证券代码:688106　证券简称:金宏气体　公告编号:2026-049

金宏气体股份有限公司
股票交易异常波动暨风险提示公告

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、准确性和完整性依法承担法律责任。

重要内容提示:

- 金宏气体股份有限公司(以下简称“公司”)股票连续3个交易日内(2026年6月29日、2026年6月30日、2026年7月1日)收盘价格涨幅偏离值累计达到30%,根据《上海证券交易所交易规则》《上海证券交易所科创板股票异常交易实时监控细则》的有关规定,属于股票交易异常波动情形。
- 公司最近一年及一期的业绩情况如下,2025年年度营业收入277,657.70万元,同比上升9.95%,归属于上市公司股东的净利润13,192.47万元,同比下降34.44%;2026年第一季度营业收入66,313.88万元,同比上升6.53%,归属于上市公司股东的净利润486.91万元,同比下降88.93%。提请投资者注意公司经营利润下降风险,理性投资。
- 截至2026年7月1日,公司股票收盘价为49.78元/股,滚动市盈率为287.22倍。根据中证指数有限公司发布的截至2026年7月1日的市盈率数据,公司所属中上协行业分类“C26 化学原料和化学制品制造业”对应的行业最近1个月平均滚动市盈率为27.68倍。公司市盈率显著高于行业平均水平,敬请广大投资者理性决策,审慎投资,注意交易风险。
- 经公司自查并向公司控股股东、实际控制人核实,截至本公告披露日,除在指定媒体上已公开披露的信息外,公司不存在应披露而未披露的重大信息,公司目前内部生产经营活动正常,未发生重大变化。
- 公司股价短期波动幅度较大,敬请广大投资者理性决策,审慎投资,注意交易风险。

一、股票交易异常波动的具体情况

公司股票连续3个交易日内(2026年6月29日、2026年6月30日、2026年7月1日)收盘价格涨幅偏离值累计达到30%,根据《上海证券交易所交易规则》《上海证券交易所科创板股票异常交易实时监控细则》的有关规定,属于股票交易异常波动情形。

二、上市公司关注并核实的相关情况

1、公司已于2026年3月28日披露《金宏气体股份有限公司2025年年度报告》。2025年年度,公司实现营业总收入277,657.70万元,同比上升9.95%;实现归属于上市公司股东的净利润13,192.47万元,同比下降34.44%;实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润11,759.31万元,同比下降24.43%。提请投资者注意公司2025年年度经营利润下降风险,理性投资。

公司已于2026年4月30日披露《金宏气体股份有限公司2026年第一季度报告》。2026年第一季度,公司实现营业总收入66,313.88万元,同比上升6.53%;实现归属于上市公司股东的净利润486.91万元,同比下降88.93%;实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润222.61万元,同比下降92.39%。提请投资者注意公司2026年第一季度经营利润下降风险,理性投资。

2、经公司自查核实,依据俄罗斯联邦政府相关法令,氦气已被列入专项管控商品清单。根据清单要求,氦气出口至欧亚经济联盟境外区域,需取得俄罗斯联邦高级别政府官员出具的专项出口许可。目前公司按月提交该许可申请,但审批结果存在不确定性。若后续相关出口管控政策未有松动,或公司未能顺利取得专项许可及配套通关文件,公司或将面临氦气原料供应受限、生产计划调整、采购成本大幅上涨等情形,进而对公司经营业绩产生不利影响。受政策落地执行、审批周期等多重不确定因素影响,现阶段暂无法精准预判该事项的影响持续时长。公司将持续密切跟踪境外相关政策变化与许可审批进度,及时评估潜在影响。为对冲供应端风险,公司同步推进多项保供举措:持续开拓多元化氦气采购渠道、稳步加快新疆BOG提氦项目建设,同时依托氦气储罐高效周转运营优势,持续提升氦气自主供应保障能力。特此提请广大投资者充分关注投资风险,理性审慎决策。

3、公司关注到市场出现关于氦气产品价格调整的传闻,经公司核实,截至目前,氦气相关产品销售价格距高位已经有明显下降的趋势,产品价格受地缘政治、全球供应、原材料价格等多重因素影响波动较大,其波动具有不确定性,未来价格仍存在回落的可能。2026年第一季度,公司氦气产品的销售收入占公司营业收入的比例为7.42%。提请投资者理性看待相关市场传闻,勿过度放大单一产品价格波动对公司业绩的影响。

同时,公司关注到近期市场出现高纯二氧化碳短缺及价格上涨的传闻,经公司核实,截至目前,公司高纯二氧化碳产品主要供应国内半导体企业,无海外出口。2026年一季度,公司高纯二氧化碳产品销售收入占公司营业收入的比例为0.79%,占公司总体营收比例较小。提请投资者理性看待相关市场传闻,勿过度放大单一产品价格波动对公司业绩的影响。

4、经公司自查并向公司控股股东、实际控制人函证核实:截至本公告披露日,除了在指定媒体上已公开披露的信息外,不存在影响公司股票交易价格异常波动的重大事宜;不存在其他涉及本公司应披露而未披露的重大信息,包括但不限于重大资产重组、发行股份、上市公司收购、债务重组、业务重组、资产剥离、资产注入、股份回购、股权激励、破产重组、重大业务合作、引进战略投资者等重大事项。

5、经核实,公司未发现其他有可能对公司股价产生较大影响的重大事件,公司控股股东及实际控制人、董事、高级管理人员在公司本次股票交易异常波动期间不存在买卖公司股票的情况。

三、董事会声明及相关方承诺

公司董事会确认,截至本公告披露日,除已按规定披露的事项外,公司没有任何根据《上海证券交易所科创板股票上市规则》(以下简称“《科创板上市规则》”)等有关规定应披露而未披露的事项或与该等事项有关的筹划和意向,董事会也未获悉根据《科创板上市规则》等有关规定应披露而未披露的、对本公司股票交易价格可能产生较大影响的信息。

四、相关风险提示

1、公司二级市场股价近三个交易日涨幅偏离值累计超过30%。公司股价短期波动幅度较大,敬请广大投资者理性决策,审慎投资,注意交易风险。

2、2025年年度,公司归属于上市公司股东的净利润13,192.47万元,同比下降34.44%;2026年第一季度,公司归属于上市公司股东的净利润486.91万元,同比下降88.93%。提请投资者注意公司经营利润下降风险,理性投资。

3、截至2026年7月1日,公司股票收盘价为49.78元/股,滚动市盈率为287.22倍。根据中证指数有限公司发布的截至2026年7月1日的市盈率数据,公司所属中上协行业分类“C26 化学原料和化学制品制造业”对应的行业最近1个月平均滚动市盈率为27.68倍。公司市盈率显著高于行业平均水平,敬请广大投资者理性决策,审慎投资,注意交易风险。

4、公司董事会郑重提醒广大投资者:公司指定信息披露媒体为上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)、《中国证券报》《上海证券报》《证券时报》,公司所有信息披露均以上述媒体刊登的公告为准。公司将严格按照有关法律、法规的规定和要求,认真履行信息披露义务,及时做好信息披露工作。敬请广大投资者理性决策,审慎投资,注意交易风险。

5、公司将根据《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》等有关法律、法规的要求,真实、准确、及时、完整、公平地向投资者披露有可能影响公司股票价格的重大信息,供投资者做出投资判断。受客观条件限制,公司无法掌握股市变动的原因和趋势,公司提醒投资者注意股价波动及今后股市中可能涉及的风险。

