证券代码:688683 证券简称:莱尔科技 公告编号:2026-050

广东莱尔新材料科技股份有限公司关于2025年年度报告的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、准确性和完整性依法承担法律责任。

重要内容提示:

原材料供应商集中度较高风险:2025年,公司前五大供应商采购额为4.61亿元,同比增长228.90%;占年度采购比重为71.15%,同比提高25.03%。公司第一大供应商神火新材,2025年采购占比为60.27%,为公司铝箔原材料核心供应商,存在一定的供应商集中度风险。随着公司涂碳铝箔业务的持续增长,公司对铝箔原材料的采购需求将持续提升,对神火新材的采购金额及合作依赖度存在进一步加深的趋势。若未来主要供应商出现产能受限、涨价、合作终止等情形,同时公司供应商多元化落地进度不及预期,无法及时补足供货缺口、分流采购份额,将可能导致原材料供货短缺、采购成本大幅上涨,进而对公司生产经营、盈利能力造成不利影响。

随着公司的产能扩张,公司存在产能消化风险:公司新能源电池集流体业务产能处于逐步扩张阶段,新能源电池集流体业务具有良好的市场前景,符合公司的发展规划。但新增产能的消化需要依托下游市场需求的增长以及公司产品市场份额的进一步提升。如若未来下游市场出现阶段性增速低于预期甚至下降,行业出现阶段性过剩、重大技术替代,下游客户需求偏好发生转变或出现其他重大不利变化,导致市场需求增长不及预期,而公司不能及时、有效采取应对措施,将使公司面临新增产能不能完全消化的风险,并进而影响公司的收益实现。

公司于近日收到上海证券交易所科创板公司管理部下发的《关于广东莱尔新材料科技股份有限公司2025年年度报告的信息披露问询函》(上证科创公函【2026】0239号,以下简称“《问询函》”),公司会同年审会计师中审众环会计师事务所(特殊普通合伙)(以下简称“会计师”)、持续督导机构世纪证券有限责任公司(以下称“世纪证券”“保荐机构”)针对问询函问题进行了认真讨论和充分核查,现就有关事项回复如下:

本回复中涉及2026年1季度数据均未经审计或审阅,若合计数与各分项数值相加之和或相乘在尾数上存在差异,均为四舍五入所致。本回复中使用的简称或名词释义与《广东莱尔新材料科技股份有限公司2025年年度报告》(以下简称“2025年年报”)一致。

基于商业敏感信息,根据相关法律法规及规范性文件,公司已履行相应信息豁免披露程序,对本回复中涉及商业秘密事项进行豁免披露处理。

1、关于收入增长与业务结构

(1)2025年,公司新能源电池集流体产品营收5.58亿元,同比增长508%,毛利率12%,同比增长6个百分点;功能胶膜类材料营收2亿元,同比减少7.08%,毛利率32%,同比增长5个百分点;功能胶膜类应用产品营收1.77亿元,同比减少12%,毛利率21%,同比减少6个百分点。公司整体销售毛利率19%,同比减少5个百分点。(2)2023年至2025年,公司第四季度收入占年度收入占比分别为26%、30%、33%。

请公司:(1)分产品说明前五大客户情况,包括销售内容、销售金额及占比、同比变化、销售模式、合作年限、是否为关联方、期末回款比例等,说明同比是否发生重大变化及其原因;(2)结合新能源电池集流体的市场需求规模、销售模式、采购模式、生产模式、定价依据、收入确认方式(总额法/净额法)及依据、收入确认时点等,补充说明新能源电池集流体产品营收显著增长的原因,量化分析相关产品毛利率较低的原因,与同行业可比公司情况是否一致;(3)说明功能胶膜类材料及功能胶膜类应用产品营收均下滑,且两类产品毛利率变动趋势变动不一致的原因及合理性;(4)结合各季度主要销售产品构成、定价调整、成本结构变化等因素,说明公司近三年第四季度收入集中度逐年升高的原因及合理性;结合当年12月及次年1月收入确认金额、确认依据以及期后退换货情况,说明年末确认收入的准确性。

回复:

一、公司说明

(一)分产品说明前五大客户情况,包括销售内容、销售金额及占比、同比变化、销售模式、合作年限、是否为关联方、期末回款比例等,说明同比是否发生重大变化及其原因

1、新能源电池集流体前五大客户销售情况

(1)2025年度前五大客户销售情况

单位:万元

排名	客户名称	销售内容	销售金额	其中:精切光箔销售金额	占同类产品收入比	2024年销售金额	2024年排名	销售模式	合作年限	是否为关联方	客户集团内主要交易主体的注册资本	期后回款比例(截止2026年5月31日)
1	客户一	新能源涂碳箔	16,177.87	–	29.02%	1,080.40	3	直销	2024年至今	否	100,000.00	95.13%
2	客户二	精切光箔、新能源涂碳箔	15,117.78	10,373.78	27.11%	–	–	直销	2025年至今	否	255,442.11	100.00%
3	客户三	新能源涂碳箔	8,135.72	–	14.59%	231.66	10	直销	2024年至今	否	50,001.00	99.34%
4	客户四	新能源涂碳箔	5,497.57	–	9.86%	2,794.08	1	直销	2021年至今	否	56,000.00	94.70%
5	客户五	新能源涂碳箔	3,628.53	–	6.51%	1,174.92	2	直销	2023年至今	否	63,990.83	100.00%
合计		—	48,557.46	10,373.78	87.09%	5,281.06	—	—	—	—	—	—

注1:上述客户为合并口径统计;

注2:2024年销售金额及2024年排名为该客户在2024年度情况;

注3:客户集团内主要交易主体的注册资本为客户集团内销售占比最高的法人主体的注册资本。

(2)2024年度前五大客户销售情况

单位:万元

排名	客户名称	销售内容	销售金额	其中:精切光箔销售金额	占同类产品收入比	2025年销售金额	2025年排名	销售模式	合作年限	是否为关联方	客户集团内主要交易主体的注册资本	期后回款比例(截止2026年5月31日)
1	客户四	新能源涂碳箔	2,794.08	–	30.46%	5,497.57	4	直销	2021年至今	否	56,000.00	100.00%
2	客户五	新能源涂碳箔	1,174.92	–	12.81%	3,628.53	5	直销	2023年至今	否	10,000.00	100.00%
3	客户一	新能源涂碳箔	1,080.40	–	11.78%	16,177.87	1	直销	2024年至今	否	100,000.00	100.00%
4	客户六	新能源涂碳箔	965.68	–	10.53%	109.96	13	直销	2018年至今	否	30,000.00	92.16%
5	客户七	精切光箔、新能源涂碳箔	943.96	678.58	10.29%	–	–	直销	2024年至今	否	3,000.00	100.00%
合计		—	6,959.04	678.58	75.87%	25,413.93	—	—	—	—	—	—

注1:上述客户为合并口径统计;

注2:2025年销售金额及2025年排名为该客户在2025年度情况;

注3:客户集团内主要交易主体的注册资本为客户集团内销售占比最高的法人主体的注册资本。

(3)新能源电池集流体2025年度前五大客户中同比是否发生重大变化及其原因

2024年度,2025年度新能源电池集流体前五大客户的销售模式均为直销模式,均不属于公司的关联方。2025年度此类产品前五大客户的期末整体回款情况良好,其中截止2026年5月31日客户六2024年期末回款比例为92.16%,系因该客户资金状况紧张,导致部分款项逾期未收回,2025年12月31日公司对该客户应收账款余额为411.20万元,已按照账龄组合计提坏账准备75.02万元。2025年度此类产品前五大客户中,客户一、客户四、客户五同样为2024年度公司此类产品前五大客户,客户二、客户三为新进前五大客户,客户二为2025年度新增客户,客户三为2024年度此类产品第十大客户;客户六、客户七为2024年度前五大客户,2025年度未进入前五大客户,客户六2025年度为此类产品第十三大客户,公司2025年度与客户七无交易。前五大客户变动系2025年新能源电池集流体产能陆续释放,公司紧抓市场机遇,积极拓展业务,取得优质客户大量订单需求引起。2025年度此类产品前五大客户销售金额合计48,557.46万元,占同类产品收入比87.09%,2024年度此类产品前五大客户销售金额合计6,959.04万元,占同类产品收入比75.87%,前五大客户合计销售金额较上期增加41,598.42万元,占同类产品收入比增加11.22个百分点,前五大客户销售金额同比大幅上升主要系因2025年度公司新能源电池集流体产能逐步释放,大客户采购规模稳步提升,推动前五大客户收入同比增长;前五大客户销售占比同比未发生重大变化。

