认证导致参与其新产品开发受到一定程度的影响，叠加中美摩擦对华为手机市场的影响，公司已经积极调整公司战略，逐步向三星等其他终端、智能穿戴设备等市场转型，以此分散华为手机因素对公司未来经营带来的风险。目前公司湖南工厂现已取得体系证书，并获得第二批供应商认证。假设江苏宏泰未能及时向其他终端和智能穿戴设备等市场转型完成并恢复至盈亏平衡点以上，则可能影响江苏宏泰未来经营业绩。敬请广大投资者理性决策，注意投资风险！

(2) 请结合行业发展趋势、市场空间与竞争格局、公司经营情况、业务前景与财务状况等，说明你公司近两年经营业绩大幅下降的原因及合理性，是否对你公司持续经营能力产生不利影响，并进行充分的风险提示。

回复：

(1) 行业地位及竞争情况

PCB 油墨业务：

PCB 油墨是生产 PCB 的关键原材料之一，其需求状况直接受到 PCB 行业规模及其发展状况的影响。根据相关研究，尽管 PCB 种类和层数的差异会导致 PCB 油墨占 PCB 产值的比重有所不同，但从整体情况来看，PCB 油墨占 PCB 产值的比重平均在 3% 左右。因此，PCB 油墨的市场规模与 PCB 的市场规模基本保持一定比例的同向变动。未来，随着我国信息化建设全面深化，城镇化进程持续加速，市场化程度不断提升，居民收入增长、内需扩张、消费结构升级、5G 建设加快，计算机、通信设备、IC 封装、消费电子等产业发展将获得新的动力，新产品的开发及更新换代将使 PCB 行业迎来更为广阔的市场空间。在此带动下，PCB 油墨行业也将呈现持续增长的趋势。随着疫情的有效控制以及新产能的逐步优化，不利影响将逐渐消减。

涂料业务：

湖南阳光情况：

A、湖南阳光

湖南阳光的主要产品为塑胶漆和真空漆，主要应用于 PVC 地板及化妆品包装。

具体行业发展情况详见 1.中“（2）行业发展状况、竞争格局及市场地位”

B、江苏宏泰

具体行业发展情况详见 1.中“（2）行业发展状况、竞争格局及市场地位”

电子化学品产业链的终端应用领域广阔，需求分散化程度高，没有显著的行业周期性，主要受到国家及全球宏观经济走势的影响。根据国家发改委《产业结构调整指导目录》（2011 年本，2013 年修改版），高性能紫外光固化涂料等新型精细化学品的开发与生产属于国家鼓励类行业，是当前国家十三五规划和国家中长期科学和技术发展规划纲要中重点扶持发展的高新技术产业，同时也是江苏省产业发展规划中重点扶持产业，并获得了一系列产业政策的支持。

江苏宏泰涂料产品主要应用于消费电子领域，并已经逐步扩展至汽车零部件、化妆品包装盒、货车复合材料箱体、钢材临时防护、运动器材、地板、家具、高铁、地铁等领域。紫外光固化涂料生产制造企业必须不断优化配方和工艺，才能维持市场竞争力。江苏宏泰是国内少数具有高性能紫外光固化涂料研发能力的创新性企业之一，经过多年的发展，凝聚了一批紫外光固化涂料领域的专业人才，掌握了多种紫外光固化涂料的核心配方，拥有快速研发定制化专用涂料的能力，无论是技术人员数量还是产品研发能力都位居国内紫外光固化涂料领域前列，是国内为数不多的具有高性能专用涂料研发能力的企业之一。凭借在专用涂料领域拥有显著的产品性能优势和产品质量优势，江苏宏泰成功打破外资企业对高性能专用涂料的垄断，成为国内少数具有高性能紫外光固化涂料研发能力和应用领域拓展实力的企业之一，自主研发产品的核心配方已经成为其核心竞争力之一，为不断适应市场变化及时推出满足市场需求的新型涂料产品提供切实保障。江苏宏泰自主研发的多种专用涂料产品不仅在单个性能指标上处于行业前列，在性能指标的均衡性和稳定性方面也拥有明显的竞争优势，并得到下游客户的普遍认可，产品性能优势已成为江苏宏泰的核心竞争力。其中易清洁抗指纹涂料、PVD 涂料、复合板材涂料、钢铁防腐 UV 涂料、汽车部件耐候性涂料等产品处于业内领先地位。