特此公告。

金宏气体股份有限公司董事会
2026年7月2日

证券代码:688002　证券简称:睿创微纳　公告编号:2026-050
转债代码:118030　转债简称:睿创转债

烟台睿创微纳技术股份有限公司
关于可转债转股结果暨股份变动的公告

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、准确性和完整性依法承担法律责任。

重要内容提示:

- 转股情况:自2026年4月1日起至2026年6月30日,“睿创转债”共有人民币57,863,000元已转换为公司股票,转股数量为1,479,053股,占“睿创转债”发行总额的3.70%。
- 累计转股情况:截止2026年6月30日,“睿创转债”累计有人民币302,436,000元已转换为公司股票,累计转股数量为7,695,140股,占“睿创转债”发行总额的19.33%。
- 尚未转股情况:截止2026年6月30日,“睿创转债” 尚未转股的可转债金额为人民币1,262,254,000元,占“睿创转债”发行总额的80.67%。

一、可转债发行上市概况

根据中国证券监督管理委员会出具的《关于同意烟台睿创微纳技术股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券注册的批复》(证监许可[2022]2749号),公司向不特定对象发行可转债15,646,900张,每张面值为人民币100元,按面值发行。本次发行可转换公司债券募集资金总额为156,469.00万元(含发行费用),实际募集资金净额人民币155,479.06万元。上述募集资金已全部到位,信永中和会计师事务所(特殊普通合伙)已对本次发行的募集资金到账情况进行验资,并出具了《烟台睿创微纳技术股份有限公司验证报告》(XYZH/2023BJAA1B0001)。

经上海证券交易所“自律监管决定书〔2023〕19号”文同意,公司156,469.00万元可转换公司债券于2023年2月10日起在上海证券交易所挂牌交易,债券简称“睿创转债”,债券代码“118030”。

根据有关规定和公司《向不特定对象发行可转换公司债券募集说明书》的约定,公司本次发行的“睿创转债”自2023年7月6日起可转换为本公司股票。

“睿创转债”的初始转股价为40.09元/股。鉴于公司已完成2020年限制性股票激励计划首次授予部分第二个及预留授予部分第一个归属期的股份登记工作,公司授予131名激励对象共1,276,250股,使公司总股本由446,023,750变更为447,300,000股;鉴于公司2022年年度利润分配方案股权登记日确定为2023年6月27日,利润分配以方案实施前的公司总股本447,300,000股为基数,每股派发现金红利0.11元(含税),睿创转债的转股价格由40.09元/股调整为39.92元/股;鉴于公司已于2024年5月13日完成了2020年限制性股票激励计划首次授予部分第三个及预留授予部分第二个归属期的归属登记手续,公司总股本447,304,079股增加至448,438,515股,睿创转债的转股价格由39.92元/股调整为39.87元/股;鉴于公司2023年年度权益分派方案股权登记日为2024年7月3日,公司总股本为448,438,515股,扣减公司回购专用证券账户中5,897,900股股份,实际参与分配的股本数为442,540,615股,本次差异化分红虚拟分派的每股现金红利≈0.1184元/股,睿创转债的转股价格由39.87元/股调整为39.75元/股;鉴于公司2024年半年度利润分配方案为:以实施2024年半年度权益分派股权登记日登记的总股本(扣除公司回购专用证券账户中的股份)为基数,每10股派发现金红利人民币0.55元(含税),睿创转债的转股价格由39.75元/股调整为39.70元/股;鉴于公司已于2024年12月20日完成了2022年限制性股票激励计划首次授予部分第一个归属期的归属登记手续,公司总股本450,833,346股增加至454,922,651股,睿创转债的转股价格由39.70元/股调整为39.52元/股;公司已于2025年5月29日完成了2020年限制性股票激励计划首次授予部分第四个及预留授予部分第三个归属期的归属登记手续,公司总股本454,922,802股增加至 455,971,925 股,睿创转债的转股价格由39.52元/股调整为39.47元/股;鉴于公司已于2025年6月16日完成了2022年限制性股票激励计划首次授予部分第二个归属期第一次及预留授予部分第一个归属期的股份登记手续,公司总股本455,971,925 股增加至 456,962,515 股,睿创转债的转股价格由39.47元/股调整为39.43元/股;鉴于公司2024年年度权益分派方案为:以实施权益分派股权登记日登记的总股本扣除公司回购专用账户持有的本公司股份为基数向全体股东每10股派发现金红利0.80 元(含税),睿创转债的转股价格由39.43元/股调整为39.35元/股;鉴于公司已于2025年8月5日完成了2022年限制性股票激励计划首次授予部分第二个归属期第二次归属的股份登记手续,公司总股本456,962,540股增加至460,237,540股,睿创转债的转股价格由39.35元/股调整为39.21元/股;鉴于公司2025年半年度利润分配方案为:以实施2025年半年度权益分派股权登记日登记的总股本(扣除公司回购专用证券账户中的股份)为基数,每10股派发现金红利人民币0.80元(含税),睿创转债的转股价格由39.21元/股调整为39.13元/股;鉴于公司完成了2020年限制性股票激励计划预留授予部分第四个归属期归属的股份登记手续,公司股本总数460,238,329 股增加至460,441,639 股,睿创转债的转股价格由39.13元/股调整为39.12元/股;鉴于公司已于2026年6月4日完成了2022年限制性股票激励计划首次授予部分第三个归属期及预留授予部分第二个归属期归属的股份登记手续,公司股本总数465,736,879 股增加至469,951,745 股,睿创转债的转股价格由39.12元/股调整为38.94元/股。

二、可转债本次转股情况

本次发行的可转债转股期限自发行结束之日(2023年1月6日,T+4日)起满六个月后的第一个交易日(2023年7月6日)起至可转债到期日(2028年12月29日)止(如遇法定节假日或休息日延至其后的第1个工作日;顺延期间付息款项不另计息)。

自2026年4月1日起至2026年6月30日,“睿创转债” 共有人民币57,863,000元已转换为公司股票,转股数量为1,479,053股,占“睿创转债”发行总额的3.70%。

截止2026年6月30日,“睿创转债”累计有人民币302,436,000元已转换为公司股票,累计转股数量为7,695,140股,占“睿创转债”发行总额的19.33%。

截止2026年6月30日,“睿创转债”尚未转股的可转债金额为人民币1,262,254,000元,占“睿创转债”发行总额的80.67%。

三、股本变动情况

单位:股

股份类别	变动前(截止2026年3月31日)	本次可转债转股数量	限制性股票归属数量	变动后(截止2026年6月30日)
有限售条件流通股	0	0	0	0
无限售条件流通股	464,257,851	1,479,053	4,214,866	469,951,770
总股本	464,257,851	1,479,053	4,214,866	469,951,770

四、联系方式

投资者如需了解睿创转债的详细情况,请查阅公司于2022年12月28日在上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)披露的《向不特定对象发行可转换公司债券募集说明书》。

联系部门:证券投资部
联系电话:0535-3410615
联系邮箱:raytron@raytrontek.com

特此公告。

烟台睿创微纳技术股份有限公司
董事会
2026年7月2日

证券代码:600365　证券简称:ST通葡　公告编号:临2026-021

通化葡萄酒股份有限公司关于收到上海证券交易所《关于通化葡萄酒股份有限公司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。

通化葡萄酒股份有限公司(以下简称“公司”)于近日收到上海证券交易所《关于通化葡萄酒股份有限公司2025年年度报告的信息披露监管问询函》(上证公函【2026】0935号,以下简称《问询函》),经公司及年审会计师核查,现对《问询函》内容回复如下:

1.关于自制葡萄酒业务。年报显示,公司2025年自制葡萄酒业务实现收入9483.67万元,同比增长12.04%,其中经销商分销收入7484万元,同比增长25.42%,与电商直销收入变动趋势相反。2025年末,公司经销商数量合计171家,平均单家经销商贡献收入44万元。此外,公司2025年8月披露的限制性股票激励计划显示,第一个解除限售期(2025年)业绩考核目标为2025年葡萄酒制造业收入增长率不低于10%,或营业收入增长率不低于10%。

请公司:(1)补充披露对经销商的主要管理政策,包括招募条件和方式、业绩指标设置和管理、激励和淘汰的主要条款等,以及相关政策是否发生较大变化,公司是否严格执行上述经销商管理政策,并按照经销商规模等,补充披露报告期末经销商总体情况,包括但不限于经销商数量、注册资本范围、社保缴纳人数范围、信用政策、回款及逾期情况;(2)补充披露自制葡萄酒业务近两年前十大经销商客户销售情况,包括经销商客户名称、终端客户及所处行业、销售内容、销售金额、合作年限、成立时间、注册资本、员工人数、关联关系、结算方式、信用政策、期末应收账款余额、账龄分布、期后回款情况,以及公司是否向其提供任何形式的资金支持或担保,并结合发货模式、终端销售比例、合同约定的退货条款及实际退货情况等,说明是否存在通过向经销商压货提前确认收入的情形,终端客户未直接向上市公司采购的原因;(3)补充说明上述经销商客户订单的合同签订时间、发货时间、收入确认时点及依据,是否存在发货至收入确认间隔时间显著较短的订单,并结合股权激励相关考核指标设置,说明是否存在通过收入跨期调节等方式实现业绩考核的情况,是否存在损害上市公司及中小股东利益的情形。请年审会计师发表意见。

公司回复:

(1)补充披露对经销商的主要管理政策,包括招募条件和方式、业绩指标设置和管理、激励和淘汰的主要条款等,以及相关政策是否发生较大变化,公司是否严格执行上述经销商管理政策,并按照经销商规模等,补充披露报告期末经销商总体情况,包括但不限于经销商数量、注册资本范围、社保缴纳人数范围、信用政策、回款及逾期情况;

(一)公司自制葡萄酒市场现状及发展规划

公司2025年自制葡萄酒销售收入9,484万元,同比增长12.40%;2026年1-3月自制葡萄酒销售收入4,990万元同比增长149.11%,主要原因系公司2025年以来加快线上销售布局,此前受资源有限的约束,公司长期以来市场主要集中在东北、华北地区,尤其是吉林省,线上购物的持续发展让公司能够依托有限资源拓展更为广阔的销售市场,具体体现为三方面:第一,公司在保持自产葡萄酒线上电商自营销售的同时,通过积极宣传和推广增加了线上经销商,使得公司销售范围与渠道进一步增加,2025年,公司对线上经销商销售2,918万元,较2024年增长262.14%;第二,公司结合自营线上和其他线上经销商的销售数据,推出了适合线上销售的“山葡萄汽酒”、“北冰红小方瓶”等产品,受到市场欢迎,2025年度开始在线上市场热销;第三,2025年下半年,公司结合线上经销商的销售情况和产品,优化扩充了自营直播团队,强化抖音、快手等视频直播平台店铺的推广力度,进一步突破了公司产品的销售范围和人群,2025年下半年公司视频直播自营销售收入为972万元,较2024年同期增长41.68%,2026年1-3月,公司视频直播自营销售收入为2,270万元,较2025年同期增长521.07%,取得了较好成果,同时公司于2025年下半年对自制葡萄酒电商事业部进行了结构优化,其效果在2026年已经逐步显现,2026年1-3月自制葡萄酒电商直接销售收入为2,798万元,较2025年同期增长407.68%。

(二)关于公司经销商管理政策

公司经销商管理制度近年来没有发生重大变化,具体如下。

1、招募条件和方式

在资源有限的情况下,公司招募时主要是本着两个方面选择经销商,一是有利于巩固、保持东北、华北固有市场,尤其是核心的吉林省市场;二是有利于拓展线上销售渠道。经销商与公司合作,原则上需满足起订量达到三万元和具备成熟稳定的自有销售渠道两个标准。在招募新经销商时,公司给与合作的经销商原则上不超过1年的账期,在1年账期内销售部门可以根据具体订单情况确定该笔订单的具体账期。公司对于全部经销商均要求买断式销售。公司按经销商年度销售规模分级设定保证金标准:年销售额50万元以下的经销商,保证金原则上不低于500元;年销售额50万元至100万元的经销商,保证金原则上不低于5,000元;年销售额100万元以上的经销商,保证金原则上不低于10,000元,在上述金额范围内具体金额由公司与经销商协商确定,特殊情况低于上述金额的需要批准。公司对于线上平台类经销商(如京东)不收取保证金。

公司主要通过业务人员实地线下招商、参与酒类行业展会、客户推荐等方式开展经销商招募工作,在正式确立合作关系前,公司会对经销商的经营资质、渠道资源、资金实力、品牌忠实度等方面进行考察。

2、业绩指标设置和管理

公司通过筛选确定符合条件的经销商后,与其签订经销合同,明确年度采购计划,同时明确划定经销区域及渠道,统一产品定价体系,要求经销商遵守市场管理规定,规范开展经营活动,维护区域市场经营秩序。针对扰乱市场秩序的违规行为,公司将依据违规频次、情节轻重分级处理,处理措施依次为扣除10%、20%、50%、100%保证金,情节严重者全额扣除保证金并取消经销合作权限,具体如下:针对年度内第一次发生扰乱市场秩序行为的情况,视情节轻重,给与处理;情节严重的,扣除10%的保证金。针对年度内第二次发生扰乱市场秩序行为的情况,视情节轻重,给与处理;情节严重的,扣除20%的保证金。针对年度内第三次发生扰乱市场秩序行为的情况,视情节轻重,给与处理;情节严重的,扣除50%的保证金。针对年度内第四次发生扰乱市场秩序行为的情况,视情节轻重,给与处理;情节严重的,扣除全部保证金,报公司领导批准后取消其公司所有产品经销权。存在恶意扰乱市场秩序行为,情节严重的,扣除全部保证金,直至取消经销权。报告期内,公司按照管理制度的规定执行,未发生过取消经销权限的情况。

3、激励和淘汰的主要条款

对于销售业绩表现良好、任务完成率大于70%的经销商,公司在次年对该经销商在畅销品供应量、旺季排货次序给与优先权;经销商第四次出现扰乱市场秩序行为且情节严重,或是实施性质恶劣、情节严重的恶意窜货行为,公司将全额扣除保证金,并取消经销合作权限。

(三)报告期末经销商总体情况

报告期末公司自制葡萄酒业务经销商数量共计171家,公司合作经销商主体类型较为多样,很多是位于东北地区的长期经销商。酒类经销商一般为商贸企业,其核心优势在于渠道、平台资源、动销能力,这些核心资源只有经销商中少数人员掌握,因此此类经销商的社保缴纳人数不一定与其规模挂钩。公司经销商中有规模较大的北京京东世纪信息技术有限公司注册资本为5亿元,公开查询渠道查询的社保缴纳人数为25人,也有个体工商户,此类经营主体无需登记注册资本,且无社保缴纳人员(公开查询渠道查询)。

