

证券代码：300737

证券简称：科顺股份

公告编号：2022-090

科顺防水科技股份有限公司 关于对深圳证券交易所半年报问询函的回复公告

本公司及董事会全体成员保证公告内容的真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带法律责任。

科顺防水科技股份有限公司（以下简称“科顺股份”、“公司”）于2022年9月20日收到深圳证券交易所创业板公司管理部下发的《关于对科顺防水科技股份有限公司的半年报问询函》（创业板半年报问询函【2022】第41号），公司对问询函相关问题逐项进行了落实、核查，现予回复如下：

问题一、报告期内，你公司实现营业收入 **41.41** 亿元，较上年同期增长 **10%**，防水材料销售、防水工程施工业务毛利率分别较上年同期下降 **8** 个、**9** 个百分点。请你公司：

(1) 补充列示最近一年及一期直销业务、经销业务最终客户的行业构成及收入占比，地产类最终客户前二十名名称及收入规模，结合房地产市场调控、地产类客户信用风险的变化等情况，说明你公司防水业务收入规模持续增长的原因及合理性。

(2) 结合主要产品销售定价策略、原材料价格波动等因素，量化说明报告期内主营业务毛利率大幅下滑的原因。

回复：

(一) 补充列示最近一年及一期直销业务、经销业务最终客户的行业构成及收入占比，地产类最终客户前二十名名称及收入规模，结合房地产市场调控、地产类客户信用风险的变化等情况，说明你公司防水业务收入规模持续增长的原因及合理性。

1、最近一年及一期，公司直销和经销业务对应主营业务收入情况

最近一年及一期，公司的防水业务按销售渠道对应主营业务收入情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月		2021年度	
	收入	比例	收入	比例
直销	187,737.06	47.01%	486,468.53	62.63%
经销	211,620.77	52.99%	290,323.46	37.37%
合计	399,357.83	100.00%	776,792.00	100.00%

公司的防水业务销售模式采取“直销+经销”模式，直销负责大型企业、重大项目的战略合作，经销则集中于当地工业民用市场，公司与近 2,000 家经销商形成合作关系，拥有数十家年销售收入在千万元以上、合作时间长达十年以上的经销商。

(1) 直销客户对应的终端项目情况

最近一年及一期，公司防水行业直销渠道的主营业务收入按下游应用行业分类的情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月		2021年度	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）
房屋建筑	94,017.11	50.08	331,311.45	68.11
工商建筑	45,368.80	24.17	84,935.91	17.46
市政基建	37,193.19	19.81	49,805.17	10.24
建筑修缮	4,535.01	2.42	10,875.82	2.24
其他	6,622.95	3.53	9,540.18	1.96
合计	187,737.06	100.00	486,468.53	100.00

最近一年及一期，公司积极拓展工商建筑领域和市政基建领域的业务，销售金额增长较快且占比提高，公司防水行业直销渠道的主营业务收入来自房屋建筑领域占比分别为 68.11%和 50.08%，占比明显下滑，直销模式下对地产行业依赖度逐渐降低。

（2）最近一年一期前十大经销客户对应的终端项目情况如下：

最近一年及一期公司对主要经销商（各期前十大经销商）的营业收入按下游应用行业分类的情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月		2021年度	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）
房屋建筑	14,090.26	32.65	18,129.21	34.27
工商建筑	12,401.52	28.73	14,008.87	26.48
市政基建	12,966.84	30.04	12,912.25	24.40
建筑修缮	959.94	2.22	524.07	0.99
零售及其他	2,743.01	6.36	7,334.34	13.86
合计	43,161.57	100.00	52,908.74	100.00

最近一年及一期，公司主要经销商的终端项目中房屋建筑占比呈现下降的趋势。2022年1-6月，主要经销商的终端项目主要为工商建筑和市政基建项目，合计占比达到58.77%，房屋建筑占比仅为32.65%。经销商的房屋建筑领域终端开发商以经销商开展业务所在地的地方性房地产商为主，经销商对风险房地产商销售规模较小，原因系大型房地产商考虑成本及供应能力等因素，主要和防水产品生产厂商直接签署战略集中采购协议，较少通过经销商购买防水产品。

总体而言，最近一年及一期，公司积极拓展经销渠道以及直销渠道中的工商建筑领域和市政基建领域的业务，上述业务销售金额增长较快且占比提高，公司在房屋建筑领域的收入占比逐渐下滑，对房地产行业的依赖性逐渐降低。

2、最近一年及一期，前二十名地产类最终客户情况

公司直销渠道主要负责大型企业、重大项目的战略合作，对应的终端地产客户以全国性的大型地产公司为主，而经销商的终端地产客户以所在地的地方性房地产商为主且房地产收入占比较小，各经销商对应的地产客户较为分散。因此公司地产类最终主要客户可参照公司直销渠道的主要房地产客户。

最近一年及一期，公司直销渠道的前二十大地产客户收入及占营业收入比例情况如下：

单位：万元

序号	2022年1-6月			2021年		
	客户名称	销售收入	占比	客户名称	销售收入	占比
1	第一名	6,072.43	1.47%	第一名	28,444.33	3.66%
2	第二名	4,263.04	1.03%	第二名	14,718.17	1.89%
3	第三名	2,532.79	0.61%	第三名	12,035.66	1.55%
4	第四名	2,404.60	0.58%	第四名	11,665.94	1.50%
5	第五名	2,303.49	0.56%	第五名	9,713.97	1.25%
6	第六名	2,260.24	0.55%	第六名	9,696.57	1.25%
7	第七名	1,854.21	0.45%	第七名	9,616.11	1.24%
8	第八名	1,839.54	0.44%	第八名	8,243.91	1.06%

序号	2022年1-6月			2021年		
	客户名称	销售收入	占比	客户名称	销售收入	占比
9	第九名	1,796.16	0.43%	第九名	6,515.56	0.84%
10	第十名	1,794.74	0.43%	第十名	5,706.22	0.73%
11	第十一名	1,452.83	0.35%	第十一名	5,055.38	0.65%
12	第十二名	1,287.31	0.31%	第十二名	4,973.58	0.64%
13	第十三名	1,209.09	0.29%	第十三名	4,918.30	0.63%
14	第十四名	1,188.30	0.29%	第十四名	4,635.73	0.60%
15	第十五名	931.45	0.22%	第十五名	3,989.98	0.51%
16	第十六名	913.56	0.22%	第十六名	3,949.04	0.51%
17	第十七名	887.53	0.21%	第十七名	3,940.26	0.51%
18	第十八名	805.94	0.19%	第十八名	3,763.79	0.48%
19	第十九名	754.43	0.18%	第十九名	3,515.67	0.45%
20	第二十名	735.90	0.18%	第二十名	2,938.01	0.38%
-	合计	37,287.58	9.01%	合计	158,036.17	20.34%

