



立信会计师事务所（特殊普通合伙）
关于广东奔朗新材料股份有限公司
公开发行股票并在北交所上市申请文件
第二轮审核问询函的回复

信会师函字[2022]第 ZC085 号

北京证券交易所：

根据贵所于 2022 年 9 月 20 日下发的《关于广东奔朗新材料股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的第二轮审核问询函》（以下简称“《问询函》”）相关问题的要求，立信会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）作为广东奔朗新材料股份有限公司（以下简称“发行人”、“公司”）申请向不特定合格投资者公开发行股票并在北交所上市的申报会计师，对审核问询函中涉及申报会计师的相关问题的核查情况和核查意见逐项回复如下。

本问询函回复的字体说明如下：

字体	释义
黑体加粗	《问询函》中的问题
宋体	对《问询函》的回复
楷体加粗	对招股说明书的修改、补充

特别说明：

1、本问询问题的回复中若出现合计数尾数与所列数值总和尾数不符的情况，均为四舍五入所致。

2、本问询函回复所述的简称或名词与《广东奔朗新材料股份有限公司招股说明书（申报稿）》《关于广东奔朗新材料股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的审核问询函的回复》中的含义相同。

3、本所没有接受委托审计或审阅 2022 年 6 月份以后期间的财务报表。相关情况说明仅为协助发行人回复贵所问询及了解公司运营情况，不构成审计或审阅。

目 录

问题 1、关于业绩下滑及收入核查	4
问题 2、应收账款坏账计提变化的原因	60
问题 3、股份支付公允价值确定的合理性	77

问题 1、关于业绩下滑及收入核查

根据申请材料，(1)2019 年至 2021 年，发行人营业收入、净利润均保持增长，但 2021 年第四季度发行人主营业务收入为 15,730.64 万元，较 2020 年同期下滑 13.15%；2022 年 1-6 月主营业务收入 35,817.31 万元，较 2021 年同期下滑 11.72%，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为 3,506.69 万元，同比下降 44.30%。随着巴西市场竞争主体的增加，市场竞争更加激烈，为了有效应对市场变化，公司在巴西地区树脂结合剂金刚石工具销售单价小幅下降。

请发行人说明：(1)2019 年至 2021 年，发行人销售收入增长较快的原因及合理性，收入核算是否真实、准确，收入核查是否充分、适当。(2)2021 年下半年特别是第四季度收入下滑的原因及合理性，跨期收入确认情况，结合第四季度订单签订、合同履行及收入确认时点等情况，关注是否存在推迟确认收入以平滑业绩波动或调节利润等情形。(3)2022 年上半年业绩持续下滑的原因及合理性，结合国内外建材、陶瓷等下游行业市场需求变动以及巴西市场竞争环境的变化，关注发行人业绩预计的合理性，业绩下滑的趋势是否已扭转，是否存在进一步下滑的风险及其对发行人的影响，发行人产品结构未来是否会发生变化。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见。

【公司回复】

一、2019 年至 2021 年，发行人销售收入增长较快的原因及合理性，收入核算是否真实、准确，收入核查是否充分、适当

(一) 2019 年至 2021 年，发行人销售收入增长较快的原因及合理性

报告期内，公司主营业务收入分别为 59,308.69 万元、56,549.75 万元、76,152.14 万元及 35,817.31 万元，分区域销售情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例

项目	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
外销	19,000.55	53.05%	49,088.06	64.46%	33,534.53	59.30%	30,218.74	50.95%
南美洲	9,058.69	25.29%	32,979.38	43.31%	23,344.93	41.28%	18,037.62	30.41%
其中： 巴西	9,023.57	25.19%	32,911.94	43.22%	23,323.90	41.24%	17,970.26	30.30%
亚洲	8,583.17	23.96%	14,399.93	18.91%	8,806.46	15.57%	11,111.17	18.73%
其他	1,358.70	3.79%	1,708.76	2.24%	1,383.14	2.45%	1,069.95	1.80%
内销	16,816.76	46.95%	27,064.08	35.54%	23,015.22	40.70%	29,089.95	49.05%
合计	35,817.31	100.00%	76,152.14	100.00%	56,549.75	100.00%	59,308.69	100.00%

2019年至2021年，公司在南美洲巴西地区的收入分别为17,970.26万元、23,323.90万元及32,911.94万元，2021年比2019年增长14,941.76万元，占同期主营业务收入增长的88.71%。除南美洲外，公司内销及外销亚洲及其他地区的收入分别为41,271.07万元、33,204.83万元、43,172.77万元，2020年受新冠疫情影响收入出现下滑，2021年总体回归至疫情前水平。因此，2019年至2021年，公司销售收入快速增长主要来自南美洲巴西地区收入的增长。

1、公司在巴西地区的业务扩展历史情况

根据行业杂志《陶城报》的报道，陶瓷行业是巴西经济的重要产业，巴西陶瓷生产企业购入世界领先的陶机设备，生产的瓷砖质量可以与意大利及西班牙等欧洲瓷砖相媲美。受此影响，巴西陶瓷生产企业对陶瓷加工工具的性能要求较高。

公司2004年开始进入巴西市场，自2005年开始与ELIZABETH等客户开展业务合作，但总体收入规模较小。2005年-2010年，公司通过与ELIZABETH等客户的多年合作，凭借优良的产品质量和相较欧洲陶瓷加工工具更高的性价比，逐步打开巴西抛光砖加工市场，公司针对巴西市场的特点成功开发的与意大利产品性能相当的金刚石磨轮产品受到当地客户的认可，并带动其他金属结合剂金刚石工具，如金刚石滚刀、金刚石磨块等产品的销量上升。伴随着巴西地区抛光砖的需求量逐步上升，公司巴西客户群体随之小幅增加。2010年，公司开始与巴西代理商团队合作，为公司新客户开拓和老客户服务提供了更好的基础。2010年-2018年，代理商团队逐渐熟悉公司产品型号和性能特点，并将

其掌握的市场及客户需求信息反馈给公司，促进公司有针对性的进行技术研发，使公司产品进一步满足巴西市场的需求。2018 年以来，随着抛釉砖产品需求在巴西地区的快速上升，公司用于抛釉砖的产品销量迅速提升，进一步巩固了公司在巴西市场的竞争优势。

2、公司在巴西地区销售收入增长较快的原因

2019年至2021年，公司在巴西地区销售收入增长较快，分季度收入情况如下：

单位：万元

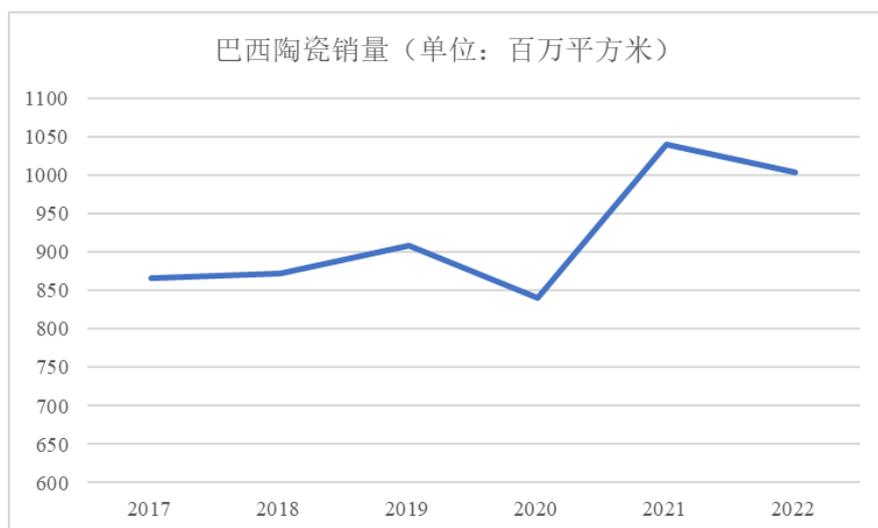
项目	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
一季度	6,245.94	69.22%	12,689.71	38.56%	6,826.27	29.27%	6,150.93	34.23%
二季度	2,777.63	30.78%	7,928.94	24.09%	2,674.95	11.47%	2,060.56	11.47%
三季度	-	-	7,705.46	23.41%	5,943.83	25.48%	4,773.05	26.56%
四季度	-	-	4,587.83	13.94%	7,878.86	33.78%	4,985.71	27.74%
合计	9,023.57	100.00%	32,911.94	100.00%	23,323.90	100.00%	17,970.26	100.00%

由上表可见，巴西地区收入由2020年下半年至2021年上半年有较大幅度的提升，一方面由于巴西地区客户受疫情影响，在国际海运周期延长、港口运转效率下降的情况下阶段性提高库存水平增加备货量；另一方面，2021年巴西陶瓷砖产量为10.48亿平方米，较2020年度增长24.80%，达到近年的高点，促使2021年巴西市场金刚石工具需求增加。

(1) 巴西地区市场需求总体呈增长趋势

①巴西地区市场需求总体呈增长趋势

巴西是世界陶瓷砖第三大生产国，对超硬材料制品需求较大。根据行业杂志《Ceramic World Review》统计，2017年至2021年，巴西地区陶瓷砖产量分别为8.67亿平方米、8.72亿平方米、9.09亿平方米、8.40亿平方米、10.4亿平方米，2022年上半年，巴西地区瓷砖产量为5.02亿平方米，较2021年同期小幅下降3.4%，具体情况如下：



注：2022年为年化后数据

从上表可见，近年来巴西地区陶瓷砖产量总体呈现增长趋势，巴西市场规模较大，市场前景广阔。

②公司在巴西地区销售收入的增加与市场需求相匹配

2019年巴西地区的建筑陶瓷生产量为9.09亿平方米，2020年，因受疫情影响产量小幅回落至8.40亿平方米。由于巴西地区陶瓷生产逐渐从抛光砖向抛釉砖转变，主要适用于抛釉砖的树脂结合剂金刚石工具需求上升较快，因此在总体瓷砖产量下降的情况下，2020年公司金刚石工具在巴西地区的销量较2019年有所上升。

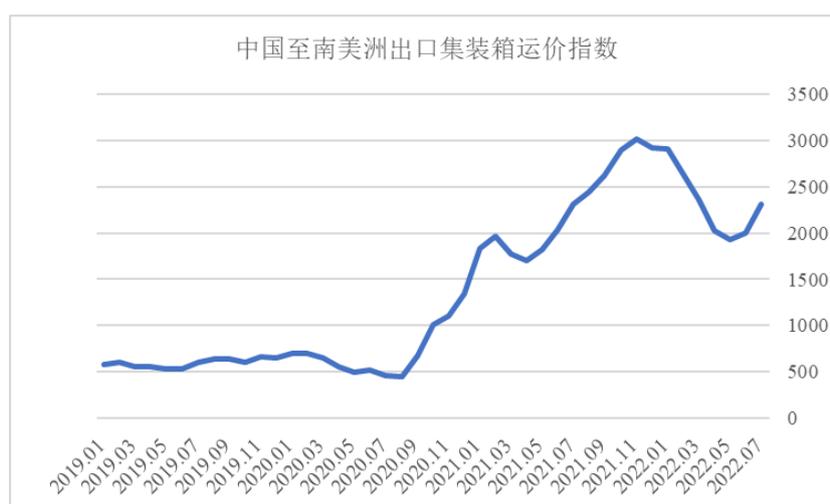
根据巴西圣保罗州陶瓷涂层行业协会 ASPACER 报道，2021年巴西陶瓷砖产量、国内外销量均达到创纪录水平，产量为10.48亿平方米，较2020年增长

24.8%；总销售量为 10.32 亿平方米，较 2020 年增长 12.2%。同时，根据 MECS-Acimac 公布的意大利陶瓷机械设备行业数据，意大利陶瓷机械设备 2021 年度在中南美洲的销售额较上年增长 55%，达到 2.158 亿欧元。由此可见，2021 年，巴西陶瓷砖产能及产量均增长较快，2021 年产量的新高带动了公司产品销售相应增长。

综上，公司在巴西地区的销售收入的增长与巴西地区市场需求总体匹配。

（2）新冠疫情下国际海运周期延长、港口运转效率下降对公司业绩的影响

受新冠疫情影响，2020 年及 2021 年全球出现了国际海运周期延长以及港口运转效率下降情形。根据交通运输部的数据统计，2020 年 1 月至 2022 年 7 月，中国至南美洲出口集装箱运价指数情况如下：



集装箱运价指数主要是受海运周期、港口运转效率和集装箱设备供应情况等共同影响，中国至南美洲出口集装箱运价指数在 2020 年下半年增长并于 2022 年初有所回落，表明此期间内可能存在海运周期延长、港口运转效率下降和集装箱设备供应紧张等情形。

报告期内，公司巴西客户从下单至预计到达巴西地区港口的平均用时分别为 3.55 个月、4.25 个月、4.99 个月以及 3.94 个月，2019 年至 2021 年平均用时上升，2022 年上半年呈现下降趋势，平均用时与同期中国至南美洲出口集装箱运价指数的波动趋势相吻合。

根据《The World Bank》报道，在由世界银行、标准普尔及 IHS Markit 联手发布的全球集装箱港口效率指数(CPPI)中，根据标准普尔指数和分数两种不同口径统计，2020 年巴西港口效率排名分别为 47 和 74，2021 年巴西港口效率分别排名 91 和 97，2021 年巴西港口运转效率较 2020 年有明显下降。

综上，受新冠疫情影响，巴西地区客户为避免因国际海运周期延长、港口运转效率下降，导致金刚石工具备货不足出现生产中断的情形，在 2020 年下半年至 2021 年上半年阶段性增加了采购量来提高库存水平，使得 2019 年至 2021 年公司在巴西地区的销售收入增长较快。

（3）抛光砖向抛釉砖需求的转变带动抛釉砖加工工具销量的上升

由于抛釉砖具有纹理花色多、耐磨防水防污等特点，全球市场抛釉砖需求呈现增长趋势，2018 年以来其在巴西地区需求量快速上升，巴西客户新建生产线几乎均为抛釉砖生产线。公司用于抛釉砖生产的弹性磨块在抛光效率、使用寿命、光度等指标较为优异，与欧洲厂商相比性价比较高，因此公司的弹性磨块等抛釉砖加工工具销售收入迅速提升，弹性磨块销售毛利率较高，使得公司在巴西地区的整体销售收入及毛利率同步提升，具体请参见本问题回复之“三/（四）/1、陶瓷生产需求由抛光砖向抛釉砖转变”。

（4）公司产品在巴西市场具有较强的竞争优势

公司自 2004 年开始进入巴西市场后，在当地市场深耕多年，与巴西代理商团队建立了良好的合作关系，树立了良好的品牌形象，能够为客户批量供应质量稳定的产品，供货能力以及产品质量获得巴西陶瓷生产企业的认可；同时，公司在巴西市场主要与欧洲知名金刚石工具厂商竞争，公司产品在满足巴西市场客户需求的前提下具有明显的性价比优势，因此，公司产品在巴西市场具有较强的竞争优势。

（5）公司与巴西地区主要客户合作稳定

报告期内，公司巴西地区客户数量及营业收入变动情况如下：

单位：个、万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
----	--------------	--------	--------	--------

项目		2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
陶瓷生产客户	数量	12	15	14	13
	金额	7,594.93	30,880.24	22,311.89	17,876.25
	其中：新增家数	-	1	2	1
	新增营业收入	-	3,149.27	387.94	150.75
石材加工客户	数量	6	17	12	6
	金额	1,435.23	2,079.48	1,057.16	109.80
	其中：新增家数	2	8	7	6
	新增营业收入	508.73	223.50	294.93	109.80
合计	数量	18	32	26	19
	金额	9,030.15	32,959.72	23,369.05	17,986.05
	其中：新增家数	2	9	9	7
	新增营业收入	508.73	3,372.77	682.87	260.56

公司在巴西地区的客户以陶瓷生产企业为主，报告期内占巴西收入的99.39%、95.48%、93.69%及84.11%。公司与陶瓷生产客户建立了长期稳定的合作关系，如公司已与DELTA合作约11年、EURO TECH合作约12年、NOVA PORCELANATO合作约5年、PORTOBELLO合作约10年。公司石材加工客户由于开拓时间较短，客户较为零散、采购金额较小，因此客户变动性相对较大。

(6) 巴西地区销售单价较高，收入及毛利贡献大

从全球来看，意大利和西班牙是传统瓷砖强国，其瓷砖制造历史悠久、生产技艺先进、产品设计多样、质量优良。近年来，中国和印度等亚洲国家的瓷砖工业发展迅猛，已逐步取代意大利和西班牙等成为目前全球最主要的瓷砖生产基地。目前，中国、印度和巴西分别是世界前三大陶瓷砖产品生产国，也是公司最主要的三大销售区域。

中国陶瓷砖生产主要使用国产陶瓷机械设备及磨削工具。由于中国是全球超硬材料制品制造大国，超硬材料制品种类齐全，生产规模大，市场竞争较为充分，同时国内陶瓷生产企业降成本趋势日益凸显，使得与公司同类的金刚石工具产品单价总体较低，受此影响，毛利率水平较低。

印度距离中国地理位置较近，从中国进口陶瓷机械设备和磨削加工工具较为便利，因此印度市场主要使用中国制造的陶瓷机械设备及磨削抛光加工工具，同时亦采购意大利陶瓷机械设备。由于印度超硬材料制品主要依赖进口，考虑出口的成本及在当地市场的溢价，磨削抛光加工工具单价高于国内单价。

巴西地区的陶瓷生产企业承袭了意大利和西班牙的瓷砖生产工艺，主要使用意大利制造的陶瓷机械设备和磨削抛光工具，即使在中国陶瓷机械设备逐步进入巴西市场的背景下，巴西目前陶瓷生产线的关键设备，如原料处理系统、压机、窑炉等主要设备仍为意大利陶瓷机械设备为主，巴西市场陶瓷砖的制造理念与品质对标欧洲的趋势未发生重大变化，因此对于磨削抛光工具的质量、性能、环保性以及供应商的供货能力等有较高要求，相应定价也以欧洲产品为标准，整体单价较高，毛利率水平也较高。

综上，2019年至2021年，公司收入增长较快主要来自巴西市场收入的增长。巴西是全球主要陶瓷生产国，对陶瓷加工金刚石工具需求旺盛，市场前景广阔。公司凭借二十多年在海外市场形成的产品竞争力、品牌效应、性价比优势、稳定的产品质量和大批量供货能力以及强大的国际市场销售和服务网络，把握了巴西市场产量上升以及市场需求从抛光向抛釉转变过程中的市场机遇；同时，由于巴西地区客户考虑到疫情影响、海运周期延长、港口运转效率下降，阶段性提高库存水平增加备货量，使得2019年至2021年公司销售收入快速增长。**3、公司在巴西地区销售收入增长较快的合理性**

(1) 公司在巴西地区销售收入的增加与市场需求相匹配

公司在巴西地区销售收入的增长与巴西地区市场需求总体变动趋势相匹配，具体请参见本问题回复之“一/（一）/2、公司在巴西地区销售收入增长较快的原因”。

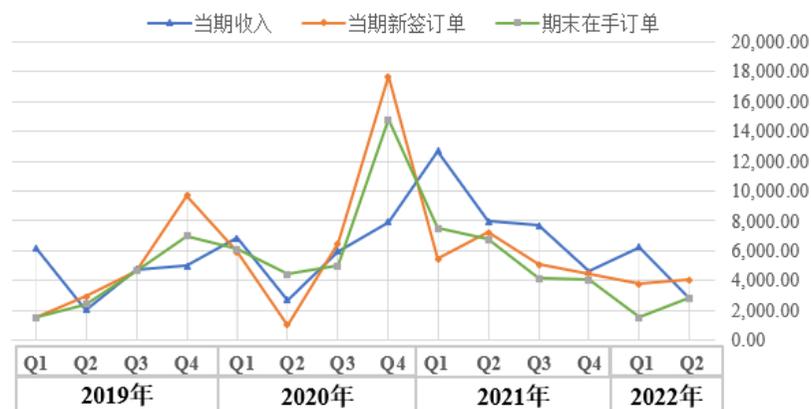
(2) 2019年至2021年巴西地区营业收入、新签订单及在手订单情况

随着巴西整体市场需求的增长，公司在巴西地区新签订单增加，从而带动销售收入的增长。2019年至2021年，巴西地区营业收入以及订单情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月/2022年6月30日		2021年度/2021年12月31日				2020年度/2020年12月31日				2019年度/2019年12月31日			
	二季度	一季度	四季度	三季度	二季度	一季度	四季度	三季度	二季度	一季度	四季度	三季度	二季度	一季度
收入	2,777.63	6,252.52	4,601.04	7,709.25	7,950.28	12,699.14	7,904.13	5,949.96	2,681.36	6,833.60	4,989.04	4,777.64	2,063.82	6,155.55
新签订单	4,049.17	3,767.91	4,485.65	5,101.72	7,223.82	5,437.89	17,681.81	6,478.78	1,025.56	5,926.29	9,675.23	4,673.86	2,943.01	1,557.05
在手订单	2,829.11	1,557.57	4,042.17	4,157.56	6,765.09	7,491.55	14,752.80	4,975.13	4,446.31	6,102.10	7,009.41	2,323.22	2,427.01	1,547.81