2、功能胶膜类材料前五大客户销售情况

(1)2025年度前五大客户销售情况

单位:万元

排名	客户名称	销售内容	销售金额	占同类产品收入比	2024年销售金额	2024年排名	销售模式	合作年限	是否为关联方	客户集团内主要交易主体的注册资本	期后回款比例(截止2026年5月31日)
1	客户八	功能胶膜类材料	1,848.81	9.22%	1,468.23	1	直销	2023年至今	否	1,800.00	97.08%
2	客户九	功能胶膜类材料	1,000.31	4.99%	542.41	13	直销	2021年至今	否	2,786.45	100.00%
3	客户十	功能胶膜类材料	952.27	4.75%	1,001.24	4	直销	2021年至今	否	–	100.00%
4	客户十一	功能胶膜类材料	736.28	3.67%	668.55	10	直销	2012年至今	否	13,000.00	100.00%
5	客户十二	功能胶膜类材料	731.46	3.65%	932.55	5	直销	2018年至今	否	1,400万美元	90.26%
合计		—	5,269.12	26.28%	4,612.97	—	—	—	—	—	—	97.27%

注1:上述客户为合并口径统计;

注2:2024年销售金额及2024年排名为该客户在2024年度情况;

注3:客户集团内主要交易主体的注册资本为客户集团内销售占比最高的法人主体的注册资本;客户十注册资本无公开信息可查。

(2)2024年度前五大客户销售情况

单位:万元

排名	客户名称	销售内容	销售金额	占同类产品收入比	2025年销售金额	2025年排名	销售模式	合作年限	是否为关联方	客户集团内主要交易主体的注册资本	期后回款比例(截止2026年5月31日)
1	客户八	功能胶膜类材料	1,468.23	6.80%	1,848.81	1	直销	2023年至今	否	1,800.00	100.00%
2	客户十三	功能胶膜类材料	1,227.85	5.69%	632.99	8	直销	2022年至今	否	1,900万美元	100.00%
3	客户十四	功能胶膜类材料	1,037.77	4.81%	-19.50	—	直销	2020年至今	否	82,611.26	100.00%
4	客户十	功能胶膜类材料	1,001.24	4.64%	952.27	3	直销	2021年至今	否	–	100.00%
5	客户十二	功能胶膜类材料	932.55	4.32%	731.46	5	直销	2018年至今	否	1,400万美元	100.00%
合计		—	5,667.64	26.27%	4,146.02	—	—	—	—	—	100.00%

注1:上述客户为合并口径统计;

注2:2025年销售金额及2025年排名为该客户在2025年度情况;

注3:客户集团内主要交易主体的注册资本为客户集团内销售占比最高的法人主体的注册资本。

(3)功能胶膜类材料前五大客户同比是否发生重大变化及其原因

2025年度公司功能胶膜类材料前五大客户销售金额合计5,269.12万元,占同类产品收入比26.28%,2024年度此类产品前五大客户销售金额合计5,667.64万元,占同类产品收入比26.27%,前五大客户合计销售金额及收入占比同比未发生重大变化。2025年度此类产品前五大客户的期末整体回款情况良好。2024年度、2025年度此类产品前五大客户的销售模式均为直销模式,均不属于公司的关联方。2025年此类产品前五大客户中,客户八、客户十、客户十二同样为2024年度公司此类产品前五大客户,客户九、客户十一为新进前五大客户,客户九为2024年度此类产品第十三大客户,客户十一为2024年此类产品第十大客户;客户十三、客户十四为2024年度前五大客户,2025年度未进入前五大客户,客户十三为2025年度此类产品第八大客户,公司2025年度与客户十四无交易。此类产品前五大客户变动由公司客户需求变化及主动调整产品结构所致。

3、功能胶膜类应用产品前五大客户销售情况

(1)2025年度前五大客户销售情况

单位:万元

排名	客户名称	销售内容	销售金额	占同类产品收入比	2024年销售金额	2024年排名	销售模式	合作年限	是否为关联方	客户集团内主要交易主体的注册资本	期后回款比例(截止2026年5月31日)
1	客户十五	功能胶膜类应用产品	4,293.47	24.21%	2,719.33	2	直销	2011年至今	否	130,497.23	100.00%
2	客户十六	功能胶膜类应用产品	2,780.58	15.68%	3,364.97	1	直销	2012年至今	否	1,045,000.28万泰珠	87.03%
3	客户十七	功能胶膜类应用产品	1,035.55	5.84%	893.79	7	直销	2019年至今	否	7,185万美元	99.65%
4	客户十八	功能胶膜类应用产品	860.53	4.85%	924.93	6	直销	2011年至今	否	3,600.00	100.00%
5	客户十九	功能胶膜类应用产品	819.87	4.62%	843.84	8	直销	2011年至今	否	3,200万美元	95.90%
合计		—	9,789.99	55.20%	8,746.85	—	—	—	—	—	95.64%

