证券代码：600336　　证券简称：澳柯玛　　编号：临2025－028

澳柯玛股份有限公司关于上海证券交易所对公司2024年年度报告信息披露监管问询函的回复公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、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法律责任。

澳柯玛股份有限公司（以下简称“公司”）于近期收到上海证券交易所下发的《关于澳柯玛股份有限公司2024年年度报告的信息披露监管问询函》（上证公函【2025】0749号）（以下简称“《问询函》”），公司会同年审会计师事务所就《问询函》中所列问题进行了认真核查落实，现具体回复如下（除特别注明外，以下金额单位为人民币万元）：

问题一、关于公司业务及收入。年报显示，公司2024年度实现营业收入78.16亿元，同比下降15.99%。其中，制冷设备、空调、洗衣机、小家电等主营产品实现收入60.95亿元，综合毛利率近16%；其他商品收入14.96亿元，毛利率5.44%。其他非主营业务收入2.25亿元，主要为材料与配件出售、房屋出租等，上年同期该部分收入为8.47亿元，分地区看，境外业务实现收入23.15亿元，占比近三成，占比持续提升，境外业务毛利率9.98%，低于境内业务的15.55%。请公司：

（1）结合家电类各主营产品的销售模式、代理和直销的业务占比、相关产品的主要客户等，说明近年销售收入下降的主要原因，拟采取的应对措施。

公司回复：

公司电器类主营产品的销售模式分为代理分销和直销，2024年代理分销占比为47.96%，直销占比为52.04%，2023年代理分销占比为52.63%，直销占比为47.37%，2024年较2023年代理分销业务下降6.35亿元，占比下降4.67个百分点，直销业务与同期基本持平。

2024年度主要客户信息如下：

序号	客户全称	产品类别	销售额	销售模式	占年度销售总额比例（%）
1	北京京东世纪贸易有限公司	制冷电器、生活电器、空调、洗衣机	26,836.27	代理	3.04
2	HON HAI PRECISION INDUSTRY CO.,LTD.（SHARP）	制冷电器	25,156.49	直销	2.85
3	上海統一企业管理咨询有限公司	制冷电器	22,083.15	直销	2.50
4	苏宁易购集团股份有限公司苏宁采购中心	制冷电器、生活电器、空调、洗衣机	12,650.40	代理	1.43
5	EXCELLENCE APPLIANCE TECH. INC（FUJIDENZO）	制冷电器	11,466.99	直销	1.30

近年公司销售收入下降情况及主要原因：

产品类别	2024年	2023年	同比增减额	同比增减率（%）
制冷电器	453,187.51	494,303.14	－41,115.63	－8.32
其中：家用	232,119.05	273,802.88	－41,683.83	－15.22
商用	221,068.46	220,500.26	568.20	0.26
生活电器	81,841.04	87,290.80	－5,449.76	－6.24
空调	55,255.62	73,057.75	－17,802.13	－24.37
洗衣机	19,187.11	21,336.18	－2,149.07	－10.07
合计	609,471.28	675,987.87	－66,516.59	－9.84

从公司看，公司国内家用产品（含家用制冷、空调、洗衣机、生活电器等）的销售模式主要以代理分销为主，且主要集中在三四级市场，近年受新兴渠道冲击、消费分级等因素影响，三四级家电市场较一二级市场有效消费需求明显不足，公司传统代理分销渠道销售下滑较大，渠道调整效果不显著。2024年公司家用产品同比下降6.71亿元，降幅14.73%。另外，虽然近年海外电器市场发展趋势较好，但公司海外电器类产品销售占整体电器类产品收入22.69%，占比较低，拉动收入规模能力尚待加强。同时，面对激烈的市场竞争，公司品牌议价能力偏弱，高端高毛利产品占比较低，营销效率不高，渠道建设以及经营管理能力等尚待进一步加强。

从行业看，公司经营业务属充分竞争性行业，产品同质化程度高，竞争激烈。近年来，国内家电市场整体保有率高，产品需求主要以更新换代为主，其核心特征为市场需求转向存量主导，新增需求有限，增长承压。报告期内，受房地产市场下行、经济承压以及消费信心不足等多重不利因素影响，公司所处行业国内有效消费需求不足，竞争进一步加剧，行业头部企业充分利用其更强的厂商协同能力及有效资源的整合能力，通过价格竞争等手段，不断抢占更多的市场份额，进一步压缩业内中小企业生存空间。根据奥维云网（AVC）推总数据，作为公司支柱产业的冷柜行业，受前期市场透支以及餐饮业低迷等因素影响，2024年国内市场冷柜零售额同比下降了6.1%。