报告期各季度巴西地区营业收入以及订单情况
(单位：万元)



2020年第三、四季度以及2021年第一季度，受疫情影响，巴西地区客户预防性订单金额较高并于2020年四季度出现峰值，由于订单签署和收入确认间存在时间差，公司2020年下半年以及2021年上半年整体收入呈现最近几年的高点，并在2021年第三季度开始回落。公司收入、新签订单及在手订单金额总体相匹配。

(3) 报告期内，公司对巴西前五大客户各期销售收入及巴西客户经营情况

单位：万元

序号	客户名称	2022年1-6月		2021年度				2020年度				2019年度			
		二季度	一季度	四季度	三季度	二季度	一季度	四季度	三季度	二季度	一季度	四季度	三季度	二季度	一季度
1	DELTA	-	2,108.52	382.28	2,584.39	3,710.98	2,575.58	1,288.83	1,545.25	660.99	1,615.98	871.95	942.49	-	1,218.57
		DELTA 成立于 1976 年，是巴西地区知名陶瓷企业，与公司已合作约 11 年，注册资本 35,714.00 万巴西雷亚尔（约为人民币 4.79 亿元），2020 年销售额为 111,514.21 万巴西雷亚尔（约为人民币 14 亿元），同比增长 59.65%。报告期内 DELTA 不断提升生产设备，增加了多条产线以扩大其产品组合，加强其中高端陶瓷领域的市场地位。根据《Ceramic World Review》报道，2021 年 DELTA 新建 4 条生产线，日产能可达 6.6 万平方米并计划于 2022 年启用，与 DELTA2020 年下半年至 2021 年上半年加大对公司产品的采购情况相符。													
2	EUROTECH	573.17	900.41	716.68	654.95	692.86	1,876.05	1,390.81	918.08	479.19	789.60	545.27	430.22	332.44	569.69
		EURO TECH 成立于 2002 年，与公司已合作约 12 年，注册资本 50.00 万巴西雷亚尔（约为人民币 67.04 万元），是公司在巴西地区的代理商兼经销商，主要面向巴西地区陶瓷生产客户。													
3	NOVA	-	1,259.62	439.70	320.79	580.66	3,306.90	567.01	585.28	-	582.22	624.41	-	-	479.83

序号	客户名称	2022年1-6月		2021年度				2020年度				2019年度			
		二季度	一季度	四季度	三季度	二季度	一季度	四季度	三季度	二季度	一季度	四季度	三季度	二季度	一季度
	PORCELANATO	NOVA PORCELANATO 与 Incopisos Industria e Comercio de Pisos Ltda.、Cedasa Industriae Comercio de Pisos Ltda.已按照受同一控制人控制的口径合并披露。NOVA PORCELANATO 成立于 2014 年，注册资本 50.00 万巴西雷亚尔（约为人民币 67.04 万元），与公司已合作约 5 年，2020 年销售额为 29,762.8 万巴西雷亚尔（约为人民币 37,355.29 万元），同比增长 76.48%；Incopisos Industria e Comercio de Pisos Ltda.成立于 1985 年，注册资本 50.00 万巴西雷亚尔（约为人民币 67.04 万元），2020 年销售额为 37,707.2 万巴西雷亚尔（约为人民币 5.06 亿元）；Cedasa Industriae Comercio de Pisos Ltda.成立于 1990 年，注册资本 180.00 万巴西雷亚尔（约为人民币 241.34 万元），2020 年销售额为 47,022.4 万巴西雷亚尔（约为人民币 6.30 亿元）。根据公司了解，NOVA PORCELANATO 在 2021 年新增三条生产线，因此加大对公司产品的采购。													
4	PORTOBELLO	368.80	171.75	441.05	535.32	260.49	590.27	828.65	458.30	658.51	1,064.35	776.05	370.82	283.37	1,373.90
		PORTOBELLO 成立于 1977 年，注册资本 25,000.00 万巴西雷亚尔（约为人民币 3.35 亿元），与公司已合作约 10 年，根据其公告的年度报告披露，2020 年度其收入为 1,331.8 百万雷亚尔（约为人民币 17.86 亿元），2021 年收入为 1,912.1 百万雷亚尔（约为人民币 25.64 亿元），营收规模较大。根据《Ceramic World Review》报道，2021 年 PORTOBELLO 投资约 7,700 万巴西雷亚尔（约为人民币 1.03 亿元）用于建设项目投资。													
5	EMBRAMACO-EMPRESA	-	416.16	779.93	-	555.46	398.04	1,072.26	875.09	-	211.72	451.06	1,127.94	283.26	857.83
		EMBRAMACO-EMPRESA 成立于 1962 年，注册资本 4,751.00 万巴西雷亚尔（约为人民币 6,369.67 万元），与公司已合作约 8 年，2020 年销售额为 78,810.4 万巴西雷亚尔（约为人民币 9.89 亿元），同比增长 26.79%。													
6	ELIZABETH	28.87	-	13.22	445.74	1,303.15	597.40	398.26	550.31	121.53	895.87	442.93	808.04	258.59	520.29
		ELIZABETH 成立于 1998 年，注册资本 17,795.48 万巴西雷亚尔（约为人民币 2.38 亿元），与公司已合作约 17 年，是巴西和世界建筑材料的主要生产商之一，根据其官网介绍，ELIZABETH 年产能约为 5,880 万平方米。													
7	ALMEIDA	544.71	-	565.71	1,261.03	-	1,322.53	-	-	-	-	-	-	-	-
		ALMEIDA 成立于 1973 年，注册资本 16,672.17 万巴西雷亚尔（约为人民币 2.24 亿元），与公司已合作约 2 年，根据其官网介绍，ALMEIDA 每月可生产约 200 万平方米地板砖和瓷砖。根据《Ceramic World Review》报道，ALMEIDA 于 2021 年新建一条生产线。公司与 ALMEIDA 就新产线进行合作供货。													

序号	客户名称	2022年1-6月		2021年度				2020年度				2019年度			
		二季度	一季度	四季度	三季度	二季度	一季度	四季度	三季度	二季度	一季度	四季度	三季度	二季度	一季度
8	TRANSLYNX	-	822.36	-	591.64	401.08	178.12	400.66	-	-	17.35	19.63	-	-	-
	TRANSLYNX 成立于 2018 年，注册资本 20.00 万巴西雷亚尔（约为人民币 26.81 万元），与公司已合作约 4 年，是公司的代理商兼经销商，主要面向巴西地区石材加工客户。														

报告期内，巴西地区前五大客户带来的营业收入与其经营情况以及公司在巴西地区的营业收入情况匹配。

综上，公司在巴西地区的收入整体情况良好，受疫情以及巴西陶瓷市场需求变化影响，2020 年下半年至 2021 年上半年公司在巴西地区收入有较大幅度的提升，随着巴西地区的客户备货量逐步回归正常水平，2022 年上半年公司在巴西地区的收入回归到 2020 年上半年水平。公司在巴西地区的收入情况与在手订单、当期新签订单相符，收入增长较快具有合理性。

(二) 收入核算是否真实、准确，收入核查是否充分、适当

1、公司收入核算情况

(1) 公司收入确认条件

报告期内公司销售模式以直销模式为主，经销模式收入占比较小；直销模式又分为单品销售和整线管理两种情形，经销模式下仅有单品销售的情形，公司不同销售模式、不同业务模式收入下，收入确认的时间点和合同履行情况如下：

项目		收入确认依据	收入确认时点及合同履行情况
单品-境内销售	签收确认	商品已发出并经客户签收确认后，确认收入。	客户签收的送货单。在取得送货单时以送货单签收时间确认收入。
	提货确认	对于发货至客户或客户指定仓库由其根据需要领用的，在商品被领用并取得经客户签字的凭证后，确认收入。	经客户签字的凭证。在商品被领用并取得经客户签字的凭证后确认收入。
单品-境外销售	报关确认	商品已发出、开具发票、报关、装船后，作为商品控制权转移的时点确认收入。	提单。以提单上装船日确认收入。
	签收确认	境外子公司商品已发出并经境外客户签收确认后，确认收入。	客户签收的送货单。在取得客户签字的送货单后确认收入。
	提货确认	对于发货至客户或客户指定仓库由其根据需要领用的，在商品被领用并取得经客户签字的凭证后，确认收入。	经客户签字的凭证。在商品被领用并取得经客户签字的凭证后确认收入。
整线管理模式	公司与客户按月统计其使用公司产品加工所产出产品数量（通常按面积计量），公司取得客户确认的结算单后，确认收入。如月末未取得当月结算单，则公司以产出数量确认收入，并在取得结算单后进行调整。	客户确认的结算单。当月取得结算单，在取得结算单时确认；在当月未取得结算单，则公司以暂估产出数量确认收入，并在取得结算单后进行调整。	

(2) 公司收入核算执行《企业会计准则》的情况

公司 2020 年以前执行财政部 2006 年下发的《企业会计准则第 14 号——收入》，2020 年起执行财政部 2017 年下发的《企业会计准则第 14 号——收入》。

2、公司收入核算是否真实、准确，收入核查是否充分、适当

公司收入核算是否真实、准确，收入核查是否充分、适当，具体情况参见本问题回复之“四/（一）核查程序”。

综上所述，报告期内公司各业务模式按照合同条款和会计准则要求进行收

入确认，公司收入核算真实、准确，收入核查充分、适当。

二、2021 年下半年特别是第四季度收入下滑的原因及合理性，跨期收入确认情况，结合第四季度订单签订、合同履行及收入确认时点等情况，关注是否存在推迟确认收入以平滑业绩波动或调节利润等情形

(一) 2021 年下半年特别是第四季度收入下滑的原因及合理性

1、2021 年下半年公司主营业务收入情况

2021 年下半年，公司主要销售区域主营业务收入及其与 2021 年上半年、2020 年下半年对比情况如下：

单位：万元

项目	2021 年下半年			2021 年上半年		2020 年下半年		2021 年下半年变动幅度	
	四季度	三季度	环比变化幅度	二季度	一季度	2020 年四季度	2020 年三季度	环比变化幅度	同比变化幅度
境外	9,071.06	12,204.82	-25.68%	11,929.21	15,882.97	11,175.64	8,971.48	-23.50%	5.60%
南美洲	4,620.24	7,712.41	-40.09%	7,933.52	12,713.21	7,883.26	5,951.79	-40.27%	-10.86%
其中： 巴西	4,587.83	7,705.46	-40.46%	7,928.94	12,689.71	7,878.86	5,943.83	-40.38%	-11.06%
亚洲	4,130.71	3,689.29	11.96%	3,740.24	2,839.69	3,149.72	2,244.22	18.85%	44.98%
其他	320.11	803.12	-60.14%	255.45	330.08	142.67	775.48	91.83%	22.34%
境内	6,659.58	7,642.00	-12.86%	8,289.26	4,473.24	6,935.94	6,789.17	12.06%	4.20%
合计	15,730.64	19,846.82	-20.74%	20,218.47	20,356.21	18,111.58	15,760.64	-12.32%	5.03%

2021 年下半年公司主营业务收入为 35,577.46 万元，较 2021 年上半年下滑 12.32%，其中 2021 年四季度相较于 2021 年三季度下滑 20.74%。受巴西客户需求阶段性下降及库存消耗减缓影响，公司 2021 年下半年及四季度环比呈现下滑趋势，但 2021 年下半年较 2020 年同期仍小幅增长 5.03%。

2、2021 年下半年特别是第四季度收入下滑的原因及合理性

(1) 境外地区

2021 年下半年公司境外地区主营业务收入为 21,275.88 万元，较 2021 年上半年下滑 23.50%，较 2020 年同期增长 5.60%，2021 年四季度相较于 2021 年三

季度下滑 25.68%，境外地区主营业务收入变动主要系受巴西地区影响。

①南美洲地区

公司南美洲地区收入主要来自于巴西地区，2021 年下半年公司巴西地区主营业务收入为 12,293.29 万元，较 2021 年上半年下滑 40.38%，较 2020 年同期下滑 11.06%，2021 年四季度相较于 2021 年三季度下滑 40.46%。

巴西是全球主要陶瓷生产国，对陶瓷加工金刚石工具需求旺盛，市场前景广阔。公司凭借二十多年在海外市场形成的产品竞争力、品牌效应、性价比优势、稳定的产品质量和大批量供货能力以及强大的国际市场销售和服务网络，把握了巴西市场产量上升以及市场需求从抛光向抛釉转变过程中的市场机遇；同时，由于巴西地区客户考虑到疫情影响、海运周期延长、港口运转效率下降，阶段性提高库存水平增加备货量，使得 2019 年至 2021 年公司销售收入快速增长，特别是 2020 年三季度至 2021 年二季度期间新签订单增幅较大。具体情况请参见本问题回复之“一/（一）/3、公司在巴西地区销售收入增长较快的合理性”。

2021 年下半年，巴西地区客户预防性采购需求减弱，同时，受市场需求回落影响，巴西地区客户的金刚石工具库存消耗速度减缓，公司 2021 年下半年巴西地区整体收入呈现回落趋势，特别是第四季度收入回落较为明显。受订单签署、安排船运与收入确认存在时间差影响，新签订单与当期收入的变动趋势不完全一致，2021 年下半年新签订单和在手订单金额逐步下滑，而二季度新签订单和在手订单仍处于较高水平，因此三季度收入未呈现明显下滑趋势，收入金额与二季度新签订单和在手订单金额基本持平；公司三季度新签订单和在手订单金额较二季度有所下滑，因此 2021 年四季度收入随之下滑。2021 年各季度收入确认金额、新签订单和在手订单总体金额相匹配。

②亚洲地区

2021 年下半年公司亚洲地区主营业务收入为 7,820.00 万元，较 2021 年上半年增长 18.85%，较 2020 年同期增长 44.98%，2021 年四季度相较于 2021 年三季度增长 11.97%。公司在亚洲地区的销售收入主要源自于印度及其他国家和

地区；公司在印度地区的收入较为平稳，仅在 2020 年度受新冠疫情影响有所下降；公司在亚洲其他区域的收入报告期内实现了较快增长，主要系因公司进一步加大对孟加拉、伊朗、越南等亚洲其他区域的市场开拓力度。

③境外其他地区

2021 年下半年公司境外其他地区主营业务收入为 1,123.23 万元，较 2021 年上半年增长 91.83%，较 2020 年同期增长 22.34%，2021 年四季度相较于 2021 年三季度下滑 60.14%，公司境外其他地区主要包括非洲、欧洲及其他业务拓展区域，客户分布较为分散、单个客户给公司带来的收入规模较小且各季度订单具有一定波动，因此境外其他地区收入规模较小、各季度收入变动较大但总体呈增长趋势。

(2) 境内地区

2021 年下半年公司境内主营业务收入为 14,301.58 万元，较 2021 年上半年增长 12.06%，较 2020 年同期增长 4.20%，总体较为平稳，2021 年一季度收入受陶瓷生产企业、石材加工企业春节长假期间停工检修影响呈现一定幅度下降。2021 年四季度较 2021 年三季度下滑 12.86%，主要系由于整线管理客户 2021 年末停工检修时间较早。

(二) 跨期收入确认情况，结合第四季度订单签订、合同履行及收入确认时点等情况，关注是否存在推迟确认收入以平滑业绩波动或调节利润等情形

1、2021 年第四季度订单签订、合同履行情况

报告期内，公司订单签订情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月/2022年6月30日		2021年度/2021年12月31日				2020年度/2020年12月31日				2019年度/2019年12月31日			
	二季度	一季度	四季度	三季度	二季度	一季度	四季度	三季度	二季度	一季度	四季度	三季度	二季度	一季度
收入	18,570.40	17,954.60	15,856.90	20,441.74	20,496.12	20,518.07	19,314.24	17,687.84	10,891.62	12,114.73	16,284.66	15,932.83	13,883.94	13,669.99
新签订单	21,621.13	16,230.64	18,882.07	18,460.91	21,381.66	14,023.63	31,058.50	20,695.56	9,506.16	12,035.98	22,201.97	17,252.13	16,010.63	10,122.78
在手订单	10,692.42	8,297.92	11,058.59	10,745.13	13,781.62	13,173.94	21,244.50	10,464.21	8,518.62	9,876.48	12,756.26	8,033.14	7,893.31	5,865.80

2021 年合同履行情况具体请参见本问题回复之“二/（二）/1、公司收入核算情况”。

受订单签署、安排船运与收入确认存在时间差，新签订单与当期收入的变动趋势不完全一致，但 2021 年各季度收入确认金额、新签订单和在手订单总体金额相匹配。

2、收入确认时点

报告期内公司收入确认时点具体参见本问题回复之“一/（二）/1、公司收入核算情况”。

3、公司关于收入确认的内控制度

（1）单品销售模式

公司制定了《合同管理制度》《客户信用管理制度》《应收账款管理制度》《回单管理规定》《出口货物运输安全管理措施》《进出口业务内审制度》《销售管理制度》《销售单据管理制度》等与收入相关的内部控制制度。制度规定了包括销售计划、客户管理、定价、合同管理、出库管理、货款管理、客户信用管理、销售过程管理、应收账款管理等事项，对发货、到货、验收等环节作出了明确规定。

上述制度明确了销售合同签订后由各事业部营销中心发起出库流程，货物出库后营销中心销售业务员应按照业务类别、合同形式的不同，跟踪货物签收、验收的情况并完成客户的签收、验收确认。对于需要由客户签收或验收的，由营销中心回收相关收入确认单据资料，并将财务联回收交财务与资产管理中心存档。各事业部定期跟踪客户货款支付情况，并对超期的货款进行催款，财务与资产管理中心对货款回收情况进行监督。

（2）整线管理模式

公司制定了《销售管理制度》《销售单据管理制度》《陶加事业部整线供货客户管理制度》《财务核算管理制度》等与收入相关的内部控制制度，营销中心取得客户确认的结算单后提交给财务与资产管理中心，财务与资产管理中心人

员针对营销中心提交的结算单，检查结算单与合同约定的收入确认节点的一致性，并根据相应的依据和会计政策确认收入。

综上，公司建立了与收入确认相关的业务流程和内部控制制度并严格执行，以保证获取充分、恰当的收入确认依据进行收入确认，公司销售与收入确认等环节符合内控制度的相关规定，公司收入确认真实、准确。

4、跨期收入确认情况

报告期内，公司各业务模式按照合同条款和会计准则要求进行收入确认，收入确认时点准确，不存在跨期收入确认的情况，具体请参见本问题回复之“四/（一）核查程序”。

综上所述，报告期内公司不存在跨期收入以及推迟确认收入以平滑业绩波动或调节利润等情形。

三、2022 年上半年业绩持续下滑的原因及合理性，结合国内外建材、陶瓷等下游行业市场需求变动以及巴西市场竞争环境的变化，关注发行人业绩预计的合理性，业绩下滑的趋势是否已扭转，是否存在进一步下滑的风险及其对发行人的影响，发行人产品结构未来是否会发生变化

（一）2022 年上半年业绩持续下滑的原因及合理性

1、2022 年 1-6 月业绩同比 2021 年 1-6 月出现下滑

2022 年 1-6 月，公司利润表主要科目同比 2021 年 1-6 月的变动情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年 1-6 月	变动金额	变动幅度
营业收入	36,525.00	41,014.19	-4,489.19	-10.95%
主营业务毛利	11,462.89	19,675.04	-8,212.16	-41.74%
主营业务毛利率	32.00%	48.49%	-	-34.00%
销售费用	3,353.77	5,581.27	-2,227.50	-39.91%
管理费用	2,388.16	2,743.27	-355.11	-12.94%
研发费用	1,357.67	1,619.08	-261.42	-16.15%
财务费用	-325.77	675.84	-1,001.61	-148.20%
归属于母公司股东的净利润	3,657.01	6,486.41	-2,829.39	-43.62%

公司 2022 年 1-6 月实现营业收入 36,525.00 万元，较上年同期下降 10.95%；主营业务毛利率为 32.00%，较上年同期下降了 34.00%，具体分析如下：

(1) 收入变动分析

2021 年 1-6 月及 2022 年 1-6 月，公司营业收入中主营业务收入占比分别为 98.93%及 98.06%，因此主要针对主营业务收入变动情况进行分析。

