

(上接 105 版)

7-4 份公司按欠款方归集的期末余额前五名的应收账款期末余额为 0.45 亿元,占比 62.07%。按前前五名应收账款客户名称、实缴出资额、注册地址、参保人数、销售金额、应收账款、坏账准备、账龄、销售内容、销售模式、收入确认政策、信用政策、期后回款情况,是否存在关联方关系等可能导致利益倾斜的其他关系,是否存在通过应收账款长期挂账虚构收入的情形。

应收账款前五大大客户情况如下:

客户名称	应收账款	销售内容	销售模式	收入确认	账龄	坏账准备	
苏宁易购集团股份有限公司	185,000,000.00	南京市建邺区河西大街 9 号苏宁大厦 1-4 层	2000	820C	公司销售的商品由苏宁集团统一验收,验收合格且苏宁集团签收后确认收入	按账龄计提	
北京京西置业发展有限公司	137,000,000.00	北京市丰台区西三环南路 1 号北京京西置业发展有限公司	13000	820C	公司销售的商品由北京京西置业发展有限公司统一验收,验收合格且北京京西置业发展有限公司签收后确认收入	按账龄计提	
人人乐连锁商业集团股份有限公司	100,000,000.00	广东省广州市天河区天河路 429 号人人乐	429 号人人乐	3	线下销售	按照账龄计提坏账	按账龄
北京华联商厦股份有限公司	100,000,000.00	北京市西城区西便门大街 3 号北京华联商厦股份有限公司	2	线下销售	按照账龄计提坏账	按账龄	
北京华联商厦股份有限公司	100,000,000.00	北京市西城区西便门大街 3 号北京华联商厦股份有限公司	2	线下销售	按照账龄计提坏账	按账龄	

(续)

客户名称	应收账款	销售内容	销售模式	收入确认	账龄	坏账准备	
苏宁易购集团股份有限公司	185,000,000.00	南京市建邺区河西大街 9 号苏宁大厦 1-4 层	2000	820C	公司销售的商品由苏宁集团统一验收,验收合格且苏宁集团签收后确认收入	按账龄计提	
北京京西置业发展有限公司	137,000,000.00	北京市丰台区西三环南路 1 号北京京西置业发展有限公司	13000	820C	公司销售的商品由北京京西置业发展有限公司统一验收,验收合格且北京京西置业发展有限公司签收后确认收入	按账龄计提	
人人乐连锁商业集团股份有限公司	100,000,000.00	广东省广州市天河区天河路 429 号人人乐	429 号人人乐	3	线下销售	按照账龄计提坏账	按账龄
北京华联商厦股份有限公司	100,000,000.00	北京市西城区西便门大街 3 号北京华联商厦股份有限公司	2	线下销售	按照账龄计提坏账	按账龄	
北京华联商厦股份有限公司	100,000,000.00	北京市西城区西便门大街 3 号北京华联商厦股份有限公司	2	线下销售	按照账龄计提坏账	按账龄	

公司对于主要经销商信用期为 30 天至 90 天,其中合作年限较长、规模较大的经销商为 90 天,B2C 模式下,针对普通消费者为先收货,通常无应收。B2B2C 模式下,公司对主要客户的信用期为 60 天至 90 天,考虑账龄周期内,通常为 60 天左右。出口模式下主要客户的信用期为 60 天。报告期内信用政策无变化,保持相对稳定。

应收账款前五大大客户逾期金额占比为 56.46%,并除已全额计提坏账准备的苏宁易购集团外的苏宁易购苏宁采购中心后为 29.34%,部分客户存在超过信用期回款的情形。逾期原因:公司给予经销商的企业信用期为 90 天,报告期内信用政策无变化,保持稳定。上述公司主要从事终端渠道销售,主要面向大型集团公司,礼品渠道和商超进行销售,上述公司的客户通常结算周期较长,造成上述公司 2025 年末资金周期回笼较慢,对公司销售回款产生影响。

经核查,上述客户与公司、公司股东、实际控制人、董监高及其他核心人员不存在关联关系或可能导致利益倾斜的其他关系,不存在通过应收账款长期挂账虚构收入的情形。

【年审会计师回复】:

1. 访谈公司销售业务负责人、财务负责人、了解公司与主要客户合作的标准和具体情况,了解公司与主要客户之间的交易内容、背景、业务流程,了解主要客户的基本情况,与公司合作的历史等情况。
2. 获取公司与销售相关的内部控制制度,了解和评价销售与收款循环相关内部控制的设计有效性,并对关键内部控制的运行有效性实施控制测试。
3. 询问公司销售业务负责人、财务负责人,了解公司主要客户定价方式、信用政策、付款方式、分析主要客户销售数量及金额、应收账款余额变动情况及原因。
4. 检查应收账款期末应收账款的销售内容、销售订单、发货单、销售发票及公司付款银行流水等资料,测试应收账款账龄的真实性、准确性。
5. 对主要客户执行函证程序,核查报告期内销售金额以及期末往来余额情况,函证情况如下:

客户名称	期末	期初	回函率	坏账准备
苏宁易购	185,000,000.00	185,000,000.00	100.00%	18,500,000.00
北京京西	137,000,000.00	137,000,000.00	100.00%	13,700,000.00
人人乐	100,000,000.00	100,000,000.00	100.00%	10,000,000.00
北京华联	100,000,000.00	100,000,000.00	100.00%	10,000,000.00
北京华联	100,000,000.00	100,000,000.00	100.00%	10,000,000.00

注:B2C 模式下的收入系公司在线上开设的自营店铺,未进行函证,B2C 模式下的收入为 177,441,564.55 元。

6. 实施视频访谈主要经销商客户,了解交易背景、与公司合作历史、定价方式、交易及价格变动情况等,就客户及其关联方与公司、公司股东、实际控制人、董监高及其他核心人员是否存在关联关系或其他利益输送情形进行确认。

7. 结合合同、检查、函证、走访等程序,检查公司对应收账款变动原因、应收账款前五名余额变动原因的披露是否完整、真实、准确。

8. 复核报告期内公司是否按照坏账准备计提政策计提了相应的坏账准备,计提的坏账准备是否充分,获取可比公司应收账款坏账准备计提政策,并与公司坏账准备计提政策进行对比,分析是否存在重大差异。

经核查,年审会计师认为:

1. 公司于 2022 年对苏宁易购集团股份苏宁采购中心单项计提坏账准备(全额计提)与同行业可比公司计提比例、计提期间基本无差异。公司对该客户信用减值风险评估与同行业其他公司的判断基本一致,公司期末应收账款信用减值准备计提合理、谨慎。公司针对部分客户回款困难的情况采取了有效的催收措施。
2. 报告期内,公司对部分客户单项计提坏账准备具备合理性,不存在期末未及且计提导致本期大额计提的情形,不存在通过坏账准备计提调节利润的情形。
3. 公司坏账准备计提政策与同行业公司可比公司不存在重大差异,坏账准备计提充分、合理。
4. 公司应收账款前五名客户与公司、公司股东、实际控制人、董监高及其他核心人员不存在关联关系或可能导致利益倾斜的其他关系,应收账款变动与自身经营情况相符,真实、合理,不存在通过应收账款长期挂账虚构收入的情形。
5. 对应收账款实施了询问、检查、函证、走访等程序,公司应收账款具有真实性,坏账准备计提充分、合理。
8. 报告期内,你公司销售费用为 0.78 亿元,其中,推广及促销费为 0.56 亿元,占比 71.13%,同比增长 22.21%。请你公司:(1)分列示报告期内推广及促销费的具体构成,说明推广及促销费大幅增长的原因及合理性,是否与营业收入增长相匹配。(2)结合各销售渠道的拓展成本、转化率及投入产出比,分析公司营销效率是否有下降,与同行业可比公司是否存在重大差异,是否存在通过高额推广费用虚增收入或维持市场份额的情形。请年审会计师对上述事项发表核查意见,并说明推广费用真实性、合理性与研发费用的真实性、完整性的检查情况,是否存在商业贿赂或利益输送情形,并对费用归集的完整性、准确

性发表明确意见。

【回复】:

8-1 分列示报告期内推广及促销费的具体构成,说明推广及促销费大幅增长的原因及合理性,是否与营业收入增长相匹配。

报告期内,公司推广费用的构成及推广费用具体情况如下:

项目	2025 年度	2024 年度	变动比例
线上推广费用	42,518,070.00	38,211,720.00	27.76%
线下推广费用	12,766,211.00	11,130,000.00	51.07%
推广费用合计	55,284,281.00	49,341,720.00	32.21%
线上销售费用	330,021,000.00	381,540,398.00	22.50%
线下销售费用	497,810,000.00	579,413,427.00	13.86%
线上销售费用率	13.05%	13.17%	—
线下销售费用率	12.29%	13.17%	—

报告期内,公司的线上推广及促销费用主要包括线上品牌推广费用、线上渠道费用、线下推广及促销费用主要通过高铁广告等形式进行品牌推广,进一步提高品牌知名度,加强对消费者的触达。

如上所述,2024 年度至 2025 年度公司线上渠道销售收入增长,线上推广费用同步增长,增长趋势基本一致,与收入增长相匹配。线上推广费用费率比例略有增长主要系公司本期推广新产品增加了相关线上种草、直播等投入。

线下推广费用增长主要系本年新增广告投放使推广费率率新设新媒体科技公司,在全国多个地方为公司投放品牌广告,导致线下推广费用增加。

8-2 结合各销售渠道的拓展成本、转化率及投入产出比,分析公司营销效率是否有下降,与同行业可比公司是否存在重大差异,是否存在通过高额推广费用虚增收入或维持市场份额的情形。

线上推广费用为针对 B2C 模式和 B2B2C 模式进行的投入,主要店铺或平台指标如下:

品牌名称	2025 年度	2024 年度	2025 年度	2024 年度	投入产出比	2025 年度	2024 年度
苏宁易购(自营旗舰店)	2230	2230	229%	24%	638	723	32.91
苏宁易购(官方旗舰店)	1190	900	4.38%	4.8%	136	123	—

如上表所示,各渠道获客成本,增加了投入产出比基本稳定,小幅变动主要系公司为推出不锈钢/涂层等系列产品,增加直播、种草等投入,优先投放高精准高意向流量,提高转化率,综合营销效率基本稳定。

整体推广费率与同行业公司对比情况如下:

品牌名称	2025 年度	2024 年度	2025 年度	2024 年度
苏宁易购	13.05%	13.17%	13.05%	13.17%
美的集团	10.21%	10.21%	10.21%	10.21%
格力电器	6.61%	6.61%	6.61%	6.61%
海尔智家	12.09%	12.09%	12.09%	12.09%

结合上表,公司促销及推广费用变动与收入变动趋势基本一致,推广费率变动与公司实际经营情况相符,与同行业公司变动趋势基本一致,不存在通过高额推广费用虚增收入或维持市场份额的情形。

【年审会计师回复】:

1. 获取公司报告期内费用明细表,对其执行分析性复核程序,将期间费用及各项科目项目发生金额与上年进行比较,分析变动的合理性;将期间费用占营业收入比例;
2. 针对推广费用,访谈公司财务总监和业务负责人,了解公司的推广方式和主要推广渠道;
3. 查询同行业公司可比公司公开披露的信息,了解同行业公司可比公司促销及推广费用的构成及变动情况,与公司进行对比分析并检查促销费、竞争格局等因素分析差异原因;
4. 结合推广及促销费的线上线下渠道分析模式、竞争格局等因素分析差异原因;
5. 对销售费用、管理费用、研发费用的核查程序:执行期间费用细节测试,检查与期间费用相关合同、发票、费用台账等支持性文件,分析其是否具备真实交易背景,是否具有商业合理性,判断费用发生是否真实、合理,是否完整、准确记录了相关费用;
6. 针对及实际控制人、董监高及其他核心人员的资金流水进行核查,检查是否存在代垫费用等情况;
7. 针对资产负债表日前后期间的期间费用执行截止性测试程序。

经核查,年审会计师认为:

1. 公司推广费用推广及促销费用变动与收入增长相匹配,不存在重大异常。

2. 公司推广费用率变动趋势与同行业公司可比公司基本一致,不存在重大差异,不存在通过高额推广费用虚增收入或维持市场份额的情形。

3. 公司报告期内期间费用与营业收入规模相匹配,费用归集完整准确,具备真实交易背景,不存在商业贿赂或利益输送情形。

9.报告期内,你公司向关联方仁润实业集团有限公司(以下简称“仁润实业”)采购服务金额为 176.00 万元。同时,你公司作为承租方向仁润实业租赁办公用房,本期支付租金 4116.71 万元。仁润实业由你公司控股股东、实际控制人宋永亮持股 50%,实际控制人并兼任承租方执行事务经理,实际控制人之子宋宇天持股 50%并任监事。报告期内,你公司其他应收款中应收仁润实业 177.86 万元。请你公司:(1)说明仁润实业采购服务的具体内容、定价依据及公允性,对比市场同类服务价格说明是否存在利益输送情形;说明采购服务的重要性及是否存在替代方案。(2)说明你公司向仁润实业租赁办公用房的租赁面积、单价及市场可比价格,分析租赁价格的公允性,是否存在通过关联租赁虚构收入或虚增利润或虚增资产占用的情形。(3)说明你公司采购服务、租赁办公用房的具体情况,是否存在非经营性资金占用情形,公司采取的催收措施及有效性。(4)结合关联方基本情况、财务状况,说明关联方是否存在非经营性资金占用,是否存在通过关联方调节利润的情形;说明相关关联交易是否具有商业实质,请年审会计师对上述事项发表核查意见,并核查关联交易的真实性及公允性,说明对关联方资金往来的核查程序及核查结论,是否存在控股股东及其关联方占用上市公司资金的情形,并对内部控制的的有效性发表明确意见。

【回复】:

9-1 说明向仁润实业采购服务的具体内容、定价依据及公允性,对比市场同类服务价格说明是否存在利益输送情形;说明采购服务的重要性及是否存在替代方案。公司向关联方仁润实业采购的服务包含办公大楼租赁服务和物业管理两类。交易定价参照同期、同地段、同品质办公楼宇的租赁及物业服务市场行情确定。京润大厦周边同期楼龄以及装修环境较为接近的办公楼对外出租市场平均价格如下:

办公楼名称	租赁	物业管理
仁润大厦	10-15 元/㎡/天	10-15 元/㎡/月
仁润大厦	10-15 元/㎡/天	10-15 元/㎡/月
仁润大厦	10-15 元/㎡/天	10-15 元/㎡/月

结合上表,公司租入京润大厦办公区租金不含物业费 7.1 元/㎡/天,与市场同类物业服务收费标准持平,定价具备公允性,与外部第三方服务定价不存在显著偏差,不存在通过定价调节利润,向关联方输送利益的情形。

公司长期以北京为核心经营地,公司在北京市内无自有房产,注册地址长期设于该楼宇,固定办公场所可保障日常经营、业务往来及商务接待稳步开展,相关物业服务能够满足办公运营基本需求,该项关联交易具备实际经营必要性。目前暂无其他替代、运营成本、经营适配性合理的可替代办公地址及服务方案,公司关联交易符合公司经营布局,具备充分商业合理性。

9-2 说明你公司向仁润实业租赁办公用房的租赁面积、单价及市场可比价格,分析租赁价格的公允性,是否存在通过关联租赁虚构收入或虚增利润或虚增资产占用的情形。公司向关联方仁润实业有限公司(以下简称“仁润实业”)租赁京润大厦办公及房产,明细如下:

租赁面积(㎡)	租赁面积(㎡)	合同租金(元/㎡/天)	合同租金(元/㎡/天)	租金	租金
租赁面积 701.5	600.00	5.2	184,300.00	0.00	—
租赁面积 4 ㎡	1,907.24	—	3,786,021.12	0.00	—
租赁面积 100.00 ㎡	140.00	—	340,200.00	—	—
租赁面积 100.00 ㎡	123.00	6.0	216,000.00	—	—
合计	2,500.74	—	5,026,421.12	—	—

公司租入京润大厦办公区租金不含物业费 5.2 元/㎡/天,折合 4.45 元/㎡/天,较仁润实业 2025 年度对外出租价格不含物业费 5.1-6.1 元/㎡/天,受租租金偏低,租赁合同和楼层影响略有差异,相处于当地市场合理区间。此外,京润大厦所有租户执行统一物业费标准,收费口径一致。

