

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问询函回复的公告

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5月25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年报问询函》创业板年报问询函【2022】第456号（以下简称“《年报问询函》”），根据《年报问询函》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《年报问询函》之回复。

如无特殊说明，本回复中简称与广信材料《2021年年度报告》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. 你公司分别于 2017 年和 2018 年完成江苏宏泰高分子材料有限公司（以下简称“江苏宏泰”）和湖南阳光新材料有限公司（以下简称“湖南阳光”）股权收购事项，分别形成商誉 5.3 亿元、1.4 亿元。报告期对江苏宏泰、湖南阳光资产组分别计提商誉减值准备 24,691.48 万元、9,220.57 万元，期末公司商誉余额 7,968.49 万元。报告期江苏宏泰实现营业收入和净利润分别为 24,018.06 万元、-14,880.32 万元，同比分别下降 29.40%、528.98%。

（1）请补充披露湖南阳光报告期主要财务数据及同比变动情况。请结合湖南阳光、江苏宏泰报告期业务开展情况、所处行业发展情况、市场环境变动情况、主要客户及供应商变动情况、产品核心竞争力、成本构成及费用的变动情况等说明报告期业绩变动的原因及合理性，是否与同行业可比公司及行业发展趋势一致，持续经营能力是否存在重大不确定性。

（2）请说明江苏宏泰、湖南阳光报告期前 5 大客户的名称、销售金额、应收账款期末余额、较上年变化情况及原因，以及前述客户是否按照合同约定回款，是否与你公司、主要股东、董监高存在关联关系。

(3) 请结合江苏宏泰、湖南阳光主要财务数据、所处行业市场环境等情况分析说明报告期江苏宏泰和湖南阳光商誉减值测试中增长率、息税前利润率及税前折现率等相关参数选取的依据及合理性、与以前年度商誉减值测试是否存在差异及其原因，结合前述情况说明江苏宏泰、湖南阳光历次商誉减值测试时对未来收入的预测和折现率等关键参数的确定是否合理、谨慎，报告期以及以前年度商誉减值准备计提是否充分、合理，是否仍存在商誉减值风险。

请公司年审会计师核查并发表明确意见。

一、请补充披露湖南阳光报告期主要财务数据及同比变动情况。请结合湖南阳光、江苏宏泰报告期业务开展情况、所处行业发展情况、市场环境变动情况、主要客户及供应商变动情况、产品核心竞争力、成本构成及费用的变动情况等说明报告期业绩变动的原因及合理性，是否与同行业可比公司及行业发展趋势一致，持续经营能力是否存在重大不确定性。

回复：

(一) 湖南阳光报告期主要财务数据及同比变动情况

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	变动率
营业收入	5,987.00	7,552.02	-20.72%
营业成本	4,589.12	4,258.62	7.76%
销售费用	414.80	226.79	82.90%
管理费用	308.70	146.03	111.39%
研发费用	315.89	305.12	3.53%
财务费用	-6.72	10.50	-164.00%
营业利润	153.96	2,563.85	-93.99%
净利润	155.84	2,212.73	-92.96%

(二) 报告期业务开展情况、所处行业发展情况、市场环境变动情况

1、业务开展情况

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、行业发展情况及市场环境变化

江苏宏泰主要从事紫外光（UV）固化涂料的研发、生产和销售，主要产品类别包括消费电子涂料、汽车零部件涂料、化妆品包装盒涂料和碳纤维运动器材涂料等，用于消费电子、汽车车灯、汽车轻量化、高端化妆品包装等领域，下游行业包括智能手机行业、汽车行业、化妆品行业等。因此，UV 固化涂料的行业发展与下游智能手机行业、汽车行业、化妆品行业等行业的发展密切相关。

湖南阳光的主要产品为 PVC 塑胶涂料和真空镀膜涂料，主要应用于 PVC 地板及化妆品包装。湖南阳光的产品销售受到 PVC 地板行业及化妆品行业的影响，其行业发展与 PVC 地板及化妆品行业密切相关。

（1）智能手机行业

报告期内，江苏宏泰销量最大的产品为消费电子涂料产品，且主要应用方向为智能手机。2019 年至 2022 年 4 月，我国智能手机出货量情况如下：

月份	出货量（万部）			
	2019 年	2020 年	2021 年度	2022 年度
1 月	3,404.80	2,081.30	4,012.00	3,302.20
2 月	1,451.10	638.40	2,175.90	1,486.40
3 月	2,837.30	2,175.60	3,609.40	2,146.00
4 月	3,653.00	4,172.80	2,748.60	1,807.90
5 月	3,829.40	3,375.90	2,296.80	---
6 月	3,431.00	2,863.00	2,566.40	---
7 月	3,419.90	2,230.10	2,867.60	---
8 月	3,087.50	2,690.70	2,430.60	---
9 月	3,623.60	2,333.40	2,144.00	---
10 月	3,596.90	2,615.30	3,357.50	---

月份	出货量（万部）			
	2019年	2020年	2021年度	2022年度
11月	3,484.20	2,958.40	3,525.20	——
12月	3,044.40	2,659.60	3,340.10	——
合计	38,863.10	30,794.50	35,074.10	8,742.50

数据来源：信通院、中商产业研究院

由上表可知，2020年我国手机出货量出现了较大幅度的下滑，主要是受到新冠疫情的影响。随着疫情防控形势好转，2021年我国手机出货量得到较大幅度的提升，但仍未能恢复到疫情以前的水平。

（2）汽车行业

汽车零部件涂料作为乘用车零部件的装饰或保护材料，主要用于乘用车门把手、座椅、车灯、中控台、后视镜等乘用车内外饰件领域，其市场需求与乘用车整车及汽车零部件市场的发展具有相关性。目前，江苏宏泰的汽车零部件涂料产品主要应用在“通用五菱”、“长安”、“吉利”等国内汽车品牌的车灯制造。

2019年-2021年我国汽车产销数据分别如下：

项目	2019年	2020年	2021年
产量（万辆）	2572.10	2518.70	2608.20
销量（万辆）	2576.90	2528.20	2627.50

数据来源：汽车工业协会

由上表可知，我国汽车产销量在2020年出现了一定程度的下滑，主要是受到新冠疫情的影响。2021年，随着疫情防控形势好转，我国汽车产销量得到了恢复，并较疫情以前实现了小幅增长。

（3）化妆品行业

江苏宏泰化妆品包装盒涂料主要用于化妆品包装盒的外层保护，兼有美观功能，如粉底盒和口红外管涂料等。目前，江苏宏泰的主要化妆品包装盒涂料最终用于迪奥、雅诗兰黛、玉兰油等国际知名化妆品的包装物。

2019年-2021年，我国化妆品零售额数据如下：

项目	2019年	2020年	2021年
零售额（亿元）	2,992	3,400	4,026

数据来源：统计局、中商产业研究院整理

由上表可知，最近三年，我国化妆品零售额呈逐年上涨趋势。

(4) PVC 地板行业

报告期内，PVC 塑胶涂料占湖南阳光销售额的比例在 60%以上，是湖南阳光的主要收入来源，该产品应用于 PVC 地板的生产。2021 年 1-11 月，虽然美国依然是我国 PVC 地板出口主要目的地，但相比去年同期有明显的下滑。根据卓创资讯《2021 年 PVC 铺地制品出口数据前瞻分析》，2021 年 1-11 月我国出口至美国的 PVC 铺地制品量占整体出口量的 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%。

(三) 主要客户及供应商变动情况

1、江苏宏泰主要客户及供应商

(1) 江苏宏泰主要客户情况

2020 年及 2021 年，江苏宏泰主要客户情况如下：

单位：万元

年度	客户名称	销售金额 (不含税)	占销售总额的 比例
2021 年度	东莞市恒晟科技有限公司	2,176.67	11.88%
	东莞捷荣技术股份有限公司（同一集团合并列示）	1,363.91	7.45%
	闻泰通讯股份有限公司	986.56	5.39%
	广东正和诚信塑胶制品有限公司	967.67	5.28%
	东莞市质品塑胶科技有限公司	934.48	5.10%
	前五名小计	6,429.29	35.10%
2020 年度	闻泰通讯股份有限公司	2,444.35	9.11%
	维达力实业（深圳）有限公司（同一集团合并列示）	1,998.86	7.45%
	东莞市质品塑胶科技有限公司	1,412.63	5.27%
	深圳市比亚迪供应链管理有限公司	1,313.68	4.90%
	东莞捷荣技术股份有限公司（同一集团合并列示）	1,071.71	4.00%
	前五名小计	8,241.23	30.73%

东莞市恒晟科技有限公司系江苏宏泰持续合作客户，2021 年成为江苏宏泰

第一大客户，主要原因是其对应终端客户 OPPO 订单增加，增加了对江苏宏泰涂料产品的采购。

闻泰通讯股份有限公司（以下简称“闻泰股份”）终端客户为 LG，因 LG 手机出现经营问题而退出手机市场，导致闻泰股份与 LG 手机相关的项目停止运营，进而导致江苏宏泰对其销售额大幅减少。

广东正和诚信塑胶制品有限公司（以下简称“正和诚信”）2021 年成为江苏宏泰前五大客户，主要是因为原有其他前五大客户销售额减少，导致其成为前五大客户。

2021 年，维达力实业（深圳）有限公司退出江苏宏泰前五大客户，主要原因是其对应终端客户三星将部分产能转移至越南，导致国内手机产量下降，减少了在国内的涂料采购。目前，江苏宏泰与其仍在合作。

2021 年，深圳市比亚迪供应链管理有限公司（以下简称“比亚迪供应链”）退出江苏宏泰前五大客户，主要原因是比亚迪供应链为华为手机的代工厂，受华为事件影响，与华为手机相关的销售订单下降。

（2）江苏宏泰主要供应商情况

2020 年及 2021 年，江苏宏泰主要供应商情况如下：

单位：万元

年度	供应商名称	采购金额 (不含税)	占采购总额 的比例
2021 年度	东莞市胜阳贸易有限公司	3,340.82	26.70%
	广东城首新材料有限公司	828.95	6.62%
	无锡市亚盛化工有限公司	576.91	4.61%
	杭州欧工涂料制品有限公司	519.99	4.16%
	昆山市九维化工有限公司	461.46	3.69%
	前五名小计	5,728.13	45.77%
2020 年度	东莞市胜阳贸易有限公司	2,161.62	14.95%
	杭州欧工涂料制品有限公司	1,410.19	9.76%
	无锡市亚盛化工有限公司	758.22	5.25%
	广州市九维商贸有限公司	705.50	4.88%
	威雅利电子（上海）有限公司	675.44	4.67%
	前五名小计	5,710.97	39.51%

东莞市胜阳贸易有限公司系江苏宏泰溶剂供应商，2021 年、2020 年均作为江

苏宏泰第一大供应商，2021年江苏宏泰向其采购额较2020年增加1,179.20万元，主要是因为2021年溶剂价格大幅上涨，2021年溶剂平均采购价格为16.79元/kg，较2020年上涨41.33%。

杭州欧工涂料制品有限公司系江苏宏泰委托加工厂商，2021年10月开始，江苏宏泰停止了与其委托加工合作，相关产品的生产任务统一转移至公司湖南基地，导致2021年向其采购额大幅下降。

昆山市九维化工有限公司2021年成为江苏宏泰第五大供应商，其与2020年前五大供应商广州市九维商贸有限公司系同一实际控制人下控制的不同企业，2021年采购下降主要原因是其供应商的部分树脂产品不再适用公司产品需求，减少了对其采购。

威雅利电子（上海）有限公司在2021年退出江苏宏泰前五大供应商，主要原因其供应商材料主要用途AF涂料产品的生产，公司AF涂料产品销量减少，导致对应的采购需求减少。

2、湖南阳光主要客户及供应商

（1）湖南阳光主要客户情况

2020年及2021年，湖南阳光主要客户情况如下：

单位：万元

年度	客户名称	销售金额 (不含税)	占销售 总额的 比例
2021年 度	上海尚弋化工有限公司	787.44	13.15%
	东莞美哲塑胶制品有限公司	537.29	8.97%
	常州市瑞智优光新材料有限公司	370.23	6.18%
	深圳市杰尔泰科技有限公司	241.14	4.03%
	东莞市千行新材料有限公司	239.68	4.00%
	前五名小计	2,175.79	36.34%
2020年 度	东莞美哲塑胶制品有限公司	451.76	5.98%
	浙江欧耐力新材料有限公司	430.29	5.70%
	江苏东正新型装饰材料有限公司	390.32	5.17%
	东莞市嘉星塑胶五金有限公司	341.69	4.52%
	上海尚弋化工有限公司	246.98	3.27%

年度	客户名称	销售金额 (不含税)	占销售 总额的 比例
	前五名小计	1,861.04	24.64%

上海尚弋化工有限公司 2021 年销售额较 2020 年增加 540.46 万元，主要原因是其下游客户订单增加，增加了对湖南阳光的采购。

常州市瑞智优光新材料有限公司、深圳市杰尔泰科技有限公司、东莞市千行新材料有限公司 2021 年新增进入湖南阳光前五大客户，主要是因为新客户开拓导致。

江苏东正新型装饰材料有限公司 2021 年退出湖南阳光前五大客户，主要原因是其回款较慢，湖南阳光减少了对其销售。东莞市嘉星塑胶五金有限公司 2021 年退出湖南阳光前五大客户，主要原因是在如今环保要求越发严格，该客户进行了工艺调整，水性 UV 涂料替代油性 UV 涂料，现在仍在继续合作，但是订单有所减少。

(2) 湖南阳光主要供应商情况

2020 年及 2021 年，湖南阳光主要供应商情况如下：

单位：万元

年度	供应商名称	采购金额 (不含税)	占采购总 额的比例
2021 年度	江苏三木化工股份有限公司	854.54	19.89%
	长沙市太亚化工科技有限公司	287.06	6.68%
	广州岩索新材料有限公司	248.77	5.79%
	湖南恒隆石油化工有限公司	168.42	3.92%
	广州成聚新材料科技有限公司	164.02	3.82%
	前五名小计	1,722.81	40.09%
2020 年度	江苏三木化工股份有限公司	583.47	14.42%
	长沙市太亚化工科技有限公司	419.66	10.37%
	江苏利田科技股份有限公司	203.50	5.03%
	长沙鹏翼化工科技发展有限公司	186.17	4.60%
	广州成聚新材料科技有限公司	172.69	4.27%
	前五名小计	1,565.49	38.70%

江苏三木化工股份有限公司系湖南阳光原材料单体的供应商，2021 年湖南

阳光向其采购额较 2020 年增加 271.07 万元，主要是 2021 年单体价格大幅上涨所致。

2021 年，湖南阳光向长沙市太亚化工科技有限公司采购额减少 132.60 万元，主要原因是产品配方更新，其供应产品无法满足新配方要求，减少了采购。

2020 年，湖南阳光主要向广州岩索新材料有限公司采购助剂，2021 年新增引发剂的采购，导致采购金额增加，进入湖南阳光前五大供应商。

湖南恒隆石油化工有限公司（以下简称“湖南恒隆”）系溶剂供应商，2021 年进入湖南阳光前五大供应商，主要原因是原有部分供应商账期及价格发生变化，湖南恒隆在账期、价格方面具有一定的优势，公司选择与其合作，以替代原有部分不具账期、价格优势的供应商。

江苏利田科技股份有限公司系单体供应商，2021 年退出湖南阳光前五大供应商，主要原因是其给与公司的账期发生变化，不再具有优势，湖南阳光减少对其采购。

长沙鹏翼化工科技发展有限公司 2021 年退出湖南阳光前五大供应商，主要原因是账期及价格原因，湖南阳光减少向其采购，替换为新的供应商。

（四）产品核心竞争力

随着集成电路等电子元器件逐渐朝着精细化方向发展，电路的线路结构越来越复杂，线路分布越来越密集，印制电路板上的焊点间隔越来越小，对油墨等电子化学品的精密度要求也越来越高。目前公司生产的液态感光固化阻焊油墨的分辨率已达到 50 微米以内，同时固化后还拥有优异的抗物理性和耐化学性，在质量参数上达到行业先进水平，可有效满足高精密度印制电路板等电子产品的生产要求。公司目前已在原有 PCB 阻焊油墨主力优势产品基础上进一步加大最新型浸涂型液体感光蚀刻油墨（代替干膜）、LDI 专用内层涂布油墨（负胶）等产品市场，目前公司最新型浸涂型液体感光蚀刻油墨、LDI 专用内层涂布油墨均已实现销售。

江苏宏泰拥有快速研发定制化专用涂料的能力，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，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。涂料产品作为功能性材料，产品性能的高低将直接影响甚至决定下游客户产品质量的好坏，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，并得到终端及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。其中高固含环保涂料、3C 专用油墨、高耐钢丝绒涂料、超高硬度耐指纹涂料、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。2020 年公司新研发的 AG 耐指纹涂料、特殊高玻纤基材 PVD 涂料，成功在三星旗舰机型 Galaxy note20、华为 watch fit 等项目上应用。

在产品制造过程中，江苏宏泰采用生产中央控制系统，投料、计量的自动记录系统。告别了传统涂料全人工手动的生产模式，实现了生产过程的自动化及半自动化，保证了生产工艺的稳定，降低了生产工人的劳动强度。大大降低了生产过程的差错率，为产品质量的稳定提供了硬件基础。

（五）成本构成及费用的变动情况

1、江苏宏泰成本构成及费用变动情况

（1）成本构成

最近两年，江苏宏泰成本构成如下：

项目	2021 年		2020 年	
	金额（万元）	占比	金额（万元）	占比
直接材料	11,111.62	88.31%	14,849.73	89.48%
直接人工	337.99	2.69%	382.19	2.30%
制造费用	1,132.56	9.00%	1,363.61	8.22%
合计	12,582.17	100.00%	16,595.52	100.00%

注：以上数据不含湖南阳光。

整体来看，江苏宏泰报告期内成本构成无重大变化。

（2）期间费用

最近两年，江苏宏泰期间费用构成如下：

项目	2021 年		2020 年	
	金额（万元）	占营业收入的比例	金额（万元）	占营业收入的比例
销售费用	2,829.56	15.45%	1,830.39	6.82%
管理费用	4,556.06	24.87%	4,506.17	16.80%
研发费用	2,676.01	14.61%	2,045.55	7.63%

合计	10,061.63	54.93%	8,382.11	31.25%
----	-----------	--------	----------	--------

注：以上数据不含湖南阳光。

2021年销售费用较2020年增加999.17万元，主要是由于销售人员薪酬以及业务推广费增加所致。

2021年研发费用较2020年增加630.46万元，主要是由于研发人员薪酬、折旧与摊销及委外研发费用的增加所致。

2、湖南阳光成本构成及费用变动情况

(1) 成本构成

最近两年，湖南阳光成本构成如下：

项目	2021年		2020年	
	金额（万元）	占比	金额（万元）	占比
直接材料	4,371.22	95.25%	4,105.62	96.41%
直接人工	96.75	2.11%	89.79	2.11%
制造费用	121.15	2.64%	63.20	1.48%
合计	4,589.12	100.00%	4,258.62	100.00%

整体来看，湖南阳光报告期内成本构成无重大变化。

(2) 期间费用

最近两年，湖南阳光期间费用构成情况如下：

项目	2021年		2020年	
	金额（万元）	占营业收入的比例	金额（万元）	占营业收入的比例
销售费用	414.80	6.93%	226.79	3.00%
管理费用	308.70	5.16%	146.03	1.93%
研发费用	315.89	5.28%	305.12	4.04%
合计	1,039.39	17.36%	677.94	8.98%

2021年销售费用较2020年增加188.01万元，主要是由于销售人员薪酬、招待费及差旅费增加所致。

2021年管理费用较2020年增加162.67万元，主要是由于人员薪酬增加所致。

(六) 报告期业绩变动的原因及合理性

1、江苏宏泰业绩变动的原因及合理性

报告期内，江苏宏泰业绩变动的原因如下：

(1) 主要终端客户华为销售订单持续下降

最近两年，江苏宏泰与华为相关的营业收入情况如下：

单位：万元

项目	2021 年	2020 年
江苏宏泰营业收入	24,018.06	34,022.16
与华为相关的营业收入	923.24	8,171.62
占比	3.84%	24.02%

2021 年，美国对华为的制裁持续进行，导致华为手机销售及市场份额持续下滑，2021 年华为手机销售量为 40.00 百万台，荣耀手机（2020 年 11 月自华为拆分）销售量为 33.00 百万台，二者合计 73.00 百万台，较 2020 年的 188.00 百万台下降 61.17%。

此外，虽然江苏宏泰管理层已积极向华为申请第二批供应商认证，但由于中美冲突对华为影响的持续加重，华为生产经营受到较大的影响，原计划于 2020 年底进行的供应商认证搁置。虽然江苏宏泰已于 2021 年 7 月重新进入华为供应商资源池，但由于江苏宏泰与华为相关的收入主要来源于荣耀手机，而荣耀已于 2020 年 11 月从华为分拆独立，分拆后的荣耀未延续华为的供应商资源池，江苏宏泰尚未取得分拆后荣耀的供应商认证。

以上两个因素的持续影响导致江苏宏泰与华为相关的销售收入大幅下降，2021 年与华为相关的营业收入为 923.24 元，较 2020 年下降 88.70%。

(2) 原材料成本大幅上涨

最近两年，江苏宏泰专用涂料产品主要原材料价格如下：

单位：元/Kg

材料名称	2021 年	2020 年
溶剂	16.79	11.88
树脂	51.95	45.18

材料名称	2021 年	2020 年
单体	36.47	27.71
光引发剂	75.85	73.95
颜料	259.68	545.64
助剂	173.54	107.32

受新冠疫情、通胀、美国德州断电等事项的综合影响，江苏宏泰专用涂料产品相关原材料价格自 2020 年末开始出现较大幅度的上涨。以主要原材料溶剂和树脂为例，2021 年平均单价分别为 16.79 元/Kg 和 51.95 元/Kg，较 2020 年平均单价分别上涨 41.33% 和 14.98%。原材料价格的大幅上涨导致江苏宏泰营业成本大幅上升。公司专用涂料业务毛利率由 2020 年的 37.60% 下降至 2021 年的 30.37%。

2、湖南阳光业绩变动的原因及合理性

湖南阳光 2021 年营业收入 5,987.00 万元、净利润 155.84 万元，分别较 2020 年下降 20.72% 和 92.96%。

(1) 湖南阳光主要产品销售数据

湖南阳光主要产品包括 PVC 塑胶涂料和真空镀膜涂料，其中 PVC 塑胶涂料主要应用于 PVC 地板，真空镀膜涂料主要应用于化妆品包装。最近两年，湖南阳光 PVC 塑胶涂料和真空镀膜涂料销售情况如下：

单位：吨（销量）、元/kg（单价）、万元（金额）

产品种类	指标	2021 年度	2020 年度
PVC 塑胶涂料	销量	1,081.24	1,103.08
	单价	41.41	45.63
	金额	4,476.97	5,033.03
	毛利率	28.16%	47.84%
真空镀膜涂料	销量	395.14	575.58
	单价	37.17	39.24

产品种类	指标	2021 年度	2020 年度
	金额	1,468.84	2,258.53
	毛利率	20.90%	37.19%

(2) 湖南阳光原材料采购单价情况

最近两年，湖南阳光主要原材料采购单价情况如下：

单位：元/Kg

项目	2021 年	2020 年
树脂	31.79	26.55
溶剂	8.52	6.03
单体	27.42	18.59
粉料	25.58	28.86
助剂及其他	47.10	36.97