2022 年 1-6 月，公司分区域主营业务收入同比变动情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年 1-6 月
	金额	变动金额	金额
境外	19,000.55	-8,811.64	27,812.18
南美洲	9,058.69	-11,588.04	20,646.73
其中：巴西	9,023.57	-11,595.08	20,618.65
亚洲	8,583.17	2,003.24	6,579.93
其他	1,358.70	773.17	585.53
境内	16,816.76	4,054.26	12,762.50
合计	35,817.31	-4,757.37	40,574.68

①巴西地区收入下滑

2022 年上半年公司收入下滑主要由于巴西地区的销售收入同比下降，巴西地区收入下降主要由于：A、因受疫情影响，巴西市场在客户 2020 年下半年至 2021 年上半年阶段性提高备货后需求回落至正常水平，销售收入同比下滑；B、随着国际海运市场状况的好转，巴西地区客户预防性采购的需求减弱；C、巴西陶瓷砖市场需求在 2021 年快速增长后出现小幅回落，2022 年 1-6 月巴西陶瓷砖产量下降了 3.40%，使得巴西地区客户的金刚石工具库存消耗速度减缓。受上述因素影响，2022 年上半年巴西市场需求阶段性下降，导致收入同比下滑。

报告期各期巴西前五大客户 2022 年 1-6 月营业收入及新签订单同比变动情况如下：

单位：万元，%

序号	客户	项目	2022年 1-6月	变动幅 度	2021年 1-6月	变动原因
1	DELTA	营业收入	2,108.52	-66.46	6,286.56	2022年1-6月，巴西陶瓷砖市场需求有所回落，DELTA新生产线投产计划延后，同时受前期在疫情下阶段性提高备货影响，客户备有部分库存，因此公司与DELTA的新签订单同比减少，但随着其生产线逐步达产与原有备货的逐步消耗，DELTA的采购需求有望回升
		新签订单	1,671.89	-73.60	6,332.26	
2	EURO TECH	营业收入	1,473.58	-42.64	2,568.91	2022年1-6月，公司在巴西地区的销售规模同比下降，EURO TECH作为经销商，主要服务于公司终端客户，在终端客户需求下降时EURO TECH销售金额也同步下降
		新签订单	573.17	-47.24	1,086.42	
3	NOVA PORCELANATO	营业收入	1,259.62	-67.60	3,887.56	根据公司了解，该客户2021年新增三条生产线，因此提前于2020年下半年加大对公司产品的采购力度，由于下订单与确认收入存在时间差，公司于2021年1-6月确认相关收入，2022年1-6月收入回落至正常水平。2022年1-6月，新签订单则同比增加1,259.62万元，主要是该客户2021年1-6月未下订单，随着自身库存的消耗使用，2021年第四季度开始该客户与公司持续新签订单
		新签订单	1,259.62	100.00	-	
4	PORTOBELLO	营业收入	540.55	-36.46	850.77	PORTOBELLO为上市公司，营收规模较大。2021年1-6月向公司采购规模较大，2022年1-6月备货逐步回归正常水平，公司对其销售规模与新签订单同比均出现下降
		新签订单	370.32	-42.21	640.83	
5	EMBRAMACO- EMPRESA	营业收入	416.16	-56.35	953.50	2022年1-6月，公司对其销售规模同比下降56.35%，新签订单则同比增长了231.79%，主要系该客户2020年下半年新签订单较多，因此2021年上半年新签订单较少，随着自身库存的消耗以及生产需要，该客户在2022年1-6月新签1,191.57万元订单同比增幅较大
		新签订单	1,191.57	231.79	359.14	
6	ELIZABETH	营业收入	27.35	-98.56	1,900.54	2021年1-6月，受疫情影响阶段性提高库存水平，2022年1-

序号	客户	项目	2022年 1-6月	变动幅 度	2021年 1-6月	变动原因
		新签 订单	35.22	-90.92	388.12	6月，受巴西市场需求回落及客户库存消耗速度减缓影响，ELIZABETH销售金额以及新签订单均出现下降
7	ALMEIDA	营业 收入	544.71	-58.81	1,322.53	ALMEIDA于2021年新建一条生产线，公司即与ALMEIDA基于新产线进行合作供货，因此2021年采购规模较大，2022年1-6月，客户原有库存正在消耗使用中，因此客户未新签订单
		新签 订单	-	-100.00	657.48	
8	TRANSLYNX	营业 收入	822.36	41.98	579.21	随着与公司合作日益加深以及公司产品质量、性价比获得巴西石材加工客户的认可，TRANSLYNX加大对公司金刚石绳锯产品的采购，2022年1-6月TRANSLYNX的采购金额同比提高41.98%
		新签 订单	822.36	-7.15	885.68	

受各客户的具体需求、采购计划、采购预算及国际海运情况等诸多因素的影响，各客户下订单时间分布并不均衡。

②境外其他地区的收入呈增长趋势

在亚洲地区，公司2022年1-6月主营业务收入同比增长2,003.24万元，主要得益于公司在保证印度地区销售规模的基础上，积极拓展其他国家和地区的业务，来自孟加拉、伊朗、越南等国的销售收入同比增长1,765.33万元所致。

2022年1-6月，境外除南美及亚洲外的其他地区收入增长了773.17万元，主要由于非洲地区的主营业务收入同比增长了761.95万元。非洲作为发展中地区，基础设施建设亟待改善，近年来陶瓷生产企业纷纷在非洲建厂，非洲地区金刚石工具需求日益增长，是公司未来主要拓展的市场之一。

③内销收入增长明显

公司2022年1-6月内销收入同比增长4,054.26万元，主要由于单品销售收入同比增长了3,089.14万元，整线管理收入同比增长了965.13万元所致。主要由于：A、单品收入的增长一方面由于2022年1-6月人造金刚石等主要原材料涨幅较大，部分同行业公司因无法有效控制成本而降低产量，公司根据市场行情提前备货以应对原材料价格上涨风险，且作为规模较大的行业龙头企业之

一，具有稳定的供货能力，随着公司对单品客户的市场拓展力度逐步加大，金刚石工具产品销售收入同比增加了 1,834.40 万元；同时，公司稀土永磁元器件市场价格上涨较快且市场开拓情况较好，销售收入同比增长 1,270.71 万元；B、整线管理收入的增长主要由于 2022 年春节较 2021 年早，整线管理客户 2021 年末停工检修时间及春节后复工时间均较早，使得一季度生产时间同比 2021 年多，同时公司新增了部分新客户所致。

公司人造金刚石采购价格及市场价格变动的具体情况请参见《关于广东奔朗新材料股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的审核问询函的回复》（http://www.bse.cn/disclosure/2022/2022-09-08/1662622531_697147.pdf）之“问题 8、存货增长较快及原材料采购价格变动的风险”之“二/（一）/2、同种原材料采购价格在不同供应商之间是否存在显著差异”。（2）毛利率下降的情况

2022 年 1-6 月，公司主营业务毛利率从上年同期的 48.49%下降至 32.00%，主要由产品销售区域结构变动和原材料价格上涨所致。公司毛利率分区域情况如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年 1-6 月	变动值	变动幅度
外销	48.98%	62.91%	-13.93%	-22.14%
南美洲	65.24%	72.43%	-7.19%	-9.93%
其中：巴西地区	65.21%	72.44%	-7.23%	-9.98%
亚洲	32.01%	33.31%	-1.30%	-3.90%
其他	47.85%	59.62%	-11.77%	-19.74%
内销	12.82%	17.07%	-4.25%	-24.90%
合计	32.00%	48.49%	-16.49%	-34.01%

公司内销及外销毛利率均呈下降趋势。

①巴西地区毛利率变动原因

2022 年 1-6 月，公司外销毛利率主要受南美洲巴西地区毛利率下降影响，具体销售情况如下：

单位：收入：万元；单价：元

巴西地区	2022年1-6月				2021年1-6月			
	收入	占比	毛利率	单价	收入	占比	毛利率	单价
树脂结合剂 金刚石工具	5,911.58	65.51%	71.64%	42.18	16,243.18	78.78%	75.98%	44.77
金属结合剂 金刚石工具	3,049.54	33.80%	53.42%	254.52	4,113.98	19.95%	61.57%	332.10
碳化硅工具	62.46	0.69%	32.98%	4.49	161.54	0.78%	10.30%	3.05
其他	-	-	-	-	99.96	0.48%	44.02%	9.23
合计	9,023.57	100.00%	65.21%	54.35	20,618.65	100.00%	72.44%	46.96

巴西地区单价变动受产品结构影响，其中金属结合剂金刚石工具由于产品类型、产品形态、尺寸差异较大，单价受产品结构影响较大；占比较高的主要产品树脂结合剂金刚石工具单价受市场竞争影响小幅下降了 2.58 元，单价未发生重大不利变化。

巴西地区综合毛利率的下降主要由于：A、毛利率较高的树脂结合剂金刚石工具收入占比下降了 13.27 个百分点；B、主要原材料人造金刚石市场价格上升较快，尽管公司依靠技术降本部分降低人造金刚石的单位消耗，但金刚石工具产品毛利率均出现下降；C、树脂结合剂金刚石工具单价小幅下降。

②境外其他地区毛利率变动原因

境外其他地区毛利率下降了 11.77 个百分点，主要由于公司对非洲等地区收入占比低，但业务拓展较快，毛利率下降主要由于原材料人造金刚石市场价格上升较快，以及公司为尽快打入当地市场，产品单价小幅下降所致。

③内销毛利率变动原因

内销毛利率下降主要由于：A、稀土永磁元器件毛利率从 17.63%下降到 6.50%，主要系公司在 2022 年一季度稀土永磁材料单价较高的时候采购量较多，但 2022 年二季度稀土永磁材料价格有所下跌，公司稀土永磁元器件的销售价格随稀土永磁材料市场价格调整，受此影响，2022 年 1-6 月稀土永磁元器件毛利率下降；B、国内市场竞争较为充分，且人造金刚石等原材料价格上涨较多，导致金属结合剂金刚石工具毛利率下降。

(3) 期间费用变动情况

2022年1-6月，公司期间费用同比情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月		2021年1-6月	
	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比
销售费用	3,353.77	9.18%	5,581.27	13.61%
管理费用	2,388.16	6.54%	2,743.27	6.69%
研发费用	1,357.67	3.72%	1,619.08	3.95%
财务费用	-325.77	-0.89%	675.84	1.65%
合计	6,773.82	18.55%	10,619.46	25.89%

2022年1-6月，公司期间费用占营业收入的比例由25.89%下降至18.55%，主要原因为：①公司销售费用同比下降了39.91%，超过同期营业收入的下降幅度，主要由于销售佣金减少2,091.66万元，降幅52.29%所致。公司销售佣金主要为巴西代理商的佣金，降幅与巴西地区收入同比降幅56.24%接近；②公司财务费用同比下降了1,001.61万元，主要由于美元兑人民币升值，公司汇兑收益同比增加了920.72万元所致。

综上，公司2022年1-6月公司业绩同比下滑主要由于公司毛利率较高的巴西地区在经历市场需求上升、疫情期间客户为避免生产中断进行预防性采购后，客户需求阶段性回落，导致巴西地区收入同比下降，同时公司主要原材料人造金刚石价格上涨所致。

2、2022年1-6月业绩环比2021年7-12月上升

2022年1-6月，公司利润表主要科目环比2021年7-12月的变动情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年7-12月	变动金额	变动幅度
营业收入	36,525.00	36,298.64	226.36	0.62%
主营业务毛利	11,462.89	14,101.96	-2,639.07	-18.71%
主营业务毛利率	32.00%	39.64%	-	-19.26%
销售费用	3,353.77	4,895.73	-1,541.96	-31.50%
管理费用	2,388.16	3,394.88	-1,006.72	-29.65%
研发费用	1,357.67	2,115.44	-757.77	-35.82%

项目	2022年1-6月	2021年7-12月	变动金额	变动幅度
财务费用	-325.77	-1,001.61	675.84	-67.48%
归属于母公司股东的净利润	3,657.01	2,193.63	1,463.38	66.71%

(1) 收入变动分析

2021年7-12月及2022年1-6月，公司营业收入中主营业务收入占比分别为98.01%及98.06%，因此主要针对主营业务收入变动情况进行分析。2022年1-6月，公司分区域主营业务收入环比变动情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月		2021年7-12月
	金额	变动金额	金额
境外	19,000.55	-2,275.33	21,275.88
南美洲	9,058.69	-3,273.96	12,332.65
其中：巴西	9,023.57	-3,269.71	12,293.29
亚洲	8,583.17	763.16	7,820.00
其他	1,358.70	235.46	1,123.23
境内	16,816.76	2,515.18	14,301.58
合计	35,817.31	239.85	35,577.46

由上表可见，2022年1-6月公司主营业务收入环比小幅增长了239.85万元，基本持平，其中南美洲收入下降了3,273.96万元，而来自境内、亚洲及其他地区收入增长较快，抵消了南美洲收入下降的影响。

①巴西地区收入环比下降，但降幅已收窄

2022年上半年，巴西市场需求阶段性下降，公司巴西地区收入环比2021年7-12月下降了3,269.71万元，具体原因请参见本问题回复之“三/（一）/1、2022年1-6月业绩同比2021年1-6月出现下滑”。

2022年上半年，公司巴西地区收入环比下降的金额较2021年1-6月同比下降11,595.08万元已大幅收窄，巴西客户因疫情阶段性提高备货后造成需求和收入下滑的情况已逐步缓解。

②境外其他地区的收入呈增长趋势

在亚洲地区，公司 2022 年 1-6 月主营业务收入环比增长 763.16 万元，主要来自孟加拉、伊朗、越南等国的收入增长。境外除南美及亚洲外的其他地区收入增长了 235.46 万元，主要来自非洲地区的收入增长。公司境外除巴西、印度外其他国家地区市场开拓情况良好。

③内销收入增长明显

公司 2022 年 1-6 月内销收入环比增长 2,515.18 万元，主要由于公司整线管理客户一季度停工检修较多，整线管理收入环比 2021 年 7-12 月下降了 754.93 万元，但单品销售市场拓展力度加大，单品销售收入环比增长了 3,270.11 万元所致。

(2) 毛利率下降的情况

2022 年 1-6 月，公司毛利率从 2021 年 7-12 月的 39.64%下降至 32.00%，主要由产品销售区域结构变动和原材料价格上涨所致。公司毛利率分区域情况如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年 7-12 月	变动金额	变动幅度
外销	48.98%	55.59%	-6.61%	-11.89%
南美洲	65.24%	71.12%	-5.88%	-8.27%
其中：巴西地区	65.21%	71.13%	-5.92%	-8.32%
亚洲	32.01%	32.83%	-0.82%	-2.50%
其他	47.85%	43.46%	4.39%	10.10%
内销	12.82%	15.91%	-3.09%	-19.42%
合计	32.00%	39.64%	-7.64%	-19.27%

公司内销及外销毛利率均呈下降趋势。

①巴西地区毛利率变动原因

2022 年 1-6 月，公司外销毛利率主要受南美洲巴西地区毛利率下降影响，具体销售情况如下：

单位：收入：万元；单价：元

巴西地区	2022 年 1-6 月				2021 年 7-12 月			
	收入	占比	毛利率	单价	收入	占比	毛利率	单价

巴西地区	2022年1-6月				2021年7-12月			
	金额	毛利率	占比	金额	金额	毛利率	占比	金额
树脂结合剂 金刚石工具	5,911.58	65.51%	71.64%	42.18	9,291.43	75.58%	75.24%	43.00
金属结合剂 金刚石工具	3,049.54	33.80%	53.42%	254.52	2,805.40	22.82%	61.62%	297.49
碳化硅工具	62.46	0.69%	32.98%	4.49	181.67	1.48%	10.53%	3.25
其他	-	-	-	-	14.79	0.12%	39.11%	9.36
合计	9,023.57	100.00%	65.21%	54.35	12,293.29	100.00%	71.13%	43.44

巴西地区综合毛利率的下降，主要原因为：A、毛利率较高的树脂结合剂金刚石工具收入占比下降了 10.07 个百分点；B、主要原材料人造金刚石市场价格上升较快，技术降本未能完全抵消原材料上涨的影响，使得金属结合剂金刚石工具产品毛利率均出现下降。

②境外其他地区毛利率变动原因

境外其他地区毛利率环比上升了 4.39 个百分点，主要由于收入规模较小，受产品结构影响，金属结合剂金刚石工具中的圆锯片毛利率较 2021 年 7-12 月提高导致整体毛利率有所提升。

③内销毛利率变动原因

内销毛利率下降主要由于：A、稀土永磁元器件毛利率从 17.65% 下降到 6.50%，主要由于 2022 年稀土永磁材料价格有所下降，而采购时点单价较高导致稀土永磁元器件毛利率下降；B、国内市场竞争较为充分，且人造金刚石等原材料价格上涨较多，导致金属结合剂金刚石工具毛利率下降。

(3) 期间费用变动情况

2022 年 1-6 月，公司期间费用环比变动情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月		2021年7-12月	
	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比
销售费用	3,353.77	9.18%	4,895.73	13.49%
管理费用	2,388.16	6.54%	3,394.88	9.35%
研发费用	1,357.67	3.72%	2,115.44	5.83%
财务费用	-325.77	-0.89%	-1,001.61	-2.76%

项目	2022年1-6月		2021年7-12月	
	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比
合计	6,773.82	18.55%	9,404.44	25.91%

2022年1-6月，公司期间费用占营业收入的比例由2021年7-12月的25.91%下降至18.55%，主要原因为：①公司销售费用环比下降了31.50%，一方面由于巴西地区销售收入环比下降，使得销售佣金减少1,087.19万元，同时销售人员薪酬及奖金减少了283.36万元，综合导致销售费用下降；②公司管理费用环比减少1,006.72万元，降幅29.65%，主要由于2021年四季度IPO走访核查较为集中，2022年1-6月相关费用环比减少273.13万元，管理人员薪酬及奖金减少了286.71万元，研发中心大楼设计费减少75.47万元等共同所致。

综上，公司2022年1-6月公司业绩环比下滑主要由于公司毛利率较高的巴西地区在经历市场需求上升、疫情期间客户为避免生产中断进行预防性采购后，客户需求阶段性回落，导致巴西地区收入同比下降，同时公司主要原材料人造金刚石价格上涨所致。

(二) 结合国内外建材、陶瓷等下游行业市场需求变动以及巴西市场竞争环境的变化，关注发行人业绩预计的合理性

1、国内外建材、陶瓷等下游行业市场需求变动以及巴西市场竞争环境的变化

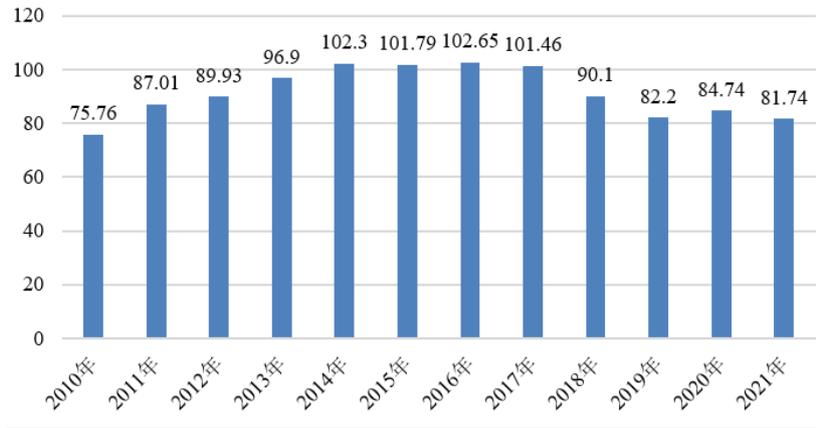
(1) 国内外建材、陶瓷等下游行业市场规模巨大

①国内市场情况

我国是世界最大的陶瓷生产国和消费国。根据中国建筑卫生陶瓷协会统计，2010年至今我国陶瓷砖产量情况如下：

单位：亿平方米

2010-2021年中国建筑陶瓷产量情况



数据来源：中国建筑卫生陶瓷协会

虽然近几年受新冠疫情、房地产调控、环保政策管控、能源及原材料价格上涨等因素影响，陶瓷产量有所下降，但总体而言市场规模较大且趋于稳定。随着我国居民收入水平和消费能力不断提高，国家政策层面在持续主导和推动城镇化建设、老旧小区改造和保障性住房建设，存量住宅重新装修的需求和二手房市场的发展，以及在新型城镇化、交通网络建设等因素的推动下，我国基建规模近年来发生了持续扩张，为建筑陶瓷行业提供了稳定的市场需求。

②国外及巴西市场情况

根据 Ceramic Tile and Stone Consultants 的统计数据，2020 年全球陶瓷砖产量为 160.93 亿平方米，同比增长 1.7%，其中亚洲的陶瓷砖产量增长至 119 亿平方米，同比增长 2.8%，增量主要来自于中国、印度。