公司2022年制定并严格执行至今的经销商信用政策如下:公司给与合作的经销商原则上不超过1年的账期,在1年账期内销售部门可以根据具体订单情况确定该笔订单的具体账期;同时为了维护核心区域市场的稳定,对于2022年之前核心市场中部分长期合作的较大经销商享受较长账期的情况,公司规定在2027年底之前逐渐调整至所有经销商账期原则上不超过1年。公司销售部门严格按照上述信用政策,给与客户信用期,并在信用期内完成应收账款的收回工作。目前,公司合作的经销商中没有应收账款逾期的情况。

经销商年度销售规模	经销商数量(家)	注册资本范围	社保缴纳人数范围(人)	信用政策	回款及逾期情况
1000万元以上	2	200万元-50000万元	2-25	1年以内	均不存在回款逾期情况
500万元-1000万元	1	200万元	1	1年以内	
100万元-500万元	5(其中个体工商户数量为1)	20万元-100万元	0-12	原则上1年以内,其中一家通化地区长期合作的核心经销商不超过3年,2027年底前全部应收账款不超过1年	
50万元-100万元	11(其中个体工商户数量为3)	10万元-100万元	0-10	原则1年以内,销售人员在实际操作中控制在6个月以内	
50万元以下	152(其中个体工商户数量为47)	1万元-15000万元	0-637	原则1年以内,销售人员在实际操作中控制在6个月以内	

(2)补充披露自制葡萄酒业务近两年前十大经销商客户销售情况,包括经销商客户名称、终端客户及所处行业、销售内容、销售金额、合作年限、成立时间、注册资本、员工人数、关联关系、结算方式、信用政策、期末应收账款余额、账龄分布、期后回款情况,以及公司是否向其提供任何形式的资金支持或担保,并结合发货模式、终端销售比例、合同约定的退货条款及实际退货情况等,说明是否存在通过向经销商压货提前确认收入的情形,终端客户未直接向上市公司采购的原因;

(一)2024年前十大经销商客户销售情况

1、基本情况

经销商客户名称	主要终端客户及所处行业	主要销售内容	2024年度含税销售金额(元)	截至2025年末合作年限	成立时间	注册资本(人民币)	缴纳社保人数	关联关系	结算方式及信用政策	发货模式	合同约定的退货条款及实际退货情况
通化市聚时利和贸易有限公司	全部销售给零售终端,不涉及终端消费者	酒类消费品	28,192,057.22	2	2023-12-25	200万	2	无	1年以内	根据经销商订货数量、品种,将货物按要求运输至经销商指定地址	仅当产品本身存在质量问题时可以退货,2024年没有退货
北京京东世纪信息技术有限公司	京东自营线上消费者,全部为终端消费者	线上产品销售	5,868,474.61	7	2010-09-01	50,000万	25	无	1年以内	根据经销商订货数量、品种,将货物按要求运输至经销商指定地址	在京东出具结算单前可以退货,2024年结算单结算后没有退货。
通化市东昌区奕东葡萄酒经销处	大约60%销售给零售终端,大约40%销售给终端消费者	酒水饮料类消费品	3,194,512.00	12	2022-08-04	个体工商户不涉及		无	不超过3年,2027年底前全部应收账款不超过1年	根据经销商订货数量、品种,将货物按要求运输至经销商指定地址	仅当产品本身存在质量问题时可以退货,2024年没有退货
长春市佰醇商贸有限公司	全部销售给线上终端消费者	线上产品销售	2,039,496.00	3	2015-12-14	100万	7	无	1年以内	根据经销商订货数量、品种,将货物按要求运输至经销商指定地址	仅当产品本身存在质量问题时可以退货,2024年没有退货
长春市鑫茂洋经贸有限公司	大约95%销售给零售终端,大约5%销售给终端消费者	酒类消费品	1,449,600.00	1.5	2024-05-29	20万	12	无	1年以内	根据经销商订货数量、品种,将货物按要求运输至经销商指定地址	仅当产品本身存在质量问题时可以退货,2024年没有退货
沈阳欣枫商贸有限公司	全部销售给零售终端,不涉及终端消费者	消费品	1,229,550.00	7	2013-04-22	50万	10	无	1年以内	根据经销商订货数量、品种,将货物按要求运输至经销商指定地址	仅当产品本身存在质量问题时可以退货,2024年没有退货
吉林省宝宗商贸有限责任公司	大约90%销售给零售终端,大约10%销售给终端消费者	烟酒饮料类消费品	1,007,442.00	13	2012-02-09	50万	0	无	1年以内	根据经销商订货数量、品种,将货物按要求运输至经销商指定地址	仅当产品本身存在质量问题时可以退货,2024年没有退货
长春市鸿志食品有限公司	大约95%销售给零售终端,大约5%销售给终端消费者	消费品	975,064.00	7	2005-09-27	50万	8	无	1年以内	根据经销商订货数量、品种,将货物按要求运输至经销商指定地址	仅当产品本身存在质量问题时可以退货,2024年没有退货
长春金杯酒业有限公司	全部销售给线上终端消费者	线上产品销售	870,765.00	7	2017-05-11	200万	0	无	1年以内	根据经销商订货数量、品种,将货物按要求运输至经销商指定地址	仅当产品本身存在质量问题时可以退货,2024年没有退货
绿园区鸿洋酒水经销处	大约95%销售给零售终端,大约5%销售给终端消费者	酒水饮料类消费品	857,700.00	3	2021-12-02	个体工商户不涉及		无	1年以内	根据经销商订货数量、品种,将货物按要求运输至经销商指定地址	仅当产品本身存在质量问题时可以退货,2024年没有退货

注1:上述经销商的注册资本、社保缴纳人数、成立时间为公司通过公开查询渠道查询所得。

注2:通化市东昌区奕东葡萄酒经销处为公司在通化地区长期合作的核心经销商,该经销商为个体工商户,其经营者在不同时期会通过其家族名下不同个体户与公司合作,截至2025年底公司与该经营者家族已合作长达12年。

注3:经销商的主要终端客户以及终端销售比例,均为公司向经销商了解取得,公司不掌握终端具体销售数据。

注4:公司是在取得京东向公司出具的结算单时确认收入,结算单京东每30天出具一次。

注5:公司前十大经销商期后不存在退货的情况,且公司向经销商了解其销售情况良好,不存在压货、滞销的情况。

2、应收账款情况

单位:元

经销商客户名称	2024年期末应收账款余额	账龄分布				2025年度回款情况
		一年以内	1-2年	2-3年	3年以上	
通化市聚时利和贸易有限公司	0.00					—
北京京东世纪信息技术有限公司	2,762,630.64	2,762,630.64				2,762,630.64
通化市东昌区奕东葡萄酒经销处	7,192,934.30	3,194,512.00	3,998,422.30			299,240.00
长春市佰醇商贸有限公司	0.00					—
长春市鑫茂洋经贸有限公司	0.00					—
沈阳欣枫商贸有限公司	179,800.00	179,800.00				179,800.00
吉林省宝宗商贸有限责任公司	0.00					—
长春市鸿志食品有限公司	0.00					—
长春金杯酒业有限公司	0.00					—
绿园区鸿洋酒水经销处	0.00					—