2022年1-6月，公司对前20大房地产直销客户的合计销售收入占比为9.01%，较2021年占比大幅下降，主要原因系自2021年三季度以来部分地产企业风险事件频发，公司基于风险管控考虑，控制对部分存在一定风险的民营地产客户的销售，并大力发展央企、国企等经营稳健的地产类客户，公司对招商蛇口、华润集团、保利置业、首创置业等优质地产企业发货情况良好。

3、房地产调控情况

为了抑制部分重点城市房价过快上涨及房地产金融泡沫风险，近年来政府及监管部门相继提出了“房住不炒”等理念，全面落实因城施策，稳地价、稳房价、稳预期的长效管理调控机制，促进房地产市场平稳健康发展。2020年出台的房地产融资新规，设置了“三道红线”，控制房地产开发企业有息负债规模增长，进而保障房地产行业的持续健康发展。上述政策从增加保障性住房和普通商品住房有效供给、抑制投资投机性购房需求、促进供应土地的及时开发利用、控制房地产开发企业有息债务的增长等多个方面进行调控，一定程度上抑

制了房地产投资过快上涨的需求，调节了房地产开发速度和规模。在上述调控政策的影响下，部分地产企业的经营与融资受到限制，地产行业的发展受到了一定冲击。

从房地产行业中长期发展来看，政府调控的目的是维护房地产市场平稳健康发展，保持房地产信贷平稳有序投放，而非打压房地产市场的发展。因此，自 2022 年 4 月以来，为了稳定房地产行业发展，监管部门接连释放积极信号，具体如下：

时间	政策
2022 年 4 月	银保监会召开会议传达学习国务院金融委专题会议精神，强调持续完善“稳地价、稳房价、稳预期”房地产长效机制，支持改善和刚性住房需求，促进房地产业良性循环和健康发展
2022 年 4 月	国家发改委官网发布《积极扩大有效投资，促进经济平稳健康发展》。房地产投资保持正增长；推动基础设施领域不动产投资信托基金(REITs)健康发展，盘活存量资产、形成投资良性循环；规范推进政府社会资本合作（PPP）
2022 年 4 月	中共中央政治局召开会议支持各地完善房地产政策，支持刚性和改善性住房需求，优化预售资金监管
2022 年 5 月	央行、银保监会、深交所相继出台落实金融支持稳经济工作措施，其中重点提及房地产金融措施：央行提出，执行好房地产金融审慎管理制度，及时优化房地产信贷政策，保持房地产融资平稳有序，支持刚性和改善性住房需求；银保监会提出，鼓励拨备水平较高的大型银行及其他优质上市银行有序降低拨备覆盖率，释放更多信贷资源，支持首套和改善性住房需求，灵活调整受疫情影响人群个人住房贷款还款计划，区分项目风险与企业集团风险，不盲目抽贷、断贷、压贷，保持房地产融资平稳有序；深交所提出支持房地产企业合理融资需求，鼓励优质房企发行公司债券兼并收购出险房企项目
2022 年 5 月	央行、银保监会联合发布《关于调整差别化住房信贷政策有关问题的通知》，在一定程度上降低了新房房贷加点利息，首套房加点降低 20BP，二套房因城施策
2022 年 5 月	央行将五年期贷款市场报价利率（LPR）从 4.60% 下调至 4.45%
2022 年 6 月	国家发展改革委召开线上新闻发布会，下一步将鼓励民间投资积极参与盘活存量资产。鼓励高质量的民间投资项目发行基础设施领域不动产投资信托基金(REITs)，形成示范效应。鼓励民间资本通过 PPP 等方式参与盘活国有存量资产，提高参与基础设施项目的便利程度。支持民营企业通过产权交易、并购重组等方式盘活自身资产，鼓励回收资金用于新的项目建设
2022 年 6 月	深交所发布《关于进一步支持企业发展服务实体经济的通知》，提出支持优质房地产企业盘活存量资产，鼓励优质房地产企业发行公司债券兼并收购出险房地产企业项目，促进房地产行业平稳健康发展
2022 年 7 月	中央政治局召开会议，指出要稳定房地产市场，坚持房子是用来住的不是用来炒的定位，因城施策用足用好政策工具箱，支持刚性和改善性住房需求，压实地方政府责任，保交楼、稳民生
2022 年 8 月	住建部、财政部、央行等有关部门出台措施，完善政策工具箱，通过政策性银行专项借款方式支持已售逾期难交付住宅项目建设交付

时间	政策
2022年8月	央行将五年期贷款市场报价利率（LPR）从4.45%下调至4.30%
2022年8月	央行提出，要增加对实体经济贷款投放，保障房地产合理融资需求
其他	已有超过60个城市调整了房地产相关政策，包括调低房贷利率、非限购城市重启最低首付20%、放松公积金贷款、购房补贴、降低房地产交易税费等

随着上述房地产调控政策以及保交楼政策持续推出与落实，同时房地产纾困基金逐步落地以及信贷政策持续宽松，中短期内房地产市场有望逐步企稳恢复。从长期来看，随着房地产长效管理机制的完善、市场预期逐步回归理性，房地产行业将进入平稳发展的新周期，仍将为防水材料行业提供重要需求支撑。

4、防水业务收入规模变化的原因及合理性

2021年上半年及2022年上半年，公司的防水业务按销售渠道对应主营业务收入情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月			2021年1-6月	
	收入	比例	收入增速	收入	比例
直销	187,737.06	47.01%	-23.53%	245,495.62	65.31%
经销	211,620.77	52.99%	62.29%	130,399.03	34.69%
合计	399,357.83	100.00%	6.24%	375,894.66	100.00%

2019年至2021年，公司防水业务主营业务收入复合增长率为29.90%，2022年上半年，公司防水业务主营业务收入增长6.24%，增速有所放缓。公司最近一期收入变动具体原因如下：