江苏宏泰在 UV 涂料细分行业在国内同行业中，仍占据龙头地位。其产品主要用于消费电子、汽车车灯、汽车轻量化、高端化妆品包装，下游行业包括智能手机行业、汽车行业、化妆品行业。

核心竞争力：（1）公司核心管理人员、团队稳定，凝聚了一批紫外光固化涂料领域及 PCB 线路油墨的专业人才，掌握了多种油墨和涂料的核心配方，拥有快速研发的能力，无论是技术人员数量还是产品研发能力都位居细分领域前列，是国内为数不多的具有高性能研发能力的企业之一；（2）优质的客户群及经验丰富的销售团队及技术服务团队；报告期内公司的核心竞争力未发生重大变化。

（2）业绩变动的原因及合理性

1.1 公司近两年主要财务指标（单位：万元）

主要财务指标/年度	2021 年度	2020 年度	变动比率
主营业务收入	62,000-68,000	75,314.07	-17.68%至-9.71%
主营业务成本	43,610-47,600	50,748.70	-14.07%至-6.20%
毛利率	29.66%至 30.02%	32.62%	-2.96%至-2.60%
销售费用	7,253.00	5,122.22	41.60%
管理费用	9,440.00	10,157.05	-7.06%
研发费用	4,260.00	4,781.86	-10.91%
财务费用	1,256.00	643.34	95.23%
信用减值损失(损失“-”)	-1,715.00	-867.06	97.79%
资产减值损失(损失“-”)	-38,190 至-28,190	-25,653.71	-48.87%至-9.89%
净利润	-44,000 至-33,000	-21,423.56	-105.38%至-54.04%

注：2020 年度的数据来源于公司已披露的《2020 年年度报告》，2021 年度的数据来源于公司财务部门的初步测算，最终将以年审会计师经审计出具的相关报告为准。

1.2 业绩下滑的主要原因

①2020 年业绩下滑的主要原因：

涂料业务业绩下滑：2020 年受疫情的影响，中美关系对华为手机终端市场的影响，受华为手机终端供应链管理策略性的变化，公司未能进入华为供应商 SOW 认证，公司的销售收入出现大幅度的下滑，其中子公司江苏宏泰营业收入较 2019 年下滑 35.91%，毛利率较去年同期减少 6.32%。

公司计提商誉减值 2.5 亿元。公司根据企业会计准则的相关规定对收购江苏宏泰高分子材料有限公司、湖南阳光新材料有限公司形成的商誉进行减值测试，并计提商誉减值 2.5 亿元。

处置子公司东莞航盛的损失：根据公司的经营战略目标，公司转让东莞航盛股权导致公司损失 1,773 万元。

综上因素为 2020 年业绩下滑的主要原因。

②2021 年业绩下滑的主要原因：

涂料业务业绩下滑：江苏宏泰产品主要应用为华为手机及 OPPO 手机，华为手机多年来均为江苏宏泰最大产品应用终端，对华为销售额占宏泰营业收入 40%以上，且对销售毛利相对较高，对利润贡献占比超过 50%，2020 年江苏宏泰（含湖南宏泰）因为湖南基地体系证书等原因未能及时获得华为第一批二级供应商认证，从而使得公司在 2021 年度无法参与华为部分新项目。经过管理层的努力，虽已在 2021 年 7 月进入华为的供应商资源池，但进入后参与的智能穿戴项目涂料使用量较小，未能在一定程度上增厚公司的主营业务收入，公司 2021 年度的营业收入主要来源于 OPPO 的贡献，营业收入出现了较大的萎缩。同时，由于此前快速扩张配置的经营性固定成本的存在，涂料板块业务的人员配置冗余，多基地生产，使得公司的经营业绩大幅度下滑。