公司拟采取的应对措施：

①持续夯实“温度科技专家”品牌定位，深化全媒体传播，强化新媒体传播，激活用户流量，提升品牌传播声量，全面提高品牌价值，提升品牌影响力。

②聚焦科技创新引领，增强公司产品竞争力，打造细分市场竞争优势与成本领先能力，实现产品持续迭代升级；以用户为中心，提升技术创新能力。积极对标行业先进，围绕场景化、AI智能、绿色低碳等技术方向，加强与外围高水平科研院所机构合作，加快关键核心技术攻关，提升产品竞争力。家用产品聚焦“分次中端”、“发展高端”、“差异细分”，由技术探路转变为技术拓展，打造系列标志性产品。商用实施“差异化、定制化、系列化”升级战略，满足客户个性化需求。

③家用营销渠道坚定推进由“代理分销为主”向“代理分销与垂直零售并重的复合渠道模式”转型，建立全品类融合的零售渠道、代理商渠道自主经营体，按照全品类+渠道+区域策略，实现全品类突破。

④商用营销渠道聚焦商用主业产品，加强以客户为核心、以订单为导向、以场景为载体的营销体系建设，按照行业+区域策略积极推进。推进企划、研发一体化，加快产品创新开级，聚焦主销款示标利基市场份额提升，加快防云智能零售柜趋势产品迭代突围；持续发挥渠道创新、协同机制，开展行业重点客户联合投标，推进商用系列产品销售。

⑤海外营销渠道加快“走出去”，推动海外营销模式创新和升级，推行海外本地化生产、OEM及自有品牌双轮驱动，实行国家+产业策略，加快推进本地化营销和全球大客户拓展。完善中东非、中南美、东南亚市场自有品牌业务布局，加深与全球性大客户的合作，积极拓宽大客户资源。

⑥建立健全海外本地化运营体系，积极推动印尼年产50万台冰箱（柜）智能制造工厂项目建设。

（2）补充披露近三年其他商品业务所指的具体产品及经营模式、结算政策等，分产品列示前五名客户、供应商情况，包括但不限于名称、成立时间、关联关系、交易内容及金额、往来款余额。请年审会计师发表意见。

公司回复：

①近三年其他商品业务收入包含贸易类收入、场景化配套产品收入、服务类收入及工业地产销售收入等四类，相关经营模式、结算政策等详见下表：

产品类别	2022年	2023年	2024年	经营模式	结算政策
农产品	44,986.46	59,759.78	69,157.46	为促进外汇收支平衡，结合公司非洲产品出口业务发展优势，及青岛港小宗农产品进口主港优势，公司选取市场需求潜力大的品类如芝麻、花生、绿豆等，先行开展在港进口现货内贸，通过内贸业务建立健全分销商体系，掌握市场行情，锻炼团队，降低行业进入风险。同时逐步拓展上游供货商体系，选择具备加工能力、品控好的实力供应商开展进口业务，实现进口与国内现货行情联动，逐步建立公司在芝麻、花生等品类的竞争优势，实现进口业务增长，进出口业务及外汇收支的平衡。	/
其中：内贸	35,397.26	43,445.10	7,445.16	根据市场行情，采购在港进口现货，建立分销商体系，掌握行情。部分为根据市场封机预判先行采购，后续销售给客户，部分为结合客户需求，寻源采购。	采购以国内信用证为主要结算方式，销售端先款后货。
外贸	9,589.20	16,314.68	61,712.30	优选实力强、具有成本优势的国外供应商。部分为根据市场封机预判先行采购，后续销售给客户，部分为结合客户需求，寻源采购。	国外采购以人仓、见提单预付货款为主，信用证为辅，销售端先款后货。
电器产品原料及配件	81,793.52	77,506.19	48,008.39	利用公司供应链优势，开发分销商，扩大采购量，增强公司供应链资源整合能力，进一步降低供应链成本水平，同时平衡外汇收支。	采购以信用证为主，部分现汇；销售先款后货。
其他	4,314.41	16,860.29	19,255.25	/	/
贸易类业务小计	131,094.40	154,126.26	136,421.10	/	/
场景化配套产品	12,840.04	14,540.89	12,946.30	满足客户销售渠道及场景化需求，采购相关产品进行销售。	采购发货前付款；销售先款后货，客户提货前付全款。
服务类	394.72	1,045.98	251.74	对外提供服务。	按合同付款。
工业地产销售	17,729.15	/	/	工业地产开发销售。	同行业模式。
合计	162,058.30	169,713.13	149,619.14	/	/