注：湖南阳光所使用原材料在大类上与江苏宏泰基本一致，二者原材料采购价格的差异是由于具体材料种类、型号不同导致的。

从上表可以看出，2021 年湖南阳光原材料采购价格出现大幅上涨，以主要原材料树脂和溶剂为例，2021 年采购单价分别较 2020 年上涨 19.74% 和 41.29%。

(3) 湖南阳光报告期净利润变动原因

结合前述湖南阳光销售数据及原材料采购价格变动情况，就 2021 年湖南阳光业绩下滑的原因分析如下：

从 PVC 塑胶涂料来看，2021 年湖南阳光 PVC 塑胶涂料销售额 4,476.97 万元，较 2020 年下降 556.06 万元，降幅 11.05%；2021 年湖南阳光 PVC 塑胶涂料销售毛利额为 1,260.71 万元，较 2020 年下降 1,147.09 万元，降幅 47.64%。我国 PVC 地板主要出口美国，2020 年 8 月 7 日，美国贸易代表办公室发布声明，自 2020 年 8 月 7 日开始对包括下游 PVC 地板在内的多个行业恢复加征 25% 关税。受到上述加征关税政策的影响，我国 PVC 地板 2021 年出口增速放缓。作为 PVC 地板的上游原材料，湖南阳光 PVC 塑胶涂料的销售也受到了较大影响，一方面 PVC 地板厂商降低了对 PVC 塑胶涂料的需求，另一方面，经营成本的增加使得下游 PVC 地板厂商不断向上游原材料供应商施压，导致 PVC 塑胶涂料的销售价格大幅下降，2021 年平均销售单价较 2020 年下降约 9.25%。此外，上游原材料

价格的上涨使得成本大幅上升，叠加前述销售单价下降影响，2021年湖南阳光PVC涂料毛利率大幅下滑，由2020年的47.84%下滑至2021年的28.16%。

从真空镀膜涂料来看，2021年湖南阳光真空镀膜涂料销售额1,468.84万元，较2020年下降789.69万元，降幅34.96%；2021年湖南阳光真空镀膜涂料销售毛利额306.99万元，较2020年下降532.96万元，降幅63.45%。主要原因是：一方面，受到上游原材料涨价的影响，2021年湖南阳光毛利率大幅下滑，由2020年的37.19%下降至2021年的20.90%；另一方面，湖南阳光真空镀膜涂料主要用于化妆品包装领域，该类涂料需专用化工运输车运输，运输成本较高，并且受原材料涨价影响毛利率大幅下降，盈利能力较弱，公司决定逐渐削减该类涂料产品的生产和销售，导致2021年真空镀膜涂料销量大幅下降。

综上所述，江苏宏泰及湖南阳光报告期业绩变动符合公司实际情况及外部环境变化情况，具有合理性。

（七）是否与同行业可比公司及行业发展趋势一致

江苏宏泰及湖南阳光主营业务均为专用涂料的生产和销售，从国内上市公司中选择主营业务为专用涂料的松井股份进行对比分析如下：

单位：万元

公司	项目	2021年	2020年
江苏宏泰	营业收入	24,018.06	34,022.16
	营业收入增长率	-29.40%	-29.00%
	净利润	-14,880.32	3,489.31
	净利润增长率	-526.45%	-44.24%
	毛利率	29.70%	39.73%
松井股份	营业收入	50,823.20	43,492.63
	营业收入增长率	16.85%	-4.44%
	净利润	9,636.35	8,676.88
	净利润增长率	11.06%	-5.15%
	毛利率	48.78%	50.50%

注：上表江苏宏泰数据为包含湖南阳光的合并数据；松井股份数据来源于其年度报告、招股说明书。

1、营业收入

2021年江苏宏泰营业收入较2020年下降29.40%，主要原因是受前述终端客户华为的影响，江苏宏泰与华为相关的营业收入持续下滑。2021年松井股份营业收入较2020年增长16.85%，主要原因是：①北美消费电子大客户、小米、荣耀、VIVO、OPPO、传音、亚马逊、华硕、罗技、谷歌等终端客户的销量取得不同程度增长，有效对冲了华为缺芯及外部环境变化造成的不利影响，确保了手机及配件、笔记本电脑及配件领域收入的平稳增长；②与北美消费电子大客户、小米、华为、卡西欧等终端客户的合作力度不断加强，可穿戴设备领域销售收入较上年增长51.47%；③通过并购方式实现了乘用车领域营业收入的增长。二者变动趋势不一致，一方面是因为江苏宏泰受到未获得华为（包括拆分后的荣耀）供应商认证的影响较大，而松井股份不受该因素影响；另一方面是因为松井股份在其他客户开拓方面进展较好，降低了华为销售下滑的影响。

2、净利润

2021年江苏宏泰净利润较2020年下滑526.45%，一方面是因为与华为相关的营业收入持续下滑；另一方面是因为自2020年末开始原材料价格大幅上涨导致营业成本大幅上升。松井股份2021年净利润较2020年增长11.06%，增长趋势与江苏宏泰不一致，主要原因是虽然原材料价格大幅上涨导致其毛利率出现下降，但松井股份通过北美消费电子大客户、小米等消费电子领域客户以及智能穿戴、乘用车领域客户实现的销售增长抵消了原材料价格上涨的影响，从而实现了净利润的增加。

3、毛利率

2021年江苏宏泰毛利率较2020年下降10.03个百分点。2021年松井股份毛利率较2020年下降1.72个百分点。二者都受到原材料价格上涨的影响导致毛利率下降，但江苏宏泰毛利率下降幅度更大，主要原因是江苏宏泰受到终端客户华为销售下滑的持续影响，而松井股份通过在其他客户及其他领域的销售增长，抵消了华为销售收入下降的影响。

整体来看，最近两年江苏宏泰与可比公司松井股份经营情况的变动符合行业发展趋势及各自差异化经营情况，不存在异常情况。

（八）持续经营能力是否存在重大不确定性

报告期内，江苏宏泰、湖南阳光业绩出现较大幅度的下滑，对其持续经营能力产生了一定影响，但不存在重大不确定性，主要原因如下：

首先，江苏宏泰业绩下滑的主要原因之一是受到终端客户华为销售下滑的影响，报告期内，江苏宏泰与华为相关的营业收入为 923.24 万元，占江苏宏泰合并口径营业收入的 3.84%。可见，与华为相关的营业收入在江苏宏泰整体业务中的占比已经很低，华为相关事项的不利影响已经基本得到消化，即使华为相关的营业收入进一步下滑，预计对江苏宏泰的整体经营不构成重大不利影响。此外，江苏宏泰已于 2021 年 7 月重新进入华为供应商资源池，目前与华为正在加强在可穿戴设备产品方面的合作，随着双方合作的深入，未来相关的营业收入将逐渐增加。

其次，江苏宏泰、湖南阳光业绩下滑均受到原材料价格上涨的影响。虽然 2021 年下半年原材料价格整体较 2020 年大幅上涨，但自 2021 年下半年开始，原材料价格上涨势头得到缓解，2022 年第一季度，原材料价格出现一定程度的下降，因此，预计未来原材料价格不会维持大幅度的持续上涨趋势。

最后，虽然美国对下游 PVC 产品加征关税导致湖南阳光 PVC 塑胶涂料产品销售价格下降，但是从 PVC 整体行业发展来看，我国 PVC 出口总额仍然保持增长，市场空间较大，公司也将加强在欧洲等其他 PVC 出口地客户的开拓，以减少前述美国加征关税的影响。

二、请说明江苏宏泰、湖南阳光报告期前 5 大客户的名称、销售金额、应收账款期末余额、较上年变化情况及原因，以及前述客户是否按照合同约定回款，是否与你公司、主要股东、董监高存在关联关系。

回复：

1、江苏宏泰

单位：万元

年度	客户名称	销售金额 (不含税)	占销售 总额的 比例	应收账 款期末 余额	合同约定的回款安排 /实际执行情况	是否存 在关联 关系
2021 年度	东莞市恒晟科技有 限公司	2,176.67	11.88%	1,044.54	账期 90 天, 实际回款 周期 220 天	否
	东莞捷荣技术股份 有限公司 (同一集 团合并列示)	1,363.91	7.45%	377.85	账期 120 天, 实际回 款周期 150 天	否

年度	客户名称	销售金额 (不含税)	占销售 总额的 比例	应收账 款期末 余额	合同约定的回款安排 /实际执行情况	是否存 在关联 关系
	闻泰通讯股份有限公司	986.56	5.39%	342.69	账期 90 天, 按约定回款	否
	广东正和诚信塑胶制品有限公司	967.67	5.28%	236.05	账期 90 天, 按约定回款	否
	东莞市质品塑胶科技有限公司	934.48	5.10%	151.49	账期 90 天, 实际回款周期 210 天	否
	前五名小计	6,429.29	35.10%	2,152.61	-	-
2020 年度	闻泰通讯股份有限公司	2,444.35	9.11%	565.73	账期 90 天, 按约定回款	否
	维达力实业(深圳)有限公司(同一集团合并列示)	1,998.86	7.45%	713.43	账期 90 天, 实际回款周期 120 天	否
	东莞市质品塑胶科技有限公司	1,412.63	5.27%	1,133.72	账期 90 天, 实际回款周期 270 天	否
	深圳市比亚迪供应链管理有限公司	1,313.68	4.90%	8.22	1-9 月账期 90 天, 实际回款周期 120 天	否
	东莞捷荣技术股份有限公司(同一集团合并列示)	1,071.71	4.00%	593.34	账期 120 天, 实际回款周期 150 天	否
	前五名小计	8,241.23	30.73%	3,014.44	-	-

注：以上为数据不含湖南阳光。

由上表可见，闻泰通讯股份有限公司、东莞市质品塑胶科技有限公司、东莞捷荣技术股份有限公司在近两年均位列江苏宏泰（不含湖南阳光，下同）前五大客户之列；东莞市恒晟科技有限公司为终端客户 OPPO 指定公司供货合作，在 2021 年度位列第一大客户，主要系公司根据下游消费电子的市场变化及终端客户供应链策略调整进行战略规划调整，与终端客户 OPPO 的合作进一步加强，2020 年为江苏宏泰第六大客户；深圳市比亚迪供应链管理有限公司为比亚迪股份有限公司下属从事供应链管理及其配套相关业务的全资企业，目前依然存在合作关系，因为各年交易额不同排名有所变化。

综上，整体上看，江苏宏泰前五大客户基本保持稳定，部分客户回款周期较长，与公司及其主要股东、董监高不存在关联关系。

2、湖南阳光

单位：万元

年度	客户名称	销售金额 (不含税)	占销售总额 的比例	应收账款 期末余额	合同约定的回款 安排/是否执行	是否存 在关联 关系
2021 年度	上海尚弋化工有限公司	787.44	13.15%	498.78	账期 90 天, 实际 回款周期 6-7 月	否
	东莞美哲塑胶制品 有限公司	537.29	8.97%	176.81	账期 90 天, 实际 回款周期 120 天	否
	常州市瑞智优光新 材料有限公司	370.23	6.18%	257.22	账期 90 天, 实际 回款周期 6-7 月	否
	深圳市杰尔泰科技 有限公司	241.14	4.03%	222.49	账期 60 天, 实际 回款周期 8-9 月	否
	东莞市千行新材料 有限公司	239.68	4.00%	171.18	账期 90 天, 实际 回款周期 6-7 月	否
	前五名小计	2,175.79	36.34%	1,326.47	-	-
2020 年度	东莞美哲塑胶制品 有限公司	451.76	5.98%	136.29	账期 90 天, 实际 回款周期 120 天	否
	浙江欧耐力新材料 有限公司	430.29	5.70%	239.70	账期 3 个月, 实际 回款周期 5 个月	否
	江苏东正新型装饰 材料有限公司	390.32	5.17%	352.91	账期 3 个月, 实际 回款周期 8-9 个月	否
	东莞市嘉星塑胶五 金有限公司	341.69	4.52%	72.74	账期 3 个月, 实际 回款周期 3-4 个月	否
	上海尚弋化工有限 公司	246.98	3.27%	246.98	账期 90 天, 按 约定回款	否
	前五名小计	1,861.04	24.64%	1,048.61	-	-

由上表可见, 上海尚弋化工有限公司、东莞美哲塑胶制品有限公司在近两年均位列湖南阳光的前五大客户之列。

常州市瑞智优光新材料有限公司为湖南阳光 2020 年 9 月新开发的客户, 在 2020 年为湖南阳光第 10 大客户, 2021 年交易额随着合作的加深增长至前五大客户之列。

深圳市杰尔泰科技有限公司为终端客户小米指定的合作商, 2021 初建立合作关系, 目前依然存续。

东莞市千行新材料有限公司为湖南阳光 2020 年 10 月新开发的客户, 主要是销售化妆品涂料产品。

浙江欧耐力新材料有限公司、江苏东正新型装饰材料有限公司、东莞市嘉星塑胶五金有限公司三家因为各年交易额不同排名有所变化, 但目前依然保持合作关系。

综上, 整体上看, 湖南阳光前五大客户基本保持稳定, 报告期内开发了部分新客户交易额有所增长, 部分客户回款周期较长, 与公司及其主要股东、董监高

不存在关联关系。

三、请结合江苏宏泰、湖南阳光主要财务数据、所处行业市场环境等情况分析说明报告期江苏宏泰和湖南阳光商誉减值测试中增长率、息税前利润率及税前折现率等相关参数选取的依据及合理性、与以前年度商誉减值测试是否存在差异及其原因，结合前述情况说明江苏宏泰、湖南阳光历次商誉减值测试时对未来收入的预测和折现率等关键参数的确定是否合理、谨慎，报告期以及以前年度商誉减值准备计提是否充分、合理，是否仍存在商誉减值风险。

回复：

1、江苏宏泰

1) 主要财务数据：

对江苏宏泰进行商誉减值测试，商誉所在资产组包含江苏宏泰、湖南宏泰和东莞汉普诺，江苏宏泰（合并湖南宏泰、东莞汉普诺）2018-2021 年财务数据主要如下：

资产负债表

单位：万元

项目	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度
流动资产	28,437.81	32,343.43	24,235.34	16,087.90
非流动资产	25,780.06	24,427.91	24,001.68	19,213.88
资产总计	54,217.87	56,771.33	48,237.02	35,301.78
流动负债	29,453.23	29,483.05	24,341.83	24,001.67
非流动负债	2,063.97	1,454.63	1,092.88	1,015.07
负债总计	31,517.19	30,937.68	25,434.70	25,016.74
所有者权益	22,700.68	25,833.65	22,802.31	10,285.04

利润表

单位：万元

项目	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度
营业收入	25,549.15	41,846.95	26,820.36	18,317.63
营业成本	13,490.59	23,273.21	16,595.52	12,582.17
税金及附加	237.95	302.32	203.12	116.91
销售费用	1,258.60	3,452.98	1,830.39	2,829.56
管理费用	3,356.63	5,680.32	4,506.17	4,556.06
研发费用	1,648.47	2,279.81	2,045.55	2,676.01
财务费用	271.35	483.40	414.12	474.16
营业利润	4,795.72	5,363.29	2,339.01	-13,689.24
净利润	3,975.49	4,509.89	3,010.77	-12,576.27

注：2021 年度财务数据合并了东莞汉普诺数据。

2) 所处市场环境

江苏宏泰主要从事紫外光（UV）固化涂料的研发、生产和销售，主要产品类别包括消费电子涂料、汽车零部件涂料、化妆品包装盒涂料和碳纤维运动器材涂料等，用于消费电子、汽车车灯、汽车轻量化、高端化妆品包装等领域，下游行业包括智能手机行业、汽车行业、化妆品行业等。因此，UV 固化涂料的行业发展与下游智能手机行业、汽车行业、化妆品行业等行业的发展密切相关。

①智能手机行业

报告期内，江苏宏泰销量最大的产品为消费电子涂料产品，且主要应用方向为智能手机。2019 年至 2022 年 4 月，我国智能手机出货量情况如下：

月份	出货量（万部）			
	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年度
1 月	3,404.80	2,081.30	4,012.00	3,302.20
2 月	1,451.10	638.40	2,175.90	1,486.40
3 月	2,837.30	2,175.60	3,609.40	2,146.00
4 月	3,653.00	4,172.80	2,748.60	1,807.90
5 月	3,829.40	3,375.90	2,296.80	—
6 月	3,431.00	2,863.00	2,566.40	—
7 月	3,419.90	2,230.10	2,867.60	—
8 月	3,087.50	2,690.70	2,430.60	—
9 月	3,623.60	2,333.40	2,144.00	—
10 月	3,596.90	2,615.30	3,357.50	—
11 月	3,484.20	2,958.40	3,525.20	—
12 月	3,044.40	2,659.60	3,340.10	—
合计	38,863.10	30,794.50	35,074.10	8,742.50

数据来源：信通院、中商产业研究院

由上表可知，2020 年我国手机出货量出现了较大幅度的下滑，主要是受到新冠疫情的影响。随着疫情防控形势好转，2021 年我国手机出货量得到较大幅度的提升，但仍未能恢复到疫情以前的水平。2022 年 1-4 月，因 2022 年年初疫情封控影响、近年手机缺乏重大技术更新导致换机周期被拉长的影响，手机销量较历史同期出现较大幅度的下滑。

②汽车行业

汽车零部件涂料作为乘用车零部件的装饰或保护材料，主要用于乘用车车门把手、座椅、车灯、中控台、后视镜等乘用车内外饰件领域，其市场需求与乘用车整车及汽车零部件市场的发展具有相关性。目前，江苏宏泰的汽车零部件涂料产品主要应用在“通用五菱”、“长安”、“吉利”等国内汽车品牌的车灯制造。

2019 年至 2022 年 1-4 月我国汽车产销数据分别如下：

单位：万辆

月份	2019 年		2020 年		2021 年		2022 年	
	产量	销量	产量	销量	产量	销量	产量	销量
1 月	381.55	388.10	178.30	194.10	238.80	250.30	423.50	426.80
2 月			28.50	31.00	150.30	145.50		
3 月	256.22	252.20	142.20	143.00	246.20	252.60	224.10	223.40
4 月	205.47	198.28	210.20	207.00	223.40	225.20	120.50	118.10
5 月	185.03	191.62	218.70	219.40	204.00	212.80	—	—
6 月	189.80	206.09	232.50	230.00	194.30	201.50	—	—
7 月	180.56	181.44	220.10	211.20	186.30	186.40	—	—
8 月	211.69	218.38	211.90	218.60	172.50	179.90	—	—
9 月	221.21	227.39	252.40	256.50	207.70	206.70	—	—
10 月	229.91	228.71	255.20	257.30	233.00	233.30	—	—
11 月	259.76	246.00	284.70	277.00	258.50	252.20	—	—
12 月	268.68	266.07	284.00	283.10	290.70	278.60	—	—
合计	2,589.88	2,604.28	2,518.70	2,528.20	2,605.70	2,625.00	768.10	768.30

数据来源：汽车工业协会

由上表可知，我国汽车产销量在 2020 年出现了一定程度的下滑，主要是受到新冠疫情的影响。2021 年，随着疫情防控形势好转，我国汽车产销量得到了恢复，并较疫情以前实现了小幅增长。2022 年 1-4 月，受全国性疫情封控影响，产销量较 2021 年同期，均有小幅下滑。

③化妆品行业

江苏宏泰化妆品包装盒涂料主要用于化妆品包装盒的外层保护，兼有美观功能，如粉底盒和口红外管涂料等。目前，江苏宏泰的主要化妆品包装盒涂料最终用于迪奥、雅诗兰黛、玉兰油等国际知名化妆品的包装物。

2019 年-2021 年，我国化妆品零售额数据如下：

项目	2019 年	2020 年	2021 年
零售额（亿元）	2,992	3,400	4,026

数据来源：统计局、中商产业研究院整理

由上表可知，最近三年，我国化妆品零售额呈逐年上涨趋势。

3) 江苏宏泰商誉减值测试中增长率、息税前利润率及税前折现率等相关参数选取的依据及合理性

江苏宏泰本次商誉减值测试中关键数据如下：

单位：万元

	2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年度	2026 年度
收入	16,776.46	19,010.13	22,711.52	25,215.65	26,670.93

收入增长率	-8.41%	13.31%	19.47%	11.03%	5.77%
息税前利润	-1,634.58	66.88	1,897.77	2,950.37	3,430.63
息税前利润率	-9.74%	0.35%	8.36%	11.70%	12.86%
税前折现率	11.40%	11.40%	11.40%	11.40%	11.40%

①收入情况预测

公司管理层根据江苏宏泰历史年度经营情况及对未来年度宏观经济、行业发展趋势的判断，结合江苏宏泰业务现状及经营规划，对各个产品未来的单价、销量进行预测，从而得到未来年度收入预测，预测年度的营业收入明细数据如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年度	2026 年度
消费电子专用涂料	11,610.00	13,700.00	17,151.50	19,477.78	20,853.17
化妆品包装涂料	1,140.09	1,026.08	995.30	995.30	995.30
汽车专用涂料	883.77	927.96	1,020.75	1,071.79	1,071.79
运动器材专用涂料	810.30	810.30	810.30	810.30	810.30
抗指纹类涂料	2,134.93	2,348.42	2,536.29	2,663.11	2,743.00
其他	197.38	197.38	197.38	197.38	197.38
合计	16,776.46	19,010.13	22,711.52	25,215.65	26,670.93

消费电子类涂料：管理层考虑虽然 2021 年 7 月重新进入华为供应商库，且目前正在与荣耀进行入库洽谈，但 2022 年初受疫情影响，经济环境较差，同时 2022 年第一季度全球及国内手机销量下滑严重，参照 2022 年第一季度的实际经营情况，预测 2022 年较 2021 年度仍有一定幅度的下滑。随着疫情的好转，公司与荣耀、华为合作的逐渐开展，管理层预测之后年度会有一些的好转，并逐渐恢复至 2026 年实现 2 亿元左右的收入。

化妆品包装涂料：化妆品包装涂料行业竞争较为严重，且毛利率较低，公司出于整体规划考虑，计划降低在化妆品包装涂料的投入，削减相关人员，逐渐降低与毛利率低、回款慢的客户的合作，预计未来年度销量有一定幅度的下滑，而后趋于稳定。

汽车专用涂料：公司管理层考虑汽车行业发展空间较大，同时设立了汽车涂料事业部，但考虑汽车涂料行业占用资金较大、供应链准入门槛较高，客户开发和实际订单的获取需要一定周期，考虑将有小幅增长。

运动器材涂料：公司运动器材涂料客户及历史年度收入相对稳定，预计之后年度保持稳定。

抗指纹类涂料：抗指纹涂料客户及收入相对稳定，预计未来年度相对稳定，有小幅增加。

其他类涂料：其他类涂料收入占比较小，毛利较低，品类较多，按照 2020 年和 2021 年平均收入数据进行预测。

②息税前利润率

息税前利润率主要受成本（毛利率）、销售费用、管理费用、研发费用和财务费用（不含借款利息）的影响。

A、毛利率

本次商誉减值测试，对 2022 年-2026 年度毛利率预测情况如下：

项目	2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年度	2026 年度
毛利率	33.78%	36.38%	37.76%	38.71%	38.88%