根据《Ceramic World Review》的统计数据，2020 年全球前十大建筑陶瓷砖生产国的陶瓷砖生产总量占全球总产量的 83.3%，其中，中国为全球最大的陶瓷砖生产国，印度和巴西分别居第二、第三位。全球前十大陶瓷砖生产国近年的陶瓷砖产量如下：

单位：亿平方米

国家/地区	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2020 年度占全球产量比例	2020 年度增长率
中国	90.11	82.25	84.74	52.70%	3.00%
印度	11.45	12.66	13.20	8.20%	4.30%
巴西	8.72	9.09	8.40	5.20%	-7.60%

国家/地区	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2020 年度占全球产量比例	2020 年度增长率
越南	6.02	5.60	5.34	3.30%	-4.60%
西班牙	5.30	5.10	4.88	3.00%	-4.30%
伊朗	3.83	3.98	4.49	2.80%	12.80%
土耳其	3.35	2.96	3.70	2.30%	25.00%
意大利	4.16	4.01	3.44	2.10%	-14.20%
印度尼西亚	3.83	3.47	3.04	1.90%	-12.40%
埃及	3.00	3.00	2.85	1.80%	-5.00%
总计	139.77	132.12	134.08	83.30%	1.50%
全球总产量	165.57	158.27	160.93	100.00%	1.70%

2020 年全球建筑陶瓷砖消费量为 160.35 亿平方米，比上年增长 2.5%。中国、印度和巴西三国为主要的瓷砖消费国，合计占全球总消费量的 59.7%，具体情况如下：

单位：亿平方米

国家/地区	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2020 年度占全球消费量比例	2020 年度增长率
中国	81.63	74.53	78.59	49.01%	5.45%
印度	8.76	9.10	8.85	5.52%	-2.75%
巴西	7.75	8.02	8.29	5.17%	3.37%
越南	5.54	4.67	4.00	2.49%	-14.35%
印度尼西亚	4.50	4.13	3.57	2.23%	-13.56%
美国	2.89	2.73	2.64	1.65%	-3.30%
墨西哥	2.36	2.38	2.42	1.51%	1.68%
土耳其	2.36	1.85	2.41	1.50%	30.27%
沙特阿拉伯	1.76	1.90	2.38	1.48%	25.26%
埃及	2.36	2.39	2.37	1.48%	-0.84%
总计	119.79	111.70	115.52	72.04%	3.42%
全球总消费量	164.26	156.50	160.35	100.00%	2.46%

巴西是世界第三大陶瓷砖生产国和消费国，2020 年消费量伴随巴西建筑业扩张而上升 3.37%。根据《Ceramic World Review》统计，鉴于主要瓷砖生产国的投资水平较高，中国、巴西在 2021 年上半年产量与 2020 年上半年相比分别增长了 14.7%、52%。

报告期内，巴西地区收入占公司主营业务收入比较高，作为陶瓷砖第三大生产国，巴西对超硬材料制品需求较大。2017年至2021年，巴西地区陶瓷砖产量分别为8.67亿平方米、8.72亿平方米、9.09亿平方米、8.40亿平方米、10.4亿平方米，2022年上半年，巴西地区瓷砖产量为5.02亿平方米，较2021年同期小幅下降3.4%。

根据 Manufacturing and Economic Studies 的预测，到2025年全球陶瓷砖产量可能会新增45亿平方米，增速为5.1%，届时陶瓷砖产量将会突破200亿平方米。总体而言，虽然近几年全球陶瓷砖产量及需求量受下游市场需求有所波动，但整体需求量较大且需求较为平稳，预计未来几年产量有小幅增长。

（2）巴西市场竞争环境变化情况

巴西地区为全球主要陶瓷生产区域，公司提前布局多年，深耕巴西市场，建立了良好的品牌形象和知名度，产品质量获得当地知名陶瓷生产企业的认可。巴西地区客户注重产品质量和稳定性，公司在巴西地区的主要对标企业为欧洲金刚石工具厂商如 SURFACES GROUP 等。

经检索同行业公司的公开披露信息，博深股份、安泰科技、三超新材未提及巴西的业务拓展情况。新劲刚于2018年年报的“未来三年发展目标”提及“积极开拓巴西、巴基斯坦等海外市场”，但在2019年至2021年年报中未提及巴西及在巴西的业务拓展情况。

经与当地代理商沟通，并经公司员工于2022年8月实地走访客户，未发现国内企业为公司主要客户供货的情况。

2、公司2022年全年业绩预计情况及合理性

（1）公司业绩预计情况

根据当前的经营情况，公司管理层预计2022年可实现营业收入70,000万元至73,000万元，同比2021年下降5.58%至9.46%，同比2020年增长16.65%至21.65%；预计2022年可实现归属于母公司股东的净利润6,000万元至6,200万元，同比2021年下降28.57%至30.88%，同比2020年下降8.19%至5.13%；预计2022年全年扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润为5,700万元

至 5,900 万元，同比 2021 年下降 31.38%至 33.71%，同比 2020 年增长 21.99%至 26.27%。

上述 2022 年全年经营业绩为初步预计数据，未经会计师审计或审阅，不构成盈利预测和业绩承诺。总体来看，发行人经营情况稳健，上述指标变动不会对发行人持续经营能力构成重大不利影响。

(2) 预测的具体情况及其预测依据

①营业收入预测基础及依据

公司对 2022 年下半年营业收入的预测情况：

单位：万元

项目		2022 年 1-6 月	2022 年 7-12 月 (预测)	预测依据
单品	外销	17,567.11	16,119.80~ 17,773.31	根据 2022 年 1-9 月销售情况及 2022 年 9 月 30 日在手订单情况，并结合管理层对客户需求的预判进行测算
	南美洲	9,065.27	9,167.56~ 10,127.49	
	其中：巴西	9,030.15	9,159.72~ 10,117.96	
	亚洲	7,141.30	6,086.52~ 6,674.93	
	其他	1,360.54	865.72~ 970.88	
	内销	10,179.80	9,175.70~ 9,863.90	
	小计	27,746.91	25,295.50~ 27,637.21	
整线		8,778.10	8,179.50~ 8,837.79	2022 年 7-9 月据实，10-12 月根据已签署合同的客户 2022 年 1-9 月每月产出面积，结合管理层对客户开工情况的预判进行测算
合计		36,525.00	33,475.00~ 36,475.00	-
全年预测金额		70,000 万元至 73,000 万元		-

②净利润预测基础及依据

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2022 年 7-12 月 (预测)	业绩预测依据
营业收入	36,525.00	33,475.00~ 36,475.00	见营业收入预测情况

项目	2022年1-6月	2022年7-12月(预测)	业绩预测依据
营业成本	24,932.25	22,950.00~25,050.00	2022年7-9月据实,10-12月成本数据根据1-9月各地区销售毛利率,结合2022年10-12月营业收入预测金额,测算对应的营业成本情况
期间费用	6,773.82	6,695.00~7,500.00	2022年7-9月据实,10-12月根据公司各业务部门发展需求,结合1-9月实际发生额进行综合测算
归属于母公司股东的净利润	3,657.01	2,342.99~2,542.99	根据上述测算,并结合所得税及其他收支情况计算
全年预测归属于母公司股东的净利润	6,000万元至6,200万元		-

(3) 盈利预测与既往情况相符

①营业收入预测的合理性 2019年至2021年,公司收入占比情况如下:

项目	2021年度	2020年度	2019年度
上半年收入占比	53.05%	38.34%	46.10%
下半年收入占比	46.95%	61.66%	53.90%

从上表可见,2019年至2021年,公司下半年营业收入占当年营业收入的比例约在45%-60%之间,剔除因受疫情巴西客户备货影响引起的收入阶段性增长,公司下半年的收入占比区间应缩窄至45%-55%左右;2022年1-6月,公司营业收入为36,525.00万元,2022年1-9月,公司营业收入为56,048.29万元(该数据未经会计师审计或审阅),各季度收入较为均衡,因此综合上述因素,以下半年收入占全年收入的50%测算,预计2022年可实现营业收入为70,000万元至73,000万元,具有合理性。从在手订单金额来看,2022年3月末和6月末,公司在手订单金额分别为8,297.92万元和10,692.42万元,截至2022年9月末,公司在手订单为11,724.00万元,公司2022年各季度末在手订单呈增长趋势,在手订单充足,预计能够实现全年预测收入。

②净利润预测的合理性

报告期内,公司归属于母公司股东的净利润占当期营业收入的比例分别为3.60%、10.89%、11.23%和10.01%,2019年受应收账款坏账损失影响,当年净

利润率较低，2020年至2022年1-6月净利润率较为接近。2022年1-9月，公司已实现归属于母公司股东的净利润5,728.09万元（该数据未经会计师审计或审阅），公司结合2022年下半年市场竞争及自身经营情况谨慎预测，预计2022年可实现归属于母公司股东的净利润为6,000万元至6,200万元，占预测营业收入的比例为8.49%-8.57%，审慎合理，预测的可实现性较强。

（三）业绩下滑的趋势是否已扭转，是否存在进一步下滑的风险及其对发行人的影响

2021年下半年以来，公司毛利率较高的巴西地区在经历市场需求上升、疫情期间客户为避免生产中断进行预防性采购后，客户需求阶段性回落，同时叠加主要原材料人造金刚石价格上涨等不利因素影响，使得公司在营业收入同比小幅下降的情况下净利润下滑明显。2022年1-6月，公司归属于母公司股东的净利润同比下降了43.62%。

随着巴西地区的客户采购量逐步回归正常水平，以及公司拓展亚洲其他地区及非洲等地区的市场、积极提升内销收入、稀土永磁元器件及精密加工金刚石工具等新业务收入快速增长，截至2022年9月30日，公司业绩下滑的趋势已得到扭转，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-9月		2022年1-6月		2022年1-9月与1-6月变动幅度比较
	金额	同比变动幅度	金额	同比变动幅度	
营业收入	56,048.25	-8.80%	36,525.00	-10.95%	2.15%
归属于母公司股东的净利润	5,728.09	-31.68%	3,657.01	-43.62%	11.94%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	5,458.54	-33.49%	3,506.69	-44.30%	10.81%

注：上述2022年1-9月财务数据均为未经审计或审阅数据，下同

从上表可见，2022年1-9月，公司营业收入、归属于母公司股东的净利润及扣非后归属于母公司股东的净利润的下降幅度均较2022年1-6月收窄，公司业务开展情况良好，收入规模及盈利能力得到改善和提升。

1、公司收入下滑趋势已得到扭转

(1) 主营业务收入各季度同比及环比情况

2022 年前三季度，公司主营业务收入各季度同比降幅收窄，环比持续上升，具体变动情况如下：

单位：万元，%

项目	2022 年度			2021 年度			2020 年度			2019 年度
	金额	同比变动幅度	环比变动幅度	金额	同比变动幅度	环比变动幅度	金额	同比变动幅度	环比变动幅度	金额
第一季度	17,621.10	-13.44	12.02	20,356.21	69.14	12.39	12,035.33	-11.50	-25.45	13,599.29
第二季度	18,196.21	-10.00	3.26	20,218.47	89.98	-0.68	10,642.19	-22.45	-11.58	13,722.83
第三季度	18,798.44	-5.28	3.31	19,846.82	25.93	-1.84	15,760.64	-0.52	48.10	15,842.41
第四季度	-	-	-	15,730.64	-13.15	-20.74	18,111.58	12.19	14.92	16,144.15
合计	54,615.75	-	-	76,152.14	34.66	-	56,549.75	-4.65	-	59,308.69

从同比情况来看，2022 年，公司整体收入一季度降幅最大，二季度开始收入同比降幅由 13.44%收窄至 10.00%，下滑趋势已得到扭转，三季度收入降幅继续收窄至 5.28%。

从环比情况来看，公司 2022 年开始，各季度主营业务收入环比持续增长。

公司业绩下滑趋势扭转的主要原因为：①因受疫情影响，巴西客户在 2020 年下半年至 2021 年上半年阶段性提高备货，随着巴西客户库存的逐渐消耗，需求和收入下滑的情况逐步缓解，巴西地区的客户采购量逐步回归至 2020 年上半年的正常水平；②公司在维护巴西、印度等主要市场业务规模的同时，积极开拓其他区域市场的业务，并取得良好的市场效果。亚洲地区除印度外的其他国家和地区主营业务收入 2022 年 1-6 月同比增长 2,336.04 万元，增幅 79.81%，2022 年 1-9 月同比增长 2,859.77 万元，增幅 58.82%；非洲地区主营业务收入 2022 年 1-6 月同比增长 761.95 万元，增幅 591.59%，2022 年 1-9 月同比增长 338.20 万元，增幅 47.99%；公司外销其他地区收入快速增长，产品辐射区域和范围持续扩大；③公司内销收入持续增长，其中稀土永磁元器件及精密加工金刚石工具等新业务增长较快，2022 年 1-6 月分别同比增长 1,270.71 万元及 578.93 万元，增幅 46.62%及 97.00%，2022 年 1-9 月分别同比增长 1,367.71 万

元及 551.73 万元，增幅 33.90%及 44.38%。

(2) 巴西地区主营业务收入变动情况

①巴西地区各季度主营业务收入同比及环比情况

单位：万元，%

项目	2022 年度			2021 年度			2020 年度			2019 年度
	金额	同比变动幅度	环比变动幅度	金额	同比变动幅度	环比变动幅度	金额	同比变动幅度	环比变动幅度	金额
第一季度	6,245.94	-50.78	36.14	12,689.71	85.90	61.06	6,826.27	10.98	36.92	6,150.93
第二季度	2,777.63	-64.97	-55.53	7,928.94	196.41	-37.52	2,674.95	29.82	-60.81	2,060.56
第三季度	4,703.35	-38.96	69.33	7,705.46	29.64	-2.82	5,943.83	24.53	122.20	4,773.05
第四季度	-	-	-	4,587.83	-41.77	-40.46	7,878.86	58.03	32.56	4,985.71
合计	13,726.92	-	-	32,911.94	41.11	-	23,323.90	29.79	-	17,970.26

从同比情况来看，巴西地区的收入在 2022 年二季度触及低点 2,777.63 万元后，随着客户库存的逐步消耗，2022 年三季度收入同比降幅由二季度的 64.97% 收窄至 38.96%，需求逐步回升。

从环比情况来看，2022 年，公司在巴西地区的主营业务收入在第三季度环比上升 69.33%，巴西地区收入下降的趋势已得到扭转。②2022 年 1-6 巴西地区收入与 2020 年同期水平接近

公司 2022 年 1-6 月同比 2020 年 1-6 月，以及 2022 年 1-6 月同比 2021 年 1-6 月的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	2020年1-6月	2022年1-6月同比2021年1-6月变动幅度	2022年1-6月同比2020年1-6月变动幅度
主营业务收入	35,817.31	40,574.68	22,677.53	-11.72%	57.94%
其中：巴西地区收入	9,023.57	20,618.65	9,501.22	-56.24%	-5.03%

公司 2022 年 1-6 月收入为 35,817.31 万元，比 2021 年同期下降了 11.72%，但较 2020 年同期增长了 57.94%，主要得益于公司一方面巩固内销市

场，另一方面积极开拓新市场策略效果显现，在亚洲、非洲等地区收入同比增长幅度较大。

其中，巴西地区在经历因市场需求增加及客户受疫情影响阶段性提高了备货水平，2021年上半年巴西地区收入达到最近几年的峰值，此后市场需求出现阶段性下降。2022年1-6月，公司对巴西地区的销售规模已基本回归至2020年同期水平。（3）巴西客户因疫情增加备货的消耗情况

①测算前提

A、以各类产品汇总测算需求变动具有合理性

报告期内，公司在巴西地区主要销售应用于陶瓷、石材等硬脆材料加工的树脂结合剂金刚石工具、金属结合剂金刚石工具及碳化硅工具等，例如在抛釉砖的加工过程中使用树脂结合剂金刚石工具进行精磨边、精抛光，并搭配部分金属结合剂金刚石工具进行粗磨边，在抛光砖的加工过程中使用金属结合剂金刚石工具进行粗磨边、粗抛光，并搭配部分树脂结合剂金刚石工具以及碳化硅工具进行精磨边、精抛光。由于在巴西市场销售的主要产品在生产中即以组合形式进行，无法进行单独拆分，因此以各类产品汇总测算需求变动具有合理性。

B、巴西地区主要客户基本稳定

报告期内，公司上述产品在巴西市场的下游领域以陶瓷加工为主，陶瓷客户收入占巴西地区主营业务收入的99.39%、95.47%、93.68%及84.09%。报告期内，上述客户合作稳定，报告期内合作家数分别为13、14、15及12家，多数客户与公司合作年限较长，且未来持续合作趋势未发生改变。具体请参见本问题回复之“一/（一）/2、公司在巴西地区销售收入增长较快的原因”。

②巴西客户因疫情增加备货的消耗时间测算

报告期内，公司在巴西地区的产品销量情况如下：

单位：个、片、米

销量	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
一季度	1,198,124.00	2,387,492.00	1,518,217.00	1,516,160.00

销量	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
二季度	462,128.16	2,003,051.00	668,463.00	395,717.00
三季度	-	1,808,419.00	1,314,032.00	1,287,777.00
四季度	-	1,021,407.00	1,564,769.00	1,103,457.00
合计	1,660,252.16	7,220,369.00	5,065,481.00	4,303,111.00

由于2020年三季度开始，巴西市场客户受疫情影响增加了备货，因此以2019年全年及2020年上半年销量的季度平均数108.16万作为巴西客户单季度正常情况下的理论消耗量，测算2020年三季度开始的客户库存消耗情况：

单位：万个、万片、万米

项目	2022年一、二季度	2021年度	2020年三、四季度
巴西市场陶瓷砖产量变动比例 A	-3.40%	24.76%	-
每季度理论消耗量 B	130.36	134.94	108.16
季度数 C (个)	2	4	2
各期理论消耗数量 D=B×C	260.71	539.78	216.33
各期实际采购数量 E	166.03	722.04	287.88
实际采购与理论消耗差异 F=E-D	159.13		
差异库存理论消耗时间 G	1.22 个季度		

注 1：巴西市场陶瓷砖产量变动比例系根据巴西全国涂料陶瓷制造商协会 ANFACER 统计

注 2：每季度理论消耗量=上期每季度理论消耗量×（1+本期巴西市场产量变动比例）

注 3：差异库存理论消耗时间=实际采购与理论消耗差异/2022年每季度理论消耗量

从上表可以看出，按照2019年全年及2020年上半年销量为正常消耗情况推算，公司巴西客户因受疫情影响比理论消耗量增加的备货量需要1.22个季度，即大约于2022年10月上旬消耗完毕。从公司在巴西市场的销售收入来看，在2022年二季度达到2021年以来的低点2,777.63万元后，2022年三季度已回升至4,703.35万元，考虑到巴西客户在下单后生产、海运与通关等时间较长，通常会提前数月进行采购，此收入变动趋势与测算的多备货库存理论消耗时间基本匹配。按测算情况推算，则巴西客户采购需求已基本回归正常水平。

2、2022年1-9月的经营业绩及订单情况

截至2022年9月30日，公司营业收入为56,048.29万元，归属于母公司股东的净利润为5,728.09万元，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利

润为 5,458.54 万元。上述财务数据均为未经审计或审阅数据。

截至 2022 年 9 月 30 日，公司在手订单为 11,724.00 万元，其中巴西地区在手订单为 3,420.38 万元，在手订单充足。

综上，公司 2022 年三季度经营情况稳健，主营业务和经营模式未发生重大变化，高级管理人员和核心技术人员均保持稳定，未出现对公司产生重大不利影响的事项。公司业绩下滑趋势已经扭转，业绩持续大幅下滑的风险较小，公司的持续经营能力和盈利能力不存在重大不利变化。

3、公司对业绩下滑拟采取的措施及预计效果

发行人通过不断加强营销力度、积极开拓新市场及新客户提升销售收入、积极拓展新业务、持续推进技术降本等方式，逐渐扭转了业绩下滑的趋势，具体措施如下：

(1) 加强营销力度，在维护巴西、印度等主要市场同时积极开拓新市场

进一步完善销售渠道体系，增加销售人员数量，提高海外市场开拓力度和对客户的拜访频次，提高客户覆盖度，强化现有客户合作并加大开拓新客户的力度，在维护巴西、印度等主要市场业务规模的同时，积极开拓新市场、新客户，提升其他区域市场的业务规模。坚持国内国外市场并重，强化实施大客户战略，推动销售收入持续增长，提升市场占有率。亚洲地区除印度外的其他国家和地区主营业务收入 2022 年 1-6 月同比增长 2,336.04 万元，增幅 79.81%，2022 年 1-9 月同比增长 2,859.77 万元，增幅 58.82%；非洲地区主营业务收入 2022 年 1-6 月同比增长 761.95 万元，增幅 591.59%，2022 年 1-9 月同比增长 338.20 万元，增幅 47.99%；公司外销其他地区收入快速增长，产品辐射区域和范围持续扩大。