注1:上述客户为合并口径统计;

注2:2024年销售金额及2024年排名为该客户在2024年度情况;

注3:客户集团内主要交易主体的注册资本为客户集团内销售占比最高的法人主体的注册资本。

(2)2024年度前五大客户销售情况

单位:万元

排名	客户名称	销售内容	销售金额	占同类产品收入比	2025年销售金额	2025年排名	销售模式	合作年限	是否为关联方	客户集团内主要交易主体的注册资本	期后回款比例(截止2026年5月31日)
1	客户十六	功能胶膜类应用产品	3,364.97	16.64%	2,780.58	2	直销	2012年至今	否	1,045,000.28万泰珠	100.00%
2	客户十五	功能胶膜类应用产品	2,719.33	13.44%	4,293.47	1	直销	2011年至今	否	130,497.23	100.00%
3	客户二十	功能胶膜类应用产品	1,420.95	7.03%	703.60	7	直销	2021年至今	否	5,000.00	100.00%
4	客户二十一	功能胶膜类应用产品	1,315.36	6.50%	440.36	8	直销	2011年至今	否	10,000万美元	100.00%
5	客户二十二	功能胶膜类应用产品	1,051.52	5.20%	732.91	6	直销	2024年至今	否	5,000.00	100.00%
合计		—	9,872.14	48.81%	8,950.92	—	—	—	—	—	—

注1:上述客户为合并口径统计;

注2:2025年销售金额及2025年排名为该客户在2025年度情况;

注3:客户集团内主要交易主体的注册资本为客户集团内销售占比最高的法人主体的注册资本。

(3)功能胶膜类应用产品前五大客户同比是否发生重大变化及其原因

2025年度公司功能胶膜类应用产品前五大客户销售金额合计9,789.99万元,占同类产品收入比55.20%,2024年度此类产品前五大客户销售金额合计9,872.14万元,占同类产品收入比48.81%,前五大客户合计销售金额及收入占比同比未发生重大变化。2025年度此类产品前五大客户的期末整体回款情况良好,其中截止2026年5月31日客户十六2025年期末回款比例为87.03%,系因客户原因未及时安排付款,该客户已于2026年6月10日支付全部货款,2025年12月31日公司对该客户应收账款余额为991.52万元,已按照账龄组合计提坏账准备24.99万元。2024年度、2025年度此类产品前五大客户的销售模式均为直销模式,均不属于公司的关联方。2025年度此类产品前五大客户中,客户十五、客户十六同样为2024年公司此类产品前五大客户,客户十七、客户十八、客户十九为新进前五大客户,客户十七为2024年度此类产品第七大客户,客户十八为2024年度此类产品第六大客户,客户十九为2024年度此类产品第八大客户;客户二十、客户二十一、客户二十二为2024年度前五大客户,2025年度未进入前五大客户,客户二十为2025年度此类产品第七大客户,客户二十一为2025年度此类产品第八大客户,客户二十二为2025年度此类产品第六大客户。此类产品前五大客户变动原因由客户需求变化引起。

综上,受业务拓展、客户需求变化、主动调整产品结构等多重因素影响的情况下,2025年度公司新能源电池集流体产品、功能胶膜类材料、功能胶膜类应用产品前五大客户未发生重大变化。

(二)结合新能源电池集流体的市场需求规模、销售模式、采购模式、生产模式、定价依据、收入确认方式(总额法/净额法)及依据、收入确认时点等,补充说明新能源电池集流体产品营收显著增长的原因,量化分析相关产品毛利率较低的原因,与同行业可比公司情况是否一致