2019-2021 年，由于下游终端客户手机市场份额下滑以及未能及时重新进入华为供应商库，江苏宏泰销售收入大幅下滑，导致毛利率也持续下降。

本次商誉减值测试预计 2022 年及以后年度毛利率较 2021 年度有所上升，并在预测期内保持稳定的上升趋势，主要原因是：

a: 目前终端客户华为的影响已经得到消化，公司管理层预计未来销售情况将逐渐好转，营业收入将维持一定的增长趋势，随着销售收入的增加，单位固定成本下降，毛利率将逐年上升。

b: 公司根据经营规划，2021 年 10 月停止委托杭州欧工涂料制品有限公司加工部分涂料产品，并计划于 2022 年年中停止与东莞嘉卓成的委托加工合作。以上委托加工业务合作停止后，相关产品的生产任务统一转移至公司湖南基地，在节省加工费用的同时，对生产人员也有一定的削减和优化，降低了产品生产成本。

c: 2021 年度原材料价格上涨幅度较大，但进入 2021 年下半年，原材料有趋稳迹象，2022 年第一季度，树脂和溶剂等原材料均有一定幅度的下降，但同时考虑 2022 年初俄乌局势对国际油价及化工原料价格的影响，管理层谨慎考虑 2022 年度原材料将继续维持 2021 年的水平并有小幅升高，以后年度相对稳定并将逐渐会有小幅回落。

综合来看，预测期内毛利率逐年上升具有合理性。

B、期间费用

本次商誉减值测试，对 2022-2026 年度期间费用（不含借款费用）预测数据如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年度	2026 年度
期间费用（不含借款费用）	7,176.54	6,699.47	6,504.82	6,621.45	6,739.26
占营业收入的比例	42.78%	35.24%	28.64%	26.26%	25.27%

2020 年开始，受到新冠疫情以及终端客户华为销售收入下滑的影响，江苏宏泰营业收入出现大幅下滑，导致期间费用占营业收入的比例也大幅上升，由 2019 年的 27.27% 上升到 2021 年的 54.90%。

本次商誉减值测试，预测期内期间费用占营业收入的比例低于 2021 年水平，并呈逐年下降趋势，主要原因如下：

a: 随着华为事件影响的逐步消化，预测期内公司销售情况将有一定的好转，营业收入较 2021 和 2022 年会有一定幅度增加，使得期间费用占比逐年下降。

b: 2021 年，手机市场及与之相关的涂料市场呈现一定的下滑趋势，2022 年第一季度，全球及国内手机销量锐减，公司管理层考虑行业发展环境和经济效应，对人员进行了一定的精简和优化，截至 2022 年第一季度末，江苏宏泰现有人员 249 人，较 2021 年末和 2020 年末人员数量（分别为 276 人和 336 人）出现较大幅度下滑。此外，公司涂料业务将集中于湖南基地统一生产，集中生产将导致期间费用中人员薪酬、办公费等费用出现一定程度的下降。

综合来看，预测期内期间费用占营业收入的比例随着营业收入的增加逐年下降，至永续期，期间费用占营业收入的比例与受新冠疫情及终端客户华为销售下滑影响前的 2019 年占比基本一致，无重大差异，具有合理性。

③折现率计算的依据和合理性

根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》的规定，包含商誉资产组预计未来现金流量现值计算中，“折现率是反映当前市场货币时间价值和资产特定风险的税前利率。该折现率是企业在购置或者投资资产时所要求的必要报酬率”，“折现率的确定应与未来现金流量税前口径一致采用税前折现率”。

根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》应用指南的规定，“折现率的确定通常应当以该资产的市场利率为依据。无法从市场获得的，可以使用替代利率估计折现率。替代利率可以根据加权平均资金成本、增量借款利率或者其他相关市场借款利率作适当调整后确定。”

根据 IAS36BCZ85 的列示，“理论上，只要税前折现率是以税后折现率为基础加以调整得出，以反映未来纳税现金流量的时间和特定金额，采用税后折现率折

现税后现金流量的结果与采用税前折现率折现税前现金流量的结果应当是相同的。税前折现率并不总是等于以标准所得税率调整税后折现率所得出的利率。”

因此，商誉减值测试评估税前折现率的计算先计算税后现金流量折现值，再采用割差法计算税前折现率指标值。

本次商誉减值测试过程中，计算税后折现率，加权平均资本成本（WACC），具体计算公式如下：

$$WACC = K_e \times W_e + K_d \times (1 - T) \times W_d$$

其中：Ke：权益资本成本；

Kd：债务资本成本；

T：所得税率

We：权益资本结构比例

Wd：付息债务资本结构比例

加权平均资本成本的计算需要确定如下指标：权益资本成本、付息债务资本成本和付息债务与权益价值比例。

采用资本资产定价模型（CAPM）计算权益资本成本，计算公式如下：

$$\text{即：} KE = RF + \beta (RM - RF) + \alpha$$

其中：KE—权益资本成本；

RF—无风险收益率；

RM-RF—市场风险溢价；

β —Beta 系数；

α —企业特有风险。

a、无风险收益率（RF）的确定

国债收益率通常被认为是无风险的，因持有该债权到期不能兑付的风险很小。根据中国资产评估协会发布的《资产评估专家指引第 12 号——收益法评估企业价值中折现率的测算》、证监会发布的《监管规则适用指引——评估类第 1 号》，本项目采用剩余到期年限 10 年以上国债的到期收益率平均值作为无风险报酬率。

本次减值测试，计算无风险报酬率指标值为 3.35%。

b、市场风险溢价的计算

市场风险溢价是预期未来较长期间市场证券组合收益率与无风险利率之间

的差额。市场风险溢价的确定既可以依靠历史数据，也可以基于事前估算。

根据中国资产评估协会发布的《资产评估专家指引第 12 号——收益法评估企业价值中折现率的测算》、证监会发布的《监管规则适用指引——评估类第 1 号》，本项目市场风险溢价采用上证综指和深证成指月收益率几何平均值换算成年收益率后的算数平均值减去无风险报酬率指标值计算，取值时间跨度为自指数设立至今。

本次减值测试，计算的市场风险溢价指标值为 6.75%。

c、 β 的计算

β 反映一种股票与市场同向变动的幅度， β 指标计算模型为市场模型：

$$R_i = \alpha + \beta R_m + \epsilon$$

在市场模型中，以市场回报率对股票回报率做回归求得 β 指标值，本说明中样本 β 指标的取值来源于同花顺金融终端。

β 指标值的确定以选取的样本，自同花顺金融终端取得的考虑财务杠杆的 β 指标值为基础，计算商誉所在资产组所处行业业务板块的不考虑财务杠杆的 β 指标值，以所处行业平均资本结构为基础，计算商誉所在资产组考虑财务杠杆的 β 指标值。

考虑财务杠杆的 β 指标值与不考虑财务杠杆的 β 指标值换算公式如下：

$$\beta_U = \beta_L / [1 + (1 - T) \times D/E]$$

式中：

β_L ：考虑财务杠杆的 Beta；

β_U ：不考虑财务杠杆的 Beta；

T：所得税率；

通过计算，包含商誉资产组的 β 指标值为 0.8256。

d、特有风险的调整

由于选取样本与包含商誉资产组经营环境不同，同时考虑包含商誉资产组个别经营风险，特有风险调整为 2%。

e、股权资本成本的计算

通过以上计算，依据 $KE = RF + \beta (RM - RF) + \alpha$ ，计算股权资本成本为 11.39%。

④ 债务资本成本

债务资本成本的计算以中国人民银行公布的 5 年以上贷款基准利率为基础，即 4.60%。

f、税后折现率的计算

通过以上计算，依据 $WACC = K_e \times W_e + K_d \times (1 - T) \times W_d$ ，计算税后折现率为 10.72%。

依据税后现金流量、税后折现率计算得出现金流量现值，以此为基础，采用割差法计算税前折现率为 11.40%。

综上所述，本次商誉减值测试的折现率的计算根据《会计监管风险提示第 8 号——商誉减值》和《监管规则适用指引——评估类第 1 号》等准则和规定进行，具有合理性。

4) 与以前年度商誉减值测试是否存在差异及其原因

将江苏宏泰 2017-2021 年历次商誉减值测试数据对比如下：

项目	年度	2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年度	2026 年度
收入	2017 年预测	40,778.48	40,778.48	40,778.48	40,778.48	40,778.48
	2018 年预测	57,679.85	61,822.69	61,822.69	61,822.69	61,822.69
	2019 年预测	53,850.95	60,162.07	63,782.66	63,782.66	63,782.66
	2020 年预测	43,238.90	47,989.44	51,722.85	54,680.22	54,680.22
	2021 年预测	16,776.46	19,010.13	22,711.52	25,215.65	26,670.93
息税前利润率	2017 年预测	28.09%	28.09%	28.09%	28.09%	28.09%
	2018 年预测	23.31%	22.98%	22.98%	22.98%	22.98%
	2019 年预测	21.15%	21.79%	21.66%	21.66%	21.66%
	2020 年预测	17.83%	17.80%	17.39%	16.65%	16.65%
	2021 年预测	-9.74%	0.35%	8.36%	11.70%	12.86%
税前折现率	2017 年预测	13.67%	13.67%	13.67%	13.67%	13.67%
	2018 年预测	13.87%	13.87%	13.87%	13.87%	13.87%
	2019 年预测	13.44%	13.44%	13.44%	13.44%	13.44%
	2020 年预测	13.71%	13.71%	13.71%	13.71%	13.71%
	2021 年预测	11.40%	11.40%	11.40%	11.40%	11.40%

由上表，本次商誉减值测试与以前年度存在一定差异，具体原因如下：

①收入存在差异的原因

2017-2019 年商誉减值测试对未来年度收入的预测逐渐提高，2020 年和 2021 年预测较之前年度预测出现较大幅度的下滑。考虑江苏宏泰 70%以上的收入和利润均为消费电子类涂料贡献，以下主要就消费电子涂料情况进行分析。

2017-2021 年，江苏宏泰（不含湖南阳光）营业收入情况如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度
营业收入	23,285.70	25,549.15	41,846.95	26,820.36	18,317.63
消费电子涂料收入	17,244.45	16,934.63	30,703.16	20,033.98	12,873.90

2017 年 至 2022 年 1-4 月国内、全球手机销量情况如下：

单位：亿台

项目	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年 1-3 月
全球销量	14.62	14.05	14.86	12.92	13.50	3.28
国内销量	4.44	3.98	3.70	3.26	3.29	0.69

数据来源：IDC、葱略咨询

2017-2021 年，全球手机厂商销量及市场份额数据如下：

项目	2017 年		2018 年		2019 年		2020 年		2021 年	
	销量	份额	销量	份额	销量	份额	销量	份额	销量	份额
三星	317.30	21.6%	292.30	20.8%	296.50	20%	255.50	20%	274.50	20.0%
Apple	215.80	14.7%	208.80	14.9%	196.20	13%	207.20	16%	230.10	17.0%
Xiaomi	92.40	6.3%	122.60	8.7%	124.5	8%	149.60	12%	191.20	14.0%
Oppo	111.80	7.6%	113.10	8.1%	119.8	8%	119.40	9%	145.10	11.0%
Vivo	95.10	6.5%	102.00	7.00%	113.7	8%	112.60	9%	129.90	10.0%
Huawei	153.10	10.4%	206.00	14.7%	238.5	16%	188.0	15%	40.00	3.0%
Honor									33.00	2.4%
其他	476.50	32.90%	360.10	25.80%	396.90	27.00%	259.70	19.00%	306.20	22.60%
合计	1,462	100%	1,404.9	100%	1,486.1	100%	1,292	100%	1,350	100%

注：①2017-2018 年数据来源 IDC，2019-2021 年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。

2017-2021 年，江苏宏泰与华为相关营业收入情况如下：

项目	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
宏泰收入	23,285.70	25,549.15	47,920.76	34,022.16	24,018.06
与华为相关	1,918.62	5,709.43	16,352.40	8,171.62	923.24
占比	8.24%	22.35%	34.12%	24.02%	3.84%

由上述表格，2017-2019 年，全球及国内手机销量相对稳定，并有一定幅度的升高，国内手机厂商的市场占有率逐渐提高。江苏宏泰收入及其对终端大厂华为的收入在同期（2017 年至 2019 年）逐渐提高，基于以上因素，公司管理层考虑未来年度收入逐渐呈升高趋势，即在执行 2017 年-2019 年各年末的商誉减值测试时，预测未来稳定收入由 40,778.48 万元调整至 63,782.66 万元。

2019 年 12 月，华为基于强化供应链管理的考量，对供应商资源池进行了更新，并提出将 14001 环境管理体系认证纳入其考核范围的要求。因为全资子公司湖南宏泰 14001 环境管理体系认证尚在办理过程中，未能在本次华为供应商资源池更新时继续保留在华为第一批供应商 SOW 认证名单，无法参与华为新产品的

开发，进而无法获得相关产品的销售订单。同时，华为受到美国制裁导致其手机销售下滑，降低了对江苏宏泰涂料产品的需求，并于 2020 年 11 月将荣耀对外拆分，荣耀未在美国制裁名单内。于 2020 年度商誉减值测试时，管理层考虑了以上因素，同时预测将于 2021 年中能够进入荣耀供应商库，下调了对未来年度的预测。预测未来稳定收入由 63,782.66 万元下调至 54,680.22 万元。

2021 年度，公司未能如期进入荣耀供应商库，虽然江苏宏泰已于 2021 年 7 月重新进入华为供应商资源池，但由于江苏宏泰与华为相关的收入主要来源于荣耀手机，2021 年对华为收入较少，江苏宏泰收入进一步出现较大下滑。同时，进入 2022 年全球及国内手机销量下滑严重，2022 年 1-4 月份国内手机销量同比下滑 30%。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。管理层根据以上因素，考虑 2022 年公司收入仍将出现一定幅度的下滑。同时，因行业原材料的大幅上涨，导致公司部分产品毛利下滑严重，公司考虑以后年度削减部分产品的生产，并对人员团队等进行一定的整合和精简。并对以后年度收入预测为 26,670.93 万元，较上一年度出现较大幅度的下调。

②息税前利润率差异的原因

息税前利润率主要受毛利率及期间费用的影响，2017-2021 年商誉减值测试时对毛利率和期间费用（不含借款费用）预测数据分别如下：

毛利率

	2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年度	2026 年度
2017 年预测	50.31%	50.31%	50.31%	50.31%	50.31%
2018 年预测	38.92%	38.35%	38.35%	38.35%	38.35%
2019 年预测	42.38%	42.19%	42.02%	42.02%	42.02%
2020 年预测	38.89%	38.25%	37.61%	36.92%	36.92%
2021 年预测	33.78%	36.38%	37.76%	38.71%	38.88%

期间费用

年份	项目	2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年度	2026 年度
2017 年	费用合计	8,651.87	8,651.87	8,651.87	8,651.87	8,651.87
	费用率	21.22%	21.22%	21.22%	21.22%	21.22%
2018 年	费用合计	8,828.10	9,318.77	9,318.77	9,318.77	9,318.77
	费用率	15.31%	15.07%	15.07%	15.07%	15.07%
2019 年	费用合计	11,084.58	11,893.09	12,585.52	12,585.52	12,585.52

年份	项目	2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年度	2026 年度
	费用率	20.58%	19.77%	19.73%	19.73%	19.73%
2020 年	费用合计	8,805.11	9,485.68	10,112.21	10,719.61	10,719.58
	费用率	20.36%	19.77%	19.55%	19.60%	19.60%
2021 年	费用合计	7,179.46	6,702.79	6,508.79	6,625.85	6,743.91
	费用率	42.79%	35.26%	28.66%	26.28%	25.29%

2017 年江苏宏泰产品售价较高,公司管理层预测以后年度可以实现较高毛利;2018 年,国内手机厂商销量逐渐升高,占全球市场份额扩大,公司管理层考虑降低售价以提高市场占有率,并预测以后年度毛利率较 2017 年度有较大下滑;2019 年,公司与华为收入占比扩大,且对华为销售 PVD 类产品毛利较高,并由此对预测未来毛利率约 42%左右;2020 年,华为受美国制裁影响逐渐呈现,公司对华为销售占比下降,且 2021 年初,原材料有一定幅度的涨价,公司考虑了原材料价格的上涨,对以后年度的毛利率预测下调至 37%左右;2021 年度,江苏宏泰受原材料上涨导致毛利下滑严重,毛利率由 2020 年的 38%下降至 32%左右,管理层基于竞争日益激烈的市场环境,取消了对杭州欧工和东莞嘉卓成的委托加工、降低了低毛利产品的生产和经营、对人员团队进行了整合和精简,通过一系列的措 施,管理层预测以后年度可以实现 38%左右的毛利率水平。

2017 年-2019 年商誉减值测试,公司对收入预测逐渐升高,同时预测期间费用(不含借款)虽然同步会呈现一定的增加趋势,但是占收入比重会有所下降;2020 年和 2021 年,公司预测未来年度收入较以前年度下滑,并由此下调了费用的预测,由于 2021 年度减值测试时的收入预测较以前年度下滑较大,导致 2021 年度减值测试时对未来年度费用占收入比重的预测呈现较大幅度的提升。

③折现率差异的原因

由上表,江苏宏泰历次商誉减值测试(2017-2021 年)折现率如下:

2017 年商誉减值测试评估:11.62%(税后折现率),换算税前为:11.62%/(1-15%)=13.67%

2018 年商誉减值测试评估:13.87%(税前折现率)

2019 年商誉减值测试评估:13.44%(税前折现率)

2020 年商誉减值测试评估:13.71%(税前折现率)

2021 年商誉减值测试评估:11.40%(税前折现率)

由上,2017-2020 年折现率差异较小,2021 年测算折现率与之前年度有较大

差异。就 2020 年和 2021 年计算过程对比如下：

项目	2020 年	2021 年
可比公司 1	渝三峡 A	渝三峡 A
可比公司 2	神剑股份	神剑股份
可比公司 3	兴业股份	兴业股份
可比公司 1beta	1.2619	0.7427
可比公司 2beta	0.9242	0.6192
可比公司 3beta	0.9973	1.1150
被评估单位 beta	1.0613	0.8943
无风险报酬率	4.03%	3.35%
市场风险溢价	6.69%	6.75%
企业特定风险	2.00%	2.00%
税后折现率	12.28%	10.72%
税前折现率	13.71%	11.40%

由上表可知，2020 年和 2021 年税后折现率分别为 12.28%和 10.72%，税后折现率差异较大，主要系因无风险报酬率差异较大所致，2020 年和 2021 年无风险报酬率均根据中国资产评估协会发布的《资产评估专家指引第 12 号——收益法评估企业价值中折现率的测算》、证监会发布的《监管规则适用指引——评估类第 1 号》，以国债剩余到期期限 10 年以上样本到期收益率平均值作为无风险报酬率，即其差异主要系国债到期收益率变化所导致。

同时，在由税后折现率计算税前折现率过程中，因 2021 年商誉减值测试预测和计算时，江苏宏泰 2022 年及 2023 年出现亏损，2022-2025 年均不需缴纳所得税，使得税前折现率与税后折现率数值变化较小，进一步导致与 2020 年商誉减值测试时税前折现率的较大差异。

此外，对同行业上市公司松井股份商誉减值测试情况对比分析：松井股份控股子公司东莞欧哈希化学涂料有限公司近两年商誉减值测试折现率与江苏宏泰折现率对比如下：

上市公司	商誉资产组	2020 年税后折现率	2021 年税后折现率
广信材料	江苏宏泰	12.28%	10.72%
松井股份	东莞欧哈希	12.31%	10.89%

注：以上松井股份数据来源于松井股份 2020 年和 2021 年年报。

综上，江苏宏泰 2021 年商誉减值测试中主要参数系依据公司实际情况及未来发展趋势进行的预测，与前次测试的差异具有合理性，相关差数设置合理，已经考虑其持续经营风险，符合会计准则相关规定。

5) 结合前述情况说明江苏宏泰历次商誉减值测试时对未来收入的预测和折现率等关键参数的确定是否合理、谨慎，报告期以及以前年度商誉减值准备计提是否充分、合理，是否仍存在商誉减值风险

于各年商誉减值测试中，管理层充分分析了历史年度江苏宏泰的经营状况和盈利情况，并对宏观经济和所处市场环境进行了分析，充分了解了以前年度业绩变动的内/外部原因，并结合市场整体和自身发展情况制定了不同的策略和措施，并由此编制了未来年度盈利预测和现金流量情况。经综合分析各年度商誉减值测试时市场环境和宏观经济发展趋势，江苏宏泰盈利未来年度盈利预测依据充分、结果合理，现金流预测编制过程准确。

同时，商誉减值测试中，根据《会计监管风险提示第 8 号——商誉减值》、《资产评估专家指引第 12 号——收益法评估企业价值中折现率的测算》、《监管规则适用指引——评估类第 1 号》等准则依据，对折现率等关键参数进行测算，测算过程和参数取值符合规定，折现率计算结果合理，变动情况与同行业公司具有一致性。

综上，江苏宏泰历次商誉减值测试时对未来年度的盈利预测和折现率等关键参数的确定和计算合理、谨慎，报告期以及以前年度商誉减值准备计提充分、合理；除非 2022 年度及之后年度发生意料之外的、重大的影响行业和宏观经济环境的变化，江苏宏泰以后年度存在商誉减值风险的可能性较低。

2、湖南阳光

1) 主要财务数据

湖南阳光 2018-2021 年财务数据主要如下：

资产负债表

单位：万元

	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度
流动资产	3,569.65	5,522.35	6,077.56	6,801.80
非流动资产	879.44	891.60	873.33	847.75
资产总计	4,449.08	6,413.95	6,950.89	7,649.55
流动负债	2,609.61	2,793.16	1,117.37	1,660.19
非流动负债	-	-	-	-
负债总计	2,609.61	2,793.16	1,117.37	1,660.19
所有者权益	1,839.48	3,620.79	5,833.52	5,989.36

损益表

单位：万元

项目	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度
营业收入	5,823.42	6,425.36	7,552.02	5,987.00
营业成本	3,560.69	3,574.56	4,258.62	4,589.12
税金及附加	38.84	41.12	49.49	33.95
销售费用	246.38	190.73	226.79	414.80
管理费用	160.75	158.63	146.03	308.70
研发费用	241.42	272.01	305.12	315.89
财务费用	54.04	48.75	10.50	-6.72
营业利润	1,416.66	2,058.01	2,563.85	153.96
净利润	1,224.52	1,781.31	2,212.73	155.84

2) 所处市场环境

①PVC 地板行业

PVC 塑胶涂料占湖南阳光销售额的比例在 60%以上，是湖南阳光的主要收入来源，该产品应用于 PVC 地板的生产。2021 年 1-11 月，虽然美国依然是我国 PVC 地板出口主要目的地，但相比去年同期有明显的下滑。根据卓创资讯《2021 年 PVC 铺地制品出口数据前瞻分析》，2021 年 1-11 月我国出口至美国的 PVC 铺地制品量占整体出口量的 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%。

②化妆品行业

湖南阳光化妆品包装盒涂料主要用于化妆品包装盒的外层保护，兼有美观功能。2019 年-2021 年，我国化妆品零售额数据如下：

项目	2019 年	2020 年	2021 年
零售额（亿元）	2,992	3,400	4,026

数据来源：统计局、中商产业研究院整理

受上游原材料价格上涨影响，加之化妆品涂料需要专用化工运输车运输导致运输成本较高，公司决定削减该类产品的生产和销售。

3) 湖南阳光商誉减值测试中增长率、息税前利润率及税前折现率等相关参数选取的依据及合理性

湖南阳光本次商誉减值测试中关键数据如下：

单位：万元

	2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年度	2026 年度
收入	4,501.92	4,879.32	5,364.62	5,655.84	5,810.31
收入增长率	-24.81%	8.38%	9.95%	5.43%	2.73%
息税前利润	152.76	515.77	746.52	843.76	867.33
息税前利润率	3.39%	10.57%	13.92%	14.92%	14.93%
税前折现率	11.95%	11.95%	11.95%	11.95%	11.95%