(2) 加强主业投入，拓展新业务，培育增长点

持续加大研发投入，依靠人才和创新推动产品不断更新迭代，优化产品结构，降低产品设计成本，在配方技术、工艺技术和应用技术等方面保持公司在超硬材料制品行业的领先地位；加快高精度精密加工金刚石工具及设备、稀土永磁元器件、金刚石功能化应用、先进陶瓷材料等领域的研发、生产及应用，

培育新的销售收入增长点。2022 年，稀土永磁元器件及精密加工金刚石工具等新业务增长较快，2022 年 1-6 月分别同比增长 1,367.71 万元及 551.73 万元，增幅 33.90%及 44.38%，2022 年 1-9 月分别同比增长 1,270.71 万元及 578.93 万元，增幅 46.62%及 97.00%。

（3）优化生产流程，提高生产效率，降低制造成本

公司持续优化生产流程、改善生产工艺，从而提高生产效率，实现快速交付；适时引进先进生产设备，提高生产自动化水平，降低人工成本和固定成本，以合理价格以及快速交付能力赢取市场。与此同时，深入开展技术降本活动，缓解原材料价格上升带来的成本压力，以弹性磨块产品为例，公司通过增强改性树脂粉和树脂复合金属材料等技术，提高结合剂的耐热性和抗冲击强度，大幅提升了改性树脂粉末结合剂的把持力，有效降低了人造金刚石的浓度，报告期内，弹性磨块中人造金刚石的单位耗用量分别为 7.99 克/个、7.82 克/个、7.31 克/个及 7.03 克/个，单位成本持续下降。公司将进一步加强成本管理和费用预算控制，细化管理模式、提升经营的效率，深入挖潜成本控制点。

综上，公司通过上述措施提高公司的市场竞争力，为公司的可持续发展奠定良好的基础，提升公司面对风险的应对能力。公司 2022 年 1-6 月业绩虽然同比 2021 年 1-6 月存在下滑，但 2022 年二、三季度收入下滑幅度已较一季度持续收窄，环比持续增长，公司在巴西市场的销售收入已回归至 2020 年 1-6 月水平，且三季度收入环比上升；公司 2022 年 1-9 月扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为 5,458.54 万元，同比降幅已较 2022 年 1-6 月的 44.30% 缩减至 33.49%，业绩下滑趋势已经扭转，业绩持续大幅下滑的风险较小，公司的持续经营能力和盈利能力不存在重大不利变化。对于可能存在的经营业绩下滑的风险，发行人已在招股说明书“重大事项提示”之“一、特别风险提示”之“（七）经营业绩下滑的风险”以及“第三节 风险因素”之“一、经营风险”之“（七）经营业绩下滑的风险”中披露如下：

“（七）经营业绩下滑的风险

公司 2022 年 1-6 月营业收入为 36,525.00 万元，同比下降 10.95%；归属于母公司所有者的净利润为 3,657.01 万元，同比下降 43.62%；扣除非经常性损益

后归属于母公司所有者的净利润为 3,506.69 万元，同比下降 44.30%。若公司不能采取有效措施来开拓客户和市场，则存在经营业绩下滑的风险。”

（四）发行人产品结构未来是否会发生变化

1、陶瓷生产需求由抛光砖向抛釉砖转变

公司产品主要应用于抛釉砖、抛光砖等陶瓷砖产品的生产加工环节。其中，抛釉砖是指经过高温烧成后表面附着釉面的瓷质砖，由于抛釉砖釉面较薄且脆，因此加工过程中主要使用树脂结合剂金刚石工具进行精磨边、精抛光，并搭配部分金属结合剂金刚石工具进行粗磨边；抛光砖是指表面不施釉的通体瓷质砖，质地坚硬耐磨，加工过程中主要使用金属结合剂金刚石工具进行粗磨边、粗抛光，并搭配部分树脂结合剂金刚石工具以及碳化硅工具进行精磨边、精抛光。

近年来，由于抛釉砖具有纹理花色多、耐磨防水防污等特点，国内外市场需求量均逐步上升，抛光砖需求量随之下降。例如对于巴西市场，2018 年以来对于抛釉砖的需求量快速上升，巴西客户新建生产线几乎均为抛釉砖生产线。公司用于抛釉砖生产的树脂结合剂金刚石工具（主要为弹性磨块）在抛光效率、使用寿命、光度等指标上较为优异，因此公司的弹性磨块等抛釉砖加工工具销售收入迅速提升，具体情况如下：

单位：万元，%

树脂结合剂金刚石工具	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
外销	10,793.58	87.62	31,090.80	96.83	21,091.06	95.61	15,752.19	87.82
南美洲	5,938.58	48.21	25,572.06	79.64	17,596.23	79.76	12,791.09	71.31
其中：巴西地区	5,911.58	47.99	25,534.61	79.52	17,584.13	79.71	12,758.36	71.13
亚洲	3,914.38	31.78	4,574.57	14.25	2,634.57	11.94	2,366.85	13.20
其他	940.62	7.64	944.17	2.94	860.25	3.90	594.25	3.31
内销	1,524.89	12.38	1,019.11	3.17	969.22	4.39	2,184.63	12.18
合计	12,318.47	100.00	32,109.91	100.00	22,060.28	100.00	17,936.83	100.00

根据上表可知，2022 年 1-6 月，受巴西地区收入下滑影响，公司树脂结合剂金刚石工具收入同比下降，但总体来看，2019 年至 2021 年，树脂结合剂金

金刚石工具的销售金额上升较快。

2、公司用于抛釉砖的树脂结合剂金刚石工具占比可能进一步提升

2019年至2022年1-6月，公司下游行业主要陶瓷生产企业的有釉砖和无釉砖销售金额及占比情况如下：

单位：万元，%

公司	产品	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
马可波罗	有釉砖	-	--	884,903.33	94.79	776,044.06	90.50	722,823.13	89.06
	无釉砖	-	-	48,651.33	5.21	81,499.44	9.50	88,747.86	10.94
东鹏控股	有釉砖	239,267.15	76.39	591,192.42	74.10	494,191.18	69.04	404,470.70	59.91
	无釉砖	20,000.19	6.39	75,899.24	9.51	111,949.54	15.64	151,370.83	22.42
蒙娜丽莎	有釉砖	239,172.42	81.78	546,187.42	78.18	353,211.09	72.62	275,806.03	37.34
	无釉砖	12,010.84	4.11	45,983.31	6.58	54,546.83	11.21	56,490.83	14.85

注：上述数据来源于公司年度报告或招股说明书，其中马可波罗尚未披露2022年1-6月数据

根据上表可知，公司下游陶瓷生产企业的主营业务中，抛釉砖的占比逐步提高。从目前趋势来看，用于抛釉砖的树脂结合剂金刚石工具占比可能进一步提升，公司将根据市场变化及时调整产品结构。

3、报告期内毛利率变动情况

(1) 报告期内毛利率变动情况

报告期内，公司毛利率分别为39.07%、43.43%、44.35%及32.00%，具体变动情况如下：

项目	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
1 单品销售	75.49%	37.44%	75.96%	53.92%	72.29%	53.09%	68.24%	47.11%
1.1 外销	48.65%	49.90%	59.06%	62.56%	54.32%	63.99%	43.97%	61.02%
南美洲	25.29%	65.24%	43.31%	71.94%	41.28%	71.53%	30.41%	69.24%

项目	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
其中：巴西	25.19%	65.21%	43.22%	71.95%	41.24%	71.54%	30.30%	69.29%
亚洲	19.57%	30.49%	13.51%	34.74%	10.60%	37.04%	11.75%	39.90%
其他	3.79%	47.85%	2.24%	49.00%	2.45%	53.50%	1.80%	60.13%
1.2 内销	26.84%	14.84%	16.90%	23.69%	17.97%	20.12%	24.27%	21.89%
2 整线管理	24.51%	15.27%	24.04%	14.15%	27.71%	18.22%	31.76%	21.79%
合计	100.00%	32.00%	100.00%	44.35%	100.00%	43.43%	100.00%	39.07%

①2020年毛利率较2019年的变动情况

2020年度，公司主营业务毛利率同比上升了4.36个百分点，主要受疫情影响，一方面公司整线管理收入及单品销售中内销收入占比及毛利率均呈现下降趋势，二者收入合计下降了7,403.54万元，收入占比合计下降10.36%；另一方面，单品销售中外销的巴西客户为避免因国际海运周期延长、港口运转效率下降，备货不足发生生产中断的情况，阶段性增加了采购量，综合导致毛利率较高的巴西地区收入占比由30.30%上升至41.24%，从而带动整体毛利率的上升。

②2021年毛利率较2020年的变动情况

2021年度，公司主营业务毛利率同比上升了0.93个百分点，基本与上年持平。一方面，巴西客户受疫情及市场需求上升影响引起的阶段性备货继续增长，使得巴西地区的收入同比增加9,588.04万元，收入占比由41.24%上升至43.22%，由于巴西地区销售毛利率较高，带动单品销售毛利率水平小幅上升；另一方面，受主要原材料人造金刚石价格上升及市场竞争情况影响，公司整线管理业务毛利率下降了4.07个百分点，部分抵消了单品销售收入占比及毛利率小幅上升的影响，使得整体毛利率保持稳定。

③2022年1-6月毛利率较2021年的变动情况

2022年1-6月，公司整线管理业务收入占比及毛利率水平与上年基本持平，毛利率变动受单品销售中销售区域结构变化影响。一方面受巴西市场需求回落及客户库存消耗速度减缓影响，巴西收入占比由43.22%下降到25.19%，同时受毛利率较高的树脂结合剂金刚石工具收入占比由33.53%下降至16.50%，主

要原材料人造金刚石采购成本上涨及树脂结合剂金刚石工具单价小幅下降共同影响，巴西地区毛利率下降了 6.74 个百分点，导致外销毛利率由 62.56%下降至 49.90%；另一方面，内销收入中稀土永磁元器件毛利率从 17.64%下降到 6.50%，同时人造金刚石价格上涨导致金属结合剂金刚石工具毛利率下降，使得内销毛利率下降较多。上述因素综合导致 2022 年 1-6 月主营业务毛利率由上年的 44.35%下降至 32.00%。

公司不同产品、不同销售模式及不同地区毛利率变动的具体原因请参见《关于广东奔朗新材料股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的审核问询函的回复》（http://www.bse.cn/disclosure/2022/2022-09-08/1662622531_697147.pdf）之“问题 7、各类产品毛利率变化的原因及合理性”之“二、结合产品结构、客户类型、定价方式、同期市场价格差异等因素分析并披露各类产品内外销、不同销售模式、不同地区毛利率差异及变动的原因，以数据分析方式说明相关因素对毛利率变动的影响程度”。

（2）2018 年至 2019 年毛利率上升的主要原因

2018 年，公司主营业务毛利率为 32.76%，2019 年上升至 39.07%，上升了 6.31 个百分点，主要由于公司受出口退税率变动影响。

根据《关于调整部分产品出口退税率的通知》（财税〔2018〕123 号）及《关于提高部分产品出口退税率的公告》（财政部税务总局公告 2020 年第 15 号），公司部分产品出口退税率 2018 年 11 月 1 日起从原来的 5%提高到 10%，2020 年 3 月 20 日起从 10%提高到 13%，免抵退税额不得免征和抵扣税额计入成本的金额下降，导致毛利率上升，具体情况如下：

单位：万元

序号	项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
1	不得免征和抵扣税额计入成本	-	-	171.43	751.43	2,177.50
2	外销收入	19,141.25	49,240.45	33,635.56	30,398.61	19,499.00
3	占外销收入比例	-	-	0.51%	2.47%	11.17%

申报会计师核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，申报会计师执行的核查程序包括但不限于：

1、针对报告期内销售收入真实性、准确性实施的核查程序

为核查报告期内公司营业收入的真实性、准确性，申报会计师结合公司生产经营和销售渠道的实际情况，多维度、针对性的进行核查，核查方式包括以下五种：（1）走访及函证；（2）收入细节测试；（3）收入截止性测试；（4）出口数据核对；（5）客户背景调查；具体情况如下：

序号	程序	具体内容
1	走访及函证	走访：（1）针对境内主要客户进行实地走访；（2）针对境外主要客户，因受新冠疫情影响无法进行实地走访，联合当地律师实地走访且申报会计师实时视频接入进行访谈。函证：对发行人报告期内主要客户执行函证，验证主要客户各期销售金额以及各期末未结算货款金额。
2	收入细节测试	根据销售收入明细账，核查其销售合同（订单）、签收单、整线结算单、报关单、提单、记账凭证、销售发票以及客户付款凭证等，检查收入确认时间、收入确认金额的真实性、准确性及会计处理是否正确。
3	收入截止性测试	（1）针对境内客户，将其对应的销售合同/订单、出货单、物流单、签收单日期与财务入账日期进行核对，评估收入是否在恰当的期间确认；（2）针对境外客户，将其对应的销售合同、出货单、物流单、报关单、提单日期与财务入账日期进行核对，评估收入是否在恰当的期间确认。
4	出口数据核对	（1）检查外销收入与跨境资金流动的匹配性；（2）检查外销收入与出口退税金额的匹配性；（3）检查发行人境外销售收入与海关报关数据的匹配性。
5	客户背景调查	查阅境内外主要客户中信保资信报告、查阅工商登记资料以及其官网、年报、新闻等资讯，了解境内外主要客户基本情况、经营情况等信息。

（1）走访及函证

①对境内外主要客户进行现场走访及视频走访

A、样本选取情况

针对境内主要客户，申报会计师进行实地走访，针对境外主要客户联合当地律师实地走访且申报会计师实时视频接入进行访谈。走访客户按照客户销售

金额排序、客户所在地域及客户类型分布进行抽取，具体选取情况如下：

单位：万元、%

项目	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占营业收入的比重	金额	占营业收入的比重	金额	占营业收入的比重	金额	占营业收入的比重
列入走访且已走访	23,573.61	64.54	56,517.33	73.10	41,811.32	69.68	37,089.61	62.05
列入走访计划但客户未接受走访	893.36	2.45	3,066.76	3.97	3,157.19	5.26	3,236.72	5.42
合计	24,466.98	66.99	59,584.08	77.07	44,968.51	74.94	40,326.33	67.47

部分客户以新冠疫情防控等原因未能接受申报会计师的走访请求。

B、整体走访情况

报告期内，申报会计师对发行人客户合计走访 136 家，具体情况如下：

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度	已走访客户覆盖区域
境外客户家数	39	51	50	47	南美洲、亚洲、其他
境内客户数	67	71	63	53	华南、华东、华中、华北
合计走访家数	106	122	123	100	-
走访比例（占营业收入）	64.54%	73.10%	69.68%	62.05%	-

C、保证走访对象及走访过程及结果真实可靠的措施

针对境外主要客户，由当地律师实地进行走访且申报会计师实时视频接入进行访谈。申报会计师采取了以下措施保证走访对象及走访过程及结果真实可靠：

a、检查当地律师的资质，判断其专业胜任能力和独立性，核查发行人与其签订的委托协议；b、通过 Microsoft Teams、微信视频等软件参加访谈，并进行

录像；c、视频访谈中确认当地走访律师、访谈对象所处位置，如查看手机定位、所处位置是否存在访谈公司 logo 等，确定访谈地址为客户生产经营所在地；d、在客户许可的情况下视频查看对方生产线生产情况；e、对实地走访地址、客户回函地址和互联网查询地址进行交叉核对；f、通过网络查询等方式查询实地走访客户的基本情况、经营规模、产品销售区域等资料，与获取的访谈资料进行核对；g、复核实地走访客户纸质版访谈资料与视频记录的一致性。

D、巴西地区走访律师的基本情况

针对巴西客户，公司聘请了 Almeida, Rotenberg E Boscoli Sociedade De Advogados（以下简称“Demarest Advogados”）对客户进行走访，申报会计师视频接入。Demarest Advogados 成立于 1948 年，系巴西地区知名的律师事务所之一，也是拉丁美洲最大的律师事务所之一，拥有近 700 名员工，其中执业律师超过 400 名。

Demarest Advogados 系全球最大的独立律师事务所协会 Lex Mundi 在巴西唯一成员事务所，也是 Interlex 国际律师事务所协会、Employment Law Alliance 等国际性法律服务协会的成员之一；近几年在国内外评选中获得多项荣誉，其中：2018 年度被国际权威法律评级机构钱伯斯（Chambers & Partners）拉丁美洲分部（以下简称“钱伯斯”）评选为年度“巴西客户服务年度律所”；2020 年度被钱伯斯评选为“2020 年度拉丁美洲排行榜前列律所”；2020 被拉丁美洲精英律师评选（Latin Lawyer Elite 2020）评选为“巴西精英律所之一”；在 2015 年度、2017 年度以及 2019 年度获得国际法律联盟峰会暨颁奖典礼（International Legal Alliance Summit & Awards, ILASA）金奖。

②对境内外主要客户进行函证

A、样本选取情况

对发行人报告期内主要客户执行函证，验证主要客户各期销售金额以及各期末未结算货款金额。由于报告期内公司客户数量较多且相对比较分散，因此，申报会计师采取分层抽样法确定样本，选取样本确保报告期各期函证的样本单位能够较好的覆盖公司各收入规模、所在地域及销售模式的客户，具体方法为：

项目	营业收入区间	取样方式	覆盖收入比例
第一层级	大于 500.00 万元	全部选取	该层级的 100%
第二层级	100.00 万元至 500.00 万元	随机抽取	该层级的 70%
第三层级	小于 100.00 万元	随机抽取	进行随机抽样并根据职业判断适当补充样本，保证发函总体样本量不低于当期营业收入的 80%

上述样本客户的选取方式合理并具有代表性。

B、发函情况

报告期内，申报会计师对收入的发函比例分别为 81.66%、86.09%、86.13% 及 89.06%，具体情况如下：

2022 年 1-6 月				2021 年度			
交易金额	函证客户家数			交易金额	函证客户家数		
	境外	境内	合计		境外	境内	合计
500 万元以上	9	3	12	500 万元以上	15	9	24
100-500 万元	33	35	68	100-500 万元	39	44	83
100 万元以下	38	100	138	100 万元以下	15	151	166
合计	80	138	218	合计	69	204	273
2020 年度				2019 年度			
交易金额	函证客户家数			交易金额	函证客户家数		
	境外	境内	合计		境外	境内	合计
500 万元以上	13	13	26	500 万元以上	12	11	23
100-500 万元	26	37	63	100-500 万元	28	45	73
100 万元以下	30	140	170	100 万元以下	24	100	124
合计	68	190	259	合计	64	156	220

C、回函情况

报告期内，回函总体比例如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
营业收入（万元）	36,525.00	77,312.83	60,008.43	59,771.42
回函直接确认金额（万元）	24,748.76	55,045.49	40,160.88	38,693.07

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
回函直接确认金额占收入比例	67.76%	71.20%	66.93%	64.74%

对函证未回函和回函不符部分实施替代程序，包括查阅公司与客户签订的合同/订单、签收单、报关单、结算单、发票、收付款凭证等资料，经核查，差异部分无需调整。

③走访及函证总体核查情况

报告期内，走访及函证总体核查情况如下（剔除重复部分）：

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
营业收入（万元）	36,525.00	77,312.83	60,008.43	59,771.42
走访及回函直接确认金额（万元）	27,491.88	62,958.55	47,460.95	44,016.49
走访及回函直接确认比例	75.27%	81.43%	79.09%	73.64%

走访及函证具体核查情况请参见《关于广东奔朗新材料股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的审核问询函的回复》（http://www.bse.cn/disclosure/2022/2022-09-08/1662622531_697147.pdf）之“问题6、业绩持续下滑的风险”之“七/（一）/2、针对收入真实性、准确性的核查过程、方法和结论”。

（2）收入细节测试

根据销售收入明细账，核查其销售合同（订单）、签收单、整线结算单、报关单、提单、记账凭证、销售发票以及客户付款凭证等，检查收入确认时间、收入确认金额的真实性、准确性及会计处理是否正确，抽查比例如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
抽查金额	28,901.43	56,821.49	42,593.31	35,091.64
营业收入金额	36,525.00	77,312.83	60,008.43	59,771.42
收入细节测试比例	79.13%	73.50%	70.98%	58.71%

