

(上接B050版)

注2:BAY AREA WHOLESALE TIRE & WHEEL的毛利率为9.32%，该客户补货订单量较大，一般整柜批量采购，单笔订单的需求量大，对发货和物流配送的时效要求不高，无需仓储及时发货、分装和装配外包装等服务，仅需集中装柜和配送，因此公司给予较大销量，给予该客户的单位售价相对较低，因此毛利率较低。

注3:DISCOVER TIRE5 LLC的毛利率为12.84%，该客户采购量以整柜批量为主，临时采购零散订单为辅，由于批量集中采购和临时采购采用在采购量以及随商品销售随销售价格的仓储发货及时性、分装和装配外包装、装柜和配送等要求不同，公司根据具体订单的情况，对此批采购订单给予相对较低的单位售价，对临时采购的零散订单给予较高的单位售价，因此该客户整体综合毛利率略低于平均值。

注4:物产中大化工集团所属客户的毛利率为-20.19%，主要系客户交易产品为碳酸锂，2025年1-6月碳酸锂现货价格大幅下跌并在6月份触底，叠加生产周期及加工费成本影响，造成阶段性成本成本倒挂，毛利为负。

2025年国内销售主要客户的主营业务收入合计为9,428.03万元，占国内销售收入的比例为12.37%。国外销售客户主要系美国AM市场的轮胎批发商，专业轮胎门店、汽修、连锁汽车服务门店、汽车改装门店等，该市场处于完全竞争的状态，具有高度分散的特征，不同客户之间毛利率因配套增值服务覆盖程度、出货模式不同而存在差异。2025年国内销售主要客户的销售综合合计为19,158.54万元，占国内销售收入的比例为76.10%。国内客户主要系新能源电池材料供应商所收购的行业龙头企业，集中度相对较高，产品主要为硫酸锂、硫酸盐、碳酸锂等，销售价格受大宗商品价格波动影响，且不同产品的波动幅度及趋势存在差异。

综上所述，国外销售主要客户和国内销售主要客户所属行业及业务板块不同，以及向其销售的产品类型不同，导致国内外业务毛利率存在较大差异。

2.产品结构

2025年度国外、国内销售分产品结构如下：

单位：人民币 万元				
区域	产品大类	交易金额	占主营业务收入的比例	毛利率
国外销售	轮胎	62,800.12	66.60%	16.92%
	橡胶	14,804.42	15.75%	24.53%
	其他汽车配件	622.19	0.67%	30.02%
	新材料	23.90	0.00%	100.00%
	小计	68,119.06	73.02%	17.91%
	橡胶	23,026.46	26.60%	-3.02%
国内销售	新材料	1,167.10	1.24%	-26.75%
	食品	92.11	0.09%	4.51%
	小计	29,174.67	26.98%	-4.38%
	合计	68,293.72	100.00%	11.89%

2025年度，公司国外业务以汽车配件（轮胎及橡胶）为主，橡胶占比合计73.02%，整体毛利率17.91%；国内业务以锂电回收（新材料）为主，同时包含少量橡胶销售业务，整体毛利率为-4.38%。上述毛利率主要源于产品结构所处的行业属性所致，具体分析如下：

（1）国内业务以锂电回收为主，受行业下行影响毛利率为负

国内新材料业务占主营业务收入比例26.65%（占国内主营业务收入比例95.04%），核心产品为锂电回收废旧的金属材料（主要包括硫酸锂、硫酸盐、碳酸锂等）。2025年度，锂、镍等大宗商品价格剧烈震荡并持续低迷，导致公司采购端需求但废旧电池“抢货”带来的高现金属收购成本，销售端执行“产品成本+加工费”的定价机制，金属材料占公司产品成本比重较大，金属采购价格、原材料与金属行情相挂钩。在金属材料单边下跌进而影响产品销售价格的情况下，原计划采购到产品销售之间还存在时间差，采购时点成本和销售时点的时间差进一步拉低了产品销售空间，导致前期高价库存结构后普遍出现收入成本倒挂。同时，下游客户集中正负极材料头部企业，公司作为中游环节缺乏定价权，叠加重资产属性下产能利用率不足造成单位固定成本，共同导致橡胶块毛利率为-3.62%。