（1）直销渠道受地产调控影响，营业收入下滑

1) 地产客户营业收入下滑

受地产政策调控影响，2021年，公司部分地产客户出现债券展期或违约等风险事件。2022年1-6月，公司按照内部客户信用管理制度，收紧了对存在信用风险的地产客户的信用政策，并对出现风险事件的客户限制发货，2022年公司对上述地产客户的销售收入大幅减少。2022年1-6月，公司对前20大地产

客户合计收入及占比分别为 37,287.58 万元及 9.01%，2021 年 1-6 月为 96,154.83 万元及 25.27%，公司本期对地产客户收入及占比较 2021 年同期下降。

直销渠道方面，公司对风险地产客户信用政策与销售规模缩减，降低了公司的经营风险，使得公司地产收入金额、占比及对地产客户依赖逐渐降低；另一方面，公司积极拓展建筑施工行业客户，相应直销收入增长。

2) 建筑施工客户营业收入增长

2022 年，在地产投资、消费、出口边际转弱，制造业投资受损的情况下，中央和地方在传统基建、新能源基建、重大工程项目的投资上加大力度，交通基础设施（公路、铁路、机场、港口等）、数字基础设施（数据中心、5G 基站等）、市政及基础设施、能源设施（电力、光伏等）等项目蓬勃发展。此外，随着近年来下游客户对防水材料及施工重视程度不断提升，同时国企建设单位承建规模不断扩大，以及地产行业普遍实施集采模式带来的综合成本效应明显，部分国企建设单位也积极探索总包集采模式。公司基于对国企单位的信用情况及合作延续性考虑，持续加大对国企总包的合作，2022 年 1-6 月，公司防水业务对中国建筑、中国铁建以及国铁集团等国企建设单位合计销售收入达 56,344.97 万元，同比增长 68.79%。

综上，2022 年 1-6 月公司直销业务收入同比下滑，主要由于公司对地产客户收入减少，但同时公司积极拓展建筑施工行业客户，相应行业的直销收入保持增长。

(2) 经销渠道持续发力，营业收入增长

1) 公司发展经销渠道的原因

①防水行业市场需求大且分散，通过经销模式有助于发掘商务机会

建筑防水产品可广泛应用于房地产开发、市政基建、工商建筑、家居装饰、旧房改造等领域，涉及的客户或工程项目除大型地产项目外，还包括地铁、机场、桥梁、地下管廊、场馆、校舍、医院、商超、工业厂房、政府机关等，上

述项目分布广泛，且单个项目需求不大，如公司均采取直销方式开拓，则开发成本高、服务难度大。而经销商在当地拥有较强的社会资源，便于获取更多的项目信息、商业机会，同时又具备较强的服务能力。因此，公司采取直销+经销模式，充分发挥经销商本地化、专业化的渠道优势，深耕细分市场，获得更多商业机会。

②公司战略规划优化收入结构，降低政策及回款风险

公司直销的客户群体主要是大型房地产公司、大型总包建设单位、大型市政建设工程业主单位等，房地产行业是公司销售收入的主要来源之一，因此房地产行业发展趋势对公司销售收入的持续增长和盈利能力的影响较大。2020年以来的宏观调控政策对房地产市场冲击较大，房地产行业的发展放缓，导致新开工面积持续下滑，资金状况紧张，对公司的收入增长、利润增长以及货款回收带来不利影响。

与直销客户相比，经销商具有区域分布广、客户资源丰富、对地产依赖性低、项目多且分散、施工剪务能力强、回款周期短等特点，经销收入占比的合理提升能够优化公司销售定价机制、提高盈利能力稳定性、降低经营风险、抑制应收账款增长、改善经营性现金流。2019年公司发布“百亿战略规划”，提出改善收入结构的计划，逐年提高经销收入比例并争取在2022年达到50%左右，报告期内公司按照战略规划不断优化收入结构，经销商收入占比逐年提升。

2) 公司经销渠道销售收入增长的原因

①标准提升及行业波动导致中小企业退出，品牌防水企业收益

建筑防水行业具有“大行业、小企业”的特征，过去中小企业众多，且采取低质低价的方式开拓区、县级市场，对品牌防水企业渠道下沉带来一定阻碍。2019年，住建部发布《建筑和市政工程防水通用规范（征求意见稿）》，对工程防水设计工作年限进行了大幅提高，原防水年限通常为5年，新规范规定防水年限应不低于25年。防水年限的大幅提高一方面给行业市场需求带来较大的扩容，另一方面也对防水材料的质量提出更高要求。同时随着质量监督、环保督查、绿色节能等监管及政策规范对建筑防水材料行业的约束改进，以及消费者

对建筑防水产品品质要求的不断提高，产品质量管控不严、运营不规范的中小企业被逐渐淘汰；此外，受 2021 年起防水材料原材料价格上涨、下游房地产回款不佳的影响，部分资金实力单薄的中小企业运营资金受限并被市场淘汰，释放出较多的区、县级市场份额，品牌防水企业凭借丰富的渠道资源等综合优势快速占领市场。

②产能布局逐渐完善，利于渠道下沉

公司自 2018 年上市以来，相继投产德州科顺、荆门科顺、渭南科顺等生产基地，2019 年-2021 年，公司防水卷材产能复合增长率为 23.82%，防水涂料产能复合增长率为 42.42%，产能大幅提升为公司拓展经销收入提供产能保障；同时，公司上述生产基地投产后，产能覆盖区域除华南、华东、西南、东北外，新增华北、华中、西北等区域，由于防水产品的经济运输半径在 500 公里范围内，因此产能覆盖区域扩大有利于市场开拓，随着公司产能布局更加合理，产品供应效率及经济性明显提高，有助于公司渠道不断下沉，开发更多的经销商客户。

2019 年-2022 年 6 月末，公司签约的经销商数量及覆盖区域如下：

期间	签约经销商数量（家）	覆盖全国地级市比例（%）
2022 年 6 月末	1,954	86
2021 年末	1,530	80
2020 年末	1,240	68
2019 年末	790	59

2019 年-2022 年 6 月末，公司新增经销商数量及销售情况如下：

期间	新增经销商数量 ^[附]	经销收入（万元）	收入占比（%）
2022 年 1-6 月	610	33,144.75	15.66
2021 年度	753	49,470.41	17.04
2020 年度	762	50,973.77	24.33