报告期内，通过收入细节测试未发现异常情况。

（3）收入截止性测试

①样本选取情况

针对收入截止性测试，申报会计师获取发行人的销售收入明细，对报告期各期资产负债表日前后 10 笔的收入销售明细全部选取作为样本执行截止性测试，并在此基础上以报告期各期资产负债表日前后各一个月的销售明细为总体，按照重要性原则，补充抽取报告期各期资产负债表日前后各一个月的大额收入销售明细（覆盖当月收入 60%以上）作为样本进行截止测试，以覆盖发行人各主要客户、各产品类型及各业务类型在报告期各期资产负债表日前后的销售。

其中，针对境内客户，将其对应的销售合同/订单、出货单、物流单、签收单日期与财务入账日期进行核对，评估收入是否在恰当的期间确认；针对境外客户，将其对应的销售合同、出货单、物流单、报关单、提单日期与财务入账日期进行核对，评估收入是否在恰当的期间确认。

②收入截止性测试情况

报告期各期，收入截止性测试的核查比例如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
截止日前一个月	70.67%	70.52%	60.79%	65.58%
截至日后一个月	75.99%	78.85%	84.06%	70.59%

报告期内，收入截止性测试比例占当月收入均在 60%以上，未发现异常。

（4）出口数据核对

①检查外销收入与跨境资金流动的匹配性

通过访谈发行人财务部负责人，了解境外销售模式下的结算方式、跨境资金流动情况，通过国家外汇管理局官方网站查询是否存在外汇行政处罚信息；获取报告期各期发行人跨境资金流动相关材料，检查外销收入与跨境资金流动的匹配性，具体情况如下：

报告期内，公司结算货币以美元和欧元为主，跨境资金流入主要为出口产品销售收到的外汇货款；跨境资金流出主要用于原材料进口采购、支付设备款、支付代理佣金等。

报告期内，外销收入金额与跨境资金流动金额差异的具体情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
外销收入	19,000.55	49,088.06	33,534.53	30,218.74
跨境资金流动金额（折合人民币）	15,884.89	43,722.76	25,929.00	24,217.43
其中：美元	14,815.71	40,912.30	23,421.80	21,736.86
欧元	810.77	1,003.84	400.47	407.41
人民币	258.41	1,806.62	2,106.73	2,073.16
差异	3,115.66	5,365.30	7,605.53	6,001.31
其中：境外应收账款变动的影响	745.93	339.57	-634.08	2,171.05
境外子公司支付境外佣金款	-2,143.98	-5,127.36	-4,019.05	-4,930.85
境外子公司支付境外付现费用	-455.41	-1,426.73	-1,457.25	-1,294.67
境外子公司支付境外进口关税、所得税等税金	-212.32	-632.14	-1,812.67	-589.30
境外货币资金及交易性金融资产变动的影响	-1,017.68	1,321.12	265.76	-1,484.79
其他	-32.19	160.24	51.77	127.26

注：出于汇率优惠考虑，存在发行人委托银行通过“跨境结汇通”业务在境外将外币换成人民币，后将人民币汇入境内的情况

公司已开立机构外汇账户，上述跨境资金均系通过外汇账户进行。报告期内，公司依照相关法律法规的要求办理报关、跨境资金收付、退税等，符合国家外汇及税务等相关法律法规的规定。

②检查外销收入与出口退税金额的匹配性

获取报告期各期发行人出口退税相关材料，检查外销收入与出口退税金额的匹配性，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
境外销售收入报表数①	13,661.91	36,423.17	24,680.46	20,249.16
单证齐全的销售额②	15,629.52	36,273.14	20,349.20	19,270.58
下期申报本期出口退税销售额③	6,441.12	8,419.58	8,346.14	3,902.05

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
本期申报上期出口退税销售额④	8,419.58	8,346.14	3,902.05	3,043.72
调整后的出口退税销售额⑤=②+③-④	13,651.06	36,346.58	24,793.29	20,128.91
差异金额⑥=①-⑤	-10.85	-76.59	112.83	-120.25
差异率⑦=⑥/①	-0.08%	-0.21%	0.46%	-0.59%

注：境外销售收入报表数指的是境内公司销售给境外的收入金额，包含公司及境内子公司销售给境外子公司的金额，不含境外子公司销售给境外客户的金额

报告期内，境外销售收入报表数与发行人出口退税销售额存在少量差异，主要系因单证收集、整理、申报与会计记录期间存在一定时间差异。对出口退税销售额进行调整后，出口退税销售额与发行人境外销售收入报表数差异率分别为-0.59%、0.46%、-0.21%、-0.08%，差异主要系上述收入计算时点汇率差异所致。

③检查发行人境外销售收入与海关报关数据的匹配性

通过中国电子口岸系统调取发行人报告期出口报关明细，检查发行人境外销售收入与海关报关数据的匹配性。

(5) 客户背景调查

查阅境内外主要客户中信保资信报告、查阅工商登记资料以及其官网、年报、新闻等资讯，了解境内外主要客户基本情况、经营情况等信息；

2、了解和评价发行人关于收入确认的关键内部控制的设计及运行的有效性，对比可比公司的收入确认政策，了解公司的收入确认政策是否一致；

3、获取发行人销售合同，了解发行人的销售政策及收入确认方式下合同交货、结算条款的约定情况；核查发行人的收入确认方法及收入确认时点是否符合《企业会计准则》的规定；核查发行人是否存在跨期收入、是否存在推迟确认收入以平滑业绩波动或调节利润等情形；

4、访谈财务相关人员，了解公司销售业务流程和业务模式，获取发行人收入确认政策及成本结转方式，获取并查看公司报告期内主要收入的销售合同具体条款，分

析公司收入确认政策及成本结转方式是否合理；

5、分析复核发行人收入变动是否符合当地市场环境变化、客户经营环境、行业发展的趋势；

6、获取发行人在 2021 年第四季度的在手订单及新签订单情况，分析其与 2021 年四季度收入的匹配性；访谈公司管理层，了解 2021 年下半年特别是第四季度收入下滑的原因及合理性；

7、取得公司在巴西市场各季度的收入、新签订单、在手订单情况，分析测算巴西客户因疫情增加备货的消耗情况；

8、通过访谈发行人销售部门及财务部门负责人，了解发行人对业绩下滑拟采取的措施及预计效果，分析是否存在业务持续大幅下滑的风险；获取发行人对 2022 年年度业绩预计情况的说明，了解发行人业绩预测依据，分析业绩预测的合理性；

9、查阅巴西地区陶瓷行业需求变动情况；通过查询巴西、印度等地区主要客户的中信保资信报告、年度报告、官网、新闻等资讯，了解境外主要客户的经营情况以及其在产业链所处环节，分析公司对其销售额变动的原因；

10、对发行人 2022 年 1-6 月主要会计报表项目进行同比及环比分析，对变动较大科目的项目了解其原因及影响情况；分析经营业绩下滑的有关影响因素，并关注该等因素影响的持续性；

11、查阅发行人 2022 年 1-9 月未经审计和审阅的财务报告，取得公司新签订单、在手订单情况，了解发行人扭转业绩下滑的具体应对措施并结合未来业绩预计情况，分析发行人业绩下滑是否已经扭转；

12、查阅《关于调整部分产品出口退税率的通知》（财税〔2018〕123 号）及《关于提高部分产品出口退税率的公告》（财政部税务总局公告 2020 年第 15 号），了解公司出口退税率变动对公司外销成本的影响情况。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、2019 年至 2021 年，公司在巴西地区的收入整体情况良好，受新冠疫情以及巴西陶瓷市场需求变化影响，2020 年下半年至 2021 年上半年公司在巴西地区收入有较大幅度的提升；公司在巴西地区的收入情况与在手订单、当期新签订单相符，收入增长较快具有合理性；发行人收入核算真实、准确，申报会计师对收入核查充分、适当；

2、发行人 2021 年下半年特别是四季度收入下滑主要系受巴西地区客户需求阶段性下降及库存消耗减缓导致巴西地区收入下降所致，收入变动情况与巴西客户需求变化、公司在手订单、当期新签订单相符，具有合理性；报告期内发行人不存在跨期收入，不存在推迟确认收入以平滑业绩波动或调节利润等情形；

3、发行人为提升风险应对能力和扭转业绩下滑所采取的举措效果良好，具有合理性，发行人所预测的 2022 年收入及净利润情况具有合理性，发行人 2022 年 1-9 月扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为 5,458.54 万元（未经会计师审计或审阅），同比降幅已较 2022 年 1-6 月的 44.30% 缩减至 33.49%，业绩下滑趋势已经扭转，业绩持续大幅下滑的风险较小，公司的持续经营能力和盈利能力不存在重大不利变化；

4、发行人用于抛釉砖的树脂结合剂金刚石工具占比可能进一步提升，发行人将根据市场变化及时调整产品结构；报告期内毛利率变动真实合理。

问题 2、应收账款坏账计提变化的原因

根据申请材料，2019 年至 2021 年末，应收账款账面余额分别为 28,991.93 万元、27,159.15 万元和 27,177.04 万元，2019 年计提应收账款信用减值损失 3,213.04 万元。请发行人结合应收账款历史损失率、期后回款等情况，说明 2019 年应收账款坏账计提较多的原因以及坏账计提的合理性和充分性，是否存在调节利润的情形。

请保荐机构、申报会计师对上述事项核查并发表意见。

【公司回复】

一、结合应收账款历史损失率、期后回款等情况，说明 2019 年应收账款坏账计提较多的原因以及坏账计提的合理性和充分性，是否存在调节利润的情形

报告期内，应收账款计提坏账准备影响各期损益的情况如下：

单位：万元

类别	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
当期按单项计提应收账款坏账准备金额	-	408.04	32.31	1,701.90
当期按账龄组合计提应收账款坏账准备金额	402.83	341.26	612.37	1,511.14
合计	402.83	749.29	644.67	3,213.04

2019 年度计提应收账款信用减值损失 3,213.04 万元，其中：单项计提应收账款坏账准备 1,701.90 万元，按账龄组合计提应收账款坏账准备 1,511.14 万元。2019 年度应收账款坏账准备计提较多，具体原因为：

（一）按单项计提坏账准备

1、单项计提应收账款坏账准备情况

2019 年末应收账款按单项计提坏账准备明细如下：

单位：万元

客户	2019 年 12 月 31 日			2018 年 12 月 31 日			2019 年应 收账款核 销金额	2019 年坏 账准备计 提额	单项计提原因
	账面余额	坏账准备	账面价值	账面余额	坏账准备	账面价值			
恩平市和君创誉陶瓷有限公司	1,018.85	818.85	200.00	1,018.85	211.66	807.20	-	607.20	公司与和君创誉自 2015 年开始合作，但和君创誉未能按合同约定回款，公司于以前年度按组合计提坏账准备并多次与客户沟通催收，2019 年双方沟通后预计相关款项可以收回约 200 万元，因此按照单项计提坏账 818.85 万元。
岑溪市新鸿基陶瓷有限公司	694.54	694.54	-	694.54	330.12	364.42	-	364.42	公司 2017 年胜诉后，即向法院申请强制执行，经法院调查后暂无财产可供执行，2018 年 9 月法院裁定终止执行。后续公司一直寻找岑溪市新鸿基陶瓷有限公司可供执行财产或者财产线索，以便申请恢复执行，在 2019 年公司确认其无财产可执行且已被法院认定为失信被执行人，公司判断货款很难收回，单项计提坏账。

客户	2019年12月31日			2018年12月31日			2019年应 收账款核 销金额	2019年坏 账准备计 提额	单项计提原因
	账面余额	坏账准备	账面价值	账面余额	坏账准备	账面价值			
湖北恒新陶瓷有限公司	384.52	384.52	-	384.52	75.59	308.93	-	308.93	公司2017年底胜诉后，即向法院申请强制执行，经法院调查后暂无财产可供执行，2018年10月法院裁定终止执行。后续公司一直寻找湖北恒新陶瓷有限公司可供执行财产或者财产线索，以便申请恢复执行，在2019年公司确认其无财产可执行且已被法院认定为失信被执行人，公司判断货款很难收回，在2019年单项计提坏账。
佛山市利华陶瓷有限公司	189.62	189.62	-	189.62	9.48	180.14	-	180.14	公司2019年胜诉后，即申请强制执行，但对方无财产可供执行且佛山市利华陶瓷有限公司已被法院认定为失信被执行人，公司判断货款很难收回后，在2019年单项计提坏账。
福建省晋江市内坑裕发建材有限公司	178.29	178.29	-	178.29	50.77	127.52	-	127.52	公司2018年胜诉后，即申请强制执行，经法院调查后暂无财产可供执行，2019年3月法院裁定终止执行。后续公司一直寻找福建省晋江市内坑裕发建材有限公司可供执行财产或者财产线索，以便申请恢复执行，在2019年公司确认其无财产可执行且已被法院认定为失信被执行人，公司判断货款很难收回，在2019年单项计提坏账。

客户	2019年12月31日			2018年12月31日			2019年应 收账款核 销金额	2019年坏 账准备计 提额	单项计提原因
	账面余额	坏账准备	账面价值	账面余额	坏账准备	账面价值			
佛山市南海卓强陶瓷有限公司	96.40	96.40	-	96.40	9.64	86.76	-	86.76	公司2018年胜诉后，即申请强制执行，经法院调查后暂无财产可供执行，2019年1月法院裁定终止执行。后续公司一直寻找佛山市南海卓强陶瓷有限公司可供执行财产或者财产线索，以便申请恢复执行，在2019年公司确认其无财产可执行且已被法院认定为失信被执行人，公司判断货款很难收回，在2019年单项计提坏账。
江苏汇通新材料有限公司	20.06	20.06	-	20.06	6.02	14.04	-	14.04	公司2018年胜诉后，即申请强制执行，经法院调查后暂无财产可供执行，2018年11月法院裁定终止执行。后续公司一直寻找江苏汇通新材料有限公司可供执行财产或者财产线索，以便申请恢复执行，在2019年公司确认其无财产可执行且已被法院认定为失信被执行人，公司判断货款很难收回，在2019年单项计提坏账。

客户	2019年12月31日			2018年12月31日			2019年应 收账款核 销金额	2019年坏 账准备计 提额	单项计提原因
	账面余额	坏账准备	账面价值	账面余额	坏账准备	账面价值			
佛山市南海区博帝装饰材料有限公司	10.28	10.28	-	10.28	1.52	8.76	-	8.76	公司2019年胜诉后，即申请强制执行，经法院调查后暂无财产可供执行，2019年11月法院裁定终止执行。后续公司一直寻找佛山市南海区博帝装饰材料有限公司可供执行财产或者财产线索，以便申请恢复执行，在2019年公司确认其无财产可执行且已被法院认定为失信被执行人，公司判断货款很难收回，在2019年单项计提坏账。
上海维罗那实业有限公司	4.96	4.96	-	4.96	1.49	3.47	-	3.47	公司2018年胜诉后，即申请强制执行并寻找相关财产线索，在2019年公司判断货款很难收回后单项计提坏账。
黎永新	1.39	1.39	-	1.39	0.74	0.65	-	0.65	公司2017年胜诉后，即申请强制执行，经法院调查后暂无财产可供执行，2018年11月法院裁定终止执行。后续公司也一直寻找相关的财产线索，在2019年确定客户无财产可执行，公司判断货款很难收回。

客户	2019年12月31日			2018年12月31日			2019年应 收账款核 销金额	2019年坏 账准备计 提额	单项计提原因
	账面余额	坏账准备	账面价值	账面余额	坏账准备	账面价值			
江西恒辉陶瓷有限公司	343.61	343.61	-	343.61	343.61	-	-	-	公司2017年胜诉后，即申请强制执行，在有关部门的协调下，江西恒辉陶瓷有限公司的厂房进行了出租，计划以租金按法定的优先顺序支付相关债务，但后续公司一直未收到租金，公司已于报告期外全额计提坏账准备。
乐山市沙湾中盛陶瓷有限公司	-	-	-	196.75	196.75	-	196.75	-	公司2016年胜诉后，即申请强制执行并全额计提坏账，2019年公司对上述坏账全额核销。
合计	2,942.54	2,742.54	200.00	3,139.28	1,237.39	1,901.90	196.75	1,701.90	-

公司与上述客户的交易均为真实发生的交易，公司在2019年对于部分已停业或经营难以维系的客户形成的应收账款，结合具体客户的信用状况及偿债能力，按照谨慎性原则计提坏账准备。

2、单项计提坏账准备的应收账款期后核销及期后回款情况

2019 年按单项计提坏账准备的应收账款期后核销及期后回款情况具体如下：

单位：万元

名称	2019 年末			期后核销金额	期后回款金额				
	应收账款账面余额	坏账准备	应收账款账面价值		2020 年	2021 年	2022 年 1-6 月	2022 年 7 月	合计
江西恒辉陶瓷有限公司	343.61	343.61	-	343.61	-	-	-	10.67	10.67
恩平市和君创誉陶瓷有限公司	1,018.85	818.85	200.00	-	155.59	45.55	-	-	201.14
岑溪市新鸿基陶瓷有限公司	694.54	694.54	-	694.54	-	-	-	-	-
湖北恒新陶瓷有限公司	384.52	384.52	-	384.52	-	-	-	-	-
佛山市利华陶瓷有限公司	189.62	189.62	-	95.44	5.85	4.32	15.11	1.08	26.36
福建省晋江市内坑裕发建材有限公司	178.29	178.29	-	-	-	-	-	-	-
佛山市南海卓强陶瓷有限公司	96.40	96.40	-	-	0.90	1.38	-	-	2.28
江苏汇通新材料有限公司	20.06	20.06	-	19.19	-	0.86	-	-	0.86
佛山市南海区博帝装饰材料有限公司	10.28	10.28	-	10.28	-	-	-	-	-
上海维罗那实业有限公司	4.96	4.96	-	4.96	-	-	-	-	-
黎永新	1.39	1.39	-	1.39	-	-	-	-	-
小计	2,942.54	2,742.54	200.00	1,553.94	162.34	52.12	15.11	11.75	241.32

2019 年，对于部分已停业或经营难以维系的客户形成的应收账款，结合具体客户的信用状况及偿债能力，公司按照谨慎性原则对其个别计提坏账准备。2019 年应收账款按单项计提坏账准备金额为 2,742.54 万元，其中期后已核销 1,553.94 万元，截止到 2022 年 7 月 31 日期后回款合计 241.32 万元，期后收款情况与公司估计的应收账款 2019 年单项计提坏账准备应收账款可回收金额 200.00 万元基本匹配，期后未发生大额应收账款坏账准备转回的情况。

2020 年起，公司按单项计提应收账款坏账准备金额有所减少，一方面得益于公司加强对应收账款的管理，加强应收账款催收并明确将销售部门的奖惩机制与应收账款回款情况挂钩，另一方面通过上线用友 U9 的 ERP 系统实现业财

一体化，将业务端和财务端的应收账款回款的信息同步打通，从而改善了应收账款的回款情况。

（二）按账龄组合计提坏账准备

1、按账龄组合计提应收账款坏账准备情况

报告期内，公司定期根据公开信息查询客户经营情况，如未发现客户成为失信被执行人、存在经营异常的情况及未见涉及影响其正常生产经营活动的重大诉讼，公司有理由认为该客户经营情况正常，无需对个别客户进行单独的应收账款坏账计提，公司将其作为一个信用风险组合按照账龄计提预期信用损失，公司应收账款坏账准备计提充分。

2019 年度，公司按账龄组合计提应收账款坏账准备金额 1,511.14 万元，其中，计提坏账准备影响损益较大的客户明细如下：

单位：万元

客户	2019年12月31日							2018年12月31日							2019年 应收账款 核销 金额	2019年 坏账准 备计提 额
	应收账款余额						坏账准 备	应收账款余额						坏账准 备		
	1年以内	1-2年	2-3年	3-4年	4年以上	余额小 计		1年以内	1-2年	2-3年	3-4年	4年以上	余额小 计			
四川威尼陶瓷有限公司	-	-	-	-	-	-	-	95.47	175.36	26.65	-	-	297.48	30.30	260.73	230.42
清远圣利达陶瓷有限公司	-	-	-	-	-	-	-	199.52	-	-	-	-	199.52	9.98	84.76	74.78
佛山市创元建材有限公司	-	-	-	-	-	-	-	-	-	81.76	-	-	81.76	24.53	81.76	57.23
江西百纳瓷业有限公司	-	-	-	170.73	267.92	438.65	404.51	-	-	170.73	267.92	-	438.65	265.56	-	138.95
江西中瑞陶瓷有限公司	-	-	-	-	1,026.15	1,026.15	1,026.15	-	-	-	602.44	423.71	1,026.15	905.66	-	120.49
江西欧尔玛陶瓷有限公司	-	-	-	-	469.43	469.43	469.43	-	-	-	167.10	303.27	470.37	436.95	-	32.48
湖北中陶实业有限公司	-	138.67	159.57	-	-	298.24	61.74	138.67	237.21	-	-	-	375.88	30.65	-	31.08
CORAL GRANITO PVT.LTD	10.01	6.45	39.59	107.46	-	163.52	98.99	6.45	39.59	114.83	-	-	160.87	38.73	-	60.26
湖南稀土新能源材料有限责任公司	1,095.74	-	-	-	-	1,095.74	54.79	-	-	-	-	-	-	-	-	54.79
深圳市铭冠钻石科技有限公司	3.48	0.83	30.92	71.45	-	106.68	66.69	0.83	30.92	72.05	-	-	103.80	24.75	-	41.95
CHAMPION BUILDING MATERIALS CO., LTD	6.02	10.94	1.39	67.93	18.30	104.57	74.45	9.08	1.39	67.93	18.30	-	96.70	35.61	-	38.84
四川一名微晶科技股份有限公司	114.97	174.92	108.40	-	-	398.30	55.76	174.92	110.40	-	-	-	285.33	19.79	-	35.98