注：近年公司为了融入电器行业市场主流发展趋势，积极推行场景化、套系化销售。上述场景化配套产品系公司为满足相关客户一体化场景解决方案需求，弥补公司产品线短缺，而购销的非公司自产配套产品。

②公司贸易类业务前五名客户、供应商情况：

农产品贸易2024年前五名客户

序号	客户名称	成立时间	客商关联关系	交易内容	交易金额（含税）	往来款余额	备注
1	安徽华非国际贸易有限公司	2015年6月8日	无	芝麻、花生	30,815.93	115.18	合同负债
2	青岛好满溢国际贸易有限公司	2023年12月26日	无	芝麻	4,628.91	/	/
3	烟台正威进出口有限公司	2015年12月24日	无	绿豆	3,249.39	/	/
4	国仁生物科技（青岛）有限公司	2020年11月19日	无	芝麻、腰果	2,849.22	48.89	合同负债
5	安徽麦秀国际贸易有限公司	2021年10月9日	无	芝麻	2,708.01	79.80	合同负债

农产品贸易2024年前五名供应商

序号	供应商名称	成立时间	客商关联关系	交易内容	交易金额（含税）	往来款余额	备注
1	Aanada Trading Co., Limited	2022年3月8日	无	芝麻、花生	42,527.83	6,366.48	预付账款
2	VINAYAK IMPEX FZE	2006年10月15日	无	芝麻	5,844.35	71.33	应付账款
3	BECHOICE LIMITED	2021年4月27日	无	芝麻	5,408.61	/	/
4	VIJAYAKRISHNA SPICES PRIVATE LIMITED	2014年12月6日	无	辣椒	3,358.07	/	预付账款
5	青岛广瑞食品有限公司	2013年8月19日	无	腰果	2,848.70	415.56	应付账款

注：主要进口供应商情况

Aanada Trading Co., Limited：该公司2022年3月注册于香港，主要从事花生、芝麻、腰果等农产品进出口贸易业务。该公司广泛布局塞内加尔、冈比亚、多哥等非洲主要农产品出口国，在非洲当地设立工厂，配备专业化农产品加工设备，产品加工品质优异，该公司在品质、规模、成本、加工等方面具有显著优势。

VINAYAK IMPEX FZE：该公司2006年10月注册于阿联酋，专业从事西非地区芝麻等特色油料作物进出口贸易，作为西非芝麻核心供应商，该公司注点布局尼日利亚，在基特法委、马里等主产区，建立了完善的采购加工网络，凭借对西非芝麻市场的深度耕耘，VINA是中国、越南、土耳其等主要进口国的重要供应商。

BECHOICE LIMITED：该公司2021年4月注册于香港，主要从事芝麻等农产品进出口贸易业务。作为专业农产品贸易商，该公司特别专注于莫桑比克芝麻市场，在当地建立了完整的供应链体系。在莫桑比克拥有现代化加工厂，配备先进的去杂、筛选和分装设备，确保芝麻品质优良，该公司凭借对莫桑比克芝麻市场的深耕细作，已成为该地区重要的芝麻出口商之一。

VIJAYAKRISHNA SPICES PRIVATE LIMITED：该公司2014年12月注册于印度，是专业从事印度特色农产品进出口贸易的领先企业，尤其在印度辣椒领域具有深厚积累。作为印度头部辣椒供应商之一，该公司已在印度安德拉邦、特伦甘纳邦等核心辣椒产区建立了完整的供应链体系，该公司产品在中国市场的接受度较高。

公司农产品采购根据产品类与行情选择加工能力强、实力雄厚的供应商合作，为保持产品成本竞争力，公司采购量派根据市场供需情况，选择行情好的品类进行采购。因此，虽供应商体系保持稳定，但也存在不同年份因采购类别、区域调整，供应商部分更替现象，主要原因是不同国家、不同产品品类供应商不同。

电器产品原料及配件贸易2024年前五名客户

序号	客户	成立时间	客商关联关系	交易内容	交易金额（含税）	往来款余额	备注
1	深圳湘广医疗器材有限公司	2022年2月14日	无	塑料	13,034.75	101.15	合同负债
2	江苏芊易供应链有限公司	2015年10月26日	无	塑料	6,701.44	/	/
3	杭州中聚化工科技有限公司	2009年8月12日	无	化工添加剂	6,241.08	336.04	合同负债
4	黄石交投建材有限公司	2019年4月1日	无	塑料	5,805.96	/	/
5	青岛泽云商贸有限公司	2017年12月4日	无	压缩机等组件	5,140.23	70.68	合同负债