计提商誉减值 27,000 至 37,000 万元：截止业绩预告披露日，公司尚未进入荣耀的资源池，同时受疫情、中美贸易战及原材料价格持续上涨等因素的叠加影响，公司管理层判断，在一定时期内涂料业务的业绩很难恢复到历史水平，涂料业务经营业绩难以达到预期，商誉出现减值迹象。

目前，国内新冠疫情已获得较好控制，但国外疫情扩散形式严峻，新冠肺炎疫情对公司业务的不利影响是否具有可持续性仍具有一定不确定性。为了应对这一不利影响，公司管理层及时调整产品结构和客户结构，对成本费用控制加强管理，利用集团采购优势消除原材料价格持续上涨的不利影响，进一步提高产品质量、提升生产效率，以维持产品毛利率稳定向上；同时，公司的核心管理团队、研发能力及客户相对稳定。

综上，上述不利因素的存在不会对公司的持续经营能力产生不利影响。

（3）风险提示

①成长性风险

公司的销售规模和盈利能力主要取决于油墨、涂料等电子化学品的市场需求、公司产品的性能及质量、公司产品更新换代的速度等因素。如果未来油墨、涂料等电子化学品的市场需求下降，或公司油墨、涂料等电子化学品的性能或质量在行业内的先进程度下降，或公司未能及时根据下游市场的需求情况推出新型油墨、涂料等电子化学品，都会对公司的销售规模和盈利能力带来负面影响。未来，随着油墨、涂料等电子化学品行业市场竞争的加剧以及行业技术发展速度的加快，公司可能无法实现预期的经营目标，面临一定的成长性风险。敬请广大投资者理性决策，注意投资风险！

②新产品、新客户认证周期的风险

公司的新产品要进入客户的供应链，开拓新客户，需要客户从研发阶段开始采用，难以在中途进行切换，客户的粘性比较强。但另一方面，新产品、新客户的认证周期的风险也比较大，公司的新产品不能被其下游客户认证认可的话，公司新产品就无法获得客户订单，存在认证周期的风险。敬请广大投资者理性决策，注意投资风险！

③原材料价格波动风险

公司生产经营所需原材料以树脂、单体、光引发剂、溶剂、各种助剂等化工类产品为主，如果由于原材料价格大幅波动等原因带来材料价格上涨，将使公司面临成本上升的压力，进而对公司业绩造成负面影响。敬请广大投资者理性决策，注意投资风险！

④新产品研发未达预期目标的风险

为了保持公司在技术上的竞争地位，公司需不断加大研发投入，在满足市场需求的基础上对现有产品进行优化并适时推出新产品，确保公司产品的行业先进性。由于油墨、涂料等电子化学品的研发周期较长，因此产品研发过程的不确定性较大。由于研发结果的不确定性，公司面临投入大量研发费用但未能达到研发目标的风险。此外，如果公司不能及时研发出适应市场变化的新产品或者新研发的产品未能获得市场认可，也将导致公司市场竞争力下降和市场份额丢失，进而对公司业绩造成不利影响。敬请广大投资者理性决策，注意投资风险！

⑤江苏宏泰业绩不达增长预期，商誉减值风险

2017 年公司收购江苏宏泰，为保护上市公司全体股东利益，江苏宏泰承诺 2017

年、2018 年以及 2019 年经审计的净利润分别不低于 4,800.00 万元、5,500.00 万元、6,200.00 万元。2017 年-2019 年江苏宏泰累计实现业绩为 16,274.59 万元，累计完成率为 98.63%。江苏宏泰三年承诺期已满且已履行关于业绩承诺未达到预期的现金补偿承诺，切实保障了公司及广大股东的利益。