（2）国内橡胶业务处于亏损，规模不足导致负毛利

国内橡胶业务占公司主营业务收入1.24%（占国内主营业务收入比例4.60%），目前处于市场开拓初期，采用OEM品牌模式（即公司按照客户提供的技术参数、设计图纸、质量要求等生产符合客户品牌的要求），面临激烈的市场竞争，议价能力较弱，同时，由于订单量未达到盈亏平衡点，产能利用率不足，单位产品分摊的模具、人工及制造费用较高，导致生产成高销售单价，毛利率为-20.75%，进一步拉低了国内业务整体盈利水平。

（3）国外业务以品牌客户为主，盈利稳定较国内强

国外业务以汽车配件为主，占主营业务占比达73.02%（占国内主营业务收入比例99.99%），依托北美汽车后市场（AM）的成熟渠道及Doenti、RDR、Velocity等自有品牌矩阵，掌握终端定价权。其中，橡胶产品主计Doenti、RDR、Velocity等自有知名品牌，品牌溢价能力强，毛利率达24.53%；轮胎业务依托规模化集采与供应链管理能力，保持16.92%的稳定毛利率，整体盈利表现显著优于国内业务。

综上所述，国内外业务所属行业及业务板块不同，产品结构差异导致毛利率的显著不同，具备合理的商业逻辑。

3.产品定价及毛利率、销售结算政策

（1）产品定价及毛利率

公司国内市场全部以汽配产品为核心，主营业务为轮胎、大中小尺寸汽车橡胶，2025年销售占比分别为77.51%和21.57%，业务毛利率维持在合理且稳定的区间，核心源于上下游销售议价能力，衍生生成的定价机制锁定稳定毛利。

①上下游议价能力

上游采购端：国内汽配业务核心原材料为天然橡胶、铝锭等大宗商品，原材料价格由国际期货市场主导，公司无绝对定价权，属于市场价格波动型；公司依托北美区域子公司规模化集中采购，供应链协同管控模式，有效锁定基础采购成本、保障供货稳定，最大限度弱化原材料价格波动带来的盈利冲击。

下游销售端：公司深耕北美汽车后市场（AM）多年，形成Doenti、RDR、Velocity等成熟自有品牌矩阵，搭建了高粘性、全覆盖的线下终端渠道网络。一方面，北美整车生产汽配产品品牌认知度高，对公司品牌接受度较高；另一方面，下游客户更愿更换供货供应商的渠道重建、资质审核、市场运维成本较高，客户替换意愿极低。若公司在国外终端市场具备较强下游议价权和自主定价能力。

②议价能力决定产品定价模式及毛利率

依托较强的下游议价权确立自主定价能力。公司针对国内外两类核心汽配产品制定差异化定价规则，传导成本波动、渠道资源及产品毛利：

国外轮胎产品：采用供应链采购+渠道定价定价模式。以北美子公司集采锁定的外厂厂基基础采购成本为基准，对标北美终端市场零售价及行业竞品价格制定终端售价；同时建立季度动态调价机制，根据通胀率、物流、汇率波动等影响，当当地终端政策要求时调整售价。凭借强下游议价能力，可快速调整原材料、物流、汇率波动等成本变动向下游传导，保障轮胎业务毛利长期稳定。

国内轮胎橡胶产品：采用“成本加成”定价模式。以材料、人工、制造费用等综合生产成本为基准，结合生产工艺难度、生产良率核定销售价格。由于北美汽车后市场发达，且公司自有品牌已获得客户广泛认可，具备品牌溢价优势，使得国外轮胎业务毛利率保持在合理水平。