1、新能源电池集流体的市场需求规模、销售模式、采购模式、生产模式、定价依据、收入确认方式(总额法/净额法)及依据、收入确认时点

(1)新能源电池集流体的市场需求规模

公司新能源电池集流体产品主要为涂碳铝箔,下游运用领域主要为新能源电池。2025年,新能源电池市场保持持续增长态势,根据中国汽车动力电池产业创新联盟数据,2025年,中国动力和储能电池累计销量为1,700.5GWh,同比增长63.6%。其中,动力电池累计销量为1,200.9GWh,占总销量70.6%,同比增长51.8%;储能电池累计销量为499.6GWh,占总销量29.4%,同比增长101.3%。

公司新能源电池集流体产品主要为涂碳铝箔,是将分散好的纳米导电石墨和碳包覆粒,均匀、细腻地涂覆在箔材上,可应用于锂离子动力、储能电池等。涂碳铝箔可以大幅降低电池内阻、提升循环过程中的动态内阻增幅,显著提高活性物质与集流体的粘附力,提高能量密度,提高倍率性能、提高一致性、延长电池循环寿命,提高电池的整体性能。

鉴于涂碳铝箔相对铝箔的性能优势,新能源电池行业主要将涂碳铝箔应用于磷酸铁锂电池中,以提升磷酸铁锂电池的能量密度和倍率性能。根据相关数据,测算中国涂碳铝箔的市场需求情况如下:

项目		动力电池	储能电池	数据来源
2025年中国锂电池出货量(GWh)		1,200.90	499.60	中国汽车动力电池产业创新联盟
其中:磷酸铁锂电池出货量(GWh)	a	875.30	499.50	中国汽车动力电池产业创新联盟
2030年中国锂电池出货量(GWh)	b	2,070.00	1,380.00	EVTank
中国磷酸铁锂电池出货量占比	c	74.20%	100.00%	注1
2030年中国磷酸铁锂电池需求(GWh)	d=b*c	1,535.94	1,380.00	——
其中:新增出货量(GWh)	e=d-a	660.64	880.50	——
2030年中国磷酸铁锂电池需求合计	f=d1+d2	2,915.94		——
涂碳铝箔渗透率	g	75%		注2
磷酸铁锂电池涂碳铝箔单耗(吨/GWh)	h	350.00		注3
2030年中国磷酸铁锂电池对涂碳铝箔的总产能需求(万吨)	i=f*g*h	76.54		——
其中:新增需求(万吨)	j=e*g*h	40.45		——

注1:根据中国汽车动力电池产业创新联盟2026年4月数据,动力电池出货量中,磷酸铁锂占74.20%,储能电池出货量中,磷酸铁锂占100.00%;

注2:根据中金企信国际咨询发布的报告,磷酸铁锂电池为涂碳箔主要应用场景,渗透率超75%。涂碳层可解决铁锂材料导电性差、低温性能弱等问题;

注3:根据中金企信国际咨询发布的报告,每GWh磷酸铁锂电池需涂碳铝箔400-600吨,公司根据谨慎预计每GWh磷酸铁锂电池涂碳铝箔单耗为350吨。

由上表可知,预计到2030年,中国磷酸铁锂电池对涂碳铝箔的总产能需求将达76.54万吨,新增需求将达到40.45万吨,具有较大的市场空间。

(2)销售模式

公司新能源电池集流体产品以直销为主。直销模式主要以品牌知名度较高的客户为主,如欣旺达、正力新能、吉利集团、楚能新能源、清陶动力、天能集团等客户。采用直销模式,公司能够全方位、及时准确地了解客户需求点和产品技术要求,与客户建立长期稳定的合作关系,以及在技术、方案、产品等多层面的交流。

公司致力于成为行业内的优质供应商,为行业提供优质新材料。报告期内,公司以客户为中心,强化大客户服务与管理,通过定制的客户解决方案和完善的服务,以更贴近大客户需求的方式,集中资源、优化流程,加速大客户业务推进,满足大客户个性化、定制化需求。

(3)采购模式

公司新能源电池集流体业务主要原材料包括铝箔及浆料等,核心原料为铝箔。公司采用以销定产模式,在确定订单后,根据实际情况有计划地精准采购。公司采购部负责产品生产所需原材料、日常损耗料,公司及各子公司之间的采购也严格按对外业务的流程标准执行;采购部根据生产计划/物料需求计划,结合物料安全库存量和预计到货时间制定采购计划,经审批后,向供应商发送传真或邮件进行采购询价,收货入库后安排付款。公司按照ISO9001质量管理体系的要求建立采购控制程序和采购作业规范,按询价、比价、议价的制度实施采购作业。