注：该新增经销商指本期前未发生销售而在本期发生销售的经销商

报告期内，公司签约经销商数量逐年增长，覆盖区域逐年增加，新增经销商为公司提供稳定经销收入增长来源。

③持续加大核心经销商支持力度，原有经销商收入稳定增长

报告期内，公司根据战略规划不断完善经销商管理，陆续推出经销商专案激励制度，完善对完成签约任务的经销商及重点核心经销商的激励机制，加大对经销商持续成长激励，为经销商提供工厂参观接待、产品及技术推介、项目现场打样、投标方案咨询、施工人员培训、售后服务支持、信息化系统管理等多种支持措施；同时，公司设立职业技能培训学校，开展经销商的职业技能培训和继续教育培训，开设企业文化介绍、营销与管理专业类课程、营销实战应用课程以及防水应用技术专业知识和实操应用课程，帮助经销商建立更加专业化、更具战斗力的团队，提升经销商对公司的认同感及客户黏性。

报告期内，每年（期）均与公司存在项目合作的经销商客户共 279 家，相关客户收入金额及占比如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
经销收入	106,278.05	172,626.01	143,702.72	108,144.04
收入占比（%）	50.20	59.45	68.58	71.78

受益于行业中小企业加速出清及公司针对经销渠道的发展规划，2022年1-6月，公司经销渠道的主营业务收入及占比分别为211,620.77万元和52.99%，较2021年1-6月的130,399.03万元和34.69%大幅增长。

综上，2022年1-6月，公司直销渠道营业收入受地产调控影响有所下滑，但公司同时及时拓展建筑施工行业直销客户的防水业务；公司根据战略规划大力发展经销渠道销售，经销渠道营业收入大幅提高。

（二）结合主要产品销售定价策略、原材料价格波动等因素，量化说明报告期内主营业务毛利率大幅下滑的原因。

报告期内，公司主营业务剔除运费影响的毛利率变动情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月			2021年		
	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入	营业成本	毛利率
防水卷材销售	238,593.29	177,421.43	25.64%	455,454.24	289,055.94	36.53%
防水涂料销售	89,264.51	63,979.18	28.33%	168,430.18	124,726.23	25.95%
防水工程施工	71,352.19	53,107.02	25.57%	152,826.22	115,975.95	24.11%
项目	2020年			2019年		
	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入	营业成本	毛利率
防水卷材销售	405,899.72	227,222.57	44.02%	316,885.84	204,658.01	35.42%
防水涂料销售	115,170.16	69,146.21	39.96%	92,340.00	60,640.68	34.33%
防水工程施工	98,977.37	67,185.17	32.12%	50,437.24	38,681.99	23.31%

报告期内，公司主要产品毛利率及其相关因素变动分析如下：

项目		2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
防水卷材	毛利率	25.64%	36.53%	44.02%	35.42%
	毛利率变动百分点	-10.89%	-7.49%	8.60%	-
	单位价格对毛利率变动的影响	-2.81%	-0.19%	-2.19%	-
	单位成本对毛利率变动的影响	-8.09%	-7.30%	10.79%	-
防水涂料	毛利率	28.33%	25.95%	39.96%	34.33%
	毛利率变动百分点	2.38%	-14.01%	5.63%	-
	单位价格对毛利率变动的影响	-4.95%	-3.28%	-4.40%	-
	单位成本对毛利率变动的影响	7.33%	-10.73%	10.03%	-

注：

1、单位产品价格对毛利率变动的影响=（本期单位价格-上期单位成本）/本期单位价格-（上期单位价格-上期单位成本）/上期单位价格；

2、单位产品成本对毛利率变动的影响=（本期单位价格-本期单位成本）/本期单位价格-（本期单位价格-上期单位成本）/本期单位价格；

由上表可知，报告期内公司防水产品毛利率的波动主要由单位成本的变动导致。报告期内公司主要产品平均单位价格有所下滑，主要系受客户结构变动导致。

报告期内，公司成本中直接材料占比接近 80%，成本的变动与原材料的采

购价格波动直接相关。

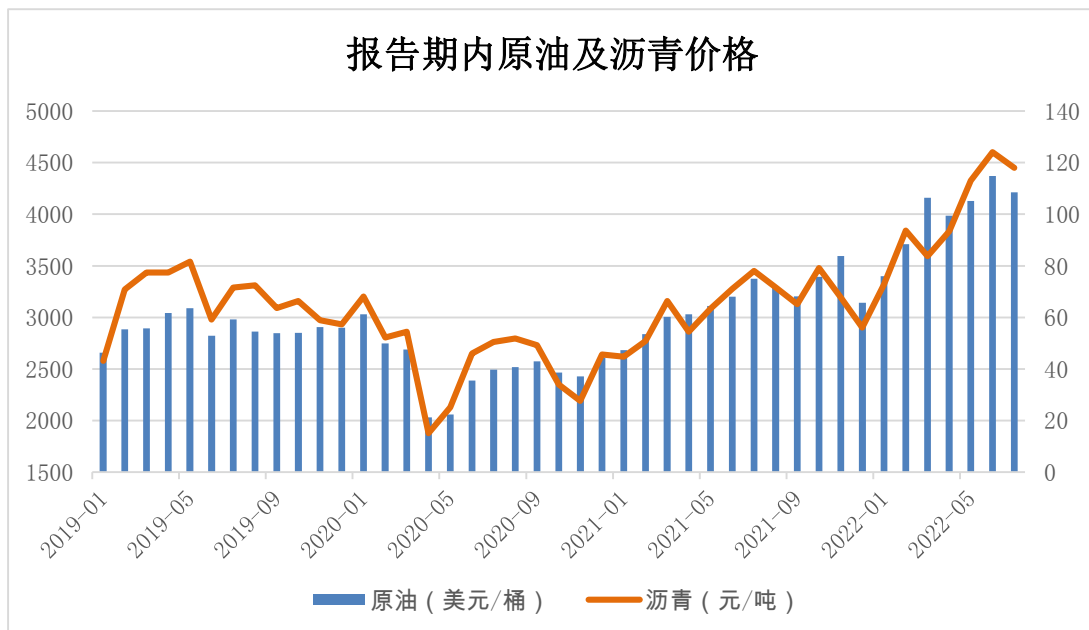
结合公司产品定价策略及原材料价格波动情况，报告期内公司毛利率变动原因如下：

1、生产成本传导周期较短，原材料价格单边上涨造成毛利率下滑

公司原材料采购模式主要为以销定采，即签订产品销售合同后按订单进行排产，公司根据原材料库存情况进行采购申请，公司为提高存货周转效率，同时确保生产持续性，通常会设定 1-2 周的安全库存量。公司主要生产产品的生产周期较短，普遍生产周期在 1 天以内，交货期一般为 3-5 天左右。根据公司的原材料采购周期、生产周期和产品交货期，公司原材料采购价格波动传导周期较短，市场价格波动会快速传导至公司营业成本，对毛利率影响较大。