电器产品原料及配件贸易2024年前五名供应商

序号	供应商	成立时间	客商关联关系	交易内容	交易金额（含税）	往来款余额	备注
1	东莞市前途塑料有限公司	2020年4月21日	无	塑料	11,809.61	64.85	预付账款
2	Qatar Chemical and Petrochemical Marketing and Distribution Company（Muntajat）Q.P.J.S.C	2007年7月30日	无	塑料	9,222.68	676.39	预付账款
3	Kaneka（Malaysia）Sdn. Bhd.	1995年8月10日	无	化工添加剂	4,653.11	940.59	应付账款
4	威思达塑胶化工有限公司	2011年10月17日	无	塑料	3,738.72	585.24	预付账款
5	天津保通贸易有限公司	2021年4月6日	无	塑料	3,509.94	84.04	应付账款

注：进口供应商情况

Qatar Chemical and Petrochemical Marketing and Distribution Company（Muntajat）Q.P.J.S.C：该公司2007年7月注册于卡塔尔，主要从事石油、天然气和石化产品的营销，母公司为QatarEnergy，是卡塔尔的国有石油公司，在卡塔尔经营所有石油和天然气活动，包括勘探、生产、精炼、运输和储存，是世界第三大石油公司。该化工厂长期为公司家电配件供应商提供原料塑料粒子，产品质量稳定，交付及时，国内认可度高。

Kaneka（Malaysia）Sdn. Bhd：该公司1995年8月注册于马来西亚，是日本钟化（Kaneka Corporation）在马来西亚设立的子公司，主要生产和供应多种聚合物与树脂材料，该化工厂是公司上游供应商的原料添加剂供应商，其产品性能稳定且产能充足，深受终端用户的认可。

公司电器产品原料及配件供应商，主要基于以前年度公司供应链资源，选择信誉好、供应能力稳定、具备价格竞争力的供应商为主，近年来保持相对稳定。

③公司分产品场景化配套产品前五名客户、供应商情况：

2024年前五名客户

序号	客户	成立时间	客商关联关系	交易内容	交易金额（含税）	往来款余额	备注
1	ZXZ COMPANY LIMITED	2016年3月6日	无	电视机	1,922.92	419.16	应收账款
2	江西南华华衍医药有限公司	2019年7月15日	无	科研医疗产品	1,482.10	/	/
3	南京美连生物科技有限公司	2021年10月11日	无	科研医疗产品	1,059.50	/	/
4	PT SELALU MAKMUR ABADI	2019年9月18日	无	注塑机、厨房器皿	966.96	1,387.41	应收账款
5	SOCIETE BIBLOS S.A.R.L	2011年9月6日	无	电视机	856.02	150.53	合同负债

2024年前五名供应商

序号	供应商	成立时间	客商关联关系	交易内容	交易金额（含税）	往来款余额	备注
1	中山市鹏天进出口有限公司	2022年2月18日	无	注塑机、厨房器皿	7,556.77	679.63	应付账款
2	朝野电子有限公司	2015年7月17日	无	电视机	2,940.84	324.01	应付账款
3	江苏伯纳德生物科技发展有限公司	2015年7月15日	无	科研医疗产品	1,040.00	/	/
4	深圳德诺迈斯科技有限公司	2015年7月15日	无	注塑机、电子秤	877.68	34.59	应付账款
5	江西长华医疗健康有限公司	2021年11月12日	无	科研医疗产品	876.44	/	/

（3）结合其他商品业务毛利率较低的情况，说明是否涉及贸易类业务，如涉及，请说明相关贸易业务开展的商业背景、交易产品与公司主营业务的相关度、定价政策、客户和供应商之间的关联关系、采购和销售的时间间隔、货物交付、款项结算情况等，并结合贸易的业务商业实质和风险转移情况，说明以总额法或净额法核算收入的依据，是否符合《企业会计准则》相关规定。请年审会计师发表意见。

公司回复：

其他商品业务中除场景化配套产品、服务类、工业地产销售外，均为贸易类业务收入，公司近三年贸易类业务毛利率如下：

年度	2022年	2023年	2024年
毛利率	2.02%	3.48%	5.36%
其中：农产品	1.53%	2.44%	4.67%
电器产品原料及配件	2.26%	1.49%	5.50%
其他	2.65%	16.39%	7.48%

