（上接B078版）

势；CR5里面的剩余4家，市场份额均不足10%，且市场份额均在同比萎缩。

2024年，味精类目
CR5品牌及市场份额变动情况

数据来源：马上赢

排名	品牌名称	所属集团	市场份额分布	市场份额同比变动
1	莲花	莲花		↑
2	大众点评	阿里		↓
3	回莎	回莎		↓
4	红塔	红塔		↓
5	梅花	梅花		↓

基于SKU销售额在类目销售额中的份额来看类目中的Top SKU，在味精类目的TOP5 SKU中，莲花味精200克、400克与100克分别为第一至三位，所占市场份额也均在5%以上，由此可见莲花在味精类目中的市场影响力较大。

2024年，味精类目
市场份额Top 5 SKU（不含红烧肉）

数据来源：马上赢

排名	商品名称	所属集团	中位价	均价	市场份额	市场份额同比
1	莲花味精200g/袋	莲花	¥5.02	¥5.17	8.35%	↑
2	莲花味精400g/袋	莲花	¥9.90	¥9.45	7.13%	↑
3	莲花味精100g/袋	莲花	¥2.77	¥2.72	5.42%	↑
4	太太乐鲜味王1kg/袋	太太乐	¥15.20	¥17.30	4.35%	↑
5	阿莎美食记味精400g/袋	阿莎	¥9.[illegible]	¥8.64	3.[illegible]	↑

品牌复兴持续释放效能是味精业务快速增长的核心驱动力。公司自2023年启动品牌复兴，通过央视广告、社交媒体营销及国货情怀传播重塑“莲花味精”国民品牌形象，2025年“国货崛起”浪潮进一步放大品牌声量。同时，零添加味精、松茸鲜味精等高端产品线拉升均价、增强品牌溢价；产能扩张叠加规模效应摊薄固定成本，改善毛利率。行业整体“量升价跌”背景下，莲花凭借品牌溢价和C端渠道优势逆势增长，中小包装终端市占率稳居行业前列。

（2）其他业务增长分析

鸡精产品：出口市场持续扩大是主要增长引擎，鸡精汤块出口量连续多年行业领先，东南亚、非洲等海外需求旺盛，2025年出口占比进一步提升。同时，鸡精、鸡汁、鸡粉、火锅底料、小龙虾调味料等形成复合调味料矩阵，覆盖B端餐饮与C端家庭双场景，交叉销售协同效应显著。

酱油料酒等产品：兴趣电商驱动是爆发式增长的核心。公司重点布局抖音、快手、小红书等平台，莲花酱油多次登顶抖音商城特级酱油榜，头部主播文化式带货带来巨大流量。产品端以零添加、松茸酱油等差异化定位切入“健康酿造”赛道，与传统龙头形成错位竞争。线上渠道三线并进一一传统电商守存量、兴趣电商拓增量、社区电商抢场景，叠加2024年低基数效应，共同推动爆发式增长。

面粉产品：主要受益于B端渠道拓展。面粉面向食品加工企业和餐饮渠道，预制菜产业快速发展与餐饮连锁化趋势拉动下游需求持续增长。

（3）公司主要产品的销售单价、销售成本及毛利情况

1）公司近两年味精和鸡精销售单价情况如下：

单位：吨、万元、万元/吨、元

产品名称		2025年						
		销量	销售收入	平均售价	销售成本	吨平均成本	毛利额	毛利率
味精	中小包装	136,023.50	161,412.98	1.19	96,783.78	0.71	64,629.20	40.04%
	大包装	118,151.50	67,827.37	0.57	65,927.16	0.56	1,900.21	2.80%
味精合计：		254,175.00	229,240.35	0.90	162,710.94	0.64	66,529.41	29.02%
鸡精合计：		38,005.00	46,000.56	1.21	32,346.01	0.85	13,654.53	29.68%
合计			275,240.90		195,056.95		80,183.94	29.13%

产品名称		2024年						
		销量	销售收入	平均售价	销售成本	吨平均成本	毛利额	毛利率
味精	中小包装	116,036.27	138,586.21	1.19	88,472.91	0.76	50,113.30	36.16%
	大包装	82,104.91	54,385.29	0.66	52,427.41	0.64	1,957.88	3.60%
味精合计：		198,141.18	192,971.50	0.97	140,900.32	0.71	52,071.18	26.98%
鸡精合计：		30,808.07	34,229.91	1.11	24,682.25	0.80	9,547.66	27.89%
合计			227,201.41		165,582.57		61,618.84	27.12%