(二)2025年前十大经销商客户销售情况

1、基本情况

经销商客户名称	主要终端客户及所处行业	主要销售内容	2025年度含税销售金额(元)	截至2025年末合作年限	成立时间	注册资本(人民币)	社保缴纳人数	关联关系	结算方式及信用政策	发货模式	合同约定的退货条款及实际退货情况
通化市聚时利和贸易有限公司	全部销售给零售终端,不涉及终端消费者	酒类消费品	28,319,455.60	2	2023-12-25	200万	2	无	1年以内	根据经销商订货数量、品种,将货物按要求运输至经销商指定地址	仅当产品本身存在质量问题时可以退货,2025年没有退货
北京京东世纪信息技术有限公司	京东自营线上消费者,全部为终端消费者	线上产品销售	12,722,382.93	7	2010-09-01	50,000万	25	无	1年以内	根据经销商订货数量、品种,将货物按要求运输至经销商指定地址	在京东出具结算单前可以退货,2025年结算单结算后没有退货。
北京煜盛达商贸有限公司	全部销售给线上终端消费者	酒类消费品	9,358,744.30	1	2019-01-25	200万	1	无	1年以内	根据经销商线上店铺个人购买地址代发货	仅当产品本身存在质量问题时可以退货,2025年没有退货
长春市鑫茂洋经贸有限公司	大约95%销售给零售终端,大约5%销售给终端消费者	酒类消费品	4,952,732.00	1.5	2024-05-29	20万	12	无	1年以内	根据经销商订货数量、品种,将货物按要求运输至经销商指定地址	仅当产品本身存在质量问题时可以退货,2025年没有退货
通化市东昌区嘉丰百货商行	大约60%销售给零售终端,大约40%销售给终端消费者	酒水饮料类消费品	3,431,764.00	12	2020-05-28	个体工商户不涉及		无	不超过3年,2027年底前全部应收账款不超过1年	根据经销商订货数量、品种,将货物按要求运输至经销商指定地址	仅当产品本身存在质量问题时可以退货,2025年没有退货
长春市佰醇商贸有限公司	全部销售给线上终端消费者	线上产品销售	3,280,226.00	3	2015-12-14	100万	7	无	1年以内	根据经销商订货数量、品种,将货物按要求运输至经销商指定地址	仅当产品本身存在质量问题时可以退货,2025年没有退货
长春山川吉品食品科技开发有限公司	全部销售给线上终端消费者	线上产品销售	1,236,688.00	1	2013-01-07	100万	9	无	1年以内	根据经销商订货数量、品种,将货物按要求运输至经销商指定地址	仅当产品本身存在质量问题时可以退货,2025年没有退货
吉林省宝宗商贸有限责任公司	大约90%销售给零售终端,大约10%销售给终端消费者	烟酒饮料类消费品	1,032,780.00	13	2012-02-09	50万	0	无	1年以内	根据经销商订货数量、品种,将货物按要求运输至经销商指定地址	仅当产品本身存在质量问题时可以退货,2025年没有退货
通化市东昌区丘山品鉴烟酒阁	大约60%销售给零售终端,大约40%销售给终端消费者	烟酒饮料类消费品	911,123.88	2	2023-10-07	个体工商户不涉及		无	1年以内	根据经销商订货数量、品种,将货物按要求运输至经销商指定地址	仅当产品本身存在质量问题时可以退货,2025年没有退货
沈阳欣枫商贸有限公司	全部销售给零售终端,不涉及终端消费者	消费品	909,718.38	7	2013-04-22	50万	10	无	1年以内	根据经销商订货数量、品种,将货物按要求运输至经销商指定地址	仅当产品本身存在质量问题时可以退货,2025年没有退货

注1:上述经销商的注册资本、社保缴纳人数、成立时间为公司通过公开查询渠道查询所得。

注2:通化市东昌区嘉丰百货商行与2024年第三大客户通化市东昌区奕东葡萄酒经销处为同一家族控制,2025年通化市东昌区奕东葡萄酒经销处涉及的业务、应收账款等全部由通化市东昌区嘉丰百货商行承接。

注3:经销商的主要终端客户以及终端销售比例,均为公司向经销商了解取得,公司不掌握终端具体销售数据。

注4:公司是在取得京东向公司出具的结算单时确认收入,结算单京东每30天出具一次。

注5:公司前十大经销商期后不存在退货的情况,且公司向经销商了解其销售情况良好,不存在压货、滞销的情况。

2、应收账款情况

单位:元

经销商客户名称	2025年期末应收账款余额	账龄分布				2026年1-4月期后回款情况
		一年以内	1-2年	2-3年	3年以上	
通化市聚时利和贸易有限公司	1,926,778.74	1,926,778.74				1,926,778.74
北京京东世纪信息技术有限公司	5,053,722.20	5,053,722.20				5,053,722.20
北京煜盛达商贸有限公司	0.00					—
长春市鑫茂洋经贸有限公司	910,230.00	910,230.00				332,958.00
通化市东昌区嘉丰百货商行	10,325,458.30	3,431,764.00	3,194,512.00	3,699,182.30		5,325,044.00
长春市佰醇商贸有限公司	0.00					—
长春山川吉品食品科技开发有限公司	0.00					—
吉林省宝宗商贸有限责任公司	0.00					—
通化市东昌区丘山品鉴烟酒阁	89,671.88	89,671.88				89,671.88
沈阳欣枫商贸有限公司	17,568.38	17,568.38				17,568.38

公司不存在向上述经销商提供任何形式的资金支持或担保的情形。公司结合市场需求合理安排生产备货,经销商结合自身市场销售进度、终端动销情况及实际库存周转需求,向公司销售人员提交发货申请,销售人员进行订单录入,公司依托现有库存统筹调配产品,按订单完成产品出库与统一发货。公司向经销商了解,经销商对外销售情况良好,不存在压货、滞销的情形。在经销合同中明确约定货物残损、退还条款,仅当产品本身存在质量问题时,方可按流程办理退货,日常经营过程中,公司产品品控体系完善,因产品质量问题产生的退货情况极少发生。基于上述情况,公司不存在通过向经销商压货提前确认收入的情形。葡萄酒产品为个人消费品,终端销售网络较为分散,公司销售渠道以经销商分销为核心,随着近年来电商的繁荣发展,公司开始布局线上电商直销,但仍处于发展阶段。除线上电商直销外,公司90%以上产品仍需通过经销商渠道完成对外销售,直接面向终端客户的销售占比相对较低。主要原因是公司若直接面向终端客户进行逐一覆盖,将面临极高的分销成本和人员投入,相比之下,经销商在当地拥有成熟的渠道网络、客情关系和配送能力,能够以更低成本完成终端铺货和渠道维护;终端客户通常不具备大额采购的资金实力,单次采购量小、批次频繁,由公司直接管理将导致极高的订单处理和物流成本,故公司仍主要通过经销商推广销售公司产品,而非终端客户直接向公司采购产品。

(3)补充说明上述经销商客户订单的合同签订时间、发货时间、收入确认时点及依据,是否存在发货至收入确认间隔时间显著较短的订单,并结合股权激励相关考核指标设置,说明是否存在通过收入跨期调节等方式实现业绩考核的情况,是否存在损害上市公司及中小股东利益的情形。

公司一般于每年年初与各合作经销商签订当年度经销合同,全部销售均为买断式销售。对于电商平台类(如京东等)经销商,各电商平台根据约定的结算账期出具结算单,公司将结算单与经销商订单进行核对,双方确认无误后按照结算单上金额进行结算,并确认收入。对于其他经销商,若双方约定由公司负责送货,则以产品已经发出并送达经销商指定位置,并经经销商签收确认时确认收入的实现;若双方约定由经销商自提,则以经销商自提并在提货单上签收时确认收入实现。