国内业务：

公司国内市场产品结构高度集中，新材料产品2025年销售占比达95.04%，是决定内整体毛利率的核心因素；国内橡胶产品2025年销售占比仅4.60%，处于早期市场开拓阶段，主要围绕OEM品牌矩阵及小尺寸车轮轮为主，对整体毛利率影响极小，不构大内主要影响因素。国内业务整体毛利为负，本质是上下游双向弱势议价地位，导致被动市场化定价，叠加行业周期下行被压亏损。

①上下游议价能力

上游采购端：国内核心主营锂电材料回收业务，上游原材料为废旧动力电池，行业废旧电池货源高度分散，全行业存在普遍货源紧张现象，上游厂家话语权较强，同时行业通行现款采购模式，公司无法取得定价主导权，处于被动接受市场收购价格的地位，且占比较大运营资金，资金成本进一步抬高综合成本。

下游销售端：国内新材料下游客户高度集中于普鲁、百智等头部新能源正材料生产企业，行业属于典型的买方垄断市场。公司处于锂电回收业务的上游加工环节，无自主定价权，被动接受下游客户加工费定价，长周期结算等严苛商务条款，下游盈利空间被持续压缩。

②议价能力决定上下游市场化波动定价模式

受上下游双向弱势议价能力限制，公司国内新材料产品采用行业标准化原料成本+固定加工费定价的定价模式，无溢价空间，无法向下游传导成本风险，部分产品定价规则如下：

硫酸锂、硫酸盐：执行月度议价机制，每月针对对标行业主流报价、上海有色网（SMM）金属行情与客户协商确定次月加工折算系数，最终结算价格绑定现货金属日均价；

碳酸锂：执行逐单询价机制，参照广州期货交易所主力合约价格与客户协商锁定单笔订单销售价格。

③行业周期放大定价模式劣势，最终形成负毛利

报告期内锂电行业周期下行，碳酸锂、硫酸锂等核心金属材料大幅剧烈波动，行业普遍出现成本备货、期末存货大幅贬值、叠加采购新材料行业产能过剩、行业竞争激烈加剧，公司重资产模式导致制造费用居高不下等多因素，材料采购成本远超产品终端售价，出现收入成本倒挂，最终导致国内新材料业务、国内整体业务毛利为负。

（2）销售结算政策

轮胎与轮胎产品依据客户合作年限、信用评级设置收货后30-90天账期，针对长期合作存量客户，实行年度信用评审与动态调整机制。新材料产品硫酸锂/硫酸盐按月度结算，次月对账开票后给予1-10个工作日付款期，整体结算周期约45天；碳酸锂产品基于价格波动剧烈，执行“现款现货、先款后货”模式。

公司“严格执行‘定价+账期管理’原则。产品定价基于成本核算与市场供需确定，不因结算方式的差异而调整定价。因此，销售结算政策主要影响现金流回款，并非导致公司国内业务毛利率存在显著差异的原因。

综上所述，公司国外业务毛利率显著高于国内业务多重核心原因共同作用：一是国外主营主营产品、下游客户所属行业景气度高，海外以高附加值高规格产品为主，客户品牌溢价较大且高度认可，下游客户愿意以周期较长账期支付货款，下游渠道集中且议价能力强。二是上下游议价能力分化程度形成差异化定价机制。国外汽配业务依托品牌溢价确立定价权，可随需求主导成本波动，保持稳定毛利；国内新材料业务处于下游弱势地位，仅能执行挂单采购行情的价格对外销售，无法抵消金属材料下行周期的影响，而销售结算政策叠加影响现金流成本，不改产品定价与成本匹配关系，并非毛利率差异的成因。上述各项因素叠加共同造成国外业务盈利、国内业务整体亏损的毛利率分化局面，符合商业逻辑，具备合理性。