2）味精及鸡精整体毛利率对比

指标	2024年	2025年	同比变动
营业收入	22.72亿	27.52亿	+21.14%
营业成本	16.56亿	19.51亿	+17.80%
毛利额	6.16亿	8.01亿	+1.86亿
毛利率	27.12%	29.13%	+2.01%

2025年公司味精及鸡精产品整体毛利率从27.12%提升至29.13%，毛利额增长1.86亿元。毛利率提升的主要驱动因素是成本端的大幅改善（原材料成本下降+规模效应），以及销量大幅增长带来的收入规模效应。其中公司近三年主要原材料（散味精）采购价格（不含税）分别为2023年度7,828.93元/吨、2024年度6,586.51元/吨、2025年5,832.57元/吨，原材料成本的持续下降，是毛利上升的主要影响因素。2025年营业收入增长21.14%，而营业成本仅增长17.80%，成本增速显著低于收入增速，“剪刀差”效应推动毛利率上行。

3）分产品毛利率分析

下表列示各产品2024-2025年毛利率变动明细：

单位：万元

产品	2024毛利率	2025毛利率	变动	2024毛利额	2025毛利额
味精（中小包装）	36.16%	40.04%	3.88%	64,629.20	50,113.30
味精（大包装）	3.60%	2.80%	-0.80%	1,900.21	1,957.88
鸡精	27.89%	29.68%	1.79%	13,654.53	9,547.66

味精（中小包装）是毛利额贡献的绝对主力，2025年贡献毛利64,629万元，占总毛利84.6%。其毛利率从36.16%提升至40.04%，提升幅度最大。味精（大包装）毛利率仅2.80%，且较上年下降，但大包装对整体毛利额贡献较少。鸡精毛利率从27.89%提升至29.68%，改善明显，是毛利上升重要影响因素之一。

（4）对比公司与同行业公司主营业务毛利率差异情况

1）公司毛利率与同行业可比公司对比情况如下表所示：

证券代码	证券简称	2025年	2024年	2023年	2022年
0546.HK	阜丰集团	19.66%	18.22%	22.31%	26.25%
600873.SH	梅花生物	19.00%	20.07%	19.68%	25.13%
002650.SZ	ST加加	25.96%	23.41%	18.71%	20.58%
002496.SZ	佳隆股份	32.51%	34.67%	20.26%	25.06%
603027.SH	千禾味业	37.83%	37.19%	37.15%	36.56%
603755.SH	日辰股份	37.66%	38.70%	38.76%	39.38%
603696.SH	安记食品	17.39%	18.06%	16.79%	16.30%
平均值		27.14%	27.19%	24.81%	27.04%
中位数		25.96%	23.41%	20.26%	25.13%
莲花控股		27.43%	25.30%	17.15%	14.11%

从上表可见，报告期内同行业可比公司毛利率总体稳定并呈略微下降趋势，公司毛利率呈略微上升趋势，主要原因系味精产品原材料采购价格下降所致。其中，阜丰集团、梅花生物更多地属于公司上游，其毛利率下降将带来公司采购价格的降低，在消费终端价格稳定的情形下将带来我司毛利率的直接提升。

鉴于梅花生物和阜丰集团味精收入比重超过30%，我司味精收入占比超过66%，下面是三家公司毛利率差异分析：

指标	莲花控股	梅花生物	阜丰集团
毛利率	27.43%	19.00%	19.66%
营收规模	34.52亿	242.09亿	278.79亿
味精收入占比	66.4%	30.9%	36.8%
客户类型	主要为餐饮端及C端消费者	主要为B端大客户，包括莲花控股	主要为B端大客户，包括莲花控股

公司主要通过小包装品牌调味品在KA商超、便利店、电商（天猫/京东/抖音/小红书）售卖，直达消费者，而终端消费者对终端价格一般不敏感，在此过程中公司收获的是渠道和品牌溢价。而阜丰集团和梅花生物主要为B2B大宗直销（客户主要是食品厂、调味品厂等），客户按吨比价采购，主要以走量为主。因此公司毛利率高于阜丰集团和梅花生物，具备合理性。

2）采购成本分析

由于公司的味精基本是外购大包装原料味精分包为小包装规格味精的方式生产的，除销售运费（采购均为到货价，运费由供应商承担）外，公司味精业务的主要成本为原料味精的采购成本。2022-2025年度，公司原料味精的采购平均单价如下：