①收入情况预测

湖南阳光主要产品包括 PVC 塑胶涂料和真空镀膜涂料，其中 PVC 塑胶涂料主要应用于 PVC 地板，取消化妆品涂料的生产经营后，目前真空镀膜涂料主要为 3C 类涂料。本次商誉减值测试，对未来年度销售情况预测如下：

单位：万元

产品种类	2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年度	2026 年度
PVC 塑胶涂料	3,725.51	4,369.89	4,855.02	5,146.33	5,300.71
真空镀膜涂料	735.21	468.24	468.40	468.32	468.40
其他	41.19	41.19	41.19	41.19	41.19
合计	4,501.92	4,879.32	5,364.62	5,655.84	5,810.31

PVC 塑胶涂料：管理层结合市场调研情况，考虑中美贸易争端的持续影响，结合 2021 年第四季度及 2022 年第一季度销售数据，预计 2022 年销量较 2021 年会有大幅下降，随着 2022 年新开拓客户逐渐通过验证，预计之后年度会呈现一定比例的增加。

真空镀膜涂料：湖南阳光历史年度（2019-2021 年）真空镀膜涂料主要包含自产的化妆品包装盒涂料和自江苏宏泰采购而后对外销售的消费电子类涂料。受原材料价格上涨影响，化妆品包装盒涂料毛利率大幅下降，且运输费用较高，湖南阳光已于 2021 年度开始逐渐降低该类产品的生产经营，预计 2022 年仍有少量销售，2023 年起不再生产和销售；自江苏宏泰采购的消费电子类涂料销售将维持相对稳定。

②息税前利润率

息税前利润率主要受成本（毛利率）、销售费用、管理费用、研发费用和财务费用（不含借款利息）的影响。

A、毛利率

本次商誉减值测试，对 2022 年-2026 年度毛利率预测情况如下：

项目	2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年度	2026 年度
毛利率	25.48%	28.52%	30.00%	30.72%	30.76%

2022-2026 年，预测毛利率较 2021 年小幅逐渐增加，一方面是因为公司取消了毛利率较低的化妆品涂料的生产经营，另一方面是因为随着产量的逐年增加，单位固定成本下降，使得毛利率上升。

B、期间费用

本次商誉减值测试，对 2022-2026 年度期间费用（不含借款费用）预测数据如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年度	2026 年度
期间费用（不含借款费用）	966.19	844.18	828.06	857.12	882.19
占营业收入的比例	21.46%	17.30%	15.44%	15.15%	15.18%

预测期内，期间费用金额 2022-2024 年逐渐下滑，以后年度有小幅增加。占营业收入的比例逐年下降，主要原因是：

①公司决定取消化妆品包装涂料的生产经营，逐步削减相关人员，导致相关的管理、销售人员成本下降。2022 年较其他年度高主要是考虑了离职人员补偿。

②2022 年受下游 PVC 地板被美国加征关税影响，公司预测销售收入仍然呈现下滑趋势，导致 2022 年期间费用占营业收入的比例较 2021 年有所上升；随着新增客户的逐年开拓，预计之后年度营业收入将出现增长趋势，使得期间费用占比逐年下降。

③折现率计算的依据和合理性

根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》的规定，包含商誉资产组预计未来现金流量现值计算中，“折现率是反映当前市场货币时间价值和资产特定风险的税前利率。该折现率是企业在购置或者投资资产时所要求的必要报酬率”，“折现率的确定应与未来现金流量税前口径一致采用税前折现率”。

根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》应用指南的规定，“折现率的确定通常应当以该资产的市场利率为依据。无法从市场获得的，可以使用替代利率估计折现率。替代利率可以根据加权平均资金成本、增量借款利率或者其他相关市场借款利率作适当调整后确定。”

根据 IAS36BCZ85 的列示，“理论上，只要税前折现率是以税后折现率为基础加以调整得出，以反映未来纳税现金流量的时间和特定金额，采用税后折现率折现税后现金流量的结果与采用税前折现率折现税前现金流量的结果应当是相同的。税前折现率并不总是等于以标准所得税率调整税后折现率所得出的利率。”

因此，商誉减值测试评估税前折现率的计算先计算税后现金流量折现值，再采用割差法计算税前折现率指标值。

本次商誉减值测试过程中，计算税后折现率，加权平均资本成本（WACC），具体计算公式如下：

$$WACC = K_e \times W_e + K_d \times (1 - T) \times W_d$$

其中：Ke：权益资本成本；

Kd：债务资本成本；

T：所得税率

We：权益资本结构比例

Wd：付息债务资本结构比例

加权平均资本成本的计算需要确定如下指标：权益资本成本、付息债务资本成本和付息债务与权益价值比例。

采用资本资产定价模型（CAPM）计算权益资本成本，计算公式如下：

$$\text{即：} KE = RF + \beta (RM - RF) + \alpha$$

其中：KE—权益资本成本；

RF—无风险收益率；

RM-RF—市场风险溢价；

β —Beta 系数；

α —企业特有风险。

④无风险收益率（RF）的确定

国债收益率通常被认为是无风险的，因持有该债权到期不能兑付的风险很小。根据中国资产评估协会发布的《资产评估专家指引第 12 号——收益法评估企业价值中折现率的测算》、证监会发布的《监管规则适用指引——评估类第 1 号》，本项目采用剩余到期年限 10 年以上国债的到期收益率平均值作为无风险报酬率。

本次减值测试，计算无风险报酬率指标值为 3.35%。

⑤市场风险溢价的计算

市场风险溢价是预期未来较长期间市场证券组合收益率与无风险利率之间的差额。市场风险溢价的确定既可以依靠历史数据，也可以基于事前估算。

根据中国资产评估协会发布的《资产评估专家指引第 12 号——收益法评估企

业价值中折现率的测算》、证监会发布的《监管规则适用指引——评估类第1号》，本项目市场风险溢价采用上证综指和深证成指月收益率几何平均值换算成年收益率后的算数平均值减去无风险报酬率指标值计算，取值时间跨度为自指数设立至今。

本次减值测试，计算的市场风险溢价指标值为 6.75%。

⑥β 的计算

β 反映一种股票与市场同向变动的幅度，β 指标计算模型为市场模型：

$$R_i = \alpha + \beta R_m + \epsilon$$

在市场模型中，以市场回报率对股票回报率做回归求得 β 指标值，本说明中样本 β 指标的取值来源于同花顺金融终端。

β 指标值的确定以选取的样本，自同花顺金融终端取得的考虑财务杠杆的 β 指标值为基础，计算商誉所在资产组所处行业业务板块的不考虑财务杠杆的 β 指标值，以所处行业平均资本结构为基础，计算商誉所在资产组考虑财务杠杆的 β 指标值。

考虑财务杠杆的 β 指标值与不考虑财务杠杆的 β 指标值换算公式如下：

$$\beta_U = \beta_L / [1 + (1 - T) \times D/E]$$

式中：

β_L：考虑财务杠杆的 Beta；

β_U：不考虑财务杠杆的 Beta；

T：所得税率；

通过计算，包含商誉资产组的 β 指标值为 0.8256。

⑦特有风险的调整

由于选取样本与包含商誉资产组经营环境不同，同时考虑包含商誉资产组个别经营风险，特有风险调整为 2%。

⑧股权资本成本的计算

通过以上计算，依据 $KE = RF + \beta (RM - RF) + \alpha$ ，计算股权资本成本为 11.39%。

⑨债务资本成本

债务资本成本的计算以中国人民银行公布的 5 年以上贷款基准利率为基础，即 4.60%。

⑩税后折现率的计算

通过以上计算，依据 $WACC = K_e \times W_e + K_d \times (1 - T) \times W_d$ ，计算税后折现率为 10.72%。

依据税后现金流量、税后折现率计算得出现金流量现值，以此为基础，采用割差法计算税前折现率为 11.95%。

综上所述，本次商誉减值测试的折现率的计算根据《会计监管风险提示第 8 号——商誉减值》和《监管规则适用指引——评估类第 1 号》等准则和规定进行，具有合理性。

4) 与以前年度商誉减值测试是否存在差异及其原因

2018-2021 年历次商誉减值测试关键参数对比情况如下：

项目	年度	2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年度	2026 年度
收入	2018 年预测	10,108.36	11,105.77	11,105.77	11,105.77	11,105.77
	2019 年预测	8,262.54	8,907.64	9,165.84	9,165.84	9,165.84
	2020 年预测	9,717.92	10,269.58	10,715.06	10,949.61	10,949.61
	2021 年预测	4,501.92	4,879.32	5,364.62	5,655.84	5,810.31
息税前利润率	2018 年预测	25.65%	25.14%	25.14%	25.14%	25.14%
	2019 年预测	30.57%	30.12%	29.29%	29.29%	29.29%
	2020 年预测	26.19%	25.19%	23.99%	22.53%	22.53%
	2021 年预测	3.39%	10.57%	13.92%	14.92%	14.93%
税前折现率	2018 年预测	14.49%	14.49%	14.49%	14.49%	14.49%
	2019 年预测	13.47%	13.47%	13.47%	13.47%	13.47%
	2020 年预测	14.07%	14.07%	14.07%	14.07%	14.07%
	2021 年预测	11.95%	11.95%	11.95%	11.95%	11.95%

由上表，湖南阳光历次商誉减值测试关键指标存在一定的差异，就关键参数差异分析对比如下：

①收入存在差异的原因

2018-2020 年商誉减值测试中对未来年度收益预测总体相对较高。其中 2019 年预测较 2018 年预测有一定幅度下降，主要系因 2019 年公司未继续与江苏肯帝亚木业有限公司合作，该客户 2018 年度的采购额为 611.91 万元。2020 年，在公司的努力开拓下，公司客户有一定的新增，同时原有客户也保持了稳定的采购，公司销售收入实现了较大幅度的增加，基于此 2020 年预测时有一定增加。

2021 年湖南阳光销售及利润均呈现较大幅度的下降。我国 PVC 地板主要出口美国，2020 年 8 月 7 日，美国贸易代表办公室发布声明，自 2020 年 8 月 7 日

开始对包括下游 PVC 地板在内的多个行业恢复加征 25%关税。受到上述加征关税政策的影响,我国 PVC 地板 2021 年出口增速放缓。作为 PVC 地板的上游原材料,湖南阳光 PVC 塑胶涂料的销售也受到了较大影响,一方面 PVC 地板厂商降低了对 PVC 塑胶涂料的需求,另一方面,经营成本的增加使得下游 PVC 地板厂商不断向上游原材料供应商施压,导致 PVC 塑胶涂料的销售价格大幅下降,2021 年平均销售单价较 2020 年下降约 9.25%。此外,上游原材料价格的上涨使得成本大幅上升,叠加前述销售单价下降影响,2021 年湖南阳光 PVC 涂料毛利率大幅下滑,由 2020 年的 47.84%下滑至 2021 年的 28.16%。于 2020 年商誉减值测试时,公司管理层考虑虽然美国对中国 PVC 地板加征关税,但基于美国本土人力成本较高、配套产业链成熟程度等因素,美国 PVC 地板主要依赖中国进口,两国的产业定位决定了加征关税对我国 PVC 地板行业有一定的不利影响,但影响有限。且 2020 年我国对美国 PVC 地板出口仍实现了较高的增长。于 2021 年度,关税影响叠加海运费的上涨及原材料的大幅上涨,PVC 地板行业上下游公司经营困难,如海象新材等 PVC 地板厂商分别选择在海外建厂,于 2021 年商誉减值测试时,管理层考虑了由关税所引发的 PVC 地板产能向海外转移的情况,并对未来年度 PVC 地板的销量及销售金额进行预测。

同时,湖南阳光真空镀膜涂料主要用于化妆品包装领域,该类涂料需专用化工运输车运输,运输成本较高,并且受原材料涨价影响毛利率大幅下降,盈利能力较弱,公司决定逐渐削减该类涂料产品的生产和销售,导致 2021 年真空镀膜涂料销量大幅下降。基于以上因素,2021 年商誉减值测试时公司管理层对未来年度收入进行的预测较以前年度的预测呈现出较大的差异。

②息税前利润率差异的原因

息税前利润率主要受毛利率及期间费用的影响,2018-2021 年毛利率和期间费用(不含借款费用)预测数据分别如下:

历次商誉减值测试毛利率预测数据

	2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年度	2026 年度
2018 年预测	35.06%	34.40%	34.40%	34.40%	34.40%
2019 年预测	42.28%	42.04%	41.66%	41.66%	41.66%
2020 年预测	41.35%	40.39%	39.31%	38.10%	38.10%
2021 年预测	25.48%	28.52%	30.00%	30.72%	30.76%

期间费用

年份	项目	2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年度	2026 年度
2018 年	费用合计	957.61	1,030.83	1,030.83	1,030.83	1,030.83
	费用率	9.47%	9.28%	9.28%	9.28%	9.28%
2019 年	费用合计	921.94	1,012.90	1,084.24	1,084.24	1,084.24
	费用率	11.16%	11.37%	11.83%	11.83%	11.83%
2020 年	费用合计	1,410.90	1,495.76	1,573.89	1,635.95	1,635.95
	费用率	14.52%	14.56%	14.69%	14.94%	14.94%
2021 年	费用合计	966.78	844.81	828.76	857.86	882.95
	费用率	21.47%	17.31%	15.45%	15.17%	15.20%

由以上 2018-2021 年历次商誉减值测试时毛利率预测表，2019 年商誉减值测试时对未来年度毛利率预测较 2018 年高，2020 年预测和 2021 年预测是逐渐下滑。主要原因分析如下：2018 年湖南阳光实现收入 5,823.42 万元，综合毛利率为 38.86%，公司管理层预测未来年度随着公司销量的逐渐扩大，会有一定的降价，由此导致毛利率一定幅度的下滑，并预测未来年度实现毛利率约为 34.4%左右；2019 年度，公司销量有一定幅度的增加，且真空涂料整体单价小幅上升，同时随着公司采购量的扩大，公司原材料价格有小幅的下滑、单位制造费用下滑，2019 年湖南阳光实现收入 6,425.36 万元，综合毛利率为 44.37%，结合 2019 年实际实现情况，公司管理层对未来年度进行预测；2020 年度，公司为扩大市场份额，对产品价格进行了一定幅度的下调，当年实现收入 7,552.02 万元，较上一年度收入增加 17.53%，毛利率有小幅的下滑，同时 2021 年第一季度，公司原材料呈现出较大幅度的上涨，考虑原材料单价的上涨，公司管理层预测公司产品毛利率将会逐渐走低，并将下滑至 38.1%。2021 年度，随着我国 PVC 地板对美国出口量的下滑，公司原材料价格的超出预期的大幅上涨，公司收入和毛利率均呈现出较大幅度的下滑，基于公司所面临的经营困境，管理层决定取消化妆品包装类真空涂料的生产和经营，并对人员团队进行整合和精简，同时考虑 2022 年第一季度原材料单价的趋稳和下滑，管理层预测毛利率将逐渐提高，并将由 2021 年实际实现的 23.35%的毛利率逐渐恢复至 30.76%。

由以上期间费用表，2018-2020 年商誉减值测试时，对期间费用金额和占比的预测逐渐升高，主要系因公司考虑未来年度收入预测的逐渐升高，期间费用与之的匹配性；2021 年商誉减值测试预测时，管理层基于宏观和行业环境考虑未来年度收入预测将较以前年度预测出现大幅的下滑，并由此对产品结构、人员团队

进行了调整，并下调了对以后年度期间费用的预测，但因对未来年度收入预测的大幅下滑，导致期间费用占比仍较以前年度的预测大幅增加。

③折现率差异的原因

湖南宏泰历次商誉减值测试（2017-2021年）折现率如下：

2018年商誉减值测试评估：14.49%（税前折现率）

2019年商誉减值测试评估：13.47%（税前折现率）

2020年商誉减值测试评估：14.07%（税前折现率）

2021年商誉减值测试评估：11.95%（税前折现率）

由上，2018-2020年折现率差异较小，2021年测算折现率与之前年度有较大差异。2020年和2021年计算过程对比如下：

项目	2020年	2021年
可比公司 1	渝三峡 A	渝三峡 A
可比公司 2	神剑股份	神剑股份
可比公司 3	兴业股份	兴业股份
可比公司 1beta	1.2619	0.7427
可比公司 2beta	0.9242	0.6192
可比公司 3beta	0.9973	1.1150
被评估单位 beta	1.0613	0.8943
无风险报酬率	4.03%	3.35%
市场风险溢价	6.69%	6.75%
企业特定风险	2.00%	2.00%
税后折现率	12.28%	10.72%
税前折现率	13.71%	11.40%

由上表可知，2020年和2021年税后折现率分别为12.28%和10.72%，税后折现率差异较大，主要系因无风险报酬率差异较大所致，2020年和2021年无风险报酬率均根据中国资产评估协会发布的《资产评估专家指引第12号——收益法评估企业价值中折现率的测算》、证监会发布的《监管规则适用指引——评估类第1号》，以国债剩余到期期限10年以上样本到期收益率平均值作为无风险报酬率，即其差异主要系国债到期收益率变化所导致。

同时，对同行业上市公司松井股份商誉减值测试情况对比分析：松井股份控股子公司东莞鸥哈希化学涂料有限公司近两年商誉减值测试折现率与江苏宏泰折现率对比如下：

上市公司	商誉资产组	2020年税后折现率	2021年税后折现率
广信材料	江苏宏泰	12.28%	10.72%

上市公司	商誉资产组	2020 年税后折现率	2021 年税后折现率
松井股份	东莞欧哈希	12.31%	10.89%

注：以上松井股份数据来源于松井股份 2020 年和 2021 年年报。

综上所述，湖南阳光 2021 年商誉减值测试中主要参数系依据公司实际情况及未来发展趋势进行的预测，与前次测试的差异具有合理性，相关差数设置合理，已经考虑其持续经营风险，符合会计准则相关规定。同时与行业公司一致。

5) 结合前述情况说明湖南阳光历次商誉减值测试时对未来收入的预测和折现率等关键参数的确定是否合理、谨慎，报告期以及以前年度商誉减值准备计提是否充分、合理，是否仍存在商誉减值风险

于各年商誉减值测试中，管理层充分分析了历史年度湖南阳光的经营状况和盈利情况，并对宏观经济和所处市场环境进行了分析，充分了解了以前年度业绩变动的内/外部原因，并结合市场整体和自身发展情况制定了不同的策略和措施，并由此编制了未来年度盈利预测和现金流量情况。经综合分析各年度商誉减值测试时市场环境和宏观经济发展趋势，湖南阳光未来年度盈利预测依据充分、结果合理，现金流预测编制过程准确。

同时，商誉减值测试中，根据《会计监管风险提示第 8 号——商誉减值》、《资产评估专家指引第 12 号——收益法评估企业价值中折现率的测算》、《监管规则适用指引——评估类第 1 号》等准则依据，对折现率等关键参数进行测算，测算过程和参数取值符合规定，折现率计算结果合理，变动情况与行业公司具有一致性。

综上，湖南阳光历次商誉减值测试时对未来年度的盈利预测和折现率等关键参数的确定和计算合理、谨慎，报告期以及以前年度商誉减值准备计提充分、合理；除非 2022 年度及之后年度发生意料之外的、重大的影响行业和宏观经济环境的变化，湖南阳光以后年度存在商誉减值风险的可能性较低。

四、请公司年审会计师核查并发表明确意见。

【会计师核查意见】

(一) 核查程序

针对以上事项，会计师执行了如下核查程序：

1、分析湖南阳光报告期主要财务数据及同比变动情况；

2、了解湖南阳光、江苏宏泰报告期业务开展情况、所处行业发展情况、市场环境变动情况，分析江苏宏泰、湖南阳光的业绩变动是否与行业发展情况相符；

3、了解公司产品核心竞争力、成本构成及费用的变动情况，分析说明报告期业绩变动的原因及合理性；

4、查阅同行业上市公司的年报及其他公开披露文件，了解同行业可比公司的业绩情况，分析江苏宏泰、湖南阳光的业绩变动是否与同行业可比公司趋势一致；

5、获取报告期内江苏宏泰、湖南阳光主要客户、供应商名单，分析主要客户及供应商变动情况；

6、获取报告期内江苏宏泰、湖南阳光前五大客户名称、销售金额、应收账款期末余额，并分析较上年变化情况及原因；

7、了解报告期内江苏宏泰、湖南阳光前五大客户整体回款情况，并检查是否与公司、主要股东、董监高存在关联关系；

8、获取资产评估机构出具的江苏宏泰、湖南阳光 2021 年商誉减值测试评估报告，了解商誉减值测试过程及关键参数的设置情况，分析关键参数设置的合理性；

9、结合江苏宏泰、湖南阳光实际经营情况及 2020 年商誉减值测试情况，分析关键参数是否存在差异以及差异产生的原因以及相关参数设置是否合理。

（二）核查意见

经核查，会计师认为：

1、江苏宏泰和湖南阳光报告期业绩下降的主要原因是下游终端应用市场在业绩承诺期后出现下滑以及原材料价格大幅上涨，导致江苏宏泰及湖南阳光的经营业绩出现了较大幅度的下滑。

2、江苏宏泰和湖南阳光报告期业绩变动与同行业可比公司及行业发展趋势一致，持续经营能力不存在重大不确定性。

3、江苏宏泰和湖南阳光前五大客户基本保持稳定，在上游原材料价格上涨的压力下对主要客户的账期有所适当延长，与公司及其主要股东、董监高不存在关联关系。

4、江苏宏泰和湖南阳光历次商誉减值测试时对未来年度的盈利预测和折现率等关键参数的确定和计算合理、谨慎，报告期以及以前年度商誉减值准备计提充分、合理；除非 2022 年度及之后年度发生意料之外的、重大的影响行业和宏观经济环境的变化，以后年度存在商誉减值风险的可能性较低。

2.你公司主营业务为油墨、涂料等电子化学品的研发、生产和销售，报告期油墨产品实现营业收入 35,486.13 万元，同比增长 27.23%，毛利率 25.24%，同比下降 7.05 个百分点。请结合报告期油墨业务上下游情况、行业发展、市场环境、成本构成、销售价格及销售产品结构变动、同行业可比公司情况等，说明油墨业务毛利率下滑的原因及合理性，该趋势是否具有持续性。请公司年审会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、公司回复如下：

（一）油墨业务上下游情况

油墨业务上游情况：专用油墨属于精细化工类产品，油墨的生产需要树脂、光引发剂、单体、溶剂、助剂、无机填料等多种基础化工原料，公司上游供应商主要为一些大型化工企业或者代理商。现阶段，我国树脂行业市场集中度较低、处于充分竞争状态，尤其是中低端市场进入门槛较低，新进入企业较多，市场竞争日趋激烈。而公司出于产品质量和终端客户的要求，需要从上游原材料供应商采购较为优质的树脂等原材料，而性能优异的合成树脂的中高端市场由于技术壁垒较高，新进入企业较少，维持供不应求的局面，因此，采购过程中处于相对弱势地位。