防水行业的上游行业是化工原材料行业，主要原材料包括沥青、乳液、聚酯胎基、SBS 改性剂、膜类（含隔离膜）、基础油、聚醚、石蜡、异氰酸酯等大宗化工原料商品，其价格与国际原油价格高度相关。在各种原材料中，沥青占采购金额比重最大。

报告期内，国内沥青价格（以上海期货交易所沥青期货的收盘价为代表）与国际原油市场价格（以纽约商业交易所轻质低硫原油期货的收盘价为代表）走势情况如下图所示：



数据来源：Wind

报告期内，国内沥青市场价格与国际原油价格走势一致。2020年1月至5月期间，受国际石油市场供应严重过剩、合约即将到期等因素影响，国际原油市场布伦特原油现货价格在2020年3-5月触底，国内沥青市场价格亦于2020年3-5月触底。2020年下半年以来，受新冠疫情、通货膨胀预期以及国际局部政治军事冲突加剧等外部环境不稳定因素影响，全球能源、化工、矿产品等大宗商品价格不断上涨，原油以及沥青价格上涨，对公司的成本造成一定影响。

2、销售价格传导周期较长，价格传导需一定时间

公司主要以成本加成并结合市场竞争情况确定产品售价。原材料波动较小的情况下，公司每年年末结合市场发展趋势和年度经营目标，统一调整产品价格；原材料波动较大的情况下，公司根据产品的毛利和市场反馈情况，不定时调整产品价格。公司结合产品销售和市场竞争情况，积极与战略客户、经销商持续优化报价联动机制，降低原材料价格波动带来的影响。

客户类型	价格调整频率	价格调整机制
战略客户	半年/一年	公司每半年或一年与战略地产客户进行价格谈判，相关产品价格根据谈判议定价格执行
单体客户	实时调整	根据成本变动及市场竞争情况适时调整价格
经销商	一年/实时调整	公司在年初确定价格后，年内根据成本变动及市场竞争情况适时调整价格

相比于生产成本的传导周期，公司价格调整的周期相对较长。

综上所述，公司生产成本传导周期较短而销售价格传导周期较长，2021年起原材料价格大幅上涨导致公司成本上涨，进而造成最近一年及一期公司毛利率下滑。

结论：

(1) 最近一年及一期，公司直销和经销收入中房地产终端业务占比呈现下降趋势，公司对房地产客户的销售较为分散，收入增长不依赖于主要地产客户，公司防水业务收入规模持续增长的原因系受防水行业市场需求大且集中度提升、公司产能提升、经销收入提升以及对建筑施工单位收入提升等多方面因素影响，

具有合理性；

(2) 公司主要以成本加成并结合市场竞争情况确定产品售价，其中销售价格传导周期较长，生产成本传导周期较短，原材料价格波动会快速传导至公司营业成本，对毛利率影响较大。报告期内主营业务毛利率大幅下滑主要系受到原材料价格大幅单边上涨导致。

问题二、报告期末，你公司货币资金余额为 **20.07** 亿元，短期借款、一年内到期的非流动负债、长期借款余额合计为 **21.06** 亿元。请你公司结合日常运营所需资金规模，说明同时保有较大规模货币资金及金融负债的原因及合理性，是否与同行业可比公司存在重大差异，并说明货币资金的具体用途、存放地点、存放类型，是否存在权利受限的情况。

回复：

(一) 同时保有较大规模货币资金及金融负债的原因及合理性

最近一年及一期，公司经营性现金支出情况具体如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年
购买商品、接受劳务支付的现金	316,480.35	474,763.14
支付给职工以及为职工支付的现金	39,980.94	65,539.92
支付的各项税费	15,391.87	41,648.48
支付的其他与经营活动有关的现金	51,531.40	60,963.16
经营活动现金流出小计	423,384.56	642,914.70
经营活动现金流出月均流出	70,564.09	53,576.23

最近一年及一期，公司经营活动现金流出月均流出分别 **53,576.23** 万元及 **70,564.09** 万元，维持日常经营所需的资金量较大，且随着经营规模的扩大，呈增长趋势。为维持公司的正常经营以及应对市场波动与大宗商品涨价影响，在不考虑经营性现金流入的前提下，公司采用稳健谨慎的资金管理策略，公司以未来 **2-3** 个月左右的经营活动付现支出作为安全货币资金保有量，保证公司在

外部经营环境发生变化时能有较强的风险承受能力与应变能力，公司 2022 年 6 月末持有货币资金 200,745.17 万元，可覆盖未来约 3 个月的经营活动现金流出。

（二）报告期末货币资金及金融负债与同行业可比公司对比情况

2022 年 6 月末，公司及同行业公司东方雨虹、凯伦股份的货币资金及金融负债情况如：

单位：万元

项目	凯伦股份	东方雨虹	科顺股份
资产总额	621,344.61	4,633,598.84	1,294,604.54
货币资金	175,406.68	510,020.22	200,745.17
货币资金占资产总额比例	28.23%	11.01%	15.51%
金融负债（短期借款、一年内到期的非流动负债、长期借款）	250,497.97	585,401.32	210,587.66
金融负债占资产总额比例	40.32%	12.63%	16.27%
货币资金占金融负债比例	70.02%	87.12%	95.33%

公司所处的防水行业上游大宗原材料包括沥青、基础油、改性剂、无纺布、乳液等石化材料，供应商通常为中石油、中石化等大型企业，通常要求采取现款现货的交易模式，付款周期较短。而防水行业下游主要为房地产、建筑施工行业，客户账期普遍较长。因此防水行业公司需要保有一定规模的货币资金满足正常的采购及经营需求，避免因资金短缺及回款不及时导致经营受限。