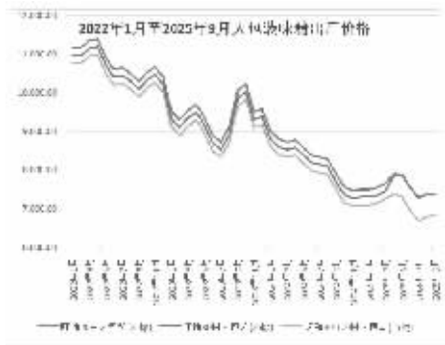
金额单位：元/吨

年度	2025年度	2024年度	2023年度	2022年度
采购单价	5,832.57	6,586.51	7,828.93	8,466.15

从以上采购数据可以看到，2022-2025年度，公司原料味精的采购平均单价逐年下降，2025年较2024年下降114.45%，较2022年累计下降了31.11%，年均复合下降11.68%。

3）供应价格下降合理性分析

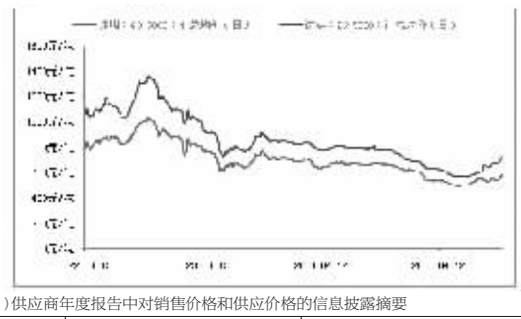
外部统计数据可以佐证味精在生产端的价格波动。百川盈孚BAIINFO的数据显示，2022年1月，味精平均出厂价格超过11,000元/吨，至2023年7月下降至约8,700元/吨，2023年10月短暂回升至约10,000元/吨，但随后持续下跌，2024年末下跌至约7,300元/吨，2025年9月进一步下跌至7,000元/吨，40-100目的甚至已经跌破7,000元/吨。



味精的生产成本主要是粮食和燃料，且现在生产味精使用的粮食已由之前的小麦替代为玉米。其中粮食（玉米）成本约占总成本的50%-59%，燃料（煤炭）成本约占总成本的15%-19%。

根据大连商品交易所玉米主力的指数信息，玉米主力指数在2022年4月29日达到最高的3044点，随后持续震荡下跌，2024年6月28日下跌至2509点，累计跌幅17.58%。2024年末进一步下跌至2229点，虽然2025年初有短暂回升，但下半年继续下跌，最近一次最低点发生在2025年10月14日，当日收盘2093点，累计跌幅33.02%。

根据钢联数据（HTTPS://M.MYSTEEL.COM）的统计数据，最近三年半煤炭价格在2022年10月达到顶峰，随后也是一路下跌，2025年10月的价格相较于峰值下跌了约45%，近乎腰斩。



4）供应商年度报告中对销售价格和供应价格的信息披露摘要

供应商	销售价格	供应价格
梅花生物	但受原材料价格下跌传导影响，主要产品销售价格下行，致使营业收入同比略有下降，毛利率增加的原因主要系材料成本下降以及生产指标提升弥补了价格下降损失。	
阜丰集团	味精的平均售价为每吨约人民币5,681元，较二零二四年下跌约15.4%。	本年度玉米颗粒（主要材料成本）平均价格为每吨约人民币1,826元，较二零二四年下跌7.0%。煤炭平均单位成本为每吨约人民币342元，较二零二四年减少11.2%。本年度食品添加剂分部的毛利率为13.5%，较二零二四年增加0.7个百分点。这反映玉米及煤炭价格下跌对成本的影响大于食品添加剂产品平均售价下跌的影响
星湖科技	报告期内国内外市场竞争激烈，全年平均产品销售价格下降；公司主要产品氨基酸、味精等产品市场销售价格下降，从而导致主营业务收入减少	玉米、煤炭等主要原材料成本下降以及生产工艺提升带动生产成本下降，从而导致主营业务成本下降

(四)会计师核查程序及核查意见

1.核查程序

针对上述事项，我们实施了以下主要核查程序：

（1）了解与销售收款、采购付款、生产仓储相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

（2）测试信息技术一般控制以及与收入确认相关的信息处理控制；

（3）结合对莲花控股公司业务模式的了解，检查销售合同，识别与商品控制权转移相关的合同条款，评价收入确认方法和时点是否恰当；

（4）询问管理层和相关人员，并结合查询工商登记信息等程序，以确认客户、供应商与莲花控股公司是否存在关联关系；

（5）对于内销收入，选取样本检查销售合同、订单、销售发票、发货通知单、物流客户签收单等支持性证据；对于出口收入，选取项目检查相关支持性文件，包括销售合同、出口报关单、货运提单、销售发票等；对于贸易业务收入，检查销售合同与采购合同，确认公司在交易过程中是主要责任人还是代理人；