注：①农产品毛利率波动主要是随着公司专业进口队伍力提升，进口业务逐步扩大，进口农产品毛利率较内贸高。②电器产品原料及配件2024年毛利率提升主要是公司较好的把握了市场行情，控制采购节奏。

公司子公司青岛澳柯玛进出口有限公司、澳柯玛（香港）贸易有限公司经营范围涵盖：货物进出口、技术进出口、农副产品销售、豆及薯类销售、未经加工的坚果干果销售、医疗器械销售、非金属矿及制品销售、金属矿石销售、合成材料销售、化工产品销售、石油制品销售等。结合其经营范围及项目资质，存在部分贸易业务。

①贸易业务开展的商业背景

农产品：2017年以前，公司外贸业务以出口自产电器为主，进口业务少，由于外汇收支非常不均衡，只能被动承担汇率波动带来的损失，为减少损失，公司确立了逐步增加进口业务，实现外汇收支平衡的发展策略。因公司对非洲业务发展较快，非洲部分国家外汇短缺，回款困难，但非洲部分小宗农产品如芝麻、花生、腰果等产品产量较大，在国内有较好的需求，而青岛港又是全国最大的小宗进口农产品集散地（芝麻、腰果在青岛港的交易量占中国进口总量的90%左右），经深入考察，该类小宗农产品国内需求稳步增长，价格行情波动较小，为此，2018年公司成立了专业团队，为建立分销商体系，熟悉市场行情，先从国内到港的进口现货产品做起，同时积极向上游产地延伸，逐步接触、筛选优质供应商，建立了稳固的供应商体系，采用自营进口与国内现货间步运营的方式，深入把控市场行情，健全分销商体系，凭借多年的专业能力，在小宗农产品业务方面建立了竞争优势。

电器产品原料配件：2020年前，公司自身生产所需部分化工、金属、压缩机等原料及配件需要进口，业务开展过程中，公司与相关供应商建立了良好的合作关系，后续企业自身所需的原料及配件基本实现了国产替代。公司决定利用供应链优势，在国内开发分销商，将该类原料及配件等进口业务做大，以增强公司供应链资源整合能力，进一步降低供应链成本水平；与此同时，此举还将有助于公司逐步实现外汇收支平衡，降低汇兑风险。随着我国化工产业的高速发展，为确保公司在相关品类的竞争优势，公司抓住国内外价格行情存在一定差异的机会，适当增加了部分国内现货品类的进口营，通过进口与国内现货间步运营，深入把握市场机会，提升在塑料颗粒等电器产品原料的销售竞争力。

②交易产品与公司主营业务的相关度、定价政策

农产品：为解决公司自有产品出口收汇汇率波动带来的风险，逐步扩大进口农产品业务，促进公司外汇收支平衡，降低汇率波动带来的企业经营风险。定价政策：根据公司采购成本及物流运输业务费用核算产品销售成本，结合青岛港同类产品市场销售现价，确保盈利的前提下，与客户谈判定价；采购过程中，公司承担运输、仓储过程中的全部价格变动风险；公开论内贸采购还是国外采购业务，或为根据市场封机预判先行采购，后续销售给需求客户，或结合客户需求，寻源采购，不存在背靠背合同。

电器产品原料及配件：电器产品原料及配件系公司生产制造产品重要的原、辅材料，利用公司同上下游供应商和客户具有较强的客商关系开展相关业务，能够增强公司供应链资源整合能力，进一步降低供应链成本，及时了解并满足客户及供应商需求，定价政策：主要依据www.plaurwy.com网站公开的产品价格信息及国内外供需信息，研判市场行情与价格走势，选择成本低位时采购入单，并结合公司成本、费用核算销售成本，与客户谈判定价；采购过程中，公司承担运输、仓储过程中的全部价格变动风险；不存在背靠背合同。

③客户和供应商之间的关联关系

农产品、电器产品原料及配件：客户与供应商之间关联联，均为自主开发。

④采购和销售的时间间隔、货物交付、款项结算情况

农产品：采购周期根据出口国国内运输、船期及海运运输时长，从付款到发运约1－2个月，海运运输约1－2个月，货物交付周期约2－4个月，销售周期根据产品特性及行情进行封售，一般1－3个月，如遇销售淡季会延长销售周期，采购端结算为收到货权后付款，销售端结算为收到货权后发货或提货。为提升公司在小宗农产品的经营优势，公司坚持在产地从产品播种阶段进行市场调研，通过对各主产区的种植面积变化、生长期间气候等自然灾害对产量的影响、产季品质等全过程信息的收集，同时结合下游买家需求，做出初步采购计划，安排专业人员到国外产地实地摸排产量、质量等主要情况，寻找质量控制好，加工能力强的初级加工厂（原产地收民直接收的货品含较高杂质，产品未分等级，必须经专门的加工厂进行设备筛选、去杂、烘干、装袋等），采购团队根据对加工厂的农产品质量的检验及价格招标比价，确定采购单量。