客户	2019年12月31日							2018年12月31日							2019年 应收账款 核销 金额	2019年 坏账准 备计提 额
	应收账款余额						坏账准 备	应收账款余额						坏账准 备		
	1年以内	1-2年	2-3年	3-4年	4年以上	余额小 计		1年以内	1-2年	2-3年	3-4年	4年以上	余额小 计			
CONOR GRANITO PVT LTD.	4.93	7.81	-	67.83	0.00	80.58	55.29	7.81	-	71.46	-	0.00	79.28	21.83	-	33.47
BLUEZONE VITRIFIED PVT. LTD	5.95	57.07	2.38	78.26	0.00	143.66	69.33	166.64	2.38	82.64	-	0.00	251.66	33.36	-	35.97
NAM AVARAN AMIN ARSALAN ENGINEERING TRADING CO.	149.77	87.48	134.80	-	0.00	372.05	56.68	122.70	112.76	-	-	0.00	235.46	17.41	-	39.27
小计	1,390.87	484.17	477.05	563.67	1,781.81	4,697.57	2,493.82	922.10	710.01	688.05	1,055.77	726.98	4,102.91	1,895.11	427.25	1,025.95
当期按账龄组 合计提应收账 款坏账准备																1,511.14
占比																67.89%

2019年按账龄组合计提坏账准备影响损益的金额100万元以上的客户后续并无继续合作，公司已根据实际情况对该部分客户进行起诉，并对应收账款进行核销处理；影响损益的金额100万元以下的客户，公司持续关注其动态，并采取积极催收的方式，加快应收账款的回款。因此，公司2019年按账龄组合计提的坏账准备与应收账款规模、账龄情况相匹配，与实际情况相符，具有充分性和合理性。

2、按账龄组合计提坏账准备的应收账款期后情况

2019年大额按账龄组合计提坏账准备的应收账款期后核销、期后回款及转回情况具体如下：

单位：万元

名称	2022年1-6月/2022.6.30			2021年度/2021.12.31			2020年度/2020.12.31			2019年度/2019.12.31			期后核销金额	期后回款金额	期后转回金额
	应收账款账面余额	坏账准备	坏账计提	应收账款账面余额	坏账准备	坏账计提	应收账款账面余额	坏账准备	坏账计提	应收账款账面余额	坏账准备	坏账计提			
四川威尼陶瓷有限公司	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	230.42	-	-	-
清远圣利达陶瓷有限公司	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	74.78	-	-	-
佛山市创元建材有限公司	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	57.23	-	-	-
江西百纳瓷业有限公司	-	-	-	-	-	-	438.65	438.65	34.14	438.65	404.51	138.95	438.65	-	-
江西中瑞陶瓷有限公司	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,026.15	1,026.15	120.49	1,026.15	-	-
江西欧尔玛陶瓷有限公司	-	-	-	-	-	-	469.43	469.43	-	469.43	469.43	32.48	469.43	28.96	28.96
湖北中陶实业有限公司	-	-	-	-	-	-	-	-	116.50	298.24	61.74	31.08	178.24	120.00	-
CORAL GRANITO PVT. LTD	-	-	-	-	-	-2.75	54.95	2.75	-96.24	163.52	98.99	60.26	-	163.52	98.99
湖南稀土新能源材料有限责任公司	-	-	-1.56	31.21	1.56	-11.05	252.13	12.61	-42.18	1,095.74	54.79	54.79	-	1,095.74	54.79

名称	2022年1-6月/2022.6.30			2021年度/2021.12.31			2020年度/2020.12.31			2019年度/2019.12.31			期后核销金额	期后回款金额	期后转回金额
	应收账款账面余额	坏账准备	坏账计提	应收账款账面余额	坏账准备	坏账计提	应收账款账面余额	坏账准备	坏账计提	应收账款账面余额	坏账准备	坏账计提			
深圳市铭冠钻石科技有限公司	90.87	89.53	-8.90	100.66	98.43	4.80	101.88	93.63	26.93	106.68	66.69	41.92	-	22.84	-
CHAMPION BUILDING MATERIALS CO.,LTD	100.60	100.60	5.03	95.57	95.57	-2.24	97.80	97.80	23.35	104.57	74.45	38.84	-	24.70	-
四川一名微晶科技股份有限公司	398.30	398.30	-	398.30	398.30	253.56	398.30	144.74	88.97	398.30	55.76	35.98	-	-	-
CONOR GRANITO PVT LTD.	-	-	-	-	-	-	-	-	-55.29	80.58	55.29	33.47	-	18.94	-
BLUEZONE VITRIFIED PVT. LTD	83.15	80.03	3.21	98.14	76.82	-18.40	178.84	95.23	25.90	143.66	69.33	35.97	-	143.66	69.33
NAM AVARAN AMIN ARSALAN ENGINEERING TRADING CO.	331.66	32.90	16.89	250.52	16.02	9.65	127.26	6.36	-50.31	372.05	56.68	39.27	-	288.89	-
合计	1,004.57	701.36	14.67	974.39	686.69	233.57	2,119.26	1,361.20	71.77	4,697.57	2,493.82	1,025.95	2,112.48	1,655.18	252.07

注1：期后统计时间为2020年1月1日至2022年7月31日

注2：期后转回金额=期后回款金额-（2019年应收账款账面余额-2019年坏账准备余额）

2019年按账龄组合计提坏账准备较多主要为部分大额应收账款账龄增长，按账龄计提的坏账比例增加所致。

根据上表统计，四川威尼陶瓷有限公司、清远圣利达陶瓷有限公司和佛山市创元建材有限公司3家客户，于2019年当期计提坏

账准备金额 362.44 万元，并于 2019 年当期全额核销，且截止 2022 年 7 月均未回款，相关坏账准备未发生转回。

江西百纳瓷业有限公司、江西中瑞陶瓷有限公司、江西欧尔玛陶瓷有限公司和湖北中陶实业有限公司 4 家客户，于 2019 年当期计提坏账准备金额 323.00 万元，并于期后核销。其中：江西欧尔玛陶瓷有限公司期后核销后于 2022 年收回 28.96 万元；湖北中陶实业有限公司于 2020 年收回 120 万元，于期后核销 178.24 万元，除此之外其余 2 家客户截止 2022 年 7 月均未回款。上述应收账款期后核销后收回相应当利润增加，故只影响 2022 年 1-6 月的利润 28.96 万元。

2019 年按账龄组合计提坏账准备小于 100 万的应收账款存在期后回款的情况，主要系公司与该等客户继续在以后年度正常进行业务合作，公司持续进行应收账款催收，该等客户回款节奏主要受客户的资金情况影响。因此，2019 年大额按账龄组合计提的坏账准备在期后未发生大额转回的情况。

(三) 2019 年应收账款历史损失率

公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过迁徙模型测算出历史损失率，并在此基础上进行前瞻性因素的调整计算出预期损失准备率，以下为公司 2019 年度坏账迁徙率计算过程。

1、公司近五年的应收账款账龄

单位：万元

账龄	2015年12月31日	2016年12月31日	2017年12月31日	2018年12月31日	2019年12月31日
1 年以内	21,816.92	25,856.99	24,723.72	28,178.72	25,992.86
1 至 2 年	3,689.38	3,753.68	5,902.74	4,538.50	3,356.43
2 至 3 年	1,144.04	1,458.83	1,810.78	3,038.46	2,304.50
3 至 4 年	344.87	639.93	1,172.57	1,791.44	2,311.50
4 至 5 年	318.53	341.18	285.14	1,084.77	1,791.90
5 年以上	284.01	592.77	760.36	936.68	1,707.59
合计	27,597.73	32,643.39	34,655.32	39,568.57	37,464.79

2、近四年应收账款迁徙率及应收账款迁徙率平均值

账龄	2015 年至 2016 年迁徙率 (%)	2016 年至 2017 年迁徙率 (%)	2017 年至 2018 年迁徙率 (%)	2018 年至 2019 年迁徙率 (%)	4 年平均迁徙率 (%)	-
1 年以内	17.21	22.83	18.36	11.91	17.58	A
1 至 2 年	39.54	48.24	51.48	50.78	47.51	B
2 至 3 年	55.94	80.38	98.93	76.07	77.83	C
3 至 4 年	98.93	44.56	92.51	100.03	84.01	D
4 至 5 年	96.93	49.12	61.84	71.07	69.74	E
5 年以上	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	F

具体计算公式，以 2015-2016 年为例：

1 年以内迁徙率=2016 年 1 至 2 年金额/2015 年 1 年以内金额*100%

1 至 2 年迁徙率=2016 年 2 至 3 年金额/2015 年 1 至 2 年金额*100%

2 至 3 年迁徙率=2016 年 3 至 4 年金额/2015 年 2 至 3 年金额*100%

3 至 4 年迁徙率=2016 年 4 至 5 年金额/2015 年 3 至 4 年金额*100%

4 至 5 年迁徙率=（2016 年 5 年以上年金额-2015 年为 5 年以上账龄）/2015 年 4 至 5 年金额*100%

5 年以上迁徙率=100%

3、根据各账龄段的应收账款迁徙率，计算各账龄段的应收账款损失率

账龄	历史损失率 (%)	公式
1 年以内	3.81	$G=A*B*C*D*E*F$
1 至 2 年	21.66	$H=B*C*D*E*F$
2 至 3 年	45.60	$I=C*D*E*F$
3 至 4 年	58.59	$J=D*E*F$
4 至 5 年	69.74	$K=E*F$
5 年以上	100.00	$L=F$

4、根据前瞻性信息对应收账款损失率进行调整，调整后应收账款账龄组合预期信用损失率

账龄	预期信用损失率 (%)
1 年以内	5.00
1 至 2 年	10.00
2 至 3 年	30.00
3 至 4 年	80.00
4 至 5 年	100.00
5 年以上	100.00

5、迁徙率模型计算的预期坏账损失与公司已计提的坏账准备的比较

单位：万元

账龄	2019 年末余额①	历史损失率 (%) ②	历史损失准备③ =①*②	原坏账准备④	差额⑤=④-③
1 年以内	25,992.86	3.81	990.33	1,299.64	309.32
1-2 年	3,356.43	21.66	727.00	335.64	-391.36
2-3 年	2,304.50	45.60	1,050.85	691.35	-359.50
3-4 年	2,311.50	58.59	1,354.31	1,849.20	494.89

账龄	2019 年末余额①	历史损失率 (%) ②	历史损失准备③ =①*②	原坏账准备 ④	差额⑤=④- ③
4-5 年	1,791.90	69.74	1,249.67	1,791.90	542.23
5 年以上	1,707.59	100.00	1,707.59	1,707.59	-
合计	37,464.79		7,079.75	7,675.33	595.57

公司应收账款账龄主要集中在 1 年以内，基于可观察以及考虑前瞻性因素对根据平均迁徙率所计算的历史信用损失率做出调整，以反映并未影响历史数据所属期间的当前状况及未来状况预测的影响。整体来说，公司目前按账龄组合计提的坏账准备合计 7,675.33 万元，高于按迁徙率模型计算的理论预期损失 595.57 万元，出于谨慎性考虑，公司选择目前的账龄组合的预期损失率具有合理性，坏账计提充分。

综上所述，2019 年应收账款坏账计提较多主要因为应收账款长账龄的客户较多，公司已对大部分预计无法收回的客户进行起诉并单项计提坏账准备，单项计提坏账准备的情况与期后回款相匹配，公司 2019 年单项计提坏账准备具有合理性和充分性；公司对未按单项计提坏账准备的应收账款，严格按照账龄组合进行计提坏账，均不存在调节利润的情形。

申报会计师核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，申报会计师执行的核查程序包括但不限于：

1、查阅发行人《应收账款管理制度》等制度，访谈公司管理层，了解发行人应收账款的制度及运行情况；

2、通过实地走访、检索国家企业信用信息公示系统、企查查等公开网站、获取中信保资信报告等方式查询主要客户基本情况，了解客户经营情况及款项未及时收回的具体原因；

3、获取发行人应收账款坏账准备计提政策、应收账款账龄与预期信用损失率对照表，检查坏账准备的计提方法及预期信用损失率的具体确定过程等，分析坏账准备计提政策是否符合企业会计准则的相关规定；检查账龄划分是否正确，检查计提方法是否按照坏账政策一贯执行，判断应收账款坏账准备计提是

否充分；

4、检查发行人 2019 年期末应收账款期后核销及回款情况，获取截止至 2022 年 7 月 31 日各报告期期末应收账款期后回款情况，并了解发行人是否制定相应回款计划。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

发行人 2019 年应收账款坏账准备计提的原因具有合理性和充分性，不存在通过计提应收账款坏账调节利润的情形。

问题 3、股份支付公允价值确定的合理性

根据申请材料，发行人 2021 年 10 月通过定向发行融资，认购对象源常壹东及海沃众远为员工持股平台，对于上述股权激励按照公允价值 4.72 元/股计提股份支付费用。

请发行人结合 2021 年 10 月发行人股票价格、可比公司市盈率及本次发行底价等情况，说明 2021 年 10 月份员工股权激励公允价值的合理性，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见。

【公司回复】

一、请发行人结合 2021 年 10 月发行人股票价格、可比公司市盈率及本次发行底价等情况，说明 2021 年 10 月份员工股权激励公允价值的合理性

（一）发行人员工股权激励公允价值的确定及其合理性

1、本次员工持股计划公允价值系经评估机构出具的评估价格进行确定

本次员工持股计划公允价值的确认系根据北京中锋资产评估有限责任公司出具的《评估报告》（中锋评报字（2021）第 40089 号），最终评估公司股东权益价值为 61,129.68 万元，即每股公允价值为 4.72 元/股。

本次员工持股计划公允价值评估方法运用主要参数及来源、具体测算过程参见《关于广东奔朗新材料股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的审核问询函的回复》（http://www.bse.cn/disclosure/2022/2022-09-08/1662622531_697147.pdf）之“问题 10、其他财务问题”之“四/（一）/1、权益工具公允价值所采用评估方法的理由及恰当性、评估方法运用主要参数及来源、具体测算过程”。评估机构基于公司 2017 年度-2020 年度经营情况，在评估时谨慎预计公司 2021 年度及以后年度营业收入为 61,444.00 万元，公司预测期净现金流量折算为现值情况如下：

单位：万元

项目	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	永续期
营业收入	61,444.00	61,444.00	61,444.00	61,444.00	61,444.00	61,444.00
营业成本	35,637.52	35,637.52	35,637.52	35,637.52	35,637.52	35,637.52
税金及附加	462.16	462.16	462.16	462.16	462.16	456.52
管理费用	5,140.45	5,217.98	5,291.71	5,371.59	5,451.47	5,451.47
营业费用	9,018.35	9,263.62	9,345.34	9,429.52	9,516.15	9,516.15
财务费用	312.83	309.40	304.76	299.66	292.54	292.54
研发费用	2,202.59	2,234.34	2,267.04	2,300.72	2,335.41	2,335.41
营业利润	8,670.10	8,318.98	8,135.47	7,942.83	7,748.75	7,754.39
利润总额	8,670.10	8,318.98	8,135.47	7,942.83	7,748.75	7,754.39
所得税	1,400.12	1,325.33	1,283.82	1,240.35	1,196.44	1,197.56
净利润	7,269.98	6,993.65	6,851.65	6,702.48	6,552.31	6,556.83
加：利息支出（税后）	243.27	243.27	243.27	243.27	243.27	243.27
折旧	1,853.50	1,853.50	1,853.50	1,853.50	1,853.50	1,853.50
摊销	165.54	165.54	165.54	165.54	165.54	165.54
资本性支出	1,243.82	1,243.82	1,243.82	1,243.82	1,243.82	1,901.37
营运资金追加额	-30.97	43.89	22.94	24.08	24.26	0.00
净现金流量	8,319.44	7,968.25	7,847.20	7,696.89	7,546.54	6,917.77
折现率	12.69%	12.69%	12.69%	12.69%	12.69%	12.69%
折现系数	0.8874	0.7875	0.6988	0.6201	0.5503	4.3365
现值	7,382.67	6,275.00	5,483.62	4,772.84	4,152.86	29,998.91

截至评估基准日（2020年12月31日），公司股东权益价值情况如下：

单位：万元

项目	金额
预测期自由现金流现值合计	58,065.90
加：溢余资产	1,059.84
非经营性资产	7,735.51
企业价值	66,861.25
减：有息负债	5,731.57
股东权益价值	61,129.68

综上，发行人评估相应参数、来源及具体测算过程合理，收益法从整体资产预期收益出发，能够较全面地反映发行人股东全部权益价值，因此本次员工持股计划公允价值采用评估机构出具的评估值具有合理性。

2、员工股权激励公允价值不低于最近一年及一期公司归属于母公司股东的每股净资产以及发行价格

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人归属于挂牌公司股东的每股净资产为 4.17 元；截至 2021 年 6 月 30 日，发行人归属于挂牌公司股东的每股净资产为 4.38 元；发行人本次员工股权激励发行价格为 4.38 元/股，本次员工股权激励公允价值为 4.72 元/股，不低于最近一年及一期公司归属于母公司股东的每股净资产，亦不低于发行价格，不存在损害公司及股东利益的情况，具有合理性。

综上所述，本次员工持股计划公允价值采用评估机构出具的评估值具有合理性。

(二) 2021 年 10 月发行人二级市场交易价格情况

审议员工持股计划董事会召开日（2021 年 10 月 28 日）前最近有成交的 1 个交易日（2021 年 10 月 20 日）、20 个交易日、30 个交易日公司股票成交量分别为 0.45 万股、2.33 万股、2.79 万股，股票交易均价分别为 13.99 元/股、12.56 元/股、12.28 元/股，股票交易总额分别为 6.30 万元、29.26 万元、34.26 万元。

公司股票二级市场交易方式为集合竞价，在二级市场上换手率较低、交易活跃度有限、成交总额相对较小，二级市场交易价格可参考性较低，因此发行人员工股权激励公允价值未参考发行人 2021 年 10 月份股票价格。

(三) 发行人可比公司市盈率情况

1、实施员工持股计划时同行业可比公司市盈率

发行人在实施员工股权激励时为非上市公众公司，与可比上市公司比较，非上市公司的平均市盈率低于上市公司的平均市盈率，差异主要是缺少流动性因素造成。根据北京中同华资产评估有限公司资产评估师赵强在《股权流动性溢价与缺少流动性折扣研究》一文中关于中国市场缺乏流动性折扣率的研究，

通过对我国新股发行定价方式估算市场流动性折扣，金属、非金属行业缺少流动性的折扣平均值为 47.40%。

根据中证指数网发布的市盈率数据，截至发行人本次员工股权激励董事会决议通过日（2021 年 10 月 28 日）的可比上市公司市盈率（PE,TTM）情况如下：

项目	博深股份	安泰科技	新劲刚	三超新材
所属行业	通用设备制造业	金属制品业	计算机、通信和其他电子设备制造业	非金属矿物制品业
主营业务	金刚石工具、涂附磨具、轨道交通装备零部件	以难熔钨钼为核心的高端粉末冶金及制品和以稀土永磁为核心的先进功能材料及器件	特殊应用电子、特殊应用新材料	电镀金刚线与金刚石砂轮
市盈率（PE,TTM） ^①	25.65 倍	47.90 倍	59.56 倍	75.91 倍
考虑流动性折扣率 47.40%后市盈率（PE,TTM） ^② = ^① *（1-47.40%）	13.49 倍	25.20 倍	31.33 倍	39.93 倍
发行人公允价值市盈率	9.35 倍			

注：发行人本次股权激励确定的公允价格为 4.72 元/股，参考公司 2020 年每股收益 0.50 元/股，对应市盈率为 9.35 倍

公司可比上市公司所属行业以及主营业务均有所区别，同行业个股间估值水平差异较大；同时公司在实施员工持股计划时为新三板基础层挂牌企业，股票在新三板市场上交易活跃度有限、成交量较低，因此公司本次员工持股计划公允价值市盈率与同行业上市公司的市盈率存在一定差异，可比性较低。