（6）选取样本对客户、供应商进行现场走访，核实其与莲花控股公司的交易背景、交易规模、结算方式和结算周期、是否存在关联关系等事项；客户走访的基本信息如下：

走访经销商数量	走访经销商2025年营业收入合计（万元）	走访经销商2025年营业收入占食品业务收入总额比例
10	21,241.48	6.38%

（7）选取样本对客户、供应商实施函证程序，函证项目包括对客户的销售金额和应收、预收客户款项余额，对供应商的采购金额和应付、预付供应商款项余额；客户函证的基本信息如下：

项目	内容
函证数量	287
函证总金额	196,629.63
函证金额占食品业务收入总额比例	59.04%
回函直接相符数量	263
回函直接相符金额	167,732.78
回函直接相符金额占函证总金额的比例	85.30%
回函不符、经调节后相符数量	10
回函不符、经调节后相符金额	24,207.58
回函不符、经调节后相符金额占函证总金额的比例	12.31%
未回函、经替代程序确认数量	14
未回函、经替代程序确认金额	4,689.27
未回函、经替代程序确认数量占函证总金额的比例	2.38%

（8）对营业收入、营业成本实施分析性程序，分析公司营业收入以及毛利率增长是否合理；

（9）查阅公司2024年及以前年度报告等公开披露信息，了解公司2024年及以前年度食品制造业务的收入及毛利等信息；

（10）查阅公司同行业可比公司的年度报告、行业报告、独立研究机构的研究报告等外部资料，了解报告期的行业发展状况，评估公司业绩变动是否与行业发展及可比公司业绩变动一致；

（11）实施截止测试，检查收入是否在恰当期间确认；

（12）获取资产负债表日后的销售退回记录，检查是否存在资产负债表日不满足收入确认条件的情况；

（13）检查与营业收入、营业成本相关的信息是否已在财务报表中作出恰当列报。

2.核查意见

（1）公司味精等氨基酸调味品、鸡精等复合调味品、面粉及面制品、料酒等液态调味品等食品制造业务主要客户和供应商信息披露符合公司实际情况；

（2）公司从事贸易业务，部分业务在该交易中的身份是主要责任人，按照已收或应收对价总额确认收入；部分业务在该交易中的身份是代理人，按照预期有权收取的佣金或手续费的金额确认收入，符合会计准则的相关规定；

（3）公司营业收入增长是调味品市场需求增长和莲花品牌市场占有率提升的综合结果，与行业报告、独立研究机构的研究报告等外部信息不存在重大差异；

（4）公司毛利率增长的主要原因是原料味精等主要原材料供应价格下降，更深层次原因是玉米、煤炭等生产味精的主要原材料、能源价格下降，与主要原料味精供应商的年度报告等公开披露信息不存在重大差异。

二、关于销售费用

年报显示，公司本期发生销售费用2.89亿元，同比增长52.75%，其中服务费、广告宣传费、市场推广费发生额分别为0.65亿元、0.40亿元、0.29亿元，同比分别增长31.53%、1180.51%、1143.20%。请公司：（1）补充披露服务费、广告宣传费、市场推广费前五名支付对象名称、交易内容、交易金额、具体推广或宣传的内容、形式及效果等，说明报告期内相关费用大幅上升的原因及合理性，是否符合行业趋势；（2）自查支付对象是否涉及公司客户、关联方或其他利益相关方，是否存在相关资金最终流向控股股东、实际控制人及其他关联方的情形。请年审会计师发表意见。

（一）补充披露服务费、广告宣传费、市场推广费前五名支付对象名称、交易内容、交易金额、具体推广或宣传的内容、形式及效果等，说明报告期内相关费用大幅上升的原因及合理性，是否符合行业趋势