公司在供应商管理方面严格执行动态评估程序,新供应商经过评定和小批量业务合作后,进入合格供应商名单;公司会定期对供应商的交期、协调和品管等事项进行评分,确保供应商的服务质量。

(4)生产模式

公司新能源电池集流体主要产品为新能源涂碳箔,是将分散好的纳米导电石墨和碳包覆粒,均匀、细腻地涂覆在箔材上,可应用于锂离子动力、储能电池等,生产环节如下:

公司根据订单制定生产计划,组织生产。生产部根据产品订单以及评审要求,按照相应的工艺流程作业指导书及实物样版开始生产。生产过程中,严格执行《产品标识和可追溯性控制程序》,对所有物料、中间品、成品做好标识相应的记录,对产品符合性形成的全过程实施控制,确保产品符合要求。同时,生产部和技术工程部根据产品工艺特点,加强工艺方法的试验总结经验,不断改进产品质量,进行工艺创新。

(5)定价依据

公司与客户主要采用世铝网(https://market.cnal.com/)“上海期货”铝锭月均价+加工费的计价模式,加工费以产品实际生产成本为基础,根据公司其他原材料、涂布工序、耗材、人工、市场供需与客户议价情况等多方面因素确定。

(6)收入确认方式(总额法/净额法)及依据、收入确认时点

公司新能源电池集流体业务按照总额法确认收入,具体依据如下:

①企业准则相关规定

《企业会计准则第14号—收入》(2017年修订)第三十四条规定:“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,来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。

企业向客户转让商品前能够控制该商品的情形包括:A、企业自第三方取得商品或其他资产控制权后,再转让给客户;B、企业能够主导第三方代表本企业向客户提供服务;C、企业自第三方取得商品控制权后,通过提供重大的服务将该商品与其他商品整合成某组合产出转让给客户。

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,这些事实和情况包括:A、企业承担向客户转让商品的主要责任;B、企业在转让商品之前或之后承担了该商品的存货风险;C、企业有权自主决定所交易商品的价格;D、其他相关事实和情况。

②公司具体情况

A、企业有权自主决定所交易商品的价格,承担商品价格波动风险

根据公司的定价政策,公司根据铝锭基准价、客户对产品规格要求及双方自身情况,自主定价,不存在最终客户指定供应商并以采购成本加成方式确定价格的情形,公司承担了商品价格的波动风险,承担了交易过程的风险和收益。

B、公司采购和销售相互独立,公司承担向客户转让商品的主要责任

公司从供应商采购主要原材料铝箔及其他材料后,相关货物所有权、控制权、处置权自供应商将货物交付给公司时起转移至公司,经过一定的生产流程后由公司独立对外销售,交易过程中的风险和责任主体划分明确,公司承担向客户转让商品的主要责任。

公司新能源电池集流体业务收入确认原则及收入确认时点如下:A.合同未约定验收或未明确约定验收期的,公司于产品移交给客户并签收后确认收入;B.合同约定需由客户验收且有明确验收期的,公司于产品移交给客户并验收合格后确认收入。

③同行业可比公司的具体情况

其他采用“原材料价格+加工费”作为定价基准的上市公司,亦采取总额法确认收入,根据《关于广东嘉元科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的第二轮审核问询函的回复》披露的内容如下:

“铜价+加工费”的销售定价方式是否导致公司不具有产品完整定价权,分析收入确认应采用总额法还是净额法,与同行业公司是否存在差异。

发行人对产品具有完整的定价权,并采用总额法确认收入,具体原因如下:

1、公司对产品有完整的定价权发行人采购原材料时,供应商不对原材料进行后续管理和核算,发行人已取得原材料的的控制权。销售商品主要根据市场行情协商定价,“铜价+加工费”的销售定价方式主要是由于铜材料成本占到公司成本较高,为规避铜材料价格大幅波动而采取的定价策略,公司具有完整的销售定价权。

2、公司对产品负主要责任公司负责电解铜箔的研发、生产以及销售。公司对所生产的产品的功能实现以及与物权相关风险负责。公司是采购以及销售交易的一方,并直接承担交易的后果和销售形成的应收账款信用风险;并非仅仅收取加工费,而不承担采购及销售交易的后果。

3、公司承担价格风险在该项交易中,公司需要承担原材料以及销售价格变动的风险。公司并非从该项交易中取得固定收益。原材料以及销售价格的变动均会导致公司盈利水平的变化。