（二）国内业务持续亏损的原因

2022年公司国内业务整体毛利率8.89%，2023年至2025年公司国内业务毛利率连续三年为负，具体情况如下表所示：

产品大类	2024年度		2024年度		2025年度	
	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率
锂电回收新材料	96.04%	-3.62%	98.29%	-0.07%	98.29%	-11.56%
轮胎	4.00%	-20.75%	1.69%	-47.19%	0.64%	-8.21%
食品	0.36%	4.51%	2.02%	0.87%	0.13%	33.58%
国内业务整体	100.00%	-4.38%	100.00%	-1.19%	100.00%	-11.48%

由上表可见，国内业务自2023年起出现亏损，且2025年亏损幅度有所扩大。持续亏损系锂电回收业务与轮胎业务共同导致的结果，具体分析如下：

1. 锂电回收业务

该板块运营主体为原控股子公司广东威可，2023-2025年净利润分别为13,999.34万元、-11,112.24万元及-7,604.61万元，是亏损的主要来源。其毛利率由2022年的6.62%持续转负，主要受行业周期、产业链地位及产能利用率三大因素叠加影响。

2023年，受锂电行业周期反转影响，公司前期于2022年上半年周期末期的废旧电池原料库存产生本期结转亏损。而自2022年末起，锂、钴、碳酸锂等大宗商品价格自高位快速回落，产成品价格随行就市下降，导致结转采购成本与当期售价出现明显显倒挂，形成收入成本倒挂，全年新材料板块毛利率降至-11.56%。

2024年，为规避金属价格波动带来的存货减值风险，公司调整经营策略，部分业务改为代生产（仅赚取加工费）并采用净额法核算。此举虽有效控制了减值风险，但代工模式毛利率远低于自产销售。同时，下游正负极材料头部企业（如宁德时代、普鲁普）议价能力增强，加工费持续下跌，叠加产能利用率不足，固定成本分摊压力较大，全年新材料板块毛利率降至-10.07%。

2025年，属无高价存货拖累，但行业景气度加剧导致直接生产成本实现成本性提升。2025年主要辅料硫酸价格因国内中东欧供应大幅上涨，导致直接生产成本大幅上涨。下游客户为进一步控制成本，继续压低加工费（较2024年降幅约10%）。受国内动力电池退役规模不及预期影响，广东威可产能利用率仍处低位，单位折旧及人工成本居高不下，导致全年新材料板块毛利率进一步下滑至-3.62%。

2. 国内轮胎业务

该板块由台山市生产基地运营，虽营收占比小，但连续三年为负，进一步拉低了国内业务整体盈利水平。亏损主要源于业务结构调整及产能爬坡不及预期所致。

2023年起，公司主动削减低附加值低利润的国内零散橡胶业务，转而拓展OEM品牌配套业务，该模式产品规模化程度高，议价能力较强，面临激烈的市场竞争，单位产能受限。国内轮胎业务处于市场开拓初期，订单量未达到盈亏平衡点。

受台山区2024年完成搬迁及产线调试影响，产能爬坡缓慢，单位产品需分摊较高的模具费、人工及制造费用，导致生产成本持续高于销售单价。2024年及2025年毛利率分别为-6.71%和-20.75%，对整体业绩形成拖累。

综上所述，国内业务连续三年为负，主要系锂电回收行业周期下行、产业链议价能力弱势与轮胎业务结构调整及产能爬坡不及预期共同作用的结果。2025年亏损幅度较2024年扩大，主要系原料回收加工费进一步下压及产能利用率不足所致，符合行业整体趋势及公司实际经营情况。

（三）国内外业务毛利率变动趋势偏离的主要原因

2025年度国内业务实际收入68,119.05万元，同比下降8.87%，国外业务毛利率为17.91%，较2024年的15.02%上升2.89个百分点。国内业务实现收入25,174.67万元，同比下降19.1%，具体情况如下表所示：