如上表所示，公司的同行业可比公司凯伦股份、东方雨虹同样呈现同时保有较大规模货币资金及金融负债的特点，公司货币资金及金融负债占资产总额比例低于凯伦股份，与东方雨虹较为接近。凯伦股份及东方雨虹货币资金占金融负债比例分别为 70.02% 及 87.12%，公司存贷比与同行业可比公司较为接近，具有合理性。

（三）货币资金的具体用途、存放地点、存放类型，是否存在权利受限的情况

报告期期末，公司货币资金整体情况如下：

单位：万元

项目	2022年6月末
库存现金	9.59
银行存款	161,177.38
其他货币资金	39,558.20
合计	200,745.17
因抵押、质押或冻结等对使用有限制的款项总额	39,438.49
受限货币资金占比	19.65%

报告期末，公司货币资金余额 200,745.17 万元，其中中国银行香港分行存放 3,332.16 万元、中国银行吉隆坡分行存放 187.53 万元、中国工商银行金边分行存放 219.27 万元，其余均存放在境内。

公司存在境外货币资金的原因系公司在香港、马来西亚、柬埔寨设立了子公司并开展业务，2022年1-6月，公司在境外子公司的经营情况如下：

单位：万元

项目	科顺集团国际有限公司 (香港科顺)	Keshun Group (M) SDN. BHD (马来西亚科顺)	KESHUN INTERNATIONAL CONSTRUCTION & TRADING CO.,LTD. (柬埔寨科顺)
主营业务	防水材料贸易及投资	建筑材料贸易	建筑材料和工具的销售
2022年6月末总资产	6,988.83	500.56	515.35
2022年1-6月收入	6,294.59	112.03	244.00
对应境外货币资金账户	中国银行香港分行	中国银行吉隆坡分行	中国工商银行金边分行
对应境外货币资金余额	3,332.16	187.53	219.27

如上表所示，公司的境外子公司业务经营情况良好，需保有一定量的货币资金用于经营周转，上述境外子公司的境外货币资金余额与子公司的资产、收入规模相匹配。

报告期末，公司银行存款余额为 161,177.38 万元，均不存在受限情况，主要用于支付公司日常款、费用、投资等。其中存放余额大于 1,000 万元的银行存款存放银行、存放类型等情况如下：

单位：万元

序号	银行	存放类型	金额
1	顺德农商行	活期存款	33,968.53
2	中国银行	活期存款	14,931.56
3	中国农业银行	活期存款、定期存款	14,204.93
4	兴业银行	活期存款	12,943.05
5	浦发银行	活期存款	11,988.52
6	华兴银行	活期存款、定期存款	10,342.83
7	华夏银行	活期存款	9,979.70
8	中信银行	活期存款	8,358.09
9	中国建设银行	活期存款	7,782.66
10	招商银行	活期存款	7,617.71
11	民生银行	活期存款	6,343.36
12	交通银行	活期存款	6,074.94
13	中国工商银行	活期存款	4,572.45
14	广发银行	活期存款	3,938.53
15	珠海华润银行	活期存款	1,599.29
合计			154,646.15

报告期末公司其他货币资金余额为 39,558.20 万元，其中 39,438.49 万元存在权利受限的情况，主要为银行承兑汇票保证金、保函保证金、贷款保证金等，其中账户余额大于 1,000 万元的其他货币资金具体用途、存放类型等情况如下：

序号	银行	存放类型	金额	具体用途	是否存在权利受限
1	中信银行	活期存款	8,506.50	银行承兑汇票保证金、保函保证金	是
2	顺德农商行	活期存款	5,861.45	银行承兑汇票保证金、保函保证金	是
3	进出口银行	定期存款	5,000.00	贷款保证金	是
4	华夏银行	活期存款	4,507.18	银行承兑汇票保证金	是
5	浦发银行	活期存款	4,259.03	银行承兑汇票保证金、保函保证金	是
6	中国银行	活期存款	3,949.29	保函保证金	是
7	民生银行	活期存款	2,312.98	银行承兑汇票保证金、保函保证金	是
8	兴业银行	活期存款	2,075.15	银行承兑汇票保证金	是
9	中国工商银行	活期存款	1,000.00	银行承兑汇票保证金	是
合计			37,471.58		

结论：

(1) 报告期末，公司同时保有较大规模货币资金及金融负债的主要原因系维持日常经营所需的资金量较大，且为应对市场波动与大宗商品涨价的风险，公司以未来 2-3 个月左右的经营活动付现支出作为安全货币资金保有量，公司的资金管理策略具有合理性，符合经营规模扩大的发展趋势；

(2) 公司的货币资金余额及金融负债结构与同行业可比公司不存在重大差异，符合行业特点；

(3) 公司的货币资金列报真实、准确，公司的货币资金主要为银行存款、银行承兑汇票保证金和保函保证金，主要存放于境内，主要用于公司日常款项、费用、投资等支出，截至 2022 年 6 月末公司受限货币资金总额为 39,438.49 万元，占货币资金比例为 19.65%，占比较低。

问题三、报告期末，你公司应收账款余额为 50.98 亿元，应收商业承兑汇票余额为 5.05 亿元。请你公司按直销业务、经销业务列示应收款项构成，按地产类最终客户归集前二十名余额对应的客户名称、应收款项余额、账龄、坏账准备计提方式及计提比例，结合相关客户的经营状况、偿付能力、偿付意愿等说明坏账准备计提方式的选择是否适当，坏账准备计提是否充分。

回复：

(一) 公司应收款项账面余额按销售模式划分如下：

单位：万元

项目	应收账款		应收票据	
	金额	比例	金额	比例
直销	498,788.89	85.34%	54,875.40	97.50%
经销	85,697.31	14.66%	1,409.02	2.50%
合计	584,486.20	100.00%	56,284.41	100.00%

报告期末，公司直销客户应收账款和应收票据余额占比分别为 85.34%和 97.50%，占比较高，主要系公司直销客户主要从事房地产投资及基础设施建设业务，结算方式主要以工程进度节点为支付货款条件，一般货到次月支付 70%-80% 货款，整体工程验收合格后两个月支付至 95% 货款，另外货款的 5% 作为质保金