1.公司2025年度服务费按支付对象列示的前五名情况如下：

金额单位：人民币万元

支付对象	交易内容	交易金额	形式及效果
上海禹璨信息技术有限公司	拼多多平台技术服务费	485.91	公司线上销售渠道，根据平台销售额支付给平台运营公司的技术服务费，金额取决于销售额。
北京有竹居网络技术有限公司	抖音平台技术服务费	444.76	公司线上销售渠道，根据平台销售额支付给平台运营公司的技术服务费，金额取决于销售额。
汉海信息技术（上海）有限公司	大众点评平台技术服务费	118.88	公司线上销售渠道，根据平台销售额支付给平台运营公司的技术服务费，金额取决于销售额。
浙江天猫技术有限公司	天猫&淘宝平台技术服务费	133.11	公司线上销售渠道，根据平台销售额支付给平台运营公司的技术服务费，金额取决于销售额。
浙江天猫供应链管理有限公司	天猫&淘宝平台技术服务费	92.86	公司线上销售渠道，根据平台销售额支付给平台运营公司的技术服务费，金额取决于销售额。
合 计		1,275.52	

2.公司2025年度广告宣传费按支付对象列示的前五名情况如下：

金额单位：人民币万元

支付对象	交易内容	交易金额	形式及效果
北京巨量引擎信息技术有限公司	抖音平台广告宣传费	1,568.32	公司线上销售渠道，为提高产品曝光度并精准投放至目标用户，支付给平台的广告宣传费，在很大程度上影响了线上销售额
拼多多（上海）网络科技有限公司	拼多多平台广告宣传费	411.38	公司线上销售渠道，为提高产品曝光度并精准投放至目标用户，支付给平台的广告宣传费在很大程度上影响了线上销售额
杭州阿里妈妈软件服务有限公司	天猫&淘宝广告宣传费	587.04	公司线上销售渠道，为提高产品曝光度并精准投放至目标用户，支付给平台的广告宣传费在很大程度上影响了线上销售额
浙江天猫供应链管理有限公司	天猫&淘宝广告宣传费	102.28	公司线上销售渠道，为提高产品曝光度并精准投放至目标用户，支付给平台的广告宣传费在很大程度上影响了线上销售额
广西京东晴川电子商务有限公司	京东平台广告宣传费	77.81	公司线上销售渠道，为提高产品曝光度并精准投放至目标用户，支付给平台的广告宣传费在很大程度上影响了线上销售额
合 计		2,746.83	

3.公司2025年度市场推广费按支付对象列示的前五名情况如下：

金额单位：人民币万元

支付对象	交易内容	交易金额	具体推广的内容
广西京东星辰电子商务有限公司	京东平台推广费投入	245.28	京东站内商品搜索推广、首页资源位曝光、品类活动展位、店铺流量拉升及单品助推投放，依托京东商城流量体系，提升商品搜索排名与店铺整体曝光度。
杭州今日头条科技有限公司	抖音平台推广费投入	156.60	用于抖音电商信息流推送、短视频种草流量、直播间引流、商品橱窗曝光、精准兴趣人群投放，依托兴趣电商模式，精准触达年轻消费群体。
胡桃街（上海）信息技术有限公司	拼多多平台推广费投入	103.99	拼多多站内搜索推广、场景展位投放、活动流量补贴、商品曝光助推、全站引流推广，适配平台高流量、快动销的运营机制，主打单品放量引流。
上海禹璨信息技术有限公司	拼多多平台推广费投入	98.02	拼多多站内搜索推广、场景展位投放、活动流量补贴、商品曝光助推、全站引流推广，适配平台高流量、快动销的运营机制，主打单品放量引流。
浙江阿里巴巴通信技术有限公司	天猫&淘宝平台推广费投入	64.02	淘宝直通车、搜索竞价、站内展位曝光、店铺权重提升、营销流量投放，精准承接平台搜索意向用户，优化店铺流量结构。
合 计		667.91	

4.相关费用大幅上升的原因及合理性

公司服务费、广告宣传费、推广费（以下简称三项费用）的投入与食品制造业务收入的关系如下表：

金额单位：人民币万元

项目	2025年度	2024年度	变动比例
服务费	6,458.78	4,910.54	31.53%
其中：线上服务费	6,015.85	3,908.36	53.92%
其中：平台服务费	2,958.43	2,602.91	13.66%
达人服务费	3,057.42	1,305.45	134.20%
线下服务费	442.93	1,002.18	-55.80%
广告宣传费	3,982.18	310.99	1180.51%
其中：线上广告宣传费	3,852.64	285.75	1248.26%
线下广告宣传费	129.54	25.24	413.23%
市场推广费	2,851.85	229.40	1143.20%
三项费用合计	13,292.81	5,450.93	143.86%
食品制造业务收入	330,737.09	264,644.05	25.98%
三项费用合计占食品制造业务收入的比例	4.02%	2.06%	