降0.98%，国内业务毛利率为-4.38%，较2024年的-1.19%下滑3.19个百分点。国内外业务毛利率变动趋势偏离的具体原因如下：

1、主要客户

（1）近两年，公司国外业务的主要客户收入如下：

单位：人民币 万元						
年度	位次	业务板块	客户名称	销售内容	交易金额	占主营业务收入的比例/毛利率
2025年	1	汽车配件	SIMPLE TIRE LLC	轮胎	2,151.07	2.70% 20.82%
	2	汽车配件	DISCOVER TIRE5 LLC	轮胎	2,490.21	26.64% 12.84%
	3	汽车配件	BAY AREA WHOLESALE TIRE & WHEEL	轮胎	1,507.94	1.62% 9.32%
	4	汽车配件	PRIORITY TIRE LLC	轮胎	1,171.04	1.26% 16.92%
	5	汽车配件	ECONOMY TIRE INC	轮胎	769.87	0.83% 16.99%
		小计		8,428.03	9.06%	16.31%
2024年	1	汽车配件	SIMPLE TIRE LLC	轮胎	3,906.23	3.00% 20.39%
	2	汽车配件	PRIORITY TIRE LLC	轮胎	2,172.62	2.17% 14.09%
	3	汽车配件	BAY AREA WHOLESALE TIRE & WHEEL	轮胎	1,163.03	1.16% 6.57%
	4	汽车配件	DISCOVER TIRE5 LLC	轮胎	946.03	0.96% 16.44%
	5	汽车配件	THE WHEELERSHIP LLC	轮胎	783.27	0.76% 13.88%
		小计		8,973.13	8.96%	16.98%

报告期内，国外前五大客户均为北美地区长期合作的汽配经销商，客户结构高度分散，2025年国外毛利率逆势回升与客户结构调整无关联，相关变动均具备合理商业背景，具体分析如下：

①客户集中度低，单一客户变动对整体盈利影响有限

2024年、2025年国外业务前五大客户合计占主营业务收入比例分别为8.96%、9.05%，占国内业务收入比例12.37%、12.37%，天然汽配行业普遍存在的客户集中度水平，这是北美汽车后市场终端业态高度碎片化的市场属性决定的，当地汽修厂、轮胎专营店、小型汽配门店遍布，各单采购规模小、频次高，本身是高度分散的客群结构，单个客户的采购额、毛利率出现较大波动，对整体盈利的影响也非常有限；

②客户层面实际对毛利率形成积极拖累，而非拉动作用

2025年前五大客户综合毛利率为15.31%，较2024年的15.98%微降0.67个百分点，并未对整体毛利提升形成积极贡献：1）新晋第二大客户DISCOVER TIRE5 LLC，采购以整柜批量为主，临时采购零散订单为辅，由于批量集中采购和临时采购采用在采购量以及随商品销售价格的仓储发货及时性、分装和装配外包装、装柜和配送等要求不同，公司根据具体订单情况给予的毛利率最低，对应毛利率12.84%，拉低了前五大客户的平均毛利率；2）新晋大客户SIMPLE TIRE LLC系美国大型轮胎零售电商平台，依托自身线上渠道imple.com开展线上零售业务，2024年起其自建独立仓库，供应链管理能力为提前备货批量直发备货，对公司临时零散采购的需求明显下降，2025年对其销售金额同比增幅达35.51%，该客户2025年毛利率为20.82%，属于高毛利客户，其采购额收缩进一步拉低了前五大客户的平均毛利率。