公司销售人员收到经销商提交的订单后,录入公司信息系统,经过销售人员下单-大区负责人审批-库存审批-销售管理负责人审批-财务审批,审批完成之后自动上传到财务系统;销售调度人员按照上传到财务系统的销售订单下推发货通知单,发货通知单根据对仓库的选择发送给对应仓库的库管,库管根据订单需求下推销售出库单。物流部门看到下推的发货通知单之后联系车辆,收到销售出库单后发货。销售人员收到经销商订单到物流部门发货一般需要2-3天,对于缺货、偏远地区或经销商有特殊要求等情况上述时间将会延长。

由于不同经销商指定的收货地址不同,从发货到签收确认的时间间隔也有所不同,一般情况如下:东北地区发货至签收的间隔时间通常为1-3天,华北地区发货至签收的间隔时间通常为3-4天,其他地区发货至签收的间隔时间通常为4-5天。

对于线上平台类经销商(如京东)发货后,根据结算单确认收入,发货到结算单之间的间隔时间通常为结算账期,一般为30-60天。

公司收入确认符合《企业会计准则》的规定,发货至收入确认间隔时间主要受签收方式、运输距离的影响,公司发货至收入确认间隔时间符合行业惯例,不存在不符合收入确认原则的订单。

项目	2024年12月	2025年12月	2025年12月较2024年12月增长率	2025年1月	2026年1月	2026年1月较2025年1月增长率
自产销售额(万元)	1,498.22	2,787.20	86.03%	1,082.99	1,691.11	56.15%

公司2025年12月自产葡萄酒销售额较2024年12月增长86.03%,2026年1月自产葡萄酒销售额继续保持了56.15%的快速增长,且公司2026年上半年自产葡萄酒的收入持续保持了较快增长势头,主要是由于:

1、季节性波动

葡萄酒作为家庭聚会、亲友聚餐、庆典宴会等场合饮用的产品,销售具有季节性。每年的春节、元旦、中秋、国庆、端午是葡萄酒的销售旺季。消费者、经销商均会在上述节日来到前提前备货,尤其是在春节来临前,各类电商举办的年货节、促销加剧了季节性波动。

同时,由于每年春节可能在1月或2月,一般情况下,如果春节早葡萄酒销售旺季就会提前到从11月开始,如果春节晚葡萄酒销售旺季就会从12月份开始,因此每年12月份都是公司自产葡萄酒销售旺季。

2025年春节是2025年1月29日,而2026年春节是2026年2月17日,两者相差20天左右。因此,公司葡萄酒销售旺季2024年提前到从11月份开始,而2025年销售旺季从12月开始,2024年11月份自产葡萄酒销售额是2025年同期的254.73%。

2、冰雪热、国货风带动公司产品成为互联网热销产品

东北冰雪季持续火爆,新闻、网络成为热门、热搜话题,与冰雪相关周边产品成为互联网上被高度关注和热销的产品。公司葡萄酒采用长白山麓、鸭绿江畔种植的葡萄为原料酿造而成,历史上曾作为国宴用酒。公司抓住冰雪热、国货风的契机,充分运用电商优势,早在2025年5、6月就开始布局冰雪热、国货风,扩大公司产品宣传,在互联网上集中推广与冰雪热、国货风相关链接的红梅系列甜酒、山葡萄汽酒、北冰红小方瓶冰酒等产品,在线上、线下均获得了消费者的认可,尤其是在线上获得了热销。

2025年12月9日,公司与通化市葡萄酒产业发展促进中心联合主办了线上线下联动的通化 “冰酒节”,在公司厂区、集安鸭江谷冰葡萄基地、万峰滑雪度假区联动会场,整个活动持续一个月,将公司产品与冰雪旅游、国货复兴作了深度链接,取得了较大成效,尤其是该活动迅速带动线上热销。

2025年12月,公司全渠道互联网销售额超过1,100万元,较2024年同期增长213.71%,2026年上半年上述销售趋势继续保持。

3、公司产品结构进一步优化

2025年以来,公司加快产品结构调整,单价在40元以上产品销量较2024年同期增长33.09%,单价在40元以下的产品销量较2024年同期下降3.56%。公司2025年12月产品销售结构保持2025年全年的趋势,单位产品售价较2024年同期增长8.26%。

公司在政策制定与执行层面有效防范了收入跨期确认;并建立了运行有效的内部控制制度;财务及内控相关人员已通过跨期检查对公司收入跨期情况进行了严格核查确认。加之,年审会计师对收入是否存在跨期实施了系统审计,审计委员会对此予以了关注。综合前述管控、核查及审计结果,公司收入确认符合《企业会计准则》的规定,公司发货至收入确认间隔时间符合行业惯例,达成了股权激励相关考核指标,2025年12月公司自产葡萄酒销售收入变动符合行业特征和公司实际情况具有合理性,且2026年1月、2026年上半年继续保持了较快增长趋势,因此,公司不存在收入跨期调节的情况,亦不存在损害上市公司及中小股东利益的情形。

年审会计师意见

一、会计师执行的核查程序

1、查阅公司经销商招募条件和方式、业绩指标设置和管理、激励和淘汰机制等经销商管理制度及销售管理制度,了解、评价并测试公司经销商管理及收入确认相关的内部控制设计的有效性和运行的有效性;

2、抽样选择新增或主要经销商,通过实地走访、公开信息查询等方式了解终端销售模式及终端客户情况、库存周转情况、退货政策及历史退货情况,了解是否存在压货、滞销情形,核查对应销售收入占经销商销售收入的比例为63.66%;

3、了解公司葡萄酒制造业务类型及特点,评价公司经销商、电商直销等不同销售模式的收入确认原则是否符合企业会计准则的规定;

4、抽取合同样本,研读与商品控制权转移相关的合同条款,评价收入确认时点是否符合企业会计准则的规定;

5、获取近两年前十大经销商客户信息及销售情况,比对公司关联方清单,核实是否存在未披露关联关系,以及是否存在对经销商提供资金拆借、担保、垫资等资金支持行为;

6、对照公司股权激励考核指标,结合公司所属行业状况、实际经营特点和销售模式,执行分析性复核程序,评价相关波动的合理性以及股权激励指标的完成情况;

7、选取样本执行收入细节性测试,检查合同、销售订单、商品出库单、签收记录、结算单、银行回单、发票等支持性文件,评价相关收入确认是否符合公司收入确认的会计政策,并关注是否存在异常短期确认收入等情形;

8、采用分层抽样方式选取客户实施函证程序,函证本期销售额及期末应收账款余额,对未回函的客户执行替代程序,验证收入的真实性与准确性;

9、利用所内信息技术专家的工作,评价依赖信息系统确认的收入数据的可靠性;

10、执行收入截止性测试程序,检查自制葡萄酒收入是否记录在正确的会计期间,是否存在跨期情形;

11、检查营业收入是否已按照企业会计准则的规定在财务报表中作出恰当列报与披露。

二、会计师核查结论

经核查,我们认为,公司补充披露信息与我们在审计过程中获取的相关信息及了解的情况在所有重大方面一致;就财务报表整体公允反映而言,公司自制葡萄酒收入的相关会计处理及列报在所有重大方面符合《企业会计准则》的规定,我们未发现通葡股份存在通过向经销商压货提前确认收入的情形,未发现其经销商存在库存积压或滞销的情形,亦未发现通葡股份存在通过收入跨期调节等方式实现业绩考核、损害上市公司及中小股东利益的情形。

2.关于商誉减值。年报显示,截至2025年末,公司商誉账面价值3614.76万元,为收购北京九润源电子商务有限公司(以下简称九润源)形成商誉。公司自2015年取得九润源控制权以来,相关商誉均未计提减值。前期公告显示,2023年至2025年,九润源营业收入分别为8.01亿元、7.99亿元及5.89亿元,净利润分别为2453.70万元、1574.08万元及-2620.02万元,近三年营业收入及净利润连续下滑且2025年首次亏损。