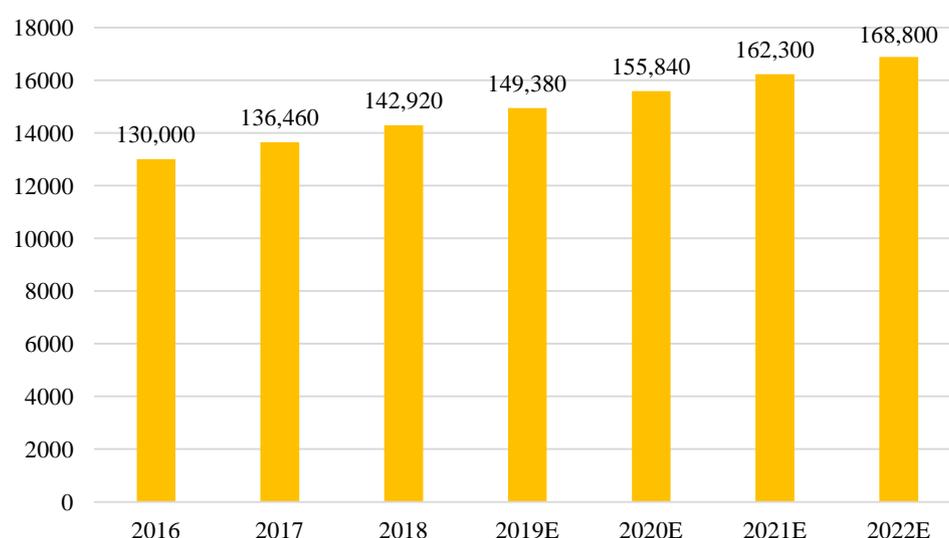
油墨业务下游情况：在专用油墨领域，由于专用油墨具有较强的功能性和专用性，专用油墨制造企业与下游客户之间的合作除产品销售之外，还涉及到产品应用解决方案及客户制造工艺的改良等，专用油墨制造企业会根据客户需求调整油墨产品的规格，客户也会基于专用油墨的产品特性对制造工艺进行改良。经过多年的发展，公司依靠持续的研发创新和高标准的质量管理，确保了产品拥有稳

定的品质和良好的使用效果，进而积累了依顿电子、博敏电子、景旺电子、兴森快捷、健鼎科技、定颖电子、明阳电路、生益电子、胜宏科技、中京电子、世运电路、科翔股份、天津普林、本川智能、方正科技、崇达技术、广东骏亚、奥士康、金信诺、恩达电路、康美电子等一批综合实力较强的稳定客户，并与其形成了相互合作、互利互惠的良性合作关系，而且被多家企业评定为优秀供应商。公司优质的客户群进一步提升了公司的品牌效应，为公司长期持续稳定发展奠定了坚实基础。

（二）行业发展及市场环境

PCB 油墨作为 PCB 产业的前沿基础材料，下游应用领域不断扩大，涵盖汽车电子、电脑、信息通讯、航空航天、家用电器、节能照明、消费电子、工业控制等多个行业。随着电子信息行业产品更新换代速度加快，市场对电子产品性能提升的要求也不断提高，PCB 油墨技术快速更新升级，市场规模不断增长。根据公开数据显示，2018 年中国 PCB 用油墨的需求量为 14.29 万吨，而预计到 2022 年，中国 PCB 用油墨的需求量将会快速增长至 16.88 万吨，年复合增长率为 4.79%，国内 PCB 用油墨需求规模稳定增长。

中国 PCB 油墨需求量（单位：吨）



数据来源：广发证券发展研究中心

随着 5G 技术、物联网技术的推进，电子终端的品类日趋多元化，智慧物流、智能穿戴、智能家居等电子终端的兴起都将对 PCB 油墨需求产生强大的拉动作

用，促进 PCB 油墨行业的增长。

（三）成本构成

（1）成本构成同比分析

单位：万元

成本类型	2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比
原材料	23,029.03	86.81%	15,244.00	80.72%
人工费用	161.45	0.61%	650.36	3.44%
制造费用	3,338.93	12.59%	2,991.17	15.84%
合计	26,529.41	100.00%	18,885.53	100.00%

公司专用油墨产品的主营业务成本由原材料、人工费用和制造费用构成。2020-2021 年度原材料占比分别为 80.72%、86.81%，人工费用占比分别为 3.44%、0.61%，2021 年度人工费用为 161.45 万元，占营业成本的比重为 0.61%，相比同期下降较大主要原因为公司本部的青阳基地受当地的环保、安监及相关调峰限产的影响，处于常态化的限产、间歇性停产状态，一线生产人员离职变动导致。制造费用占比分别为 15.84%、12.59%，由上表可以看出，原材料在营业成本中的比重均在 80% 以上，对毛利率的影响最大。

（2）原材料价格波动对毛利率变化分析

项目	2021 年度	2020 年年度	变动比例
毛利率	25.24%	32.29%	-7.05%
平均销售单价（万元/吨）	3.56	3.50	0.06
平均单位材料（万元/吨）	2.31	1.92	0.39
平均单位人工（万元/吨）	0.02	0.08	-0.06
平均单位制造费用（万元/吨）	0.34	0.38	-0.04
平均销售单价变动影响	1.12%		
平均单位材料变动影响	-11.15%		
平均单位人工变动影响	1.84%		
平均单位制造费用变动影响	1.14%		

项目	2021 年度	2020 年年度	变动比例
合计影响			-7.05%

注：采用连环替代因素法计算。

2020 年-2021 年，公司的油墨产品毛利率分别为 32.29% 及 25.24%，其中营业成本中单位材料成本分别为 1.92 万元/吨、2.31 万元/吨，平均每吨上涨 0.39 万元/吨，相应对毛利率的贡献减少了 11.15%。原材料价格上涨是毛利率降低的关键因素。

（四）销售价格及销售产品结构变动

公司主要采用的定价机制为成本加成法，在产品成本基础上，结合市场情况，与客户协商确定产品价格。但鉴于目前 PCB 油墨及涂料产品市场竞争激烈，下游客户在议价方面能力更强，尤其是在主要生产原材料价格发生较大波动后，公司只能通过适当调整产品价格将部分原材料价格上涨压力传递给下游客户，以维持相对合理的毛利率水平，2021 年度平均售价较 2020 年度上涨了 0.06 万元/吨，但售价的提高不足以对冲原材料价格的上涨。

报告期内公司的产品结构未发生重大变动。

（五）同行业可比分析

PCB 油墨产品的毛利率比较

项目	2021 年	2020 年	平均值	变动比例
容大感光	26.81%	28.34%	27.58%	-1.53%
广信材料	25.24%	32.29%	28.77%	-7.05%

注：①数据来源于同行业可比公司年度报告；

公司 PCB 油墨产品 2021 年度毛利率低于可比公司容大感光，2020 年度及两年平均毛利率均高于可比公司容大感光，主要原因：

（1）公司报告期内 PCB 内层油墨销售占比较 2020 年度有所提高，与外层油墨相比，内层油墨毛利率较低，降低了公司 PCB 油墨产品总体毛利率。

（2）受青阳基地停产影响，公司 PCB 油墨所需合成树脂等原材料由自产变为委外加工，成本增加导致毛利率下降。

扣除上述影响外，公司的 PCB 油墨产品毛利率与可比公司容大感光基本一

致。

综合上述，报告期内，油墨产品毛利率 25.24%，同比下降 7.05%，主要系近年来，受大宗商品价格波动、市场需求紧张及新冠疫情等因素的影响，公司部分原材料市场价格涨幅明显，加之公司部分生产基地限产停产影响，固定成本较高，导致公司的毛利率有所下降，毛利率的下降属于合理范围内的波动，不具有持续性。

应对措施：利用集团采购优势集中进行采购、对原材料的变动趋势进行预判，适量的储备原材料，并通过有效调整销售价格、集中生产并实现规模效应等方式有效应对，短期内公司的毛利率可能存在进一步下降的风险，长期而言不具有持续性。

二、请公司年审会计师核查并发表明确意见。

【会计师核查意见】

（一）核查程序

针对以上事项，会计师执行了如下核查程序：

- 1、了解公司报告期油墨业务上下游情况、行业发展、市场环境；
- 2、获取公司成本构成，并结合原材料价格波动、销售价格及销售产品结构变动对毛利率变化进行分析；
- 3、查阅同行业上市公司的年报及其他公开披露文件，了解并分析和同行业相关产品的毛利率差异原因；
- 4、了解公司油墨业务毛利率下滑的原因及相关应对措施，判断该趋势是否具有持续性。

（二）核查意见

经核查，会计师认为：

报告期内，受大宗商品价格波动、市场需求紧张及新冠疫情等因素的影响，公司部分原材料市场价格涨幅明显，加之公司部分生产基地限产停产影响，固定成本较高，导致公司的毛利率有所下降，短期内公司的毛利率可能存在进一步下

降的风险，长期而言不具有持续性。

3. 年报显示，报告期公司涂料板块受新冠疫情、华为事项、原材料价格上涨等因素影响业绩下滑。报告期，你公司涂料产品产量 5,794.77 吨，同比下降 27.88%；实现销售收入 26,057.08 万元，同比下降 22.99%；毛利率 30.37%，同比下降 7.23 个百分点。公司涂料产品产量、营业收入及毛利率连续两年下滑。报告期涂料产品设计产能 10,350t/n，产能利用率 55.99%，在建产能 15,000t/n。涂料产品现有产能来自湖南宏泰及湖南阳光，规划建设产能来自江西广臻感光材料有限公司（以下简称“江西广臻”）。

一、请结合公司涂料板块业务主要客户的销售额及占比、报告期涂料产品成本构成及同比变化、销售价格及销售产品结构变动、同行业可比公司成本构成及毛利率变动、行业发展及市场环境变动情况等，量化说明新冠疫情、华为事项、原材料价格上涨对涂料板块业务营业收入及毛利率的具体影响，公司涂料业务板块产量、营业收入及毛利率连续下滑的原因及合理性，该趋势是否有持续性，是否影响你公司涂料板块业务的盈利能力。

回复：

（一）涂料板块业务主要客户的销售额及占比

公司涂料板块业务由江苏宏泰、湖南阳光开展，主要客户的销售额及占比情况详见本回复报告“问题 1”之“一、请补充披露湖南阳光报告期主要财务数据及同比变动情况。请结合湖南阳光、江苏宏泰报告期业务开展情况、所处行业发展情况、市场环境变动情况、主要客户及供应商变动情况、产品核心竞争力、成本构成及费用的变动情况等说明报告期业绩变动的原因及合理性，是否与同行业可比公司及行业发展趋势一致，持续经营能力是否存在重大不确定性”之“（三）主要客户及供应商变动情况”。

（二）报告期涂料产品成本构成及同比变化

报告期内，公司涂料产品成本构成及同比变化情况如下：

项目	2021 年度		2020 年度		2021 年较 2020 年变动率
	金额（万元）	占比	金额（万元）	占比	
直接材料	16,217.55	89.39%	18,612.69	88.16%	-12.87%
直接人工	465.52	2.57%	533.36	2.53%	-12.72%
制造费用	1,460.27	8.05%	1,966.31	9.31%	-25.74%

项目	2021 年度		2020 年度		2021 年较 2020 年变动率
	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	
合计	18,143.34	100.00%	21,112.36	100.00%	-14.06%

2021 年，直接材料占比较 2020 年略有上升，主要是 2021 年原材料价格上涨所致。整体上看，报告期内，公司涂料产品成本构成较为稳定，未发生重大变化。

(三) 销售价格及销售产品结构变动

1、销售价格变动情况

最近三年，公司涂料产品销售价格情况如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
营业收入 (万元)	26,057.08	33,835.31	47,751.85
销售量 (吨)	5,355.51	7,533.34	9,994.39
销售量增加对营业收入的贡献 (万元)	-9,781.53	-11,758.57	8,169.49
平均销售价格 (万元/吨)	4.87	4.49	4.78
销售价格增加对营业收入的贡献 (万元)	2,003.29	-2,157.97	6,742.99
累计贡献 (万元)	-7,778.24	-13,916.54	14,912.48

2020 年以来，受新冠肺炎疫情影响，对公司原材料采购、运输、客户开拓等都受到一定程度的影响，涂料业务销量呈下降趋势。同时，受客户调整供应商池影响，公司失去了部分重要客户，专用涂料订单数量下降幅度较大，影响销量与收入。叠加上述两种因素，公司涂料业务营业收入自 2020 年以来逐年下降。由于 2020 年仍有部分在执行订单，收入下降幅度有限，进入 2021 年以来，销量下降影响更为明显，并导致专用涂料业务收入下降。

2、销售产品结构变动情况

最近三年，公司涂料产品营业收入构成如下：

单位：万元

产品分类	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
消费电子专用涂料	15,219.62	58.41%	22,812.35	67.42%	32,869.83	68.83%
化妆品包装专用涂料	1,326.77	5.09%	1,555.50	4.60%	2,237.57	4.69%

产品分类	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
汽车专用涂料	930.28	3.57%	963.58	2.85%	1,416.65	2.97%
运动器材专用涂料	806.09	3.09%	806.38	2.38%	1,010.23	2.12%
抗指纹类涂料	2,134.93	8.19%	2,585.73	7.64%	5,902.96	12.36%
PVC 塑胶涂料	5,510.80	21.15%	5,033.03	14.88%	4,045.99	8.47%
其他	128.59	0.49%	78.74	0.23%	268.62	0.56%
合计	26,057.08	100.00%	33,835.31	100.00%	47,751.85	100.00%

2021年,公司消费电子涂料营业收入继续下滑,销售占比由2020年的67.42%下降至58.41%,主要原因是受华为等终端客户销售下滑的影响,公司消费电子涂料产品销售订单持续下滑。

2021年,公司化妆品包装涂料营业收入较2020年下降228.73元,主要原因是该类涂料需专用化工运输车运输,运输成本较高,并且受原材料涨价影响毛利率大幅下降,盈利能力较弱,公司子公司湖南阳光决定逐渐削减该类涂料产品的生产和销售。

整体来看,公司2021年涂料产品销售下滑是由消费电子涂料销售下降导致的,其他类型涂料产品销售变动不大。

(四) 同行业可比公司成本构成及毛利率变动

公司涂料板块同行业可比公司为松井股份,其成本构成及毛利率变动情况与公司涂料板块对比如下:

1、成本构成的对比

公司名称	项目	2021 年度		2020 年度	
		金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比
公司	直接材料	16,217.55	89.39%	18,612.69	88.16%
	直接人工	465.52	2.57%	533.36	2.53%
	制造费用	1,460.27	8.05%	1,966.31	9.31%
	合计	18,143.34	100.00%	21,112.36	100.00%
松井股份	直接材料	20,375.05	81.25%	17,049.41	80.32%
	直接人工	772.37	3.08%	656.30	3.09%
	制造费用	2,608.01	10.40%	2,396.86	11.29%
	其他	1,321.56	5.27%	1,123.25	5.29%

公司名称	项目	2021 年度		2020 年度	
		金额（万元）	占比	金额（万元）	占比
	合计	25,076.98	100.00%	21,225.82	100.00%

注：松井股份数据来源于其 2021 年年度报告。

从成本的金额来看，2021 年公司涂料板块营业成本较 2020 年下降 2,969.02 万元，降幅 14.06%。松井股份 2021 年涂料板块营业成本较 2020 年增长 3,851.16 万元，增幅 18.14%。二者变动趋势不一致的主要原因是公司涂料板块受华为事项等因素的影响，销售收入较 2020 年下滑 22.99%，而松井股份营业收入在其他方面业务开拓情况较好，2021 年涂料板块营业收入较 2020 年增长 12.91%。

从成本构成来看，公司 2021 年涂料板块直接材料占比 89.39%，松井股份直接材料占比为 81.25%，二者差异的主要原因是松井股份成本构成中设置“其他”项，按照松井股份招股说明书的披露口径，将“其他”项与直接材料合并后，松井股份 2021 年直接材料占比 86.52%，与公司不存在重大差异。

整体来看，可比公司松井股份的成本构成与公司涂料板块基本一致，不存在重大差异。

2、毛利率的对比

毛利率的对比与分析详见本回复报告“问题 1”之“一、请补充披露湖南阳光报告期主要财务数据及同比变动情况。请结合湖南阳光、江苏宏泰报告期业务开展情况、所处行业发展情况、市场环境变动情况、主要客户及供应商变动情况、产品核心竞争力、成本构成及费用的变动情况等说明报告期业绩变动的原因及合理性，是否与同行业可比公司及行业发展趋势一致，持续经营能力是否存在重大不确定性”之“（七）是否与同行业可比公司及行业发展趋势一致”。

（五）行业发展及市场环境变动情况

行业发展及市场环境变动情况详见本回复报告“问题 1”之“一、请补充披露湖南阳光报告期主要财务数据及同比变动情况。请结合湖南阳光、江苏宏泰报告期业务开展情况、所处行业发展情况、市场环境变动情况、主要客户及供应商变动情况、产品核心竞争力、成本构成及费用的变动情况等说明报告期业绩变动的原因及合理性，是否与同行业可比公司及行业发展趋势一致，持续经营能力是否存在重大不确定性”之“（二）报告期业务开展情况、所处行业发展情况、市场环境变动情况”。

（六）量化说明新冠疫情、华为事项、原材料价格上涨对涂料板块业务营业收入及毛利率的具体影响，公司涂料业务板块产量、营业收入及毛利率连续下滑的原因及合理性，该趋势是否有持续性，是否影响公司涂料板块业务的盈利能力

1、涂料板块营业收入、毛利率下降的具体原因及合理性

新冠疫情导致公司消费电子涂料产品的下游终端客户手机销量下滑或增速放缓，从而导致公司消费电子涂料的销售订单出现一定程度的下滑。下游终端客户手机销售情况详见本回复报告“问题1”之“一、请补充披露湖南阳光报告期主要财务数据及同比变动情况。请结合湖南阳光、江苏宏泰报告期业务开展情况、所处行业发展情况、市场环境变动情况、主要客户及供应商变动情况、产品核心竞争力、成本构成及费用的变动情况等说明报告期业绩变动的原因及合理性，是否与同行业可比公司及行业发展趋势一致，持续经营能力是否存在重大不确定性”之“（二）报告期业务开展情况、所处行业发展情况、市场环境变动情况”。

华为事项、原材料价格上涨对涂料板块营业收入及毛利率的影响详见本回复报告“问题1”之“一、请补充披露湖南阳光报告期主要财务数据及同比变动情况。请结合湖南阳光、江苏宏泰报告期业务开展情况、所处行业发展情况、市场环境变动情况、主要客户及供应商变动情况、产品核心竞争力、成本构成及费用的变动情况等说明报告期业绩变动的原因及合理性，是否与同行业可比公司及行业发展趋势一致，持续经营能力是否存在重大不确定性”之“（六）报告期业绩变动的原因及合理性”。

2、涂料板块营业收入、毛利率下降的趋势是否有持续性，是否影响公司涂料板块业务的盈利能力

涂料板块营业收入、毛利率下降的趋势不具有持续性；报告期内，营业收入及毛利率的下滑导致公司涂料板块业务盈利能力减弱，但长期来看对公司涂料板块业务不构成重大不利影响，主要原因如下：

首先，报告期公司涂料产品营业收入、毛利率下降的主要原因之一是受到终端客户华为销售下滑的影响，消费电子涂料产品销售大幅下滑。2021年，公司与华为相关的营业收入为923.24万元，占公司涂料产品营业收入的3.54%。可见，与华为相关的营业收入在公司涂料产品中的占比已经很低，华为相关事项的不利影响已经基本得到消化，即使华为相关的营业收入进一步下滑，预计对公司涂料

业务的整体经营不构成重大不利影响。此外，公司子公司江苏宏泰已于 2021 年 7 月重新进入华为供应商资源池，目前与华为正在加强在可穿戴设备产品方面的合作，随着双方合作的深入，未来相关的营业收入将逐渐增加。

其次，报告期公司涂料业务毛利率的下滑受到原材料价格上涨的影响。虽然 2021 年下半年原材料价格整体较 2020 年大幅上涨，但自 2021 年下半年开始，原材料价格上涨势头得到缓解，2022 年第一季度，原材料价格出现一定程度的下降，因此，预计未来原材料价格不会维持大幅度的持续上涨趋势。

最后，虽然美国对下游 PVC 产品加征关税导致湖南阳光 PVC 塑胶涂料产品销售价格下降，但是从 PVC 整体行业发展来看，我国 PVC 出口总额仍然保持增长，市场空间较大，公司也将加强在欧洲等其他 PVC 出口地客户的开拓，以减少前述美国加征关税的影响。

二、请结合报告期公司涂料产品上下游及行业发展情况，湖南宏泰及湖南阳光相关涂料产品产线的生产、改造及产能释放情况，江西广臻涂料产品产线的规划建设安排、实现设计产能的预期等，说明报告期公司涂料产品尚未满产的情况下仍存在较大在建产能的原因及合理性，是否存在产能过剩情形。

请公司年审会计师核查并发表明确意见。

回复：

（一）报告期公司涂料产品上下游及行业发展情况

江苏宏泰紫外光固化涂料产品应用领域广泛，主要运用于消费电子领域，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、智能穿戴、家具等领域。公司紫外光固化涂料具备以下特点：绿色环保、高效节能、性能出众、批次稳定性高等。

1、2021 年以来 UV 涂料行业发展情况

近年来，随着行业的持续发展，我国政府先后出台相关政策，鼓励环境友好、资源节约型涂料发展，引导涂料行业发展趋向绿色、环保化。因此，基于政策支持以及环保特征，未来 UV 涂料应用前景广泛。根据国家发改委《产业结构调整指导目录》（2019 年本，2021 年修改），“水性木器、工业、船舶用涂料”和“高固体分、无溶剂、辐射固化涂料，低 VOCs 含量的环境友好、资源节约型涂料”

等新型精细化学品的开发与生产属于国家鼓励类行业，是当前国家十四五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，并获得了一系列产业政策的支持。

2021年3月，中国涂料工业协会向全行业发布了《中国涂料行业“十四五”发展规划》，该规划包括了产业发展规划、科技管理发展规划、环保发展规划以及政策法规与标准发展规划。2021年是“十四五”规划的开局之年，随着我国对环保要求的日趋重视，同时政府主导大规模社会工业环境治理整顿，以及日益严格的环保法规，导致大量溶剂型产品应用受到限制，所以辐射固化作为替代产品之一，未来亦会有很好的发展。随着“卡脖子”光刻胶、3D打印、医用材料、5G等多个高新领域的新要求，辐射固化技术和产业也将迎来新的发展机遇。基于对全球UV固化涂料市场细分领域的调研，由Markets and Markets™独家发布的“行业（工业涂料，电子，图形艺术），和地区到全球2025年预测”市场研究报告指出：预计全球UV固化涂料市场将从2020年的65亿美元增长到2025年的114亿美元，复合年增长率在预测期内为12.0%。

2021年，江苏宏泰（合并层面）由于华为事件、中美贸易摩擦、原材料上涨等原因影响，经营业绩有所下滑，其合并报表层面营业收入24,018.16万元，同比下滑29.40%，但是江苏宏泰在UV涂料细分行业在国内同行业中，仍占据行业领先地位，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。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。

湖南阳光长期致力于UV技术的研究与应用，拥有一大批经验丰富的技术人员，其中大多数都具有十余年的UV行业从业经验。湖南阳光作为专业功能涂料生产企业，其核心产品PVC塑胶地板UV涂料拥有行业先进的技术指标。

2、2021年以来UV涂料下游行业发展情况

公司紫外光固化涂料产品应用领域广泛，主要运用于消费电子领域，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、PVC 地板、智能穿戴、家具等领域。

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%。湖南阳光的主要产品为 PVC 塑胶涂料和真空镀膜涂料，主要应用于 PVC 地板及化妆品包装；湖南阳光的产品销售受到 PVC 地板行业及化妆品行业的影响，其行业发展与 PVC 地板及化妆品行业密切相关。