综上所述可见，国外业务毛利率回升与客户结构无关，其核心是由轮胎橡胶块产能修复驱动，详见问题“二（三）（2）（1）国外业务毛利率回升，主要由轮胎橡胶块拉动”。

（2）近两年，公司国内业务的主要客户收入如下：

年度	位次	业务板块	客户名称	销售内容	交易金额	占主营业务收入的比例	毛利率
2020年度	1	新材料	宁波市普鲁新材料科技股份有限公司	镍盐、钠盐	8,775.88	9.41%	-3.80%
	2	新材料	湖南宁德普微新材料科技有限公司	镍盐	3,467.93	3.71%	-5.97%
	3	新材料	物产中大化工集团有限公司	硫酸锂	2,769.63	2.97%	-20.19%
	4	新材料	上海盛固金属材料有限公司	硫酸锂、电解盐、硫酸盐	1,652.40	2.68%	2.72%
	5	新材料	广州盈发金属材料有限公司	硫酸锂、硫酸盐	1,862.80	1.77%	5.12%
			小计		19,158.54	20.64%	-4.07%
2024年度	1	新材料	广州盈发金属材料有限公司	硫酸锂	5,530.06	5.82%	-5.07%
	2	新材料	湖南宁德普微新材料科技有限公司	硫酸锂、硫酸盐	5,694.03	5.93%	15.0%
	3	新材料	广州市林杰新材料有限公司	硫酸锂、硫酸盐	3,199.27	3.19%	4.79%
	4	新材料	广东伟步新材料科技有限公司	硫酸锂	2,207.49	2.20%	-7.25%
	5	新材料	江西润次新能源科技有限公司	碳酸锂	980.00	0.98%	-1.10%
			小计		17,420.85	17.76%	-1.26%

报告期内，国内业务以新材料销售为主（占比96%以上），其毛利率变动主要受核心产品结构变化驱动，2024年及2025年，国内前五大客户合计占主营业务收入比例由17.78%上升至20.54%（占国内主营业务收入比例由70.10%上升至76.10%），[前五大客户综合毛利率由-1.26%下降至-4.97%，系国内业务整体毛利率由-1.19%降至-4.38%的直接原因，具体分析如下：

①2025年前五大客户毛利率提升36.0%，系锂电回收完全竞争市场的正常特征，客户交易额随其当期产品类型与生产需求波动而变化。除物产中大化工、上海应茂为当年新晋户，湖南/宁德邦普、广州盈发、宁波普智、格莱美等均为长期合作客户，合作稳定性较强，不存在单一客户大幅风险。

②2025年新增客户国内中大化工（碳酸锂，毛利率-20.19%）受当年碳酸锂价格持续低迷，叠加生产周期与加工费影响，出现阶段性收入成本倒挂；存量头部客户广州/湖南/宁德邦普、宁波普智等）核心交易产品为锂盐、硫酸锂，2025年锂盐价格低位震荡，且下游正负极材料企业普遍压低加工费，导致该类高占比产品盈利空间被双重压缩。公司为维持核心产能运转，避免产线闲置推高单位固定成本，阶段性接受低位毛利甚至负毛利订单以维持运营基本盘。

综上所述，2025年国内业务下滑系客户结构与产品结构阶段性调整的共同结果：一方面面临新增客户占比提升，另一方面存量头部客户盈利持续走弱，与国外业务受益于轮胎橡胶块产能修复、成本回落的逻辑形成对称，共同印证了毛利率变动趋势偏离的合理性。

2、产品结构差异导致趋势偏离

近两年公司主营业务国内、国外业务收入分类别明细如下：

单位：人民币 万元						
区域	产品大类	2025年	2025年	2024年	2024年	
国外销售	轮胎	14,094.48	21.67%	24,538.71	27.20%	33.82%
	橡胶	62,800.12	77.91%	102,928.26	66.52%	36.60%
	配件	622.18	0.75%	16,035	5.87%	9.79%
	新材料	2.39	0.01%	10,000	26.56	0.02%
	食品	0.00	0.00%	0.00	0.00%	26.1%
国内销售	小计	68,119.06	100.00%	74,747.57	100.00%	10.02%
	新材料	23,026.46	33.95%	34,345.83	45.94%	50.67%
	橡胶	1,167.10	1.73%	4,057.6	5.43%	7.41%
	食品	92.11	0.14%	4,615.7	6.19%	8.38%
	小计	25,174.67	36.96%	43,024.13	57.57%	58.46%