虽然江苏宏泰已履行相关业绩承诺，但 2020 年度由于疫情、中美关系对华为手机终端市场的影响、华为手机终端供应链管理策略性变化对华为 SOW 认证参与其新产品的影响，导致营业收入有较大的下降，2020 年度江苏宏泰计提的商誉减值额为 23,455.53 万元。由于公司收购江苏宏泰产生的商誉较大，在未来每个会计年度末都需要进行减值测试，若标的公司未来经营不能较好地实现收益，那么购买标的资产所形成的商誉将会继续存在减值风险，从而对公司经营业绩产生不利影响。敬请广大投资者理性决策，注意投资风险！

⑥应收账款无法收回导致坏账增加的风险

报告期末，公司应收账款余额较大。随着业务的不断增长，在信用政策不发生改变的情况下，未来公司应收账款余额可能会进一步增加。虽然公司已经建立了相对完善的信用政策制度和稳健的坏账准备计提政策，但是如果未来公司出现主要客户的应收账款无法收回的情况而发生坏账，仍将对公司业绩和生产经营产生不利影响。敬请广大投资者理性决策，注意投资风险！

⑦新冠疫情持续风险

虽然根据目前国内疫情控制情况判断，疫情对公司业绩的影响不具有持续性。但假设疫情在全球及国内未持续有效控制，则仍存在大规模爆发的可能，将可能对公司生产经营造成重大且不可自控的风险。敬请广大投资者理性决策，注意投资风险！

⑧中美摩擦及华为因素影响

因为消费电子外观结构件是公司消费电子涂料的主要应用领域之一，其中应用在华为手机外观结构件比重较大。目前公司已获得华为第二批供应商认证，叠加中美摩擦对华为手机市场的影响，公司已经积极调整公司战略，逐步向三星等其他终端、智能穿戴设备等市场转型，以此分散华为手机因素对公司未来经营带来的风险。假设江苏宏泰未能及时向其他终端和智能穿戴设备等市场转型完成，则可能影响江苏宏泰 2022 年度经营业绩。敬请广大投资者理性决策，注意投资风险！

⑨华南生产基地未能如期建成投产并优化生产的成本影响

由于此前快速扩张配置的经营性固定成本的存在，涂料板块业务的人员配置冗余，多基地生产，使得公司的经营业绩大幅度下滑。公司已经制定相关措施进行资源有效整合和管理优化，未来将主要集中在筹建的华南生产基地进行油墨、涂料、光刻胶及配套材料的集中生产，降低综合生产成本和中间费用。但由于生产基地筹建及产能转移需要一定时间，也存在一定不确定性。如公司华南生产基地不能如期建成投产并有效优化生产，将继续面临期间费用较高的情况。敬请广大投资者理性决策，注意投资风险！

3. 请补充说明你公司董事、监事、高级管理人员、持股 5%以上股东近 1 个月买卖你公司股票的情况，是否存在内幕交易情形。

回复：

公司核查了中国证券登记结算有限公司提供的 2021 年 12 月 30 日至 2022 年 1 月 30 日之间的《持股 5%以上股东每日持股变化》及《董监高每日持股变化》等数据，并问询了有关人员，查实公司持股 5%以上的股东、董事、监事及高级管理人员在此期间并无买卖本公司股票的情况，亦未发现存在内幕交易的情形。

4. 你公司认为需要说明的其他事项。

回复：截止业绩预告对外公告日，本公司不存在应披露尚未对外披露的事项。

广信材料 2021 年度业绩预告数据及以上商誉减值测试均为预估数，存在不确定性，最终数据以年审会计师审计为准。敬请广大投资者谨慎决策，注意投资风险。

公司将严格按照《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等法律法规及规范性文件的要求，及时履行信息披露义务。公司郑重提醒广大投资者：公司所有信息均以公司在巨潮资讯网等法定信息披露媒体刊登的公告为准。敬请广大投资者理性投资，注意风险。

特此公告！

江苏广信感光新材料股份有限公司
董事会
2022年2月11日