电器产品原料及配件：采购周期约3个月，销售周期1－3个月，货物交付周期约2－4个月。采购以信用证为主，销售为先款后货。

⑤以总额法或净额法核算收入的依据

根据《企业会计准则第14号——收入》第三十四条，企业应当根据其在向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权，判断其从事交易时的身份是主要责任人还是代理人。企业在向客户转让商品前能够控制该商品的，该企业为主要责任人，应当按照已收或应收对价总额确认收入；否则，该企业为代理人，应当按照预期有权收取的佣金或手续费的金额确认收入，该金额应当按照已收或应收对价总额扣除应支付给其他相关方的价款后的净额，或者按照既定的佣金金额或比例等确定。在具体判断向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权时，企业不应仅局限于合同的法律形式，而应当综合考虑所有相关事实和情况，具体分析如下：

序号	准则判断依据	是否符合	公司受销情况
1	企业承担向客户转让商品的主要责任。	符合	根据签订合同，公司是首要的义务人，承担向下游客户交付相关产品的责任，如产品发生质量、交期等问题将由公司承担。持有期间，公司需要承担价格波动、商品滞销、变质、库存积压等存货风险，公司在交易过程中承担了全部责任。
2	企业在转让商品之前或之后承担了该商品的存货风险。	符合	公司在验收采购货物后进行货物接收并入库，在此期间在库管理由公司完全掌控，如出现质量变质、灭失等情况由公司承担全部损失；在公司在库装卸物资过程中，因操作不当等原因导致货物破损，公司需承担货物装卸破损带来的损失。转让后，公司对货物质量问题承担赔偿责任。
3	企业有权自主决定所交易商品的价格。	符合	公司结合市场情况对产品进行报价，且会随着市场价格变化、生产情况、供需情况进行价格调整，公司有权自主决定价格。

农产品：公司农产品进口业务，由公司人员参与当地农产品交易，选择具有产品加工能力（筛选、去杂等）的供应商进行合作。公司主要通过海运提单控制货权，产品到港后，公司准备提单、粮单，发票等资料委托专业报关行进行报关、清关、完税等工作，获得该农产品的全部控制权；农产品内贸业务，作为进口业务的民货补充，货物入公司指定仓库办理入库手续后由公司控制货权。农产品存货风险、价格波动风险由公司完全承担。因此公司是主要责任人，适用总额法。

电器产品原料及配件：由公司根据市场需求，选择国内外知名企业及其区域代理商产品，预付部分货款或取得商品货权后支付全部货款，公司承担取得货权商品的存储、运输等全面风险，因此判断公司是主要责任人，适用总额法。

（4）补充披露境外业务客户结构、经营模式和结算方式等，说明是否与境内业务存在显著差异，境外业务毛利率较低的原因，公司对境外业务的风险防控措施。

公司回复：

①境外业务客户结构、经营模式和结算方式如下：

类别	主要市场	业务类型	客户结构	经营模式	结算方式
境外业务	东南亚、拉美、中东、非洲	自有品牌销售和非自有品牌	1.自有品牌：90%为当地的经销商或者批发商，10%为零售商。 2.非自有品牌：90%为当地的家电品牌商；10%为当地的渠道商。	1.自有品牌业务：1）寻找当地合作的经销商，由经销商再拓展本地的零售渠道和批发渠道，再销售给终端用户；2）本地化营销，组建当地团队，拓展本地批发商/零售商渠道，再销售给终端用户。 2.非自有品牌业务：寻找客户贴牌合作机会。	现汇及信用证
境内业务	/	自有品牌业务为主	自有内贸销售公司+区域代理商为主。	1.线下渠道：一二级市场，重点布局VIP渠道；三四级市场，代理渠道，下沉渗透； 2.线上渠道：平台门店直营； 3.大客户直销。	现汇、承兑汇票相结合