(1) 消费电子板块

报告期内，江苏宏泰销量最大的产品为消费电子涂料产品，且主要应用方向为智能手机。2019 年至 2022 年 2 月，我国智能手机出货量情况如下：

月份	出货量（万部）			
	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年度
1 月	3,404.80	2,081.30	4,012.00	3,302.20
2 月	1,451.10	638.40	2,175.90	1,486.40
3 月	2,837.30	2,175.60	3,609.40	2,146.00
4 月	3,653.00	4,172.80	2,748.60	1,807.90
5 月	3,829.40	3,375.90	2,296.80	---
6 月	3,431.00	2,863.00	2,566.40	---
7 月	3,419.90	2,230.10	2,867.60	---
8 月	3,087.50	2,690.70	2,430.60	---
9 月	3,623.60	2,333.40	2,144.00	---
10 月	3,596.90	2,615.30	3,357.50	---
11 月	3,484.20	2,958.40	3,525.20	---
12 月	3,044.40	2,659.60	3,340.10	---
合计	38,863.10	30,794.50	35,074.10	8,742.50

数据来源：信通院、中商产业研究院

由上表可知，2020 年我国手机出货量出现了较大幅度的下滑，主要是受到新冠疫情的影响。随着疫情防控形势好转，2021 年我国手机出货量得到较大幅度的提升，但仍未能恢复到疫情以前的水平。

(2) 汽车行业板块

汽车零部件涂料作为乘用车汽车零部件的装饰或保护材料，主要用于乘用车车门把手、座椅、车灯、中控台、后视镜等乘用车内外饰件领域，其市场需求与乘用车整车及汽车零部件市场的发展具有相关性。目前，江苏宏泰的汽车零部件涂料产品主要应用在“通用五菱”、“长安”、“吉利”等国内汽车品牌的车灯制造。

2019年-2021年我国汽车产销数据分别如下：

项目	2019年	2020年	2021年
产量（万辆）	2572.10	2518.70	2608.20
销量（万辆）	2576.90	2528.20	2627.50

数据来源：汽车工业协会

由上表可知，我国汽车产销量在2020年出现了一定程度的下滑，主要是受到新冠疫情的影响。2021年，随着疫情防控形势好转，我国汽车产销量得到了恢复，并较疫情以前实现了小幅增长。

(3) 化妆品行业板块

江苏宏泰化妆品包装盒涂料主要用于化妆品包装盒的外层保护，兼有美观功能，如粉底盒和口红外管涂料等。目前，江苏宏泰的主要化妆品包装盒涂料最终用于迪奥、雅诗兰黛、玉兰油等国际知名化妆品的包装物。

2019年-2021年，我国化妆品零售额数据如下：

项目	2019年	2020年	2021年
零售额（亿元）	2,992	3,400	4,026

数据来源：统计局、中商产业研究院整理

由上表可知，最近三年，我国化妆品零售额呈逐年上涨趋势。

(4) PVC地板行业板块

2021年，湖南阳光PVC地板的涂料销量为1,081.24吨，PVC塑胶涂料占湖南阳光销售额的比例在60%以上，是湖南阳光的主要收入来源，该产品应用于PVC地板的生产。2021年1-11月，虽然美国依然是我国PVC地板出口主要目

的地，但相比去年同期有明显的下滑。根据卓创资讯《2021年PVC铺地制品出口数据前瞻分析》，2021年1-11月我国出口至美国的PVC铺地制品量占整体出口量的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%。

3、2021年以来UV涂料上游行业发展情况

公司UV涂料上游原材料主要为树脂、溶剂、光引发剂等。2021年以来，受全球疫情多轮反复、俄乌战争以及部分企业停产检修等影响，公司涂料产品上游原材料价格整体保持高位运行。据智研咨询发布的《2022-2028年中国涂料行业市场现状调研及投资决策建议报告》，2021年上半年，在涂料行业相关上下游领域，其中化学原料和化学制品制造业增长1.77倍，利润总额同比增长超过176.8%，远高于其行业营业收入增长率及成本增长率，也说明化学原料和化学制品制造市场价格基本上保持高位运行。基于对UV涂料产品发展趋势的乐观态度，很多原料厂家也在扩建产能，或进行进口原料的国产化替代，预估至2025年，原材料产量的年增长趋势在15%左右。

（二）湖南宏泰及湖南阳光相关涂料产品产线的生产、改造及产能释放情况

1、湖南宏泰相关涂料产品产线的生产、改造及产能释放情况

湖南宏泰现有产品主要包括UV涂料、UV电子油墨。

2018年12月，江苏宏泰为响应政府关于保护太湖的政策，正式关停宜兴基地。湖南宏泰已于2018年底建成投产，其设计产能10,000吨/年，远大于原宜兴基地产能，湖南宏泰产能释放完全可以覆盖原宜兴基地生产任务规模。2019年高峰期，湖南宏泰及其他涂料板块合计的单月产量超过900吨。

2020年全球新冠疫情爆发以来，叠加公司受重要终端客户华为事件影响、涂料业务板块部分人员离职等，涂料业务销售大幅下滑，导致湖南宏泰基地生产量亦大幅下滑。因此，湖南宏泰基地产能利用率亦显著下滑，产能利用率不足。

由于公司涂料业务核心生产能力主要集中于湖南宏泰浏阳基地、但其不在化

工业园区内，近年来随着国家环保、安全监管政策趋严及“化工入园”政策持续推行，为保证公司涂料业务未来的生产经营稳定性，公司在龙南规划 1.5 万吨涂料产能，既能承接华南区域市场的委托加工产能，也能随时为不在化工园区的浏阳基地提供承接保障，以响应国家引导化工企业入园的政策号召。

此外，公司 UV 涂料产品及研发储备的 UV 涂料新品具有绿色环保、高效节能、性能出众、批次稳定性高等特点，随着国家环保政策对高 VOCs 的溶剂型涂料的限制（如比亚迪长沙工厂近期因喷涂环保事件停产），公司的 UV 涂料及水性涂料未来应用前景仍可观。例如，湖南宏泰截至目前的生产产品中，水性涂料产品占比较小，2021 年的销售额约为 1.2 万元，但水性涂料产品势必是今后的发展趋势，公司在龙南布局一定的水性涂料产能预留了升级发展空间。

2、湖南阳光相关涂料产品产线的生产、改造及产能释放情况

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。湖南阳光自有场地面积为 12,003.08 平米，建成于 2008 年，初期设计规划丙烯酸涂料年产能 350 吨，目前产能早已饱和。由于湖南阳光生产涉及危险化学品且不在化工园区内，加之前期硬件、场地设计等方面的限制，目前难以升级改造。因此，公司在龙南规划生产阳光部分产品并将其危化品转移至龙南生产存在必要性。

（三）江西广臻涂料产品产线的规划建设安排、实现设计产能的预期

1、涂料产品产线的规划产能建设安排及规划产能释放时间

（1）涂料业务规划产能建设情况

本项目建设期两年，完全达产后可实现年产 1.5 万吨涂料的生产能力。具体规划建设产能构成情况如下表：

产品类别	达产年产量（吨）	产能的具体功能
四、涂料(15000t/a)		
UV 涂料	8,000	涂料产品
稀释剂	2,000	原材料、配套材料
固化剂	500	配套材料
色漆	2,000	配套材料
色浆	500	原材料、配套材料
水性涂料	2,000	涂料产品

产品类别	达产年产量（吨）	产能的具体功能
总计	15,000	

由上表可见，本次投建募投的涂料产品产能规划情况具体为：UV光固化产能8,000吨/年，水性涂料产能2,000吨/年以及涂料相关配套材料产能5,000吨/年。

（2）规划产能的释放时间

项目建设及生产投产调试，产能将逐步释放，存在建设期、产能逐步释放的过程。根据公司对募投项目收益的预测，“项目投产后，涂料产能每年递增20%，至第五年达产。”因此，预计2023年6月建成投产，直到2027年下半年才能达到满产，产能释放周期达到4年。

募投项目各项子项目的规划产能释放时间表

产能释放进度		2023.2~ 5	2023.6~ 2024.5	2024.6~ 2025.5	2025.6~ 2026.5	2026.6~ 2027.5	2027.6 ~ 2028.5
		试生产	20%	40%	60%	80%	100%
专用 涂料	UV涂料 8000T/a	-	1600	3200	4800	6400	8000
	水性涂料 2000T/a	-	400	800	1200	1600	2000
	稀释剂 2000T/a	-	400	800	1200	1600	2000
	固化剂 500T/a	-	100	200	300	400	500
	色漆 2000T/a	-	400	800	1200	1600	2000
	色浆 500T/a	-	100	200	300	400	500

由上表预期产能达产情况可见，公司募投项目涂料产能根据规划设计预期将分期分批逐步释放，系根据行业预期发展及市场开拓情况而规划。

（四）报告期公司涂料产品尚未满产的情况下仍存在较大在建产能的原因及合理性，是否存在产能过剩情形。

1、涂料产品尚未满产的情况下仍存在较大在建产能的原因及合理性

第一，公司现有涂料业务产能主要为位于湖南浏阳市的湖南宏泰、湖南阳光的生产基地，二者虽在工业园区内，但均未在化工园区内。随着未来环保、安全政策的趋严、化工入园政策的全面推行，公司涂料业务有必要在贴近市场的化工园区内布局相应产能公司积极主动未雨绸缪、提前做好环保安全政策趋严的应对与战略规划，而不是等到现有涂料生产基地产能受到限产停产后再被动寻求位于化工园区的产能建设；

第二，公司本次新建募投项目对涂料相关的重要原材料及配套材料进行了产能规划，有利于公司涂料业务应对原材料价格波动及上升的不利影响。

第三，本次募投项目建设涂料产能系在原有产能及近年来不断研发新产品、应用新技术的基础上对募投项目拟投建产能的产品优化与技术升级，并非原有生产产品和产能的简单重复。

第四，本次新建项目的建设区位相比现有涂料产能具有贴近公司涂料业务最重要的市场区域之一——华南区域的显著区位优势。

综上，公司在江西龙南规划建设本次募投项目并规划涂料业务产能建设，系公司应对“化工入园”、环保与安全监管政策趋严的积极战略布局，同时，有助于公司提升贴近华南区域市场的涂料产品研发开发及生产制造能力，有利于公司控制涂料业务原材料、配套材料成本及价格波动，并延伸公司产业链价值链，从而提高公司盈利能力，具有可行性、必要性和合理性。

2、是否存在产能过剩情形

（1）公司现有涂料产能存在产能过剩情形

公司 2021 年涂料业务产能利用率为 55.99%，存在产能过剩情形。

（2）预期募投项目产能消化具有一定的支持

鉴于募投项目规划产能释放系逐年释放，其建成投产后，贴近华南区域市场、可更好地服务华南区域产业链技术研发和产品开发；华南区域市场下游消费电子、新能源汽车、首饰盒及运动建材等产业集聚，预期华南区域市场市场需求能够支撑龙南基地涂料相关产能。此外，若现有涂料生产基地湖南宏泰及湖南阳光（均未在化工园内）未来出现环保限停产、“化工入园”要求时，满足产能及时转移的需求。

（3）长期看公司涂料业务仍有发展空间

①紫外光固化涂料应用广泛，市场空间巨大

江苏宏泰紫外光固化涂料产品应用领域广泛，主要运用于消费电子领域，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、智能穿戴、家具等领域。公司紫外光固化涂料具备以下特点：绿色环保、高效节能、性能出众、批次稳定性高等。

传统溶剂型涂料由于含有挥发性的有机化合物（VOC），会对环境、人体健

康造成较大影响，已不符合环境和发展的要求。紫外光固化涂料是一种环保新型涂料，综合了传统粉末、水性涂料和光固化技术的优点，并在一定程度上克服了两类涂料的缺点。紫外光固化涂料由于不含挥发性溶剂，对环境和人体健康更加友好，被誉为“21 世纪的绿色涂料，环境友好型涂料”，未来将迎来非常大的市场空间。公司主要产品正是符合未来环保趋势的光固化产品，不存在产能过剩、持续衰退或者技术替代等情形。

②江苏宏泰在紫外光固化领域具有相当强的研发技术能力、知名度、市场地位

江苏宏泰是中国大陆紫外光（UV）固化涂料研发和生产行业最具竞争力的企业之一，始终致力于消费电子专用涂料和汽车专用涂料等产品的研发、生产和销售；其核心研发和管理团队在该行业积淀多年，早在 1992 年就研发出了第一批商品化的紫外光固化涂料产品。

江苏宏泰无论是技术人员，还是产品研发能力都位居国内紫外光固化涂料领域前列，在行业内具有较高的知名度和影响力。多年来，江苏宏泰先后被评为“国家级高新技术企业”、“江苏省民营科技企业”等称号，建立了“江苏省紫外光固化功能材料工程技术研究中心”、“无锡市企业技术中心”，承担了“江苏省工业支撑项目”等多个重点高新技术课题。2020 年，孙公司湖南宏泰获评“高新技术企业”。凭借技术研发优势，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。2019 年 9 月，在国内涂料产业首家财经媒体《涂界》发布的“2019 中国涂料行业单项冠军企业榜单”中，江苏宏泰荣获了细分领域中“手机涂料”的单项冠军。近年来，江苏宏泰利用技术领先战略逐步赢得了华为、OPPO、联想、三星、传音、中石油、ALBEA 等知名企业的信赖与认可。

③公司专用涂料业务条线的产品类别丰富，具有丰富的客户积累

公司专用涂料产品分类情况具体如下表：

产品类别	代表产品	主要功能	应用领域
消费电子涂料	高性能消费电子专用 UV 固化 PVD 涂料	不仅具有 UV 光固化涂料的优良特性，而且兼有绝佳的抗指纹、耐钢丝绒、疏水特点	消费电子专用

产品类别	代表产品	主要功能	应用领域
	抗指纹纳米保护涂料	可以有效避免操作中手机屏幕或者后盖指纹	应用于与人体直接接触的玻璃、金属、陶瓷表面的抗指纹处理
	高流平抗污镜面涂料	具备高流平透亮镜面质感及抗污效果，增强用户体验感观	应用于复合板材、高强度注塑 PC 表面的抗污镜面处理
	AG 涂料	对光学板材进行防眩光处理，减少眩光和光泽度，增加材料的质感和抗脏污能力	应用于复合板材、高强度注塑 PC 表面的防眩光处理
汽车零部件涂料	特殊基材 PVD 涂料	耐 220℃ 高温、抗氧化、防腐蚀	应用于汽车的前大灯与后尾灯
	有机硅高硬质高耐候涂料	PC 表面硬化处理	应用于汽车的 PC 表面硬化处理
化妆品包装盒涂料	UV 固化 PVD 涂料	对化妆品包装盒起到保护作用	应用于化妆品包装盒
碳纤维运动器材涂料	UV 固化碳纤维保护涂料	对纤维运动器材起到装饰、保护作用，优异的耐开裂性能	应用于纤维运动器材
塑胶 UV 涂料	PVC 塑胶地板高耐磨涂料	对 PVC 塑胶地板起到保护作用	应用于 PVC 塑胶地板

I 消费电子领域：

公司对江苏宏泰及其子公司目前加强精细化营销管理，加大研发投入对新产生开发和新技术应用，进一步提升客户服务能力，尤其是消费电子等重点领域的产业链深入协同研发来开拓市场。自 2021 年至今，与公司合作大多数客户关系维持相对稳定，多数客户预期未来合作前景良好。

II 汽车涂料、妆品包装盒涂料、碳纤维运动器材涂料等：

公司目前在新能源汽车领域积极进行市场开拓布局，预计未来可有较大增长空间；化妆品包装盒涂料及碳纤维运动器材涂料方面，公司目前客户储备及长期合作关系较为稳定，该细分业务领域预期未来业绩可持续性较好。

III 塑胶地板涂料：

湖南阳光主要经营 PVC 塑胶地板高耐磨涂料产品，主要应用于 PVC 塑胶地板对 PVC 塑胶地板起到保护作用。该公司下游客户主要为 PVC 地板生产制造商，PVC 地板在国内外建筑装修领域应用非常广泛，市场空间巨大。

中央经济工作会议为 2022 年房地产市场发展定调——“支持商品房市场更好满足购房者的合理住房需求，因城施策促进房地产业良性循环和健康发展”。

“因城施策”调控背景下，今年已经有 50 余城市对楼市调控政策进行了松绑，包括放松限购限贷、降低首付比例、下调房贷利率、放宽公积金贷款、放松限售及购房补贴等。

综上，公司基于公司下游需求、国家和地方的环保监管政策以及公司生产基地布局的考量，在江西龙南规划建设涂料产品产线，并根据公司涂料生产线尚未满产的情况制定逐年产能释放的计划，具有合理性。考虑到市场对 UV 固化涂料的强大需求，公司预计现有涂料生产线的产能过剩是暂时性的，随着 UV 固化涂料使用范围的广度和深度增加，公司涂料产品产能过剩的局面会得到改善并彻底扭转。

三、请公司年审会计师核查并发表明确意见。

【会计师核查意见】

（一）核查程序

针对以上事项，会计师执行了如下核查程序：

1、获取报告期内公司主要客户名单，了解公司涂料板块业务主要客户的销售额及占比；

2、了解公司报告期涂料产品成本构成及同比变化、销售价格及销售产品结构变动；

3、查阅同行业上市公司的年报及其他公开披露文件，了解同行业可比公司成本构成及毛利率变动、行业发展及市场环境变动情况等；

4、获取公司与华为相关营业收入的明细数据，分析与华为相关营业收入的变动对公司的具体影响；

5、获取原材料采购单价明细表，分析报告期内江苏宏泰、湖南阳光的原材料采购价格变动情况及其对公司的影响；

6、通过量化分析新冠疫情、华为事项、原材料价格上涨对涂料板块业务营业收入及毛利率的具体影响，说明公司涂料业务板块产量、营业收入及毛利率连

续下滑的原因及合理性；

7、了解报告期公司涂料产品上下游及行业发展情况；

8、了解湖南宏泰及湖南阳光相关涂料产品产线的生产、改造及产能释放情况，江西广臻涂料产品产线的规划建设安排、实现设计产能的预期。

（二）核查意见

经核查，会计师认为：

1、新冠疫情导致公司消费电子涂料产品的下游终端客户手机销量下滑或增速放缓，从而导致公司消费电子涂料的销售订单出现一定程度的下滑。华为事项导致公司涂料板块营业收入下降，原材料价格上涨导致公司涂料板块毛利率有所下降。

2、涂料板块营业收入、毛利率下降的趋势不具有持续性；报告期内，营业收入及毛利率的下滑导致公司涂料板块业务盈利能力减弱，但长期来看对公司涂料板块业务不构成重大不利影响。

3、公司 2021 年涂料业务产能利用率为 55.99%，存在产能过剩情形。但是基于华南区域市场市场需求能够支撑龙南基地涂料相关产能，公司涂料业务长期仍有发展空间，报告期公司涂料产品尚未满产的情况下仍存在较大在建产能合理。

4. 报告期末你公司应收账款账面余额 40,688.59 万元，较期初下降 12.58%，计提坏账准备 11,988.49 万元。其中，按单项计提坏账准备的应收账款期末账面余额为 7,649.49 万元，涉及 81 家客户，计提坏账准备比例为 95.27%；按组合计提坏账准备的应收账款期末账面余额为 33,039.10 万元，计提坏账准备 4,700.56 万元，计提比例为 14.23%，报告期内收回或转回 846.58 万元。报告期末按欠款方归集的期末余额前五名的应收账款余额合计 6,895.02 万元，占应收账款期末余额合计数的 16.95%。

（1）请补充说明按单项计提坏账准备的应收账款中对相关应收款预计难以收回或无法收回的判断依据，该组合中主要应收账款方与你公司董事、监事、高级管理人员是否存在关联关系，你公司已采取的催收措施及效果，对东莞中寰智能航空科技有限公司、张家港康得新光电材料有限公司两家客户应收账款坏账准备计提比例的确定依据、计提比例显著低于该组合其他客户的原因及合理性，并结合上述回复说明该组合坏账准备计提比例的确定是否合理，是否存在资金占用或财务资助的情形。

【公司回复】

报告期末公司按单项计提坏账准备的应收账款的计提情况及预计难以收回或无法收回的判断依据如下表所示：

名称	期末余额				
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)	是否本期新增单项计提	判断依据
广东龙昕科技有限公司大岭山分公司	3,412.79	3,412.79	100.00	否	该客户资金链断裂,被列为失信被执行人,预计无法收回。
星星精密科技(东莞)有限公司	800.78	656.64	82.00	是	根据可获取的债权人会议相关资料预计普通债权的债权人受偿率约为18%。
殷昌(苏州)包装有限公司	288.12	259.31	90.00	是	该客户经营困难且未执行还款计划,收回可能性较低,预计可收回10%。
深圳市康铨机电有限公司	284.77	256.29	90.00	是	该客户资金链断裂且内部管理不善,预计可收回10%。
东莞市奥翔塑胶科技有限公司	183.23	183.23	100.00	是	该客户已处于停业状态,无有价值的可执行资产,预计无法收回。
深圳鸿益进智能科技股份有限公司	156.70	156.70	100.00	是	该客户经营不佳且已被列为失信被执行人,预计无法收回。
南宁燎旺车灯股份有限公司	119.63	119.63	100.00	是	与该客户存在质量纠纷,执行诉讼程序成本及风险较高,预计无法收回
东莞市众亲和塑胶制品有限公司	109.01	109.01	100.00	否	该公司已吊销,预计无法收回
东莞市恒合实业有限公司	97.00	97.00	100.00	是	该客户未执行还款计划,无可供执行的资产,预计无法收回
湖州国讯塑胶有限公司	94.65	85.18	90.00	是	该客户未执行还款计划,可供执行的资产较少,预计可收回10%。
苏州鑫沪塑业真空有限公司	88.57	88.57	100.00	否	经营异常,严重违法,预计无法收回
东莞中寰智能航空科技有限公司	64.01	22.82	35.64	是	报告期后强制执行到位41.19万元,已终止执行程序,剩余款项预计无法收回。
深圳市展阳精密模具	49.30	44.37	90.00	是	该客户可供执行资产较少,预

名称	期末余额				判断依据
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)	是否本期新增 单项计提	
有限公司					计可收回 10%。
启贝塑胶制品(惠州)有限公司	40.95	40.95	100.00	否	经营异常,严重违法,预计无法收回。
江苏海诞电子科技有限公司	23.53	23.53	100.00	否	失信被执行人,经营异常,预计无法收回。
东莞市中寰光电科技有限公司	19.69	19.69	100.00	是	已起诉且执行程序已终止,预计无法收回。
东莞市锦茂科技有限公司	17.47	16.60	95.00	是	该客户未执行还款计划,预计可收回 5%。
湖北建浩科技有限公司	108.60	108.60	100.00	否	失信被执行人,预计无法收回
珠海市海翔电子有限公司	108.21	108.21	100.00	否	失信被执行人,预计无法收回
英德启利达电子有限公司	80.45	80.45	100.00	否	失信被执行人,预计无法收回
深圳市万泰电路有限公司	76.24	76.24	100.00	否	失信被执行人,经营异常,预计无法收回
深圳统信电路电子有限公司	66.48	66.48	100.00	否	失信被执行人,经营异常,预计无法收回
东莞迅恒电子科技有限公司	56.92	56.92	100.00	是	已起诉但该客户经营不善,预计无法收回
珠海市恒天伟业电路板有限公司	52.39	52.39	100.00	否	失信被执行人,预计无法收回
万诺(广州番禺)线路板有限公司	45.10	45.10	100.00	否	失信被执行人,预计无法收回
湖北荣宝电子科技有限公司	41.56	41.56	100.00	否	失信被执行人,预计无法收回
同健(惠阳)电子有限公司	41.19	41.19	100.00	否	失信被执行人,预计无法收回
深圳市钓鱼岛科技有限公司	37.74	37.74	100.00	否	失信被执行人,经营异常,预计无法收回
东莞市直巧电子科技有限公司	37.48	37.48	100.00	否	失信被执行人,经营异常,预计无法收回
深圳市齐鲁通电子股	36.23	36.23	100.00	否	失信被执行人,预计无法收回