于质保期到期后支付（质保期一般为 1-5 年），全部货款收回周期相对较长。

公司经销渠道的回款效率相对较高，主要原因在于公司在经销模式下主要结算方式为：经销商客户一般需在公司发货前支付 50%的货款，发货后 60 天内支付剩余 50%的款项，同时年底结清当年款项，未在年底结清当年款项的经销商原则上将不能享受销售奖励政策。

（二）结合客户的经营状况、偿付能力、偿付意愿说明坏账准备计提方式的选择是否适当，坏账准备计提是否充分。

1、前二十名地产客户应收款项余额、账龄、坏账金额、坏账准备计提方式及计提比例如下：

单位：万元

序号	单位名称	应收款项余额	坏账金额	计提比例 (%)	账龄						坏账计提方式
					1年以内	1~2年	2~3年	3~4年	4~5年	5年以上	
1	第一名	37,448.57	2,366.80	6.32	30,818.87	6,209.81	178.26	139.71	101.93	-	账龄组合法
2	第二名	18,240.07	3,648.01	20.00	8,063.77	8,359.75	588.70	944.63	277.27	5.96	单项计提法
3	第三名	16,932.40	1,921.65	11.35	7,593.78	6,576.60	2,489.20	269.51	2.58	0.73	账龄组合法
4	第四名	16,802.83	967.49	5.76	14,255.78	2,547.05	-	-	-	-	账龄组合法
5	第五名	16,170.30	12,936.24	80.00	1,850.58	4,348.05	6,757.48	2,820.92	84.17	309.09	单项计提法
6	第六名	12,404.12	3,721.24	30.00	5,333.31	7,070.81	-	-	-	-	单项计提法
7	第七名	9,966.27	531.25	5.33	9,737.36	141.64	67.12	20.15	-	-	账龄组合法
8	第八名	9,849.13	1,141.47	11.59	3,451.77	5,050.12	1,051.92	294.03	-	1.28	账龄组合法
9	第九名	9,039.97	1,507.52	16.68	6,922.64	646.56	212.67	301.72	371.51	584.86	账龄组合法
10	第十名	8,006.04	2,401.81	30.00	3,685.04	2,571.59	1,334.35	393.31	21.75	-	单项计提法
11	第十一名	7,278.38	2,183.51	30.00	2,718.31	4,499.31	54.43	6.34	-	-	单项计提法
12	第十二名	6,955.06	908.18	13.06	3,351.85	1,934.19	1,452.35	210.41	-	6.26	账龄组合法
13	第十三名	6,817.37	480.83	7.05	5,303.41	1,204.16	300.11	8.98	-	0.72	账龄组合法
14	第十四名	6,486.37	381.55	5.88	5,389.56	1,084.86	11.95	-	-	-	账龄组合法

序号	单位名称	应收款项余额	坏账金额	计提比例 (%)	账龄						坏账计提方式
					1 年以内	1~2 年	2~3 年	3~4 年	4~5 年	5 年以上	
15	第十五名	5,217.91	2,608.96	50.00	4,375.71	338.44	120.00	81.71	33.77	268.29	单项计提法
16	第十六名	4,935.93	354.23	7.18	3,380.99	1,406.50	148.44	-	-	0.00	账龄组合法
17	第十七名	4,274.48	308.88	7.23	2,478.69	1,768.98	26.81	-	-	-	账龄组合法
18	第十八名	4,162.72	283.92	6.82	2,650.37	1,511.52	0.83	-	-	-	账龄组合法
19	第十九名	3,723.69	329.75	8.86	2,620.27	879.42	6.03	217.97	-	-	账龄组合法
20	第二十名	3,536.61	326.87	9.24	1,887.13	1,340.05	281.04	28.39	-	-	账龄组合法
合计		208,248.20	39,310.15	18.88	125,869.18	59,489.41	15,081.67	5,737.77	892.97	1,177.19	-

针对客户的销售及收款管理，公司专项制定了《销售信用管理制度》，参考公开市场信息、违约事件情形、财务状况、企业性质、应收款项回款及保障情况、业务贡献等多个维度，将客户分为不同风险等级。公司区分客户的风险等级综合确定对该客户的信用政策及回款保障措施，对风险等级较低的客户可设置一定的信用额度，对风险等级较高的客户原则上采取现款现货的结算方法，具体回款保障措施包括业务催收、发送催款函件、停止发货、发送催款律师函件、洽谈债务重组/以房抵债方案等。公司结合过往与地产客户的合作经验、回款情况、获取的外部证据，对不同客户的风险等级进行了系统性的评估，并制定了详实的信用政策及保障措施要求，该评级体系对于公司的坏账计提政策具有重要参考意义。

在资产负债表日，公司根据风险管理制度对客户确定的不同风险等级，结合公司对上述客户的回款保障措施，并充分参考其他同行业上市公司对地产客户的坏账计提政策，综合确定应收款项计提方法。

其中，对于出现违约事件时间较早的华夏幸福、中国恒大、佳兆业、中国奥园、阳光城等客户，公司针对出现债务危机并进行债务重组的华夏幸福，认为回款风险极高，单项计提 80%坏账准备；对于出现债券违约且负债规模巨大的中国恒大，认为回款风险较高，单项计提 50%坏账准备；对于出现债券违约，负债规模相对可控的佳兆业、中国奥园、阳光城认为具有一定风险，单项计提 30%坏账准备。

针对其他近期方出现违约事件的客户，公司正在持续与上述客户沟通落实应收款项确权、款项催收、以房抵债及其他偿债方案。因此，虽然部分客户存在债券违约的负面舆情，但在房地产调控政策优化和疫情好转的大背景下，公司综合考虑上述客户的经营情况、资金监管情况、账龄分布、风险等级、还款意愿、以房抵债或其他保障措施的落实情况，综合评估其风险等级相对较低，报告期末未对其单项计提坏账准备。