同行业上市公司诺德股份、超华科技的铜箔产品均采用总额法进行收入确认。其他采用“原材料价格+加工费”作为定价基准的上市公司,如和胜股份(002824.SZ)、福蓉科技(603327.SH)的自产产品,亦采取总额法确认收入。”

综上所述,公司新能源电池集流体业务按照总额法确认收入、收入确认时点符合会计准则的规定。

2、说明新能源电池集流体产品营收显著增长的原因

(1)新能源电池市场景气度高,下游市场需求旺盛

动力电池方面,新能源车销量增长带动动力电池需求持续攀升。根据乘联会数据,2025年全年我国新能源乘用车销量为1,280.9万台,同比增长17.6%,渗透率达53.9%。SNE Research数据显示,2025年全球新能源汽车销量2,147.0万辆,同比增长21.5%,全球动力电池使用量达1,187GWh,同比增长31.7%。根据起点研究院预测,预计2030年全球动力电池出货量将实现3,298GWh,五年复合增长率达到21%。

储能电池方面,2025年全球储能行业延续高速增长态势。根据SNE Research数据,2025年全球储能电池出货量达550GWh,同比增长79%。当前,储能行业增长动力正由过去单一的“新能源消纳”驱动,转变为“AI算力基建+能源转型刚需+电网阻塞”三重驱动的新阶段。随着AI算力需求增长,数据中心备用电源需求快速攀升,储能作为保障算力基础设施稳定运行的关键环节,迎来全新增长极。起点研究预计2030年全球储能电池出货量将达到1,800GWh,五年复合增长率约23.1%。GGII预计,2027年全球数据中心储能锂电池出货量将突破69GWh,到2030年增长至300GWh,2024-2030年复合增长率超过80%。作为储能电池的核心材料,涂碳箔通过降低电池内阻、提升倍率性能与循环寿命,可显著增强储能电池的安全性与长期可靠性。公司涂碳箔产品已广泛应用于电网储能、工商业储能、家庭储能等领域,凭借扎实的技术积累与规模化生产能力,持续受益于储能行业的高速发展。

新能源锂电池产业市场空间持续增长,为新能源电池集流体产品带来更广阔的市场空间。

(2)公司有充足的客户基础,客户认可度较高

对于新能源电池行业来讲,电池厂对集流体的认证周期较长、技术壁垒高、资金门槛高。公司通过工艺技术与品质稳定的优势,已经与欣旺达、正力新能、吉利集团、楚能新能源、清陶动力、天能集团等锂电客户建立了稳定的合作关系,并凭借优良的质量,持续的技术开发能力与服务能力,树立了良好的市场口碑与客户认可度。此外,公司还建立了面向大客户的售前、售中、售后服务体系。得益于较高的客户认可度,通过业务的稳步发展,公司2025年实现了收入的大幅增长。

(3)多基地产能有序落地,投产放量驱动营收高增

受益锂电行业高景气,公司顺势推进产能扩张。随着河南莱尔正式投产,公司目前已拥有佛山大为、河南莱尔两大新能源电池集流体生产基地,其中涂碳箔产能由2023年的3,210.00吨增加至2025年的13,950.00吨。在下游需求旺盛、订单充裕环境下,2025年公司涂碳箔产能利用率达89.74%,现有产能已得到充分释放,产品出货量快速提升,销量由2023年1,542.78吨增加至2025年12,065.70吨,复合增长率179.66%,直接带动公司营业收入大幅增长,由2023年7,408.69万元增加至2025年44,988.31万元,复合增长率146.42%。

综上所述,公司紧抓新能源电池行业的持续高景气度市场,积极探索、加深与客户的合作关系,产能已完全释放,实现了新能源电池业务收入的显著增长。

3、量化分析相关产品毛利率较低的原因,与同行业可比公司情况是否一致

2025年度,公司新能源电池集流体业务毛利率为11.73%,毛利率较低,主要原因如下:

(1)公司新能源电池集流体业务包含新能源涂碳箔业务和精切光箔业务,精切光箔业务毛利率较低,2025年度,公司新能源电池集流体业务主要构成情况如下:

单位:万元

年份	项目	营业收入	营业成本	毛利率
2025年度	新能源涂碳箔	44,988.31	39,023.22	13.26%
	精切光箔	10,768.59	10,194.54	5.33%
	合计	55,756.90	49,217.75	11.73%
2024年度	新能源涂碳箔	8,059.82	7,574.87	6.02%
	精切光箔	1,112.34	1,085.88	2.38%
	合计	9,172.16	8,660.75	5.58%