请公司:补充披露商誉减值测试的具体测算过程,包括预测期收入增长率、毛利率、费用率、折现率等关键参数的选取及依据,相较前期商誉减值测试选取参数是否发生变化、与实际经营数据是否存在较大差异及差异原因的合理性,并结合行业趋势、2026年一季度业绩实现情况,说明公司本期商誉减值计提是否充分,是否存在应计提而未计提情形。请年审会计师发表意见。

公司回复:

(一)商誉减值测试总体情况

2015年1月31日,公司召开第六届董事会第五次会议审议通过相关议案,公司以增资及股权转让方式收购九润源51%股权,交易对价6,669万元,九润源51%股权可辨认净资产公允价值为3,054.24万元,与公司购买价款之间的差额,确认商誉价值为3,614.76万元。

2026年3月17日,北京中科华资产评估有限公司出具《资产评估报告》(中科华评报字【2026】第022号),经过评估人员测算,截止2025年12月31日九润源评估值为24,941万元,大于九润源含商誉资产组账面价值。因此,截至2025年12月31日,九润源对应商誉没有发生减值。

(二)商誉减值测试的具体过程

本次进行减值测试的资产类型为商誉。商誉属于不可辨识无形资产,因此无法直接对其进行价值测试,需要通过间接的方式,即通过对资产组的价值估算来实现对商誉价值的间接估算。因此,针对本次减值测试,公司聘请了北京中科华资产评估有限公司为北京九润源电子商务有限公司含商誉资产组在评估基准日可收回金额进行评估。

根据北京中科华资产评估有限公司出具《资产评估报告》(中科华评报字【2026】第022号)具体如下:

1、评估范围及评估基准日

北京九润源电子商务有限公司商誉相关总资产、总负债及分摊的商誉,具体包括:资产总计、负债总计及分摊的商誉。商誉相关资产组账面价值138,444,297.12元,商誉36,147,612.22元,含商誉资产组账面价值174,591,909.34元。上述资产组的评估基准日为2025年12月31日。

2、评估方法

本次选取的评估方法为现金流折现法。现金流折现法是通过将企业未来预期净现金流量折算为现值,评估资产组预计未来现金流量的一种方法。其基本思路是通过估算资产组在未来预期的净现金流量和采用适宜的折现率折算成现时价值,得出评估值。

3、评估参数的选取

在评估测算过程中,评估师采用了以前年度的评估方法,预测期收入增长率、毛利率、费用率等关键参数的选取,均以九润源历史财务数据与实际经营水平为基础,综合考虑酒类电商行业发展趋势、市场情况、公司业务发展规划等多重因素,对未来期间收入增长、盈利水平及费用支出的匹配性、合理性与可实现性进行充分分析与审慎判断,形成最终预测。对于未来收入、毛利率、费用率预测具体如下(以下预测不构成公司的承诺及盈利预测):①未来五年(2026-2030年)收入为前五年(2021-2025年)收入的74.98%,②未来五年(2026-2030年)平均毛利率为前五年(2021-2025年)平均毛利率的80.81%,③未来五年(2026-2030年)平均管理费用率为前五年(2021-2025年)平均数的102.73%,④未来五年(2026-2030年)平均销售费用率为前五年(2021-2025年)平均数的103.07%,⑤未来五年(2026-2030年)平均财务费用率为前五年(2021-2025年)平均数的166.15%。

2025年评估报告预计未来息税前现金流量计算表:

单位:万元

年份 项目	预测					
	2026年	2027年	2028年	2029年	2030年	永续期
一、营业收入	54,240.01	55,314.69	52,574.20	53,616.00	54,149.85	54,149.85
减:营业成本	49,358.41	49,230.07	46,265.29	46,645.92	46,568.87	46,568.87
营业税金及附加	80.63	92.49	93.53	100.23	106.24	106.24
销售费用	3,471.36	3,484.83	3,259.60	3,270.58	3,248.99	3,248.99
管理费用	1,356.00	1,327.55	1,209.21	1,179.55	1,083.00	1,083.00
研发费用						
财务费用	1,501.85	1,517.47	1,529.03	1,544.91	1,560.37	1,560.37
资产减值损失						
加:其他收益						
投资收益						
二、营业利润	-1,528.24	-337.72	217.54	874.82	1,582.38	1,582.38
加:营业外收入						
减:营业外支出						
其中:非流动资产处置损失						
三、利润总额	-1,528.24	-337.72	217.54	874.82	1,582.38	1,582.38
减:所得税费用						
四、净利润	-1,528.24	-337.72	217.54	874.82	1,582.38	1,582.38
加:利息费用及折旧与摊销	1,822.00	1,734.29	1,739.40	1,749.54	1,761.32	1,761.32
减:资本性支出及固定资产更新投资	296.26	101.61	95.16	89.42	85.74	85.74
营运资金增加额	-4,834.72	612.69	-1,841.76	627.87	290.70	
五、净现金流	4,832.22	682.27	3,703.54	1,907.07	2,967.26	3,257.96

2023年-2025年,九润源商誉测试评估报告中对未来息税前现金流的预测情况如下:

单位:万元

项目	2026年预测值	2027年预测值	2028年预测值	2029年预测值	2030年预测值	永续期预测值
2025年度评估报告	4,832.22	682.27	3,703.54	1,907.07	2,967.26	3,257.96
2024年度评估报告	3,978.48	3,348.08	3,964.56	3,374.02	3,374.02	3,374.02
2023年度评估报告	6,969.08	6,751.17	6,897.68	6,897.68	6,897.68	6,897.68

2025年预测的现金流与2023年、2024年不同主要是由于面对复杂外部环境以及2025年下半年出现的市场新情况,公司主动收缩和优化了部分白酒业务规模。

2025年评估预测未来五年(2026-2030年)平均营业收入为53,978.95万元,较2024年评估预测下降25.84%,较2023年评估预测下降29.93%;2025年评估预测未来五年(2026-2030年)平均毛利率11.79%,较2024年评估预测增加0.26个百分点,较2023年评估预测减少4.55个百分点;2025年评估预测未来五年(2026-2030年)平均费用率11.32%,较2024年评估预测增加3.53个百分点,较2023年评估预测增加2.93个百分点;2025、2024、2023年评估折现率分别为13.17%、15.22%、13.70%,各年评估报告全部参数选取方式与前期未发生重大变化,各年折现率不同是由于市场指标具体数据不同导致的,包括国债利率、LPR、市场指数收益率、行业β系数等变动。

2023年、2024年评估报告预测的息税前现金流与实际息税前现金流对比情况:

项目	2023年评估报告预测的2024年息税前现金流	2024年九润源实际息税前现金流	实际现金流与预测现金流的差额
金额(万元)	7,124.45	1,105.65	-6,018.80

注:2024年九润源实际息税前现金流=2024年九润源现金及现金等价物净增加额+九润源2024年缴纳所得税支付的现金+九润源2024年利息支付的现金。

2023年评估报告预测的九润源2024年现金流与2024年实际九润源现金流存在一定差异,主要是由于:

(1)2023年的外部环境较2020-2022年明显改善,公司预计未来外部环境将继续明显改善,白酒市场随外部环境改善而快速发展,但在2024年实际外部环境改善不如预期,使得九润源经营现金流不如预期;

(2)2024年,九润源额外向通葡股份及其子公司(不包括九润源及其子公司)提供非经营性资金净支持2,053.55万元;