公司租赁定价与京润大厦对其他客户出租价格基本持平,结合大面积长租租赁的商业折扣,租金处于当地市场合理区间,定价公允,不存在异常让利或高价输送利益情形。

9-3 说明应收仁润实业集团有限公司款项的原因、发生时间、具体用途及长期未收回的原因,是否存在非经营性资金占用情形,公司采取的催收措施及有效性。

1. 款项形成原因、发生时间及具体用途
公司向关联方采购全部为日常经营过程中,因向关联方采购办公大楼租赁及物业管理服务支付的款项,属于经营性往来款,不存在非经营性资金占用。该等款项均为对应年度签订办公场地租赁及物业服务合同后,按照合同约定标准缴纳的履约押金。公司正常开展办公经营活动产生的有价款项,具备真实的商业交易背景。
期末应收仁润实业集团有限公司款项 1,778,566.92 元,其中租赁押金 1,772,566.92 元,具体发生时间分别为 2020 年形成押金款项 1,081,672.74 元、2022 年形成押

金款项 362,844.18 元。2024 年形成押金款项 328,050 元;固定电话押金 6000 元,具体发生时间为 2020 年 2 月。仁润实业集团有限公司对外租赁资金收取方式为三个月月租费用,对公司收取押金方式及比例与其他租户一致,各期款项均对应当期办公租赁及业务合作的履约需求,应收押金具有合理性。

2. 款项长期未收回的原因

上述关联方款项账龄较长,主要系公司持续深耕北京区域经营发展,长期稳定租赁该关联方办公楼宇用于日常经营办公,存续合作期间多次续租,根据双方合作惯例及合同约定的,公司历次续租时,原到期租金不予退回,直接续作为新一轮租赁及物业服务合作的履约押金,同时根据面积租额变化并结合合同约定补足差额租金,由此导致前期形成的押金款项持续增长,不存在拖延回款的情形。

3. 是否存在非经营性资金占用情形

本次关联方款项均基于真实的办公租赁、物业服务经营性交易产生,款项用途明确,交易背景真实,严格服务于公司日常生产经营,不存在无交易背景的资金拆借、无偿占用、代付等非经营性资金往来情况,亦不存在关联方非经营性占用公司资金的情况。

4. 公司采取的催收、督促措施及执行效果

针对上述关联方款项,公司建立了常态化往来款项管理制度。一方面,公司定期与该关联方开展账务核对工作,不存在账务争议;另一方面,年度审计期间,年报会计师已对该笔关联方某款项执行独立函证程序,函证结果相符,双方对款项金额无任何异议。

公司与该合作方合同约定,上述押金款项将在未来应归还租赁及物业服务合同到期、不再续租或终止合作时,由关联方全额退回,整体来看,该笔款项风险可控,回收具备明确依据及保障,不存在坏账风险及资金损失风险。

9-4 结合关联方基本情况、财务状况,说明关联方是否具有偿债履约能力,是否存在通过关联方调节利润的情形;说明相关关联交易是否具有商业实质。

1. 关联方基本情况及履约能力说明
仁润实业集团有限公司为专业从事不动产运营主体,核心资产为北京市西城区京润大厦等优质商业房产,资产权属清晰,地理位置优越,属于北京市核心商圈优质不动产资源。从区域市场环境来看,北京市西城区作为核心城区,租赁市场需求旺盛,交易活跃,市场整体稳定性强,租金水平处于高位,为仁润实业集团有限公司的经营收入提供了良好的市场基础。依托自有优质不动产资源,该公司持续获得稳定的经营性营业收入,整体财务状况良好。

综上,该关联方资产实力雄厚、经营状态稳定、具备充足的资金实力和履约保障能力,能够严格按照双方约定履行关联交易相关合同义务,不存在履约能力不足的情形。

2. 是否存在通过关联方调节利润的情形说明

经核查,报告期内与关联方发生的所有交易,均基于真实的业务需求开展,交易真实、交易流程合规。双方关联交易定价严格遵循市场化原则,参考北京市西城区同期、同区域、同类型房产租赁市场价格和定价公允,不存在明显高于或低于市场价格异常交易的情形。