名称	期末余额				
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)	是否本期新增 单项计提	判断依据
份有限公司					
深圳市凯沃时代实业有限公司	35.77	35.77	100.00	否	经营异常,严重违法,预计无法收回
深圳市承兴益电子有限公司	35.06	35.06	100.00	否	失信被执行人,经营异常,严重违法,预计无法收回
东莞市璟卓电子有限公司	34.58	34.58	100.00	否	失信被执行人,预计无法收回
赣州卓威电路科技有限公司	33.26	33.26	100.00	否	失信被执行人,预计无法收回
深圳景丰电子有限公司	32.68	32.68	100.00	否	失信被执行人,经营异常,预计无法收回
深圳市精威创电子有限公司	30.07	30.07	100.00	否	失信被执行人,经营异常,严重违法,预计无法收回
江西鼎峰电子科技股份有限公司	28.70	28.70	100.00	否	失信被执行人,预计无法收回
深圳市速超电子有限公司	27.34	27.34	100.00	否	经营异常,预计无法收回
广州琪洲电路板有限公司	24.86	24.86	100.00	否	失信被执行人,经营异常,预计无法收回
深圳市明晶达电路科技有限公司	24.57	24.57	100.00	否	预计无法收回
深圳市龙江实业有限公司	23.97	23.97	100.00	否	失信被执行人,预计无法收回
深圳市金阳快捷电子有限公司	23.32	23.32	100.00	否	经营异常,预计无法收回
金悦通电子(翁源)有限公司	23.09	23.09	100.00	否	预计无法收回
深圳市迅驰电路有限公司	21.85	21.85	100.00	否	失信被执行人,预计无法收回
深圳市荣奥科技有限公司	21.80	21.80	100.00	否	失信被执行人,经营异常,严重违法,预计无法收回
深圳市美旭电路科技有限公司	21.59	21.59	100.00	否	预计无法收回
东莞市诚志电子有限	20.04	20.04	100.00	否	预计无法收回

名称	期末余额				
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)	是否本期新增 单项计提	判断依据
公司					
珠海市惠创快捷电路板有限公司	19.70	19.70	100.00	否	失信被执行人，预计无法收回
深圳市宝利至电路有限公司	19.50	19.50	100.00	否	失信被执行人、经营异常，预计无法收回
珠海市伟德博创新科技有限公司	18.61	18.61	100.00	否	失信被执行人，预计无法收回
东莞市侨锋电子有限公司	18.01	18.01	100.00	否	失信被执行人，预计无法收回
深圳市浩天一电路有限公司	17.95	17.95	100.00	否	失信被执行人、经营异常，预计无法收回
深圳市优速电子科技有限公司	17.73	17.73	100.00	否	失信被执行人、经营异常，预计无法收回
深圳市美捷森特种电路技术有限公司	17.18	17.18	100.00	否	失信被执行人，预计无法收回
东莞市一来盛印刷实业有限公司	15.34	15.34	100.00	否	失信被执行人，预计无法收回
珠海市精艺捷电子科技有限公司	14.55	14.55	100.00	否	失信被执行人，预计无法收回
深圳市铭科捷科技有限公司	13.63	13.63	100.00	否	失信被执行人，预计无法收回
深圳市日胜科技有限公司	13.23	13.23	100.00	否	预计无法收回
博林精密电子(深圳)有限公司	13.04	13.04	100.00	否	失信被执行人，预计无法收回
广州同明电子有限公司	12.09	12.09	100.00	否	失信被执行人，预计无法收回
深圳兴启发电路板有限公司	11.66	11.66	100.00	否	失信被执行人，预计无法收回
中山市中得电子科技有限公司	11.66	11.66	100.00	否	失信被执行人，预计无法收回
深圳市森海电路有限公司	10.34	10.34	100.00	否	预计无法收回
深圳市佳创电路有限	9.97	9.97	100.00	否	失信被执行人，预计无法收回

名称	期末余额				
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)	是否本期新增 单项计提	判断依据
公司					
惠州科翰发电子有限公司	8.25	8.25	100.00	否	失信被执行人、经营异常，预计无法收回
广州润得科电子科技有限公司	7.75	7.75	100.00	否	预计无法收回
惠州市惠阳区永信达科技电子有限公司	7.64	7.64	100.00	否	失信被执行人，预计无法收回
东莞市翔旭线路板有限公司	7.49	7.49	100.00	否	失信被执行人，预计无法收回
武平智航电子科技有限公司	7.24	7.24	100.00	否	预计无法收回
深圳市景辉源电子有限公司	6.84	6.84	100.00	否	预计无法收回
深圳市一达快捷电路有限公司	5.40	5.40	100.00	否	失信被执行人，预计无法收回
深圳市安圣电路板有限公司	5.25	5.25	100.00	否	失信被执行人、经营异常，预计无法收回
深圳市鹏通电路技术有限公司	5.13	5.13	100.00	否	预计无法收回
深圳东建电子有限公司	4.58	4.58	100.00	否	注销，预计无法收回
深圳市吉浩电子有限公司	3.91	3.91	100.00	否	预计无法收回
深圳市达亿电子科技有限公司	3.31	3.31	100.00	否	失信被执行人、经营异常，预计无法收回
中山市朗宁电子科技有限公司	1.80	1.80	100.00	否	预计无法收回
深圳市金典精密电路有限公司	1.17	1.17	100.00	否	预计无法收回
东莞威宇电路板有限公司	0.08	0.08	100.00	否	预计无法收回
重庆荣田涂料有限公司	10.79	10.79	100.00	否	失信被执行人，预计无法收回
张家港康得新光电材	207.33	103.66	50.00	否	根据法院胜诉判决书和对方经

名称	期末余额				判断依据
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)	是否本期新增单项计提	
料有限公司					营情况及后续双方沟通情况，预计可收回 50%。
合计	7,649.49	7,287.93			

公开信息查询及公司自查，该组合中主要应收账款方与公司董事、监事、高级管理人员均不存在关联关系，亦不存在资金占用或财务资助的情形。

针对逾期严重已单项计提的应收账款，公司已积极应对，增加应收账款专项会议召开的频率，组织多部门积极配合，将应收账款的催收落实到责任人员。公司加强对相关客户的实地走访工作，持续关注客户的经营情况和财务状况，及时采用诉讼保全，冻结客户的可执行资产、对客户提起诉讼等方式加强对应收账款的风险管理，从而最大限度的保护公司的利益。除此之外，公司进一步加强对新增客户的信用审批，优化信用风险管控的体系，对销售回款不及时的客户停止合作，降低信用风险管理带来的应收账款风险。

东莞中寰智能航空科技有限公司（以下简称“中寰智能”）系子公司江苏宏泰的客户，该客户已于 2020 年 6 月进行了注销备案，东莞市中寰光电科技有限公司（以下简称“中寰光电”）承接了中寰智能的债务。公司就中寰光电所欠 19.69 万元货款及中寰智能所欠 64.01 万元货款提起诉讼，2021 年 4 月达成和解后该客户未按照调解金额执行。随后公司申请了强制执行，2022 年 4 月强制执行到位 41.19 万元，且已终止执行，剩余款项预计无法收回。故公司对该客户的应收账款按照报告期末余额扣减已执行到位的金额计提坏账准备，计提比例为 35.63%。

张家港康得新光电材料有限公司（以下简称“康得新”）系子公司创兴精细的客户，该客户于 2021 年 11 月 22 日被法院裁定受理破产重整后，破产管理人又于 2022 年 2 月 28 日发布公开招募重整投资人的公告。依据该公告的相关消息，康得新陷入债务危机，虽然该公司有一些技术具有独特优势及核心竞争力，但是否有企业愿意作为本次重整投资人目前形势不明。公司依据法院胜诉判决书、律师意见书、康得新经营情况及后续双方沟通情况判断，该客户应收账款预计无法

全部收回，且预期信用风险与上期相比无明显变化，期末仍按照 50% 单项计提坏账准备。

本公司对于不含重大融资成分（包括根据该准则不考虑不超过一年的合同中融资成分的情况）的应收款项，采用预期信用损失的简化模型，即始终按照整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备，由此形成的损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。根据金融工具的性质，公司以单项金融资产或金融资产组合为基础评估信用风险是否显著增加，对于单项金融资产信用风险显著增加的应收账款单项计提坏账准备。公司已经按单项计提坏账准备的应收账款，坏账准备计提充分且合理，且不存在资金占用或财务资助的情形。

（2）请补充披露期末应收账款余额前五名客户的基本情况，包括但不限于名称、主营业务、销售时间及内容、信用账期、账龄、回款情况、是否存在关联关系、已采取及拟采取的催收措施等，说明是否存在占用上市公司资金的情形。

【公司回复】

公司报告期末应收账款前五大客户的基本情况如下表所示：

单位：万元

客户名称	客户主要业务	销售内容	销售时间				账龄	信用期	期后回款
			2021年	2020年	2019年	2018年及以前年度			
广东龙昕科技有限公司大岭山分公司	研发、设计、生产、销售：塑胶制品、五金制品、手机配件、电脑配件、汽车零配件、精密模具。	涂料				3,412.79	3年以上	月结90天	无回款
东莞市恒晟科技有限公司	产销、研发、加工：精密五金配件、五金制品、玻璃制品、塑胶制品、复合材料、电子制品	涂料	1,044.54				1年以内 (含1年)	月结90天	300.00
浙江创赢新材料有限公司	UV固化产品的生产，新型涂覆材料的技术研发、技术咨询、技术转让，化工产品	油墨	916.84				1年以内 (含1年)	票到30天	以债权债务互抵方式全部收回
星星精密科技(东莞)有限公司	研发、设计、生产、加工、销售：通讯设备、计算机零部件、电子产品、精密模具；软件开发、销售；自动化设备的研发、生产、销售；研发、生产、销售、加工：电子元器件、电子产品、五金制品、家用电器产品、通信设备零部件、塑胶制品、真空镀膜产品、镀膜材料、薄膜材料、水性涂料(不含危险化学品)；模具；注塑；打磨；喷涂；光学镀膜等	涂料		69.75	731.03		1-2年(含2年)、2-3年(含3年)	月结120天	无回款
东莞市金世尊电子科技有限公司	研发、设计、生产、加工、销售：通讯设备、计算机零部件、电子产品、精密模具；软件开发、销售；自动化设备的研发、生产、销售；研发、生产、销售、加工：电子元器件、电子产品、五金制品、家用电器产品、通信设备零部件、塑胶制品、真空镀膜产品、镀膜材料、薄膜材料、水性涂料(不含危险化学品)；模具；注塑；打磨；喷涂；光学镀膜等	涂料	708.84	11.24			1年以内 (含1年)、1-2年(含2年)	月结90天	457.91
合计			2,670.22	80.98	731.03	3,412.79			

应收账款前五大中广东龙昕科技有限公司大岭山分公司目前资金链断裂，被列为失信被执行人，预计款项无法收回，公司已对该部分应收账款全额计提坏账。应收账款前五大中星星精密科技（东莞）有限公司目前进入破产程序，根据两次债权人会议的情况及所能获取的相关资料预计，该破产案件普通债权的债权人的受偿率约为 18%，预计款项难以全部收回，故本期对该笔应收账款按照 82%的比例单项计提坏账准备。以上单项计提坏账准备的客户报告期后均未发生回款。

浙江创赢新材料有限公司系公司油墨板块重要客户，应收账款报告期末余额已全部通过浙江创赢及其子公司三方债权债务互抵收回。东莞市恒晟科技有限公司、东莞市金世尊电子科技有限公司系公司涂料板块重要客户，账期均为月结 90 天，截至目前回款率约为 43.23%，实际回款周期较长。公司属于电子化学品行业，是电子产品制造业中的中游行业，我国电子产品产业链的账期普遍较长，再加上近年来由于环保政策趋紧等因素导致上游化工原材料供应受到一定影响，应收账款周转天数一直保持在较高水平。

公开信息查询及公司自查，报告期前五大应收账款均系公司销售涂料或油墨形成，且与公司无关联关系，亦不存在资金占用或财务资助的情形。

公司已采取积极的催款措施，增加应收账款专项会议召开的频率，组织多部门积极配合，将应收账款的催收落实到责任人员。公司持续关注客户的经营情况和财务状况，及时采用诉讼保全，冻结客户的可执行资产、对客户提起诉讼等方式加强对应收账款的风险管理，从而最大限度的保护公司的利益。除此之外，公司进一步加强对新增客户的信用审批，优化信用风险管控的体系，对销售回款不及时的客户停止合作，降低信用风险管理带来的应收账款风险。

（3）请补充披露报告期应收账款坏账准备收回及转回的具体情况，包括对应客户、与公司是否存在关联关系、销售内容、应收款金额、账龄、坏账准备计提时间、计提原因、催收情况、应收款收回方式、款项到账时间、对方回款账户与客户是否匹配、是否存在资金占用或财务资助的情形等，说明以前年度对相关应收账款计提坏账准备的依据及合理性、是否符合《企业会计准则》相关规定。

【公司回复】

公司报告期应收账款坏账准备收回及转回金额为 846.58 万元，转回原因主

要系公司本期收回以前年度已计提坏账准备的应收账款。公司 2021 年度坏账准备收回或转回金额大于 10 万元的客户名称、销售内容、应收款金额、账龄、坏账准备转回金额、坏账准备计提时间、计提原因、催收情况、应收款收回方式及其他具体情况如下表所示：

单位：万元

客户名称	销售内容	2020年12月31日应收款金额	2020年12月31日账龄	2021年坏账准备收回或转回金额	坏账准备计提时间	计提原因	催收情况	收回方式
广东劲胜智能集团股份有限公司	涂料	1,240.65	1-2年(含2年)	124.06	2019年	按预期信用减值损失计提	2021年全部回款	票据、银行存款、债务重组
东莞市澳科尔镀膜科技有限公司	涂料	1,092.16	1年以内(含1年)、1-2年(含2年)	75.73	2020年、2019年	按预期信用减值损失计提	2021年全部回款	票据、银行存款、债务重组
东莞市质品塑胶科技有限公司	涂料	1,133.72	1年以内(含1年)	49.11	2020年	按预期信用减值损失计提	2021年部分回款	票据、银行存款、债务重组
重庆荣田涂料有限公司	油墨			36.00	2021年	收回前期已核销应收账款	2021年全部回款	银行存款
江苏金琥珀光学科技股份有限公司	涂料	70.97	2-3年(含3年)	35.49	2018年	按预期信用减值损失计提	2021年全部回款	银行存款
广东星星精密玻璃科技有限公司	涂料	206.86	1年以内(含1年)、1-2年(含2年)、2-3年(含3年)	31.62	2020年、2019年、2018年	按预期信用减值损失计提	2021年全部回款	银行存款、债务重组
广东星星光电科技有限公司	涂料	286.95	1-2年(含2年)	28.70	2019年	按预期信用减值损失计提	2021年全部回款	银行存款、债务重组
惠州市正维科技有限公司	涂料	206.43	1年以内(含1年)、1-2年(含2年)、2-3年(含3年)	27.12	2020年、2019年、2018年	按预期信用减值损失计提	2021年部分回款	票据、银行存款
维达力实业(赤壁)有限公司	涂料	713.43	1年以内(含1年)	24.27	2020年	按预期信用减值损失计提	2021年部分回款	银行存款
昆山首源电子科技有限公司	油墨	39.37	1年以内(含1年)、3年以上	19.90	2020年、2017年及以前	按预期信用减值损失计提	2021年部分回款	票据

客户名称	销售内容	2020年12月31日应收款金额	2020年12月31日账龄	2021年坏账准备收回或转回金额	坏账准备计提时间	计提原因	催收情况	收回方式
东莞市旺鑫精密工业有限公司	涂料	579.57	1年以内(含1年)	19.37	2020年	按预期信用减值损失计提	2021年部分回款	票据、银行存款、债务重组
广州市乐雅塑料镀膜有限公司	涂料	288.62	1年以内(含1年)、1-2年(含2年)	17.00	2020年、2019年	按预期信用减值损失计提	2021年全部回款	银行存款
胜宏科技(惠州)股份有限公司	油墨	434.06	1年以内(含1年)	16.92	2020年	按预期信用减值损失计提	2021年部分回款	票据
淮安世迈科技有限公司	油墨	16.17	3年以上	16.17	2017年及以前	按预期信用减值损失计提	核销后转回坏账准备	坏账核销
梅州泰华电路板有限公司	油墨	24.61	2-3年(含3年)	12.31	2018年	按预期信用减值损失计提	2021年全部回款	票据
CALAAMINE PROTECTIVE COATINGS	涂料	24.15	2-3年(含3年)	12.07	2018年	按预期信用减值损失计提	核销后转回坏账准备	坏账核销
深圳市深华国科技有限公司	油墨	27.71	1-2年(含2年)、2-3年(含3年)	11.67	2019年、2018年	按预期信用减值损失计提	2021年全部回款	银行存款
东莞市金世尊电子科技有限公司	涂料	721.99	1年以内(含1年)、1-2年(含2年)	11.42	2020年、2019年	按预期信用减值损失计提	2021年部分回款	票据、银行存款
东莞市恒合实业有限公司	涂料	113.85	1-2年(含2年)	11.39	2019年	按预期信用减值损失计提	2021年全部债务转让	债务转让
闻泰通讯股份有限公司	涂料	565.73	1年以内(含1年)	11.15	2020年	按预期信用减值损失计提	2021年部分回款	票据、银行存款
重庆捷荣汇盈精密制造有限公司	涂料	593.16	1年以内(含1年)	10.77	2020年	按预期信用减值损失计提	2021年部分回款	票据
合计		8,380.16		602.24				

2021 年度公司坏账准备收回或转回金额为 846.58 万元，上述 2021 年度坏账准备收回或转回金额大于 10 万元的客户对应的坏账准备收回或转回金额为 602.24 万元，占 2021 年度坏账准备收回或转回总金额的比重约为 71.14%。

综合上述情况，坏账准备收回或转回的客户与公司持股 5% 股东、董事、监事、高级管理人员均不存在关联关系，亦不存在资金占用或财务资助的情形。除部分破产、起诉客户外，其余坏账准备收回或转回客户与公司保持正常的业务往来关系。2021 年坏账准备收回或转回客户回款方式主要系银行存款、票据和债务重组，收回款项均于 2021 年度陆续到账，对方回款账户与对应客户基本匹配一致。

公司应收账款坏账准备计提政策具有一贯性，2020 及以前年度计提坏账准备均采用预期信用损失的简化模型，即始终按照整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备，考虑所有合理且有依据的信息，包括前瞻性信息，以单项或组合的方式对应收账款预期信用损失进行估计，计提坏账准备的依据具有合理性且谨慎客观，相关会计处理符合企业会计准则的规定。

请公司年审会计师核查并发表明确意见。

【会计师核查程序】

针对坏账准备的计提，我们实施的主要审计程序包括：

(1) 对公司应收款项管理、坏账准备计提相关的内部控制设计合理性及运行有效性进行评价和测试；我们获取公司管理层编制的应收款项账龄分析表，并选取样本对账龄准确性进行测试。

(2) 我们分析应收款项的账龄和客户信誉情况，并执行应收款项函证程序及检查期后回款情况，评价应收款项坏账准备计提的合理性。

(3) 了解和评估应收款项坏账准备政策，分析应收款项预期信用损失计提的准确性。对于按组合计提坏账的应收款项，复核管理层对组合的划分依据，评估其对未来经济状况的预测以及对不同组合估计预期信用损失率的合理性，关注应收款项逾期情况、逾期应收款项期后回款情况以及历史上实际发生坏账金额等关键信息。对于单项计提坏账准备的应收账款，在判断应收款项可收回性时，我

们检查了相关支持性证据，查询了客户的公开信息、获取并检查了相关诉讼文件，访谈了公司委托的律师，对律师的胜任能力、专业素质和客观性进行了了解和评价，并获取了律师出具的各项诉讼进展及可收回性的专业意见等。通过实施以上程序，我们测试了应收账款的可收回性及坏账准备计提比例的合理性。我们对公司坏账准备的计提实施了充分、恰当的审计程序，对公司报告期收回或转回坏账准备、实际核销坏账准备逐笔进行了检查，检查了相关资金流水、核对了坏账转回的原因。

(4) 针对期末大额应收账款和涉及诉讼的应收账款，我们通过公开信息查询了客户的工商信息、股权结构、注册资本等，评价客户是否有正常开展商业行为的能力；查询公司与客户之间是否存在关联关系；查询客户与公司董监高及大股东是否存在关联方关系。

(5) 我们执行了银行流水核查程序，经核查回款账户与对应客户基本匹配一致。

【会计师核查意见】

在实施上述程序的基础上我们认为：①公司报告期内应收账款系销售业涂料、油墨等业务产生，均具有商业实质。②报告期内公司的应收账款账龄划分正确，期末余额披露准确。③报告期内公司判断应收账款预计难以收回或无法收回从而单项计提坏账准备的依据充分。公司以前年度计提坏账准备谨慎客观，本期收回或转回坏账准备、实际核销坏账准备的会计处理符合会计准则的规定。④应收账款对方回款账户与对应客户基本匹配、与公司不存在关联关系，不存在资金占用或财务资助的情形。

5. 报告期你公司对东莞汉普诺新材料有限公司(以下简称“东莞汉普诺”)、江西广臻进行重大股权投资金额分别为 1,460 万元、1,000 万元，本期投资盈亏分别为-61.26 万元、-31.99 万元。你公司于 2017 年 12 月完成对创兴精细化学(上海)有限公司(以下简称“上海创兴”) 60%股权的收购，报告期上海创兴报告期实现营业收入及净利润分别为 2,640.45 万元、-703.92 万元，上海创兴自 2017 年至今已连续 5 年净利润为负。

请结合行业发展、市场环境变化及业务开展情况等，说明东莞汉普诺以及

江西广臻报告期投资盈亏为负的具体原因、上海创兴净利润连续 5 年为负的原因及合理性，持续经营能力是否存在重大不确定性，你公司对相关业务、产能等进行整合已采取和拟采取的措施及实施效果。请公司年审会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、请结合行业发展、市场环境变化及业务开展情况等，说明东莞汉普诺以及江西广臻报告期投资盈亏为负的具体原因、上海创兴净利润连续 5 年为负的原因及合理性，持续经营能力是否存在重大不确定性

(一) 行业发展、市场环境变化及业务开展情况

关于行业发展、市场环境变化请参见本回复【问题 1 之（1）的“所处行业发展情况、市场环境变动情况”】。

报告期内，公司业务开展情况如下：

项目	金额（万元）	占比
专用油墨	35,486.13	57.34%
专用涂料	26,057.08	42.10%
其他	347.03	0.56%
合计	61,890.24	100.00%

从上表可以看出，公司主营业务收入主要来自于两个板块：专用油墨和专用涂料。其中，专用油墨收入为 35,486.13 万元，占公司全部营业收入的比重为 57.34%；专用涂料收入为 26,057.08 万元，占公司全部营业收入的比重为 42.10%。