公司主营产品为轮胎、橡胶和新材料三类，各品类毛利率变动趋势不一，国外与国内业务毛利率存在差异，主要系各自核心产品类型的行业周期与经营节奏差异，具体情况如下：

（1）国外业务以轮胎、橡胶为主，2024年、2025年合计占比均在98%以上，结构基本稳定，轮胎毛利率长期维持在16%左右波动较小；橡胶毛利率由2024年的13.52%回升至2025年的24.53%，直接推动国内业务整体毛利改善。

轮胎毛利率提升主要源于阶段性市场启动后的合理回归：2024年受“区搬迁、产线调试影响，产能利用率不足，叠加海外需求偏弱，公司折价去库存，毛利率阶段性偏低，2025年搬迁及调试完成，产能恢复正常，单位成本区间回落，同时海外市场企稳，议价策略调整，毛利率回归至北美完整产能阶段分割后的正常盈利区间（相关产能爬坡及成本变动详见问题“二（1）2.2定价”）。

（2）国内业务毛利率下降，主要由锂电回收板块拖累

国内业务以锂电回收业务为主，2024年、2025年占比均超95%，结构同样稳定。该板块2025年毛利率由-0.07%进一步降至-3.62%，主要受三方面因素叠加影响：① 锂、镍等核心金属价格在2025年持续低位震荡，而公司前期采购的废旧电池成本仍处于相对高位，形成“高成本库存+低价销售”的倒挂；②2025年主要辅料硫酸价格因国内中东欧供应因素大幅上涨，导致直接生产成本大幅上涨；③下游正负极材料头部客户议价能力强，年内多次压低加工费，降幅约10%；④国内动力电池退役规模不及预期，广东威可产能利用率较低，单位固定成本居高不下。上述因素共同导致国内新材料业务亏损幅度扩大，拉低了国内业务整体毛利率。

综上所述，公司毛利率变动趋势由国内业务主导，国外业务受完整橡胶块产能修复与成本回落，盈利水平回归合理区间；产品结构变化及行业周期下行、加工费降及产能利用率不足的综合影响，阶段性承压。

3、产品定价和结算政策

公司上下游议价能力与上年度对比无实质性变化，产品定价及结算政策与往年保持一致，产品定价模式、销售结算政策具体详见问题“二（三）（3）产品定价及毛利率、销售结算政策”。因此，产品定价与结算政策并非导致国外业务毛利率变动趋势偏离的原因。

综上所述，国内业务主要是新材料板块业务（占国内业务收入比例96%以上），毛利率变动趋势主要系产品结构与客户结构共同影响，产品定价与结算政策并非导致国内业务毛利率变动的主要原因，2025年对比2024年，国内销售客户主要交易产品为硫酸锂与镍，2025年度硫酸锂和橡胶价格提升，加上产能利用率较低，导致毛利率呈下滑趋势；国外业务毛利率变动的原因乃产品结构变化，与客户结构、产品定价与结算政策没有直接关系，2025年对比2024年度，国外汽车市场的轮胎毛利恢复到正常定价区间，导致海外业务毛利有所上升。

（四）与同行业公司毛利率变动趋势的对比分析

1、国外业务与上市公司毛利率对比分析

国外业务主要销售产品为轮胎和橡胶，与同行业公司毛利率对比情况如下：

（1）轮胎产品对比

项目	2025年度毛利率	2024年度毛利率	变动
万丰奥威-汽车轮胎制造-轮胎板块	16.43%	14.22%	16.1%
众泰汽车-合金钢车轮-轮胎业务	18.51%	17.94%	1.03%
玲珑轮胎	13.89%	10.26%	2.22%
行业平均	15.98%	14.64%	1.13%
本公司（国内业务-新材料）	24.53%	13.52%	11.01%