2、实施员工持股计划时同行业上市公司市盈率

根据中证指数网发布的市盈率数据，截至发行人本次员工股权激励董事会

决议通过日（2021年10月28日）的C30非金属矿物制品业上市公司平均市盈率（PE,TTM）情况如下：

项目	1个月平均	3个月平均	6个月平均	1年平均
C30非金属矿物制品业中证指数	16.28倍	17.06倍	18.16倍	19.45倍
考虑流动性折扣率47.40%后的C30非金属矿物制品业中证指数	8.56倍	8.97倍	9.55倍	10.23倍
发行人公允价值市盈率	9.35倍			

综上，发行人员工股权激励时的公允价值市盈率与考虑流动性折扣率47.40%后的C30非金属矿物制品业中证指数差异较小，具有合理性。

3、实施员工持股计划时同行业挂牌公司市盈率

发行人员工持股计划在2021年10月审议通过，考虑到公司当时所处层级为基础层挂牌公司，因此主要参考了挂牌公司的估值水平。根据全国股转公司发布的《挂牌公司管理型行业分类》，发行人所属行业为“C30非金属矿物制品业”。截至以审议本次股票发行方案的董事会召开日（2021年10月28日），新三板中非金属矿物制品业公司共计151家，新三板中非金属矿物制品业公司2021年10月28日市盈率（PE,TTM）具体情况如下：

单位：倍、元/股

项目	市盈率（PE,TTM）①	2020年公司每股收益②	按2020年公司每股收益和同行业市盈率情况测算的公允价值（③=①*②）	2021年1-6月公司每股收益④	按2021年1-6月公司每股收益和同行业市盈率情况测算的测算公允价值（⑤=①*④）
平均值	9.05	0.50	4.56	0.50	4.53

由上表可知，公司本次发行公司股票实施员工持股计划对应的公允价值为4.72元/股，较按2020年公司每股收益和同行业市盈率情况测算的公允价值增幅为3.36%，较按2021年1-6月公司每股收益和同行业市盈率情况测算的测算公允价值增幅为4.14%，整体而言，与非金属矿物制品业新三板挂牌公司估值水平接近，具有合理性。

（四）发行人员工股权激励公允价值未参考本次发行底价的依据

1、两次价格实际间隔时间较长、依据的经营数据存在差异

本次员工股权激励整体方案的确定耗时较长，虽然公司于 2021 年 10 月 28 日召开第五届董事会第四次会议审议了员工持股计划，并在 2021 年 12 月完成相关股权登记手续，但公司自 2021 年 5 月便开始筹划股权激励事宜并聘请评估机构对公司截至 2020 年 12 月 31 日的股东全部权益（净资产）价值进行评估。2020 年公司的营业收入为 60,008.43 万元，归属于母公司股东扣除非经常性损益后的净利润为 4,672.37 万元，基本每股收益为 0.50 元/股。评估机构基于公司历史业绩数据，从公司整体资产预期收益出发，采用收益法评估公司股东全部权益价值为 4.72 元/股。

本次发行底价于 2022 年 3 月 29 日审议确定并于 2022 年 9 月 24 日审议调整，但实际发行需考虑审核、注册周期，预计发行底价真正被参考或行使的时间将延长至 2022 年末甚至 2023 年初。2021 年公司的营业收入为 77,312.83 万元，归属于母公司股东扣除非经常性损益后的净利润 8,598.04 万元、基本每股收益为 0.67 元/股，较 2020 年稳健增长。本次发行底价为 7.00 元/股，系在 2021 年经营情况的基础上，结合同行业公司市盈率、行业发展趋势、下游行业需求等因素的综合定价，因此较员工持股计划时的公允价值高。

综上，两次价格实际间隔时间较长、依据的经营数据存在差异，发行底价不作为员工持股计划公允价格的判断具有合理性。

2、两次价格对应的流动性存在较大差异、发行底价仅为对未来发行时点的价值预估

发行人 2021 年 10 月股份支付每股公允价值 4.72 元，系以 2020 年 12 月 31 日为评估基准日，结合公司实际经营情况采用收益法得出，评估价值公允。

本次发行底价系在 2021 年经营情况的基础上，结合同行业公司市盈率、行业发展趋势、下游行业需求等因素的综合定价为 7.00 元/股，综合考虑成长性、市场流动性溢价等因素后确定，代表的是发行时公司的整体价值，发行底价存在根据市场变化及未来业绩预期进行调整的可能。因此，发行底价仅为一个综

合性的对未来发行时点的价值预估，该价格不作为员工持股计划公允价格的判断具有合理性。

综上，发行人员工持股计划确定的公允价值具有合理性。

二、相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定

发行人根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》的和《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的相关规定，计提相关股份支付费用，具体情况如下：

公司总体评估 值（万元）①	总股本 （万股） ②	股票公允价值 （元/股）③= ①/②	授予价格 （元/股） ④	授予股份数 （股）⑤	股份支付费（元） ⑥=（③-④）*⑤
61,129.68	12,963.40	4.72	4.38	6,776,000	2,273,749.07

根据《广东奔朗新材料股份有限公司 2021 年员工持股计划（草案）》规定，员工持股计划持有人自员工持股计划经公司股东大会审议通过，发行完成后，股票登记至合伙企业名下之日起，需在公司服务达 36 个月以上（含 3 年）。若持有人未满足该服务期限要求，其持有的份额需转让给合伙企业的指定方或符合条件的新合伙人。因此，本次员工持股计划股份支付费用按 36 个月服务期进行摊销，对各期会计成本的影响如下表所示：

单位：元

股份支付费用合 计（36 个月）	2021 年摊销金额 （2 个月）	2022 年摊销金额 （12 个月）	2023 年摊销金额 （12 个月）	2024 年摊销金额 （10 个月）
2,273,749.07	126,319.39	757,916.36	757,916.36	631,596.96

公司股份支付的会计分录为：

借：管理费用-股份支付

贷：资本公积-股本溢价

综上所述，本次员工持股计划的相关会计处理符合《企业会计准则》的规定。

申报会计师核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，申报会计师执行的核查程序包括但不限于：

1、查阅与股权价值确认相关的评估报告，复核评估方法和评估测算过程；分析公允价值确认的合理性；结合《企业会计准则——股份支付》的相关规定，分析公司对股份支付相关事项的判断是否合理；

2、查阅股份支付确认相关的明细账，复核股份支付费用确认及会计处理的准确性；

3、查阅公司报告期内的审计报告、定期报告、与员工持股计划以及本次发行相关的公告等文件；

4、查阅《股权流动性溢价与缺少流动性折扣研究》文档；通过同花顺软件查阅发行人二级市场交易情况以及同行业挂牌公司市盈率情况，查阅中证指数有限公司网站获取 A 股上市公司同行业行业平均市盈率情况以及同行业可比公司市盈率情况，分析公允价值确认的合理性；

5、查阅公司关于本次发行的董事会决议及股东大会决议，了解发行底价的确定依据。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：发行人 2021 年 10 月份员工股权激励公允价值具有合理性，相关会计处理符合《企业会计准则》的规定。

除上述问题外，请发行人、保荐机构、申报会计师、发行人律师对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票注册管理办法（试行）》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 46 号——北京证券交易所公司招股说明书》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 47 号——向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市申报文件》《北京证券交易所股票上市规则（试行）》等规定，如存在涉及股票公开发行并在北交所上市

要求、信息披露要求以及影响投资者判断决策的其他重要事项，请予以补充说明。

申报会计师回复：

发行人于 2022 年 9 月 24 日召开了第五届董事会第九次会议审议通过了《关于调整公司申请向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市方案的议案》《关于调整公司向不特定合格投资者公开发行股票募集资金投资项目及可行性方案的议案》《关于调整公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年内稳定股价预案的议案》等议案，就本次发行底价、募集资金投资金额及投资项目、公司上市后三年内稳定股价预案及相关承诺进行修订，具体情况如下：

议案	修订前	修订后
关于调整公司申请向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市方案的议案	发行底价：9.00 元/股 募集资金用途：高性能金刚石工具智能制造项目、金刚石绳锯数字化车间项目、研发中心建设项目	发行底价：7.00 元/股 募集资金用途：高性能金刚石工具智能制造项目、研发中心建设项目
关于调整公司向不特定合格投资者公开发行股票募集资金投资项目及可行性方案的议案	募集资金投资额为 44,323.20 万元，其中：高性能金刚石工具智能制造项目 26,971.00 万元、金刚石绳锯数字化车间项目 9,024.20 万元、研发中心建设项目 8,328.00 万元	募集资金投资额为 35,299.00 万元，其中：高性能金刚石工具智能制造项目 26,971.00 万元、研发中心建设项目 8,328.00 万元
关于调整公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年内稳定股价预案的议案	一、实施股价稳定措施的具体条件公司公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年内，若公司股票出现连续 20 个交易日的收盘价均低于公司最近一期经审计的每股净资产时（若因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，每股净资产金额相应调整），公司将启动稳定股价预案。股价稳定措施实施后，公司的股权分布应当符合北京证券交易所上市条件。 在公司稳定股价具体方案的实施期间内，若公司股票连续 5 个交易日的收盘价高于最近一期经审计的每股净资产	一、实施股价稳定措施的具体条件自公司股票在北交所上市之日起一个月内，若公司股票出现连续 10 个交易日的收盘价均低于本次发行价格时，公司将启动股价稳定预案；自公司股票在北交所上市之日起第二个月至三年内，若公司股票出现连续 20 个交易日的收盘价均低于公司最近一期经审计的每股净资产时（若因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，每股净资产金额相应调整），公司将启动稳定股价预案。股价稳定措施实施后，公司的股权分

议案	修订前	修订后
	<p>产，将停止实施股价稳定措施。稳定股价具体方案实施期满后，如再次触发上述启动条件，则再次启动稳定股价措施。</p> <p>二、稳定公司股价的具体措施</p> <p>当公司需要采取股价稳定措施时，按以下顺序实施：</p> <p>1、公司回购股份 公司为稳定股价回购股份，应符合《北京证券交易所上市公司持续监管指引第 4 号--股份回购》等相关法律、法规的规定。公司董事会根据资本市场的变化情况和公司经营的实际状况，制定公司股份回购方案，在需要采取稳定股价措施的情形触发一个月内召开董事会审议稳定股价的具体方案，并及时召开股东大会进行审议。在股份回购方案经股东大会审议通过后，应当履行债权人通知及公告及其他法定减资程序。公司自相关股价稳定方案公告之日起三个月内以自有资金采取中国证监会、北交所准许的交易方式回购公司流通股股票，回购股票的价格不高于公司最近一期经审计的每股净资产（最近一期审计基准日后，因利润分配、资本公积转增股本、增发、配股等情况导致公司净资产或股票总数出现变化的，每股净资产相应进行调整），回购股票的数量不超过公司股票总数的 5%，且公司用于回购股票的资金金额不高于回购股票事项发生时上一个会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 20%，同时保证回购结果不会导致公司的股权分布不符合公开发行并上市的条件。在中国证监会、北交所规定的不允许回购股票的期间不得进行回购。在实施回购股票期间，公司股价已经不满足启动稳定股价措施条件的，可不再继续实施该方案。</p> <p>2、公司控股股东及实际控制人增持公司股票</p> <p>公司回购股票达到承诺上限后，再次出现需要采取稳定股价措施的情形的，公司控股股东、实际控制人须提出增持公司股票的方案。</p> <p>公司控股股东、实际控制人自相关股价稳定方案公告之日起三个月内以自有资金采取中国证监会、北交所准许</p>	<p>布应当符合北京证券交易所上市条件。</p> <p>自公司股票在北京证券交易所上市之日起一个月内，公司启动稳定股价具体方案的实施期间内，公司股票收盘价连续 3 个交易日高于本次发行价格时，将停止实施股价稳定措施；公司股票在北京证券交易所上市后第二个月至三年内，在公司稳定股价具体方案的实施期间内，若公司股票连续 5 个交易日的收盘价高于最近一期经审计的每股净资产，将停止实施股价稳定措施。稳定股价具体方案实施期满后，如再次触发上述启动条件，则再次启动稳定股价措施。</p> <p>二、稳定公司股价的具体措施</p> <p>当公司需要采取股价稳定措施时，按以下顺序实施：</p> <p>（一）公司控股股东及实际控制人增持公司股票</p> <p>公司触发稳定股价预案启动条件后，公司控股股东、实际控制人须提出增持公司股票的方案。公司控股股东、实际控制人自相关股价稳定方案公告之日起三个月内以自有资金采取中国证监会、北交所准许的交易方式增持公司流通股股票。公司股票在北交所上市之日起第一个月内触发稳定股价措施的情形，增持股票的价格不高于公司本次发行价格；公司股票在北交所上市之日起第二个月至三年内触发稳定股价措施的情形，增持股票的价格不高于公司最近一期经审计的每股净资产（最近一期审计基准日后，因利润分配、资本公积转增股本、增发、配股等情况导致公司净资产或股票总数出现变化的，每股净资产相应进行调整）；控股股东、实际控制人增持股票的数量不超过公司股票总数的 3%，且控股股东、实际控制人单次用于增持的资金不超过其上一年度公司现金分红的 30%，年度用于增持的资金合计不超过其上一年度公司现金分红的 60%，增持计划实施完毕后的六个月内不出售所增持的股票，同时保证增持结果不会导致公司的股权分布不符合公</p>

议案	修订前	修订后
	<p>的交易方式增持公司流通股，增持股票的价格不高于公司最近一期经审计的每股净资产（最近一期审计基准日后，因利润分配、资本公积转增股本、增发、配股等情况导致公司净资产或股票总数出现变化的，每股净资产相应进行调整），增持股票的数量不超过公司股票总数的 3%，且控股股东、实际控制人单次用于增持的资金不超过其上一年度公司现金分红的 30%，年度用于增持的资金合计不超过其上一年度公司现金分红的 60%，增持计划实施完毕后的六个月内不出售所增持的股票，同时保证增持结果不会导致公司的股权分布不符合公开发行并上市的条件。</p> <p>在实施增持股票期间，出现下列情形，公司控股股东及实际控制人可以依照相关法律规定和增持方案，不再继续实施增持公司股票计划：</p> <p>（1）公司股价已经不能满足启动稳定股价措施条件的；（2）继续增持股票将导致公司不满足法定公开发行并上市条件；</p> <p>（3）继续增持股票将导致控股股东需要履行要约收购义务，且控股股东、实际控制人未计划实施要约收购。</p> <p>3、董事（不含独立董事）、高级管理人员增持公司股票</p> <p>公司回购股票达到承诺上限，且公司控股股东、实际控制人增持公司股票达到承诺上限，或依照相关法律规定和增持方案，不再继续实施增持公司股票计划后，再次出现需要采取稳定股价措施的情形的，公司董事（不含独立董事）、高级管理人员须提出增持公司股票的方案。</p> <p>公司董事（不含独立董事）、高级管理人员自相关股价稳定方案公告之日起三个月内以自有资金采取中国证监会、北交所准许的交易方式增持公司流通股份，增持股票的价格不高于公司最近一期经审计的每股净资产（最近一期审计基准日后，因利润分配、资本公积转增股本、增发、配股等情况导致公司净资产或股份总数出现变化的，每股净资产相应进行调整），单次用于增持股票的资金不超过上一</p>	<p>开发并上市的条件。</p> <p>在实施增持股票期间，出现下列情形，公司控股股东及实际控制人可以依照相关法律规定和增持方案，不再继续实施增持公司股票计划：</p> <p>1、公司股价已经不能满足启动稳定股价措施条件的；</p> <p>2、继续增持股票将导致公司不满足法定公开发行并上市条件；</p> <p>3、继续增持股票将导致控股股东需要履行要约收购义务，且控股股东、实际控制人未计划实施要约收购。</p> <p>（二）公司回购公司股票</p> <p>公司控股股东、实际控制人增持股份数量达到承诺上限或依照相关法律规定和增持方案，不再继续实施增持公司股票计划后，再次出现需要采取稳定股价措施的情形的。公司董事会需制定公司股份回购方案，并及时召开董事会、股东大会进行审议。在股份回购方案经股东大会审议通过后，应当履行债权人通知及公告及其他法定减资程序。</p> <p>公司自相关股价稳定方案公告之日起三个月内以自有资金采取中国证监会、北交所准许的交易方式回购公司流通股。公司股票在北交所上市之日起第一个月内触发稳定股价措施的情形，回购股票的价格不高于公司本次发行价格；公司股票在北交所上市之日起第二个月至三年内触发稳定股价措施的情形，回购股票的价格不高于公司最近一期经审计的每股净资产（最近一期审计基准日后，因利润分配、资本公积转增股本、增发、配股等情况导致公司净资产或股票总数出现变化的，每股净资产相应进行调整）。公司回购股票的数量不超过公司股票总数的 5%，且公司用于回购股票的资金金额不高于回购股票事项发生时上一个会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 20%，同时保证回购结果不会导致公司的股权分布不符合公开发行并上市的条件。在中国证监会、北交所规定的不允许回购股票的期间不得进行回购。</p> <p>在实施回购股票期间，公司股价已</p>

议案	修订前	修订后
	<p>年度从公司领取现金薪酬的 30%，且年度用于增持股份的资金不超过其上一年度领取的现金薪酬，增持计划实施完毕后的六个月内不出售所增持的股份，同时保证增持结果不会导致公司的股权分布不符合公开发行并上市的条件。</p> <p>4、其他事项</p> <p>（1）公司及其控股股东、实际控制人，公司董事（不含独立董事）、高级管理人员在履行上述增持或回购义务时，应按照国家法律、法规的规定履行其相应的信息披露义务；</p> <p>（2）本预案适用于公司未来选举或聘任的董事（不含独立董事）、高级管理人员。公司选举或聘任董事（不含独立董事）、高级管理人员时，应要求其就此做出书面承诺，并要求其按照公司申请向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市时董事（不含独立董事）、高级管理人员的承诺提出未履行承诺的约束措施。</p>	<p>经不满足启动稳定股价措施条件的，可不再继续实施该方案。</p> <p>（三）董事（不含独立董事）、高级管理人员增持公司股票</p> <p>公司控股股东、实际控制人增持公司股票达到承诺上限且公司回购股票达到承诺上限，或依照相关法律法规规定和增持方案，不再继续实施增持公司股票计划后，再次出现需要采取稳定股价措施的情形的，公司董事（不含独立董事）、高级管理人员须提出增持公司股票的方案。</p> <p>公司董事（不含独立董事）、高级管理人员自相关股价稳定方案公告之日起三个月内以自有资金采取中国证监会、北交所准许的交易方式增持公司流通股份。公司股票在北交所上市之日起第一个月内触发稳定股价措施的情形，增持股票的价格不高于公司本次发行价格；公司股票在北交所上市之日起第二个月至三年内触发稳定股价措施的情形，增持股票的价格不高于公司最近一期经审计的每股净资产（最近一期审计基准日后，因利润分配、资本公积转增股本、增发、配股等情况导致公司净资产或股票总数出现变化的，每股净资产相应进行调整）；</p> <p>公司董事（不含独立董事）、高级管理人员，单次用于增持股票的资金不超过上一年度从公司领取现金薪酬的 30%，且年度用于增持股份的资金不超过其上一年度领取的现金薪酬，增持计划实施完毕后的六个月内不出售所增持的股份，同时保证增持结果不会导致公司的股权分布不符合公开发行并上市的条件。</p> <p>（四）其他事项</p> <p>1、公司及其控股股东、实际控制人，公司董事（不含独立董事）、高级管理人员在履行上述增持或回购义务时，应按照国家法律、法规的规定履行其相应的信息披露义务；</p> <p>2、本预案适用于公司未来选举或聘任的董事（不含独立董事）、高级管理人员。公司选举或聘任董事（不含独立董事）、高级管理人员时，应要求其就此做出书面承诺，并要求其按照公司申请向不特定合格投资</p>

议案	修订前	修订后
		者公开发行股票并在北京证券交易所上市时董事（不含独立董事）、高级管理人员的承诺提出未履行承诺的约束措施。

申报会计师已对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票注册管理办法（试行）》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 46 号——北京证券交易所公司招股说明书》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 47 号——向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市申请文件》《北京证券交易所股票上市规则（试行）》等规定进行核查，除上述事项外，发行人不存在涉及股票公开发行并在北交所上市要求、信息披露要求以及影响投资者判断决策的其他重要事项。

（本页无正文，以下为《立信会计师事务所（特殊普通合伙）关于广东奔朗新材料股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的第二轮审核问询函的回复》之签字页）



中国注册会计师

徐 聃



中国注册会计师

李家俊



中国·上海

二〇二二年十月十日