2025年度,公司精切光箔业务的主要客户为客户二,公司开展精切光箔业务主要系为了充分利用公司的分切产能,加深与客户二的合作关系,该业务主要涉及分切、清洗,不涉及涂碳工艺,导致毛利率较低,拉低了公司整体新能源电池集流体业务的毛利率水平。

公司精切光箔业务主要为向客户销售精切后的光铝箔,开展精切光箔的业务流程如下:

业务流程	具体情况
采购流程	与涂碳箔一致,原材料为铝箔母卷
生产流程	公司根据订单制定生产计划,组织生产。生产部根据产品订单以及评审要求,按照相应的工艺流程作业指导书及实物样板开始生产。 公司精切光箔业务生产流程为来料检验→分切→复卷→清洗→检验→包装→出货
销售流程	与涂碳箔一致

公司精切光箔业务在采购、销售流程上与新能源涂碳箔业务一致,保持了对铝箔的控制权与产品的定价权。生产流程上,公司需要对铝箔进行分切、复卷、清洗、检验、包装等,与新能源涂碳箔业务相比缺少涂碳工艺。

公司精切光箔业务年销售额10万元以上的客户情况如下:

单位:万元、%

序号	集团客户名称	2025年度		2024年度	
		销售金额	占比	销售金额	占比
1	客户二	10,373.78	96.33	–	–
2	客户二十四	315.43	2.93	93.16	8.38
3	客户二十五	54.98	0.51	–	–
4	客户二十六	35.09	0.33	1.02	0.09
5	客户二十七	-33.06	-0.31	237.62	21.36
6	客户七	–	–	678.58	61.00
7	客户二十八	–	–	73.82	6.64
8	客户二十九	–	–	11.21	1.01
小计		10,746.22	99.79	1,095.41	98.48

注:客户二十七2025年度销售金额-33.06万元,系退货。

如上表所示,2024年、2025年,销售额10万元以上的精切光箔客户收入合计占比分别为98.48%和99.79%,另有客户向公司少量零星采购精切光箔,占比微小。

公司精切光箔业务采购的原材料为铝箔母卷,同时,铝箔母卷也是公司涂碳箔自用的原材料,采购的母卷不存在实质差异,无法区分用于生产精切光箔外销或自用生产涂碳箔,公司采购铝箔母卷的供应商情况如下:

单位:万元、%

供应商名称	2025年度		2024年度	
	采购金额	占比	采购金额	占比
神火新材及其子公司	18,409.86	98.60	5,151.14	100.00
供应商二	253.04	1.36	–	–
供应商三十五	2.22	0.01	–	–
供应商三十六	5.56	0.03	–	–
合计	18,670.68	100.00	5,151.14	100.00

综上,公司独立采购铝箔母卷,加工成精切光箔后部分自用、部分直接对外销售,不存在委托加工或客户/供应商指定情形。

公司有权自主决定所交易商品的价格,承担商品价格波动风险。公司采购和销售相互独立,公司承担向客户转让商品的主要责任。公司精切光箔业务采用总额法确认收入符合会计准则的规定。

(2)2025年度,公司新能源涂碳箔业务毛利率为13.26%,2025年度公司新能源涂碳箔业务的毛利率情况如下:

项目	2025年度	2024年度
营业收入(万元)	44,988.31	8,059.82
营业成本(万元)	39,023.22	7,574.87
销量(万kg)	1,206.57	212.30
毛利率	13.26%	6.02%
销售单价(元/kg)	/	/
单位成本(元/kg)	/	/
其中:单位材料成本(元/kg)	/	/
单位人工成本(元/kg)	/	/
单位制造费用(元/kg)	/	/
单位履约成本(元/kg)	/	/

注:上述销售单价、单位成本及相关分析已申请豁免披露。

公司的销售单价定价方式主要采用铝锭基准价+加工费的定价模式,销售价格与铝锭价格直接挂钩,且受铝锭价格影响较大。

因此,针对新能源涂碳箔业务,公司承担了原材料铝箔采购的价格波动风险,按总额法进行核算,毛利主要来源于涂碳环节的加工费,导致新能源涂碳箔的毛利率较低,符合公司的实际情况,具有一定的合理性。

2025年度,公司新