②境外业务毛利率较低的原因

海外市场竞争不断加剧，境外重要目标客户相对集中，且公司海外产品主要为国外客户代工生产，占比达到90%以上，离岸价结算，产品附加值相对低；自主品牌占比低，溢价能力弱，市场推广费用低；海外出口业务以FOB离岸价格销售为主，货物出口报关后的境外支出主要由客户承担，包括运输、市场推广、售后、品牌推广等费用。国内主要以自主品牌销售为主，公司承担全链条费用，国内费用率较海外费用率高的10个百分点。另外其他影响因素有：

销售市场：境外业务主要集中在东南亚、拉美、中东、非洲等区域，经济发展水平相对落后，客户对价格更敏感，要求更高。

产品定位：中高端产品占比不高，市场竞争激烈，毛利空间窄。

③境外业务的风险防控措施

A 严格客商资质审查，对重大采销或新客户做实地考察，确保客商信用等资质符合要求。

B 严控境外业务结算方式，对重大金额客户授信前通过第三方机构进行资信审查，优先使用前TT、预收款、信用证等结算方式；对赊销业务进行投保，转移赔偿应收坏账风险。

C 完善公司内部风险控制机制，对重大业务方案进行内部风险评估，定期跟踪相关业务风险；并设置专职法务，负责公司海外业务风险防控，确保业务流程合规风险可控。

D 进口业务优先采用信用证付款。

（5）补充披露近3年其他非主营业务收入的分类构成，说明公司从事相关业务的主要考虑。

公司回复：

公司近3年其他非主营业务收入的分类构成

类别	2022年	2023年	2024年
材料及配件销售	69,727.84	72,792.65	8,115.07
废品下脚料销售	4,375.20	3,867.74	3,806.14
租金收入	3,053.20	3,820.33	3,904.04
其他	3,140.85	4,194.95	6,691.77
合计	80,297.09	84,675.67	22,517.02

公司材料及配件销售业务近三年变化较大，开展材料及配件销售业务主要基于公司依托较强的国内供应链溢价能力，结合自身集中采购优势，进行部分材料和配件的采购及销售，提高公司整体盈利能力。随着国内市场竞争日益加剧，材料价格透明度越来越高，供求关系较之前发生变化，2024年起材料及配件销售业务大幅降低。后续公司将根据业务性质将此类业务在主营业务贸易类收入中列报。

公司年审会计师对上述问题（2）（3）的意见：

①公司2022－2023年年审会计师对上述问题（2）（3）的意见

基于我们为公司2022－2023年度财务报表整体发表审计意见所执行的审计工作及结合我们对公司向询函复核的核查，我们认为：公司回复披露按额的有关2022－2023年报涉及其他商品的经营模式、结算政策等信息在所有重大方面真实、准确；贸易收入确认及按需在所有重大方面符合《企业会计准则》的相关规定。

②公司2024年年审会计师对上述问题（2）（3）的意见

经核查，我们认为：

A 公司上述披露的2024年其他商品的产品及经营模式、结算政策等真实准确，披露的前五大客户、供应商情况中与财务报表相关的信息在所有重大方面一致。

B 就2024年度财务报表整体公允反映而言，公司2024年度其他商品收入会计处理在所有重大方面符合企业会计准则的相关规定。

问题二、关于应收账款。年报显示，公司2024年末应收账款账面余额23.18亿元，计提坏账准备757亿元，期末账面价值为15.61亿元，占总资产的19.75%。其中，按单项计提坏账准备的款项期末余额为6.86亿元，坏账计提比例96.94%；按组合计提坏账准备的款项包括账龄组合14.17亿元和工程类应收款项2.15亿元。公司对工程类应收款项的坏账计提比例为5.87%，其中合同收款期外款项1.32亿元，计提比例为8.28%。公司前期披露业绩预告更正公告，因新增对应收账款中存在回收风险的款项计提信用减值准备，导致较前期预告情况由盈转亏。请公司：

（1）补充披露按单项计提坏账准备的主要欠款方基本信息、是否为本期新增、前期交易内容及对应收入确认情况、约定账期及逾期情况、预计难以收回的具体时点及原因。请年审会计师发表意见。

公司回复：

公司对应收账款计提信用减值按照单项认定单项计提、账龄组合计提坏账准备。对单项应收账款预期未来现金流量有不利影响的一项或多项事件发生时，该应收账款作为已发生信用减值的应收账款，进行单项计提信用减值；对于其他不存在不利影响的应收账款，按组合计提信用减值。