同时,关联交易的发生频次、交易规模均与日常经营实际需求匹配,交易账务处理严格按照企业会计准则和公司财务管理规定执行,会计核算真实、准确、完整,不存在通过关联方调节利润的情形。

3. 关联交易商业实质说明
公司与该关联方开展的租赁类关联交易,均服务于公司日常生产经营及业务开展需求,是公司正常经营业务的重要组成部分。关联方拥有核心区位优势优质物业资源,能够为公司提供稳定、合规的经营场地及配套服务,相较于市场其他合作主体,该关联方区位优势、配套、稳定性更符合公司经营发展需求,合作具备必要性及合理性。

【年审会计师回复】:

年审会计师执行的主要核查程序如下:
1. 取得并核查公司的关联交易协议,检查定价条款,并与非关联方定价条款进行对比,核查公司关联交易的定价原则及定价公允性;- 2. 查询公司和主要关联方的工商登记资料等信息,检查公司实际控制人及主要人员是否在公司担任或持有相关股份,访谈关联方股东的真实性;
- 3. 查询公司及《关联交易管理制度》、三会资料,检查关联交易是否均需履行了事前审批;
- 4. 通过取得公司关联方不动产租赁提供的邻近楼层租户的租赁协议了解邻近楼层租赁价格;了解邻近区域类似物业租赁价格等方式核查公司关联租赁价格与市场价格差异情况。逐笔检查应收仁润实业集团有限公司款项的形成原因、发生时间、具体用途及长期未收回的原因;
- 5. 查询报告期内公司与关联方签署的业务合同及关联交易相关制度,决策文件、关联交易相关发票及凭证等资料,检查公司关联交易真实性、准确性及完整性。

经核查,年审会计师认为:

1. 公司向关联方采购相关服务具有必要性,具有商业实质,相互交易的定价原则参考市场价格并经双方协商一致,定价公允,双方不存在通过关联租赁调节利润或占用公司资金的情形。

2. 实际控制人控制的企业及比照关联方披露的公司不存在非经营性资金占用或者为公司承担成本费用、利益输送或存在利益让渡等情形。

3. 关联方为关联方提供、经营稳定、具备充足的资金实力和履约保障能力,能够严格按照双方约定履行关联交易相关合同义务,不存在履约能力不足的情形,不存在通过关联方调节利润的情形。

4. 公司关联交易相关的内部控制得到了有效执行。

10.报告期内,你公司研发投入金额为 121.77 万元,同比下降 2.75%,当期研发投入资本化金额为 0。请你公司:(1)结合公司发展战略及行业技术趋势,说明研发投入下降的原因及合理性,是否存在缩减研发投入以保障利润的情形;说明研发投入下降对核心竞争力的具体影响。

【回复】:

10-1 结合公司发展战略及行业技术趋势,说明研发投入下降的原因及合理性,是否存在缩减研发投入以保障利润的情形;说明研发投入下降对核心竞争力的具体影响。

1. 公司的发展战略及行业技术趋势
公司自成立以来,始终秉持稳健经营、创新发展理念,紧抓厨房小家电行业发展机遇,坚持以产品创新为核心,重视研发投入人才引进与梯队建设,持续打造自主品牌核心竞争力,巩固公司“科仁”品牌国内市场地位,不断提升品牌形象,产品品质及终端服务能力。

未来公司将持续围绕主营业务,优化供应链布局的发展目标,深耕厨房小家电主业并稳步拓展产品品类;以外观设计优化、核心技术迭代为研发方向,依托优质产品、精细化运营管理等完善销售渠道,持续向消费者提供健康、创新、高品质的厨房小家电产品。一方面,公司将持续发挥自主品牌运营优势,合理规划研发人员节奏,深度挖掘用户需求,精准匹配消费痛点,稳步提升产品研发迭代与商业化生产能力,优化产品结构与设计方案,持续改善用户消费体验;另一方面,公司将稳步拓展海外市场,完善全球销售体系,丰富品牌营销推广方式,进一步提升品牌市场影响力。