报告期内，本公司及子公司产品的有效产能、产量及产能利用率情况如下：

产品	项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
专用油墨	产能（吨）	8,000.00	10,500.00	6,500.00
	产量（吨）	9,842.85	8,255.19	7,378.91
	销量（吨）	9,958.07	7,958.86	7,356.32
	产能利用率（%）	67.88	78.62	113.52
	产销率（%）	101.17	96.41	99.69
专用涂料	产能（吨）	10,350.00	10,350.00	10,350.00
	产量（吨）	5,794.77	8,034.56	10,852.43
	销量（吨）	5,335.51	7,533.34	9,994.39
	产能利用率（%）	55.99	77.63	104.85
	产销率（%）	92.07	93.76	92.09

注：公司青阳基地 PCB 油墨设计产能 6,500 吨/年，但青阳基地生产基地受土地面积及当地环保政策、化工行业及化工园区规划影响，2021 年特别是四季度以来处于常态化的限产、间歇性停产状态，已经不能贡献有效产能。因此，在统计公司 2021 年年末专用油墨的产能时，未将青阳基地产能包括在内。公司已经于 2022 年 4 月正式关停青阳基地，并进行了公告。

报告期内，公司专用油墨销量已达 9,958.07 吨，公司现有专用油墨产能 8,000 吨/年已不能满足当前及未来公司下游客户需求；2019 年度，公司涂料产能利用率已饱和，2020 年至 2021 年度，公司专用涂料产能利用率呈下降趋势，主要原因是受新冠疫情不断反复、华为事件的影响，涂料业务板块的产品销售量大幅下降所致。

（二）说明东莞汉普诺以及江西广臻报告期投资盈亏为负的具体原因、上海创兴净利润连续 5 年为负的原因及合理性，持续经营能力是否存在重大不确定性

1、东莞汉普诺报告期投资盈亏为负的具体原因

东莞汉普诺由子公司江苏宏泰于 2021 年 3 月自第三方收购。收购的目的是为获得东莞汉普诺名下位于东莞市寮步镇仁居路 1 号松湖智谷研发中心一区 5 号丙类厂房 2001-2003 号房屋的所有权。通过本次收购，公司有效解决了华南区域实验室和业务人员办公场所受限问题，有利于江苏宏泰进一步完善业务拓展能力、贴近客户服务。

东莞汉普诺定位于研发中心和客户服务支持机构，报告期内没有销售收入，不以盈利为目的，亏损为公司经营中承担期间费用，主要为员工薪酬、固定资产折旧。

2、江西广臻报告期投资盈亏为负的具体原因

江西广臻系公司的全资子公司，是公司“年产 5 万吨电子感光材料及配套材料项目”的实施主体。截至本回复出具日，前述投资项目尚处于建设阶段，江西广臻尚未开始实际经营，江西广臻亏损是由于建设项目的前期投入导致。

3、上海创兴净利润连续 5 年为负的原因及合理性

2017 年 12 月末，公司完成对上海创兴的收购。公司实施本次交易的初衷是

寄望于通过对上海创兴的收购，建设华东地区生产、研发和销售基地；同时，借助长兴材料、创兴上海优质的人才资源、资质资源和行业地位，更好地发挥协同效应，进一步丰富和优化产业结构，完善公司产业布局，提高公司的综合竞争力。

当时收购的交易对方长兴材料 1964 年成立于中国台湾高雄市，1994 年在台湾证券交易所上市（股票代码 1717），是一家着重于技术研发及客户服务的国际性企业。长兴材料一直是公司涂料业务原材料的重要供应商。

在完成对上海创兴的收购后，上海创兴的收入和净利润情况如下：

单位：万元

2021 年		2020 年		2019 年		2018 年	
收入	净利润	收入	净利润	收入	净利润	收入	净利润
2,640.45	-703.93	2,812.38	-771.30	4,334.75	-915.22	6,793.63	-143.06

在公司完成对上海创兴的收购后，随着湖南宏泰生产基地在 2019 逐步量产，公司出于规模化集约化生产以及地方政府不断加强环保监管导致的环保合规成本持续上升状况的考量，决定将涂料业务产能主要集中到湖南宏泰生产基地，将上海创兴的业务定位适当调整，进一步明确为以研发和销售为主，同时保留少量的生产能力，维持对上海周边地区重要客户的快速供货能力。最近两年，上海创兴的年产量维持在 500-600 吨。

由于上海创兴业务定位发生改变，在上海创兴不具备规模化生产能力的情况下，上海创兴依然要承担较高的固定成本（主要为固定资产的折旧摊销成本、人工工资），由此导致上海创兴近年来一直处于亏损。

综上，上海创兴的亏损与公司将其业务定位于研发和销售有着直接的关系，具有合理性。

4、持续经营能力是否存在重大不确定性

东莞汉普诺和上海创兴的亏损与公司将其业务定位于研发和销售为主有着直接的关系，是公司基于业务布局及经营环境变化主动作出的选择。东莞汉普诺和上海创兴作为公司的控股子公司，需要服从公司整体发展的需要。公司作为在深交所创业板上市的公司，具有较强的融资能力，主营业务符合国家产业政策的发展方向，具有持续经营能力，且东莞汉普诺和上海创兴每年的亏损并不大，公司有能力保持东莞汉普诺和上海创兴在公司的业务定位，维持东莞汉普诺和上海

创兴的持续经营能力。

江西广臻作为公司的全资子公司，是公司“年产5万吨电子感光材料及配套材料项目”的实施主体。公司将根据项目建设及投产进度，为江西广臻提供建设资金支持，并从公司全局出发，统筹技术、人员储备以及销售渠道等方面提供支持。

综上，东莞汉普诺、江西广臻和上海创兴的持续经营能力不存在重大不确定性。

二、你公司对相关业务、产能等进行整合已采取和拟采取的措施及实施效果

（一）对相关业务、产能等进行整合已采取和拟采取的措施

1、对相关业务、产能等进行整合已采取的措施

公司主营业务为专用油墨和专用涂料生产。近年来，由于公司青阳基地和宜兴生产基地所在地政府强化化工企业的入园要求及加强环保监管的要求，公司分别在2018年12月和2022年4月正式关停了宜兴生产基地和青阳生产基地。在上述两个基地关停后，公司专用油墨和专用涂料业务的主要产能已经分别整合到江阴广豫生产基地（专用油墨）和湖南宏泰生产基地（专用涂料），公司还有一些定位于研发和销售的子公司，为公司业务的持续发展提供支持。

公司主要生产基地（江阴广豫生产基地和湖南宏泰生产基地）均在工业园区内，其中江阴广豫位于专门的化工园区；湖南宏泰虽不在化工园区内，但是其所在园区为生物医药园区，执行的环保要求与化工企业的环保要求趋同，都存在三废排放方面的达标要求，且湖南宏泰符合所在园区的招商引资入园企业要求。

2、对相关业务、产能等进行整合拟采取的措施

公司“年产5万吨电子感光材料及配套材料项目”是公司本次募集资金投资项目，项目建成达产后将形成每年1.6万吨PCB油墨产品，1.5万吨涂料及配套原材料，1.2万吨树脂，及0.7万吨光刻胶产品及配套试剂的产能。

在本次募集资金投资项目建成后，公司的主要业务的产能分布如下：

生产基地	所在地	产能
------	-----	----

江阴广豫生产基地	江苏省江阴市	年产 8,000 吨油墨
湖南宏泰生产基地	湖南省浏阳市	年产 10,350 吨专用涂料
江西广臻生产基地	江西省龙南市	年产 1.6 万吨 PCB 油墨产品, 1.5 万吨涂料及配套原材料, 1.2 万吨树脂, 及 0.7 万吨光刻胶产品及配套试剂

(二) 已采取和拟采取措施的实施效果

1、消除环保限产停产影响

受江阴广豫 8,000t/a 感光新材料项目满产的积极影响, 公司油墨板块 2021 年的产量达到 9,958.07 吨, 同比增长 25.12%; 公司 2021 年的油墨收入实现了 35,486.13 万元, 同比增长 27.23%。由于江阴广豫拥有更先进的生产工艺和自动化控制生产设备, 随着生产设备调试优化, 生产效率将会进一步提高, 实际产量也会随之提升, 从而有助于进一步巩固并加强公司油墨板块的业务收入。

公司“年产 5 万吨电子感光材料及配套材料项目”的实施地位于龙南经济技术开发区富康一新圳片区中再生资源与化工产业园, 属于 2021 年经江西省工业和信息化厅认定的首批 26 家省化工园区之一。

综上, 随着江阴广豫生产基地的满产运行, 公司在青阳生产基地因环保监管要求曾经面临的限产、停产问题已经不复存在。而本次“年产 5 万吨电子感光材料及配套材料项目”的实施地位于江西首批省化工园区内, 符合国家化工企业入园的环保监管要求, 建成后将形成 1.6 万吨的油墨产能, 增强公司在专用油墨上的竞争能力。通过在专门化工园区形成稳定的专用油墨产能, 过往几年持续困扰公司的环保限产、停产问题得到了有效解决。

2、跟上同行业竞争对手的发展步伐

与同行业竞争对手相比, 公司近年来的产能并没有得到有效提升。公司油墨业务的有效产能与 2016 年首发上市相比, 基本上是原地踏步。同行业公司容大感光的产能在 2019 年得到了大幅提升, 产量也逐年上升。具体如下:

项目	2021 年	2020 年度	2019 年度	2018 年度
产能 (吨)	18,000	18,000	18,000 (19 年 6 月新增 1 万吨)	8,000
产量 (吨)	20,568.44	15,197.19	13,484.75	12,033.12
收入 (亿元)	74,036.24	50,446.29	42,031.76	39,258.59

从上表可以看出，随着新增产能投产后的量产爬坡，容大感光的油墨产量也在逐年增加，已经从 2018 年的 12,033.12 吨增加至 2021 年的 20,568.44 吨，收入也从 39,258.59 万元增至 74,036.24 万元，收入增长率达到 89%。

涂料板块的同行业公司松井股份也在积极扩产。根据松井股份 2021 年年报，松井股份现有产能 7,000 吨/年，目前的产能利用率达到 97.43%，在建产能 1.6 万吨/年，预计在 2022 年 12 月 31 日完成。

公司“年产 5 万吨电子感光材料及配套材料项目”的实施地位于龙南经济技术开发区富康一新圳片区中再生资源与化工产业园，属于 2021 年经江西省工业和信息化厅认定的首批 26 家省化工园区之一。该项目建成后将形成年产 1.6 万吨 PCB 油墨产品、1.5 万吨涂料及配套原材料、1.2 万吨树脂的产能。

综上，“年产 5 万吨电子感光材料及配套材料项目”建成后将形成年产 1.6 万吨 PCB 油墨产品、1.5 万吨涂料及配套原材料、1.2 万吨树脂的产能，可以紧跟同行业竞争对手的发展步伐，使得公司有能力在市场销路打开后，形成持续稳定的供货能力，进一步增强公司的竞争力。

3、增强公司规模化和集约化生产实力

“年产 5 万吨电子感光材料及配套材料项目”建成后将形成年产 1.6 万吨 PCB 油墨产品、1.5 万吨涂料及配套原材料、1.2 万吨树脂的产能，公司原有的专用油墨和专用涂料生产基地长期分散的情况可以有效缓解，借助公司在生产制造环节形成的规模化和集约化实力，降本增效，增强公司的竞争力。

三、请公司年审会计师核查并发表明确意见。

【会计师核查意见】

（一）核查程序

针对以上事项，会计师执行了如下核查程序：

1、了解公司所处行业的发展、市场环境变化及业务开展情况；

2、了解东莞汉普诺、江西广臻和上海创兴在公司整体层面的业务定位，分析其在报告期投资盈亏为负的具体原因，并判断其持续经营能力是否存在重大不确定性；

3、了解公司对相关业务、产能等进行整合已采取和拟采取的措施及实施效果。

（二）核查意见

经核查，会计师认为：

1、东莞汉普诺和上海创兴的亏损与公司将其业务定位于研发和销售为主有着直接的关系，是公司基于业务布局及经营环境变化主动作出的选择。江西广臻是公司“年产5万吨电子感光材料及配套材料项目”的实施主体，由于该项目尚处于建设阶段，江西广臻尚未开始实际经营，江西广臻亏损是由于建设项目的初期投入导致。东莞汉普诺、江西广臻和上海创兴的持续经营能力不存在重大不确定性。

2、公司分别在2018年12月和2022年4月正式关停了宜兴生产基地和青阳生产基地，同时公司将专用油墨和专用涂料业务的主要产能分别整合到江阴广豫生产基地（专用油墨）和湖南宏泰生产基地（专用涂料），公司还有一些定位于研发和销售的子公司，为公司业务的持续发展提供支持。公司本次“年产5万吨电子感光材料及配套材料项目”的实施地位于江西首批省化工园区内，符合国家化工企业入园的环保监管要求，建成后将形成1.6万吨PCB油墨产品、1.5万吨涂料及配套原材料、1.2万吨树脂的产能。

公司采取的上述措施有效解决了过往几年持续困扰公司的环保限产、停产问题；确保公司可以紧跟同行业竞争对手的发展步伐，使得公司有能力在市场销路打开后，形成持续稳定的供货能力，进一步增强公司的竞争力；有效缓解公司原有的专用油墨和专用涂料生产基地长期分散的情况，助力公司在生产制造环节形成规模化和集约化实力，降本增效，增强公司的竞争力。

6. 报告期末你公司存货余额13,235.82万元，计提跌价准备1,288.05万元。报告期增加计提跌价准备556.96万元，其中对库存商品增加计提518.52万元，转回或转销354.37万元。

请补充披露报告期原材料及库存商品存货跌价准备转回或转销的具体情况，包括但不限于转回或转销的具体类型、原因、时间、前期跌价准备计提情况等，并结合存货的具体类型、库龄、对应在手订单及执行情况、可变现净值的确定、成本及销售价格变化等情况，说明本期存货跌价准备计提是否充分、合理。请公司年审会计师核查并发表明确意见。

【回复】

1、存货跌价准备转回或转销的具体类型、原因、时间、前期跌价准备计提情况

报告期内，公司存货跌价准备转回或转销的具体情况如下：

单位：元

类别	期初余额	本期增加金额		本期减少金额		期末余额
		计提	其他	转回或转销	其他	
库存商品	9,600,912.16	5,185,168.42		3,543,727.15		11,242,353.43
原材料	1,259,344.16	143,060.09		5,566.42		1,396,837.83
发出商品		186,132.98				186,132.98
半成品		55,045.00				55,045.00
包装物		151.88				151.88
合计	10,860,256.32	5,569,558.37		3,549,293.57		12,880,521.12

根据《企业会计准则》规定，存货跌价准备转销的条件是以前计提存货跌价准备的存货对外销售的，将对应的存货跌价准备金额进行转销，冲减当期营业成本。2021年度，公司存货跌价无转回，均为转销，转销金额354.93万元，主要原因系2020年末计提跌价的原材料及库存商品已于2021年度实现生产或销售，故在本年度予以转销。

2、结合存货的具体类型、库龄、对应在手订单及执行情况、可变现净值的确定、成本及销售价格变化等情况，说明本期存货跌价准备计提是否充分、合理

(1) 存货的具体类型、库龄及在手订单情况

单位：万元

类型	期末余额	期末库龄情况		存货跌价准备期末余额
		1年以内	1年以上	
原材料	5,517.64	4,971.02	546.62	139.68
发出商品	4,381.28	4,362.67	18.61	18.61
库存商品	4,170.61	2,903.22	1,267.39	1,124.24
半成品	299.55	246.91	52.64	5.50

类型	期末余额	期末库龄情况		存货跌价准备 期末余额
		1 年以内	1 年以上	
在产品	125.10	125.10		
包装物	29.69	28.52	1.17	0.02
合计	14,523.87	12,637.44	1,886.43	1,288.05

2021 年末存货账面余额 14,523.87 万元，库龄主要集中在 1 年以内，1 年以内的金额为 12,637.44 万元，占比约 87%。

公司主要产品 PCB 油墨、专用涂料具有生产周期短、交付快、保质期较短的特点，客户下单后公司可以快速组织生产并交货。下游客户一般不大量备库存、而是根据其自身的实时生产需要量，以多批次、小批量的形式向公司下单，公司接到订单后组织生产和交货。因此，虽然公司跟多数现有客户已经形成了长期、稳定的合作关系，但基于以上业务特点，公司在某一时点未交付的在手订单数量一般累积较少。

截至 2022 年 4 月 30 日，公司 PCB 油墨产品在手订单金额为 270.68 万元，专用涂料产品在手订单金额为 257.63 万元。

(2) 可变现净值的确定

资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照存货类别成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。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。

(3) 成本及销售价格变化

单位：万元/吨

产品类别	2021 年度		2020 年度		变动比率	
	销售单价	单位成本	销售单价	单位成本	销售单价	单位成本
专用油墨	3.56	2.66	3.50	2.37	1.71%	12.24%
专用涂料	4.87	3.40	4.49	2.80	8.46%	21.43%

2021 年度公司主要产品销售单价及单位成本较 2020 年度均有所上升，主要系：（1）公司所需原材料主要为树脂、单体、光引发剂、溶剂、各种助剂等化工类产品。2020 年以来，相关原材料价格普遍上涨，导致销售单价也随之上涨；（2）近两年来，受大宗商品价格波动、市场需求紧张及新冠疫情等因素的影响，加之公司部分生产基地限产停产影响，固定成本较高，导致公司的毛利率有所下降。

（4）本期存货跌价准备计提是否充分、合理

公司依据《企业会计准则第 1 号——存货》和公司财务规章制度的规定，依据谨慎性原则，每个季度资产负债表日或每年年度终了公司对合并报表范围内的存货进行全面清查，对存货的可变现净值进行了充分的评估和分析。根据评估和分析的结果判断，公司对已经发生了减值的存货，计提相应的存货跌价准备。

报告期末，公司存货跌价准备计提是充分、合理的。

【会计师核查意见】

（一）核查程序

针对以上事项，会计师执行了如下核查程序：

- 1、执行存货的监盘程序，检查存货的数量及状况等；
- 2、取得存货的年末库龄清单，对库龄较长的存货进行分析性复核；
- 3、查询本年度原材料价格变动情况，了解 2021 年度原材料价格的走势；
- 4、取得存货的跌价准备计算表，执行存货减值复核程序，检查分析可变现净值的合理性，评估存货跌价准备计提的准确性；

（二）核查意见

基于上述的核查程序，我们认为公司的回复与我们对公司 2021 年度财务报表执行审计工作中取得的审计证据以及从管理层了解或获取的信息进行比较，没有发现存在不一致之处。计提存货跌价准备的计算过程及依据准确且充分，计提合理。

7. 报告期你公司销售费用为 6,144.14 万元，同比增加 19.95%。请你公司结合销售费用明细项目及同比变动、业务开展模式等分析说明报告期销售费用变动趋势与主营业务收入不匹配的原因及合理性。请公司年审会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、结合销售费用明细项目及同比变动、业务开展模式等分析说明报告期销售费用变动趋势与主营业务收入不匹配的原因及合理性

(一) 销售费用明细项目及同比变动

2020-2021 年度，公司销售费用明细项目及同比变动情况如下所示：

单位：万元

项目	本期发生额	上期发生额	增减变动率
职工薪酬	3,547.04	2,685.61	32.08%
招待费	1,261.39	737.77	70.97%
差旅费	735.78	612.59	20.11%
广告费	121.23	119.80	1.20%
服务费	119.10	259.12	-54.04%
办公费	85.53	70.36	21.56%
运输费	65.96	441.89	-85.07%
租赁费	16.27	14.32	13.67%
其他	191.83	180.77	6.12%
合计	6,144.14	5,122.22	19.95%

2020-2021 年末，公司销售费用增加 19.95%，主要原因如下：

1、2021 年度涂料市场竞争加剧，为了保障销售人员的稳定性，公司 2021 年对涂料板块人员薪资构成进行调整，由以前年度“低固定+高奖金”模式调整为“高固定+低奖金”模式，且随着人工成本的上升，人员薪酬较 2020 年呈上升趋势，职工薪酬较 2020 年度增加 32.08%；

2、公司 2020 年度受疫情封控影响，导致 1-5 月份招待活动大量减少，2021 年度招待费用受疫情影响较小，且随着 2021 年市场环境的恶化，为维持市场份额，加强了对客户的拜访与沟通，招待费较 2020 年度增加 70.97%，差旅费同比

增长了 20.11%。

（二）业务开展模式

报告期内，公司主要产品包括专用油墨和专用涂料两大类，业务开展模式未发生变化。报告期内，公司专用油墨的销售收入为 35,486.13 万元，同比增长 27.23%；专用涂料的销售收入为 26,057.08 万元，同比下降了 22.99%。

（三）销售费用变动趋势与主营业务收入不匹配的原因及合理性

2020-2021 年度公司销售费用与主营业务收入变动情况如下所示：

单位：万元			
项目	2021 年度	2020 年度	变动率
主营业务收入	61,543.21	74,656.18	-17.56%
销售费用	6,144.14	5,122.22	19.95%
销售费用占收入比例	9.98%	6.86%	45.48%

2021 年度，公司销售费用占主营业务收入的比重大幅增加，主要原因如下：

1、2021 年度涂料市场竞争加剧，公司改善了涂料板块销售人员的薪资结构，增加了对终端客户的拜访次数，销售费用较 2020 年度有所增加。

2、公司 2021 年度销售费用同比增长 19.95%，主要是公司为了打开涂料业务的市场，增加涂料业务板块的销售费用支出所致。而涂料业务收入的增长受制于诸多因素，如下游终端客户新机型的推出时机、下游终端客户应用公司新研发产品的验证进度，公司提高销售费用虽有助于涂料业务收入的增长，但并不是必然的因果关系。此外，销售收入的增长与销售费用的提高之间往往存在时间上的延迟。

综上，公司报告期内销售费用的变动趋势与主营业务收入不匹配是合理的。

二、会计师核查程序及核查意见

（一）核查程序

会计师执行了以下核查程序：

1、访谈公司销售人员，确定公司目前销售策略，并与公司 2021 年度费用发生及收入情况相比较；

2、查验公司内部控制制度，并分析控制制度的合理性，检查内部控制执行是否有效；

3、获取销售费用分类明细，并分析同比变动原因；

4、检查招待费用发生凭证，确定招待费用发生的真实性，费用计量的准确性；

5、检查销售人员薪酬发放方式，检查销售人员工资及奖金发放流水，重新计算奖金测算过程；

6、检查销售费用是否存在跨期情况，核实费用发生的准确性。

（二）核查意见

经核查，会计师认为：

1、销售费用增加主要原因为：①涂料市场竞争加剧，公司为稳定市场增加销售相关费用的投入；②江苏宏泰 2021 年为了维护员工稳定性，调整了薪酬结构，销售费用职工薪酬较 2020 年度上升；③2021 年较 2020 年新冠疫情影响有所好转，且为了遏制涂料销售市场的进一步下滑，江苏宏泰销售人员招待活动和现场拜访客户增加，相应的招待费用和差旅费增加。

2、报告期内，公司主要产品包括专用油墨和专用涂料两大类，业务开展模式未发生变化。报告期内，公司专用油墨的销售收入为 35,486.13 万元，同比增长 27.23%；专用涂料的销售收入为 26,057.08 万元，同比下降了 22.99%。虽然公司报告期内的销售费用同比增长了 19.95%，但是销售费用与营业收入并不存在必然的因果关系。此外，销售收入的增长与销售费用的提高之间往往存在时间上的延迟。

综上，2021 年度销售费用变动趋势与营业收入不匹配具有合理性。

特此公告。

江苏广信感光新材料股份有限公司

董事会

2022 年 6 月 1 日