公司按单项计提坏账准备的主要欠款方信息：

公司名称	账面余额（人民币）	坏账准备（人民币）	是否为本期新增	前期交易内容	已确认的收入	约定账期	逾期情况	预计难以收回的具体时点	原因
WINIA ELEC-TRONICS AMERICA, INC.	6,933.28	6,933.28	是	制冷电器	2019年－2023年期间合计收入5,899万美元	WINIA账期为离港90－120天	逾期	2025年4月	客户经营困难
天津鹏盛物流有限公司	5,306.44	3,202.62	部分为当期新增	制冷电器	2019年－2024年期间合计收入2.72亿元人民币	3个月	逾期	2023年12月	客户经营困难
山东天业恒基股份有限公司	1,564.20	1,564.20	否	制冷电器	2007年及以前年度业务，预计难以收回，已于2007年度全额计提坏账准备。				
新疆库尔勒市人民商场	1,393.28	1,393.28	否	制冷电器					
厦门商业集团华联商厦	902.83	902.83	否	制冷电器					

注：2024年公司结合天津鹏盛物流有限公司经营情况，对前期业务进行了核对及账务清理，做了部分账务调整，未有新业务发生。

（2）补充披露工程类应收款项的产生背景，前五名欠款方基本信息、交易内容及对应收入确认情况、约定账期及回款情况，说明工程类客户和账龄组合类客户的信用风险有无显著差异，上述组合划分的具体依据，以及对合同收款期外的工程类款项坏账准备计提的充分性。请年审会计师发表意见。

公司回复：

公司工程类业务主要为响应国家战略工程，参与相关地方政府“煤改电/气”工程投标，获得空调等取暖电器产品的销售业务。公司自2018年下半年开始陆续参与政府牵头的多个“煤改电/气”工程项目。

为减少冬季燃煤污染，改善空气质量，我国北方地区政府陆续推广“煤改电/气”工程，对传统以煤取暖的方式进行替代。早期以《京津冀及周边地区2017年大气污染防治工作方案》为纲领，各地方政府陆续开展“煤改电/气”工程项目。

序号	客户名称	应收款项余额	基本信息	交易内容	已确认收入（不含税）	约定账期	已回款金额
1	邹平市住房和城乡建设局	2,098.63	邹平市2021－2022年清洁取暖“煤改电”项目	空调	2,612.64	货物安装完成并验收合格后，支付合同总价款的35%；在2022年3月20日（采暖期结束）之后，支付至合同总价款的65%；在2022年11月15日（采暖季开始）之前，支付至合同总价款的70%；在2023年3月20日（采暖期结束）之后，支付至合同总价款的85%；剩余15%作为质保金在2024年3月20日（采暖期结束）之后30日内无息付清。	853.65
2	朔州市华朔新能源技术有限公司	1,758.44	朔州市华朔新能源技术有限公司2021年度冬季取暖低环境温度空气源热泵热风机采购项目	空调	3,232.83	本合同经甲乙双方签署后，乙方按照约定时间供货结束，经甲方收货后，按照实际发货数量，甲方支付乙方已发货产品全部货款总额的30%。（1）在产品运至交货地点且经甲方全部验收确认无误后，甲方应在2021年12月31日前支付至已发货全部货款总额的70%。（2）乙方供货结束，经甲方全部安装、调试完成，第一个取暖季结束后，乙方所供产品，没有质量问题。甲方应在2022年4月20日前，向乙方支付至已发货全部货款总额的95%。预留5%货款作为质保金，在2022年12月31日前，无质量问题，将剩余5%货款，一次性全部付清。	1,894.66
3	济河县教育和体育局	873.56	山东省德州市济河县中小学幼儿园空调采购	空调	796.96	采购合同签订生效并具备送货条件后5个工作日内支付预付款40%，验收合格后付50%，使用满一年后无息结清10%。	27.00
4	国网山东综合能源服务有限公司	753.26	济宁梁山县2020年冬季清洁取暖分散式电代煤采暖设备采购项目	空调	2,230.50	项目竣工验收合格后15日内支付30%，2020年采暖季后，2021年6月30日前支付35%，项目审计结束后三个月支付至95%，剩余5%质保金2023年12月30日前无息支付，具体支付时间以政府补贴资金到位为准。	1,767.21
5	鄂尔多斯市东胜区重和供热有限责任公司	680.47	东胜区城区散煤燃烧治理项目二标段	空调	1,282.36	合同签订后付用户款（设备合同价20%）；安装验收合格后付合同价的40%，第一个采暖期结束后付合同价的20%；第二个采暖期结束付合同价15%；预留5%作为质量保证金，质保期终个采暖期满后一次性无息付清。	768.59

公司工程类项目应收款项多为政府