（1）三项费用同比增长的原因说明

2025年度，公司食品制造业务收入较2024年度增加6.61亿元，增长25.98%；与此同时，公司三项费用总额同比增加7,841.89万元，三项费用占食品制造业收入比例由2.0%增长至4.02%。三项费用大幅上升与公司食品制造业务收入变动趋势密切相关。广告宣传费由上年同期的310.99万元增加至3,982.18万元，市场推广费由上年同期的229.40万元增加至2,851.85万元，增长幅度较高，原因是2024年广告宣传费和市场推广费基数较低，2025年为扩大食品制造业务收入规模加大了广告宣传费和市场推广费投入；服务费较上年同期增长31.53%，和食品制造业收入增长率接近。

（2）服务费前五大支付金额集中度较低的原因分析

1）平台服务费支付分散

报告期内，公司同时在抖音、快手、微信视频号、拼多多、小红书、京东、淘宝直播等24个平台开展经营活动。各平台技术服务费按实际成交额的一定比例逐笔自动扣收，不存在单一平台收费集中度畸高的情形。各平台服务费计费规则独立、结算周期独立，因此平台服务费的支付较为分散。

2）达人佣金支付高度长尾化

截至报告期末，公司合作达人数量约3万人，达人梯队分布呈现明显的金字塔结构：头部达人（粉丝量≥100万）约300人，占比约1%；腰部达人（10万≤粉丝量＜100万）约2,700人，占比约9%；尾部达人（粉丝量＜10万）约27,000人，占比约90%。

该达人结构决定了佣金支付的分布形态：虽然有部分头部达人单笔佣金相对较高，但公司在达人策略上始终坚持“去头部化、广铺量”的稳健经营方针，不依赖少数头部达人，而是构建了由近3万名达人组成的分布式带货矩阵。尾部达人虽单人带货产出有限，但合计贡献了公司达人渠道总GMV的约60%。

3）单笔支付金额微小，支付频次极高

由于公司达人数量庞大、单达人带货产出分散，每笔佣金支付的金额普遍较小。这种“小额多笔”的支付结构是公司业务模式的自然结果：一方面，达人准入门槛低、广泛招募尾部创作者，确保带货规模的覆盖面；另一方面，按实际成交实时结算佣金，避免了大量资金沉淀，有利于控制财务风险。

4）同行业可比情况

经查询公开信息，社交电商及直播电商行业中，采用“多平台+达人矩阵”模式的同类企业，其前五大供应商/支付对象占比普遍处于较低水平。例如，部分头部MCN机构及品牌自播企业，若其达人矩阵超过万人规模，前五大支付对象占比通常在10%-20%区间；若达人规模达到数万人量级，该比例将进一步下降至个位数。公司前五大支付对象占比情况与行业同类企业基本一致，不存在异常情形。

报告期内，公司主营食品调味品销售业务采用“多平台布局＋达人矩阵分销”的社交电商经营模式，依托抖音、快手、微信视频号、拼多多、小红书等24个主流内容电商及社交平台开展商品推广与销售。截至报告期末，公司合作带货达人数量约3万个，覆盖不同粉丝量级、不同垂类赛道的创作者群体，形成了广泛且多元化的达人分销网络。

在该经营模式下，包括两个方面：一是向各电商平台支付的平台技术服务费，二是向合作达人支付的带货佣金。由于平台数量众多、达人规模庞大，两项支出的支付对象天然呈现出高度分散的特征。

(3)公司销售费用和销售收入配比情况说明

财务指标（亿元）	2024年	2025年	同比变动
营业收入	26.46	34.52	+30.45%
销售费用	1.89	2.89	+52.78%
销售费用率	7.16%	8.38%	+1.22%

莲花控股2025年营业收入达34.52亿元，同比增长30.45%；销售费用2.89亿元，同比增长52.78%，销售费用率由 7.16% 增长到 8.38%。

销售费用增速高于收入增速，主要因公司处于品牌复兴期和渠道扩张期（经销商增加、商超进场、线上团队搭建、高毛利产品推广）一一新增经销商157家、商超网点2000+家、线上团队从0到1搭建，这些前期投入将在后续年度持续贡献收入，属于合理的战略性费用投入，销售费用的增长符合企业实际情况和行业趋势。