从行业技术趋势来看,技术迭代向智能化、高端化、健康化方向转型升级,厨房小家电呈现智能化功能与多元消费需求深度融合的发展趋势,产品逐步迈向智能化、远程控制、远程操控、语音交互等智能化应用,显著提升产品使用便捷性与个性化体验。预计未来将持续保持智能化、高端化发展趋势,消费者对多功能、个性化、健康环保类产品需求持续旺盛,仍将持续投入研发以应对行业产品竞争日趋激烈。

2. 研发投入变动原因及合理性
2023 年度至 2025 年度,公司研发投入占营业收入比例分别为 2.53%、3.27%、2.79%,整体研发投入规模保持相对稳定。2024 年基于中长期产品战略布局,公司加大新产品研发投入力度,阶段性研发投入有所抬升,2025 年研发投入较 2024 年有所回落,主要系研发投入计入管理费用有所减少,叠加当期研发投入人员结构调整,导致研发投入人工费用占比下降,属于经营过程中的正常波动现象。

报告期内,公司与同行业可比公司研发投入率对比情况如下:

公司	2025 年度	2024 年度	2025 年度	2024 年度
美的集团	4.08%	4.08%	4.08%	4.08%
格力电器	4.50%	4.50%	4.50%	4.50%
海尔智家	3.09%	3.09%	3.09%	3.09%
海信家电	3.09%	3.09%	3.09%	3.09%
海信家电	3.09%	3.09%	3.09%	3.09%
海信家电	3.09%	3.09%	3.09%	3.09%

注:同行业可比公司研发投入率使用各公司年度报告中披露的数据。

报告期内,公司研发投入率略低于可比公司平均水平,具备合理商业背景,符合公司实际业务经营情况。

3. 是否存在缩减研发投入以保障利润的情形
2025 年度研发投入较 2024 年仅为阶段性小幅回落,从公司历史期间来看,研发投入整体呈稳步上升、有序布局的态势;公司研发投入率变动趋势与同行业可比公司整体变动

趋势基本一致,与自身业务模式、产品布局及代工业务结构相匹配,研发投入占比与同行业的差异具备合理性。

公司实行年度规划,分落地、适度储备的稳健研发投入策略,不存在通过削减研发投入、压缩研发投入以调节利润、保障盈利水平的行为。

4. 研发费用小幅下降对公司核心竞争力的影响

2025 年公司自产产品成本占营业成本比重为 35.41%,较 2024 年提升 8 个百分点, ODM/ODM 代工产品占比有所下降,自产自研产品具备较强的差异化属性与市场竞争力。2025 年度研发费用主要用于正常经营研发活动,2025 年公司研发聚焦核心品类项目投入,研发投入、研发团队及技术迭代节奏保持稳定,不会对公司产品迭代、产品创新及长期核心竞争力造成实质性不利影响。

10-2 区分研发项目列示报告期内研发人员的具体构成,包括人员薪酬、材料费、折旧费;说明研发人员的具体职责及专业背景,是否存在研发人员流失或划分不准确的情形。

1. 报告期内研发人员的具体构成情况

2025 年研发费用主要项目具体情况如下:

序号	研发费用项目	职工薪酬	折旧费	材料费	办公费及差旅费	其他	其他	
1	研发-2025	1,520,489.00	894,599.04	579,278.00	71,281.00	5,090.00	11,718.00	3,962.00
2	研发-2024	1,428,133.17	877,330.00	522,860.00	69,963.00	49,668.00	49,259.00	—
3	研发-2023	1,384,042.75	871,304.00	623,567.00	46,272.00	4,401.00	39,257.00	2,724.00
4	研发-2022	906,024.35	799,270.00	313,063.00	15,563.00	14,511.00	4,327.00	5,779.00
5	研发-2021	620,104.00	494,000.00	182,022.00	17,022.00	3,262.00	13,310.00	—
6	研发-2020	499,763.07	491,340.00	36,440.00	38,369.00	3,169.00	17,111.00	1,018.00
7	研发-2019	398,764.28	321,242.00	13,724.00	6,289.00	7,083.00	41,423.00	7,176.00
8	研发-2018	300,349.20	221,196.00	11,072.00	6,220.00	5,390.00	41,254.00	6,797.00
9	研发-2017	298,128.20	227,940.00	19,202.00	4,820.00	11,800.00	39,427.00	