(3)另外由于2024年实际外部环境改善不如预期,也使得营运资金超预期增加2,900万元左右。

项目	2024年评估报告预测的2025年息税前现金流	2025年九润源实际息税前现金流	实际现金流与预测现金流的差额
金额(万元)	3,424.69	2,350.45	-1,074.24

注:2025年九润源实际息税前现金流=2025年九润源现金及现金等价物净增加额+九润源2025年缴纳所得税支付的现金+九润源2025年利息支付的现金。

2024年评估报告预测的九润源2025年现金流与2025年实际九润源现金流存在一定差异主要是由于:2025年下半年白酒市场发生短期冲击,使得公司实际营业业绩不如预期。

如前所述,公司的盈利预测均基于评估基准日时点白酒消费、渠道库存、竞品竞争态势的合理假设,每年度进行商誉减值测试时结合最新行业状况和经营情况予以更新参数假设。预测期消费复苏不及预期、商务/礼品场景收缩,全行业渠道持续去库存,渠道价差、终端动销走弱,公司亦适时进行渠道战略优化,调整市场投入节奏。公司往期评估时点仅依据评估当日可预见趋势的判断和可获取的信息编制,实际经营数据与评估数据的偏差主要受白酒行业强周期性影响,相关不可预见的因素变动所致。

各折现率采用税前加权平均资本成本(WACCBT)=税后折现率/(1-所得税率),税后折现率采用WACC模型=$Re\times E/(D+E)+Rd\times D/(D+E)\times(1-T)$,权益资本成本Re采用资本资产定价模型CAPM计算。其中:

(1)无风险收益率选取基准日长期国债收益率;

(2)权益系统风险系数是通过对沪、深两市上市公司与委估与商誉相关资产组主营业务的对比,评估人员选取相同的沪深两市互联网电商行业可比上市公司,根据iFinD资讯平台,获得互联网电商行业上市公司的βL(具有财务杠杆的Beta系数),然后根据可比上市公司的所得税率、资本结构换算成βU值(无财务杠杆的Beta系数),并取其平均值作为被评估单位的βU值,最后再计算出有财务杠杆系数βL;

(3)债权投资回报率Rd选取2025年12月20日5年期以上LPR确定;

(4)企业特定风险调整系数Rs是综合考虑九润源在融资条件、资本流动性、公司的治理结构、企业的规模、行业地位、经营能力、市场风险、技术风险、管理风险、资金风险及抗风险能力等方面因素,根据对与商誉相关资产组持有风险的判断来确定;

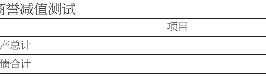
(5)市场风险溢价(EquityRiskPremiums,ERP)基于九润源主业处于国内市场,采用沪深300指数年收益率几何平均值的算数平均值减去无风险报酬率指标值,取值时间跨度为2006年到2025年。

经测算,本次折现率为13.17%,2023年评估报告折现率为13.70%、2024年评估报告折现率为15.22%,上述每年评估报告全部参数选取方式与前期未发生重大变化、与实际经营数据不存在较大差异。上述每年评估报告折现率不同是由于市场指标具体数据不同导致的,包括国债利率、LPR、市场指数收益率、行业β系数等变动。

4、评估结果的计算

本次评估采用企业自由现金流模型,资产组可收回金额=预测期期间的现金流量现值+预测期之后的现金流量现值。

基本公式为:



其中:P--评估基准日的资产组可收回价值;
R:企业未来第i年预期的税前自由现金流量;
r:税前折现率;
Pn:稳定期预期税前自由现金流量;
n:预测期。

评估师通过前述方式计算的参数,并按照上述现金流折现计算公式,计算得出九润源商誉相关资产组截至2025年12月31日的评估值为24,941万元。

5、商誉减值测试

项目	金额(万元)
资产总计	47,903.74
负债合计	34,059.32
所有者权益合计	13,844.43
不含商誉资产组小计	13,844.43
通葡股份合并报表中确认的商誉	3,614.76
包含商誉资产组账面价值小计	17,459.19
未确认归属于少数股东的商誉价值	0.00
包含商誉资产组调整后账面价值合计	17,459.19
包含商誉资产组评估值	24,941.00
包含商誉资产组评估值-包含商誉资产组调整后账面价值合计	7,481.81>0

综上,经过上述减值测试,九润源相关的资产组截至2025年12月31日的评估值大于包含商誉资产组调整后账面价值合计数,因此上述商誉没有发生减值。

(三)九润源对应的商誉不存在减值情况

2025年下半年,白酒市场受到事件性因素影响,出现阶段性回调。未来,白酒行业消费线上化趋势将持续增强,京东、天猫、抖音、快手等主流电商平台已成为核心销售载体。与此同时,即时零售、直播电商等新业态快速崛起,消费场景进一步细分,推动酒类电商行业由传统货架电商向全域覆盖、全场景运营、全时效履约的现代化渠道模式演进。此外,白酒消费群体结构持续年轻化,消费者更加注重产品品质、采购时效与消费体验,带动线上酒水消费需求。上述行业发展趋势与九润源的经营模式、渠道布局及发展规划高度契合。2026年第一季度,九润源实现营业收入1.4亿元,当期净利润为-1,342万元。2026年第一季度经营业绩主要受以下因素影响,一是2026年春节较2025年春节时间偏晚,节日消费旺季相应后延,致使上游酒厂针对公司的相关经销政策、核算尚未完成,对当期利润形成一定的阶段性影响;二是公司为改善经营业绩,制定并执行2026年度整体经营改善计划,从产品结构优化、人员结构调整、运营费用管控等方面进行。其中,产品结构优化工作已于一季度开始执行,人员结构优化工作已于春节后稳步实施,经营改善效果将在未来期间逐步显现;为在年初抢占全年先机,公司将年度销售费用预算中的较大比例配置于一季度,相关投入的效益将在后续经营逐步显现。

根据北京中科华资产评估有限公司出具《资产评估报告》(中科华评报字【2026】第022号)截止2025年12月31日九润源评估值为24,941万元,大于九润源含商誉资产组账面价值。同时,结合白酒调整的阶段因素,以及白酒销售线上化倾向及自身应对措施和经营计划,公司认为九润源商誉不存在减值迹象,不存在应计提而未计提情形。

年审会计师意见

一、会计师执行的核查程序

1、评估及测试与商誉减值测试相关的关键内部控制设计及运行有效性,包括关键假设的采用及减值计提金额的复核与审批;

2、评价管理层委聘的外部估值专家的胜任能力、资质、经验及独立性;

3、通过参考行业惯例,评估管理层进行现金流量预测时使用的估值方法的适当性;

4、将收入增长率、永续增长率等关键输入值与过往业绩、管理层预算和预测及行业报告进行比较,审慎评价编制折现现金流预测中所采用的关键假设及判断;

5、通过对比上一年度的预测与本年度实际业绩进行追溯性复核,以评估管理层预测过程的可靠性与历史准确性;

6、检查商誉减值是否已按照《企业会计准则》的规定在财务报表中作出恰当的列报和披露。

二、会计师核查结论

经核查,我们认为,公司相关说明与我们在审计过程中获取的相关信息及了解的情况在所有重大方面一致;就财务报表整体公允反映而言,通葡股份采用的关键假设及参数选取方法符合当前市场环境及资产组实际经营状况,未发现管理层存在为避免计提减值而做出不恰当乐观预测的迹象。综上,通葡股份本期未计提商誉减值准备,相关会计处理符合企业会计准则的规定。

通化葡萄酒股份有限公司董事会
2026年7月2日