(二)自查支付对象是否涉及公司客户、关联方或其他利益相关方，是否存在相关资金最终流向控股股东、实际控制人及其他关联方的情形

公司三项费用前五名支付对象的股权结构，以及与公司客户、控股股东、实际控制人及其控制的企业的关系如下：

支付对象	股东/持股比例	是否为公司客户	与公司控股股东、实际控制人及其控制的企业的关系
广西京东星辰电子商务有限公司	北京京东世纪贸易有限公司/100%	否	无关联关系
杭州今日头条科技有限公司	深圳今日头条科技有限公司/51.22% 海南巨量引擎科技有限公司/48.78%	否	无关联关系
胡桃街（上海）信息技术有限公司	香港胡桃街有限公司/100%	否	无关联关系
上海禹璨信息技术有限公司	Radiance Sea Hong Kong Limited/100%	是	无关联关系
浙江阿里巴巴通信技术有限公司	淘宝（中国）软件有限公司/100%	否	无关联关系
北京有竹居网络技术有限公司	抖音集团（香港）有限公司/100%	否	无关联关系
汉海信息技术（上海）有限公司	Solid Bit Hong Kong Limited/100%	否	无关联关系
浙江天猫技术有限公司	淘宝中国控股有限公司/100%	否	无关联关系
浙江天猫供应链管理有限公司	浙江天猫技术有限公司/100%	否	无关联关系
北京巨量引擎信息技术有限公司	海南巨量引擎科技有限公司/100%	否	无关联关系
拼多多（上海）网络科技有限公司	杭州微米网络科技有限公司/100%	否	无关联关系
杭州阿里妈妈软件服务有限公司	杭州阿里妈妈网络技术有限公司/100%	否	无关联关系
广西京东晴川电子商务有限公司	宿迁爱俏诺科技有限公司/80% 海南晓风电子商务有限公司/20%	否	无关联关系

除上海禹璨信息技术有限公司外，公司三项费用前五名支付对象均不是公司直接客户、关联方或其他利益相关方，不存在相关资金最终流向控股股东、实际控制人及其他关联方的情形。公司服务费、广告宣传费、推广费前五名支付对象与公司部分客户存在关联关系，具体如下：

金额单位：人民币万元

三项费用支付对象	三项费用发生金额	关联客户名称	关联客户收入金额
杭州阿里妈妈软件服务有限公司	587.04	浙江昊超网络科技有限公司	1,922.67
浙江阿里巴巴通信技术有限公司	64.02		
浙江天猫供应链管理有限公司	195.14		
浙江天猫技术有限公司	133.11		
小 计	979.31	小 计	1,922.67
广西京东晴川电子商务有限公司	77.81	北京京东世纪信息技术有限公司	1,709.44
广西京东星辰电子商务有限公司	245.28		
小 计	323.09	小 计	1,709.44
汉海信息技术（上海）有限公司	118.88		
小 计	118.88	小 计	
胡桃街（上海）信息技术有限公司	103.99		
拼多多（上海）网络科技有限公司	411.38		
上海禹璨信息技术有限公司	583.93	上海禹璨信息技术有限公司	4,232.21
小 计	1,099.30	小 计	4,232.21
北京巨量引擎信息技术有限公司	1,568.32		
北京有竹居网络技术有限公司	444.76		
杭州今日头条科技有限公司	156.60		
小 计	2,169.68	小 计	
合 计	4,690.26	合 计	7,864.32

天猫、淘宝、京东、拼多多是国内电子商务企业龙头，通过这些电子商务平台面向公众消费者出售商品，电子商务平台向公司收取服务费、广告宣传费、市场推广费等。同时，这些电子商务平台或其关联方也会开展自营业务，公司向这些平台自营业务主体出售商品，由其向公众消费者出售公司产品。公司三项费用的支付对象或其关联方与公司客户重叠，具备商业合理性。

(三)会计师核查程序及核查意见

1.核查程序

针对上述事项，我们实施了以下主要核查程序：

（1）了解与资金活动、费用报销相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

（2）询问管理层和相关人员，并结合查询工商登记信息等程序，检查服务费、广告宣传费、市场推广费等三项费用支付对象是否为公司客户，与公司客户是否存在关联关系，与公司控股股东、实际控制人或其控制的企业是否存在关联关系；

（3）对包括三项费用在内的期间费用实施细节测试程序，选取样本检查服务费、广告宣传费、市场推广费的服务合同、费用支付凭证等，核查线上费用的后台数据，确认账面确认费用金额与平台后台系统是否存在差异；