未来公司及会计师将全面评估应收款方信用情况，密切关注房地产客户的经营状况及信用状况的变化，对信用恶化的应收款方依据审慎性原则及时调整计提政策并积极追回款项。

综上，报告期末，公司坏账准备计提充分。

2、与同行业可比公司的坏账准备计提政策对比分析

(1) 单项计提坏账情况

1) 公司计提情况

报告期末，公司单项计提坏账准备的应收账款情况如下：

单位：万元

单位名称	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)	计提理由
华夏幸福	15,158.15	12,126.52	80.00	华夏幸福因经营不善导致债务危机，正在进行债务重组
荣盛发展	15,052.47	3,010.49	20.00	荣盛发展因经营不善债务展期，存在一定偿债风险
佳兆业	12,404.12	3,721.24	30.00	佳兆业因经营不善债务违约，偿债风险较高
中国奥园	7,904.34	2,371.30	30.00	中国奥园因经营不善债务违约，偿债风险较高
阳光城	7,278.38	2,183.51	30.00	阳光城因经营不善债务违约，偿债风险较高
恒大地产	3,090.85	1,545.42	50.00	恒大地产因经营不善导致债务危机，应收款项无法全部收回的可能性较高
蓝光发展	2,508.29	752.49	30.00	蓝光发展因经营不善债务违约，偿债风险较高
91家零星单位	5,016.33	5,016.33	100.00	长期挂账款项由于其可收回性与其他款项存在明显差异，报告期内对该等款项全额计提坏账准备
小计	68,412.93	30,727.31	44.91	-

报告期末，公司单项计提坏账准备的应收票据情况如下：

单位：万元

单位名称	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)	计提理由
荣盛发展	3,187.60	637.52	20.00	荣盛发展因经营不善债务展期，存在一定偿债风险
恒大地产	2,127.07	1,063.53	50.00	恒大地产因经营不善导致债务危机，应收款项无法全部收回的可能性较高
华夏幸福	1,012.14	809.71	80.00	华夏幸福因经营不善导致债务危机，正在进行债务重组
蓝光发展	70.68	21.20	30.00	蓝光发展因经营不善债务违约，偿债风险较高

单位名称	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)	计提理由
中国奥园	101.69	30.51	30.00	中国奥园因经营不善债务违约，偿债风险较高
小计	6,499.18	2,562.48	39.43	-

2) 与同行业对比情况

报告期末，公司与同行业可比公司对地产客户应收账款及应收票据单项计提情况比较如下：

①应收账款单项计提比例

客户名称	应收账款单项计提比例 (%)			
	科顺股份	东方雨虹	凯伦股份	赛力克
华夏幸福	80.00	80.00	未单项计提	未单项计提
恒大地产	50.00	未单项计提	50.00	未单项计提
佳兆业	30.00	未单项计提	未单项计提	未单项计提
中国奥园	30.00	未单项计提	未单项计提	未单项计提
阳光城	30.00	未单项计提	未单项计提	未单项计提
蓝光发展	30.00	未单项计提	30.00	未单项计提
荣盛发展	20.00	未单项计提	30.00	未单项计提

②应收票据单项计提比例

客户名称	应收票据单项计提比例 (%)			
	科顺股份	东方雨虹	凯伦股份	赛力克
华夏幸福	80.00	未单项计提	未单项计提	未单项计提
恒大地产	50.00	未单项计提	50.00	未单项计提
中国奥园	30.00	未单项计提	未单项计提	未单项计提
蓝光发展	30.00	未单项计提	未单项计提	未单项计提
荣盛发展	20.00	未单项计提	未单项计提	未单项计提
富力地产	未单项计提	未单项计提	未单项计提	100.00

与东方雨虹相比，东方雨虹单项计提的客户数量及计提比例较小。

与凯伦股份相比，公司对中国恒大、蓝光发展计提比例类似，对荣盛发展仅计提 20%，低于凯伦股份，主要系公司已与荣盛发展签署以房抵债协议，风险相对较低。

与赛力克相比，公司未对富力地产单项计提坏账准备，主要系公司考虑到富力地产系发生债券展期而非违约，并根据与其沟通还款情况判断预计回款风险较低。

此外，除上述同行业公司单项计提的客户以外，公司对同行业上市公司未单项计提坏账的佳兆业、阳光城、中国奥园等客户亦单项计提 30%的坏账准备，与同行业公司相比，覆盖面更为广泛。

综上，与同行业公司相比，除对佳兆业、阳光城、中国奥园单项计提 30%坏账准备外，公司对其他地产客户单项计提情况与同行业公司不存在显著差异，计提相对谨慎。

(2) 整体计提坏账情况

2019年1月1日起，公司与同行业上市/挂牌公司均执行新金融工具准则，均采用按单项计提信用损失准备和按组合计提信用损失准备相结合的坏账计提方法。

2022年6月末，公司及同行业可比公司的坏账准备计提情况如下：

账龄	科顺股份	东方雨虹	凯伦股份	赛力克
按账龄组合计提坏账准备的应收账款占比	88.30%	99.51%	83.11%	100.00%
按账龄组合计提比例	8.51%	9.43%	6.82%	7.03%
1年以内（含1年）	5.00%	4.52%	5.00%	5.00%
1—2年	10.00%	15.23%	10.00%	10.00%
2—3年	30.00%	33.12%	50.00%	30.00%
3—4年	50.00%	55.67%	80.00%	50.00%
4—5年	80.00%	80.05%	80.00%	50.00%
5年以上	100.00%	100.00%	100.00%	50.00%

账龄	科顺股份	东方雨虹	凯伦股份	赛力克
按单项计提坏账准备的应收账款占比	11.70%	0.49%	16.89%	-
按单项计提比例	44.91%	80.00%	47.31%	-
综合计提比例	12.77%	9.78%	13.66%	7.03%

根据上表，公司应收账款坏账准备综合计提比例与东方雨虹及凯伦股份差异较小，高于赛力克，主要系赛力克未对应收账款单项计提坏账准备，以及其应收账款账龄整体相对较短所致，公司坏账计提政策相对谨慎。

结论：

（1）公司持续关注主要房企客户的具体经营现状、资信状况以及保障措施情况等，基于谨慎性原则，研判应收账款的可收回性及可回收的比例，确定信用减值损失，进行坏账单项计提，针对不同客户计提不同比例坏账准备合理、充分，符合会计准则相关规定；

（2）公司应收账款坏账准备综合计提比例与同行业可比公司不存在显著差异，公司坏账计提政策相对谨慎。

特此公告！

科顺防水科技股份有限公司

董事会

2022年9月30日