（4）对包括三项费用在内的期间费用实施分析性程序，分析公司三项费用增长的合理性，与线上收入等营业收入增长是否匹配；

（5）实施截止测试，检查三项费用是否在恰当期间确认；

（6）检查与三项费用相关的信息是否已在财务报表中作出恰当列报

2.核查结论

（1）公司服务费、广告宣传费、市场推广费等三项费用信息披露符合公司实际情况；

（2）公司三项费用大幅增长的主要原因是线上收入大幅增长，三项费用与线上收入的增长趋势相同，比例基本一致，符合行业趋势；

（3）公司三项费用的支付对象存在与客户重叠或与客户存在关联的情形，原因为公司线上销售的主要渠道均为国内知名电子商务平台，这些电子商务平台在为客户提供线上渠道销售并收取平台服务费等费用时，自身或其关联方也开展自营业务，向品牌方采购商品自行销售，相关交易安排具备商业合理性；

（4）公司三项费用的支付对象不涉及公司关联方或其他利益相关方，不存在相关资金最终流向控股股东、实际控制人及其他关联方的情形。

三、关于算力服务业务

年报显示及前期公告显示，公司2025年度实现算力服务业务收入1.22亿元，同比增长51.13%，毛利率46.07%，同比增加3.62个百分点。关注到，公司前期以2亿元采购的4000块加速卡产品已全部到货，公司将采购配套服务器完成组装后，以算力租赁或整机、单卡销售的方式向客户提供。经营算力服务业务的子公司莲花紫星本期实现净利润-2,857.86万元，亏损同比扩大，主要系财务费用较高导致。请公司：（1）区分算力服务租赁业务、软件服务业务列示算力服务业务前十大客户名称、销售内容、合同金额、合同期限、收入确认金额、毛利率、期末回款情况，以及相关项目对应供应商名称、采购内容及采购金额；（2）补充披露本期服务器采购及处置情况，包括交易对方名称、交易内容、交易金额、实际执行情况、款项收付情况等，列示公司现有服务器的账面余额、摊销年限、账面价值及服务器的算力实际利用率，结合行业可比公司情况以及莲花紫星持续亏损的情况，说明相关资产摊销年限设置是否合理，减值计提是否充分；（3）补充披露4000块加速卡截至目前的组装和使用状态，是否已签订对应的算力租赁或销售合同，结合业务开展情况说明相关采购决策是否审慎；（4）结合上述问题以及莲花紫星持续亏损、大额算力合同终止等情况，说明公司开展算力服务业务是否具备可持续性，继续开展相关业务是否有利于维护上市公司及中小股东利益。请年审会计师就问题（1）、（2）发表意见

(一) 区分算力服务租赁业务、软件服务业务列示算力服务业务前十大客户名称、销售内容、合同金额、合同期限、收入确认金额、毛利率、期末回款情况，以及相关项目对应供应商名称、采购内容及采购金额

1.算力服务业务前十大客户以及相关项目对应供应商信息

公司算力服务业务分两种模式：一是服务商模式，公司向服务商、云厂商提供算力服务，由服务商、云厂商面向终端客户提供算力服务，设备以部署于云厂商或客户机房为主；二是直营直客模式，公司直接对接终端客户，设备部署于客户机房或公司合作机房。

2025年度，算力服务业务前十大客户以及相关项目对应供应商信息列示如下：

金额单位：人民币万元

客户名称	服务内容	合同金额	合同期限	收入确认金额	毛利率	期末执行情况（截至2026年5月31日）	模式
赛尔网络有限公司	463.8PFLOPS高性能算力服务	17,628.00	2024年9月1日至2028年12月31日	4,157.55	49.09%	服务中	服务商模式
深圳市信息基础设施投资发展有限公司[注1]	10台GPU服务器算力服务	3,600.00	2024年1月23日至2028年1月22日	2,971.70	55.58%	服务中	服务商模式
	25台GPU服务器算力服务	9,000.00	2024年1月23日至2028年1月22日				
中原算力科技发展有限公司[注2]	128台GPU服务器算力服务	28,339.20	2024年9月9日至2025年6月6日	1,114.87	21.67%	合同已终止，已处置资产	服务商模式
北京知道数智技术有限公司	5台GPU服务器算力服务	1,656.00	2024年5月7日至2028年5月6日	775.47	52.00%	服务中	服务商模式
	5台GPU服务器算力服务	1,632.00	2024年6月5日至2028年6月4日				
杭州天璇智算技术有限公司[注3]	8台GPU服务器算力服务	660.00	2025年6月15日至2026年1月14日	518.87	39.71%	合同已结束，相关设备已用于其他算力服务合同	服务商模式
	8台GPU服务器算力服务		2025年7月2日至2026年1月1日				
凌穹瞬联(庆阳)数据科技有限公司	117台GPU