

三棵树涂料股份有限公司关于上海证劵交易所对公司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。

三棵树涂料股份有限公司（以下简称“公司”或“三棵树”）于近日收到上海证劵交易所下发的《关于三棵树涂料股份有限公司2025 年年度报告的信息披露监管问询函》（上证公函【2026】151号，以下简称“年报问询函”），公司对年报问询函中提出的问题进行了逐项核查确认，现就有关问题回复如下：

一、关于经营业绩说明：本公告中，若合计数与各分项数相加和在尾数上存在差异，均为四舍五入所致。

2025 年度营业收入 125.27 亿元，同比增长 3.49%，归母净利润 7.76 亿元，同比增长 133.65%，归母净利润 5.57 亿元，同比增长 278.22%，利润增幅远超过营收增幅。公司 2025 年度综合毛利率为 33.70%，较 2024 年度 29.00%增加 4.70 个百分点；信用减值损失 1.30 亿元，较上年 3.26 亿元大幅收窄 63.20%。同时，公司 2025 年度经营活动产生的现金流量净额 13.68 亿元，同比增长 85.10%，增幅远超过营业收入增幅。此外，公司 2025 年度经营活动现金流量净额 2.18 亿元，其中计入当期损益的政府补助 0.25 亿元。

请公司补充披露：（1）结合行业需求变化、市场供需格局、下游房地产行业情况，并结合公司客户类型、地区分布、产品结构、价格变动等，分析公司营业收入增长的主要原因，是否存在行业趋势存在差异及差异原因；（2）结合各业务板块主要产品的销量、单价、单位成本变动情况，以及原材料采购价格变动趋势，量化分析各业务板块毛利率变动的具体原因；（3）结合前述收入及毛利率变动情况，以及期间费用率变动、减值情况等因素，量化分析各业务板块对利润的贡献程度，说明公司 2025 年度利润增幅远超过营业收入增幅的具体原因，并说明利润增长是否具有可持续性；（4）结合业务模式、信用政策、结算方式及应收账款账龄等情况，量化分析公司经营活动现金流量净额大幅增长的具体原因，并说明经营现金流与净利润之间是否存在较大差异的原因及合理性；（5）结合近三年非经常性损益情况，说明公司对非经常性损益是否存在重大依赖，补充披露 2025 年度主要政府补助项目的具体情况，包括但不限于补助项目名称、补助金额、收到时间、会计处理方式，并说明有关会计处理的合规性。

请年审会计师就上述问题发表明确意见。

（一）结合行业需求变化、市场供需格局、下游房地产行业情况，并结合公司客户类型、地区分布、产品结构、价格变动等，分析公司营业收入增长的主要原因，是否存在行业趋势存在差异及差异原因。

1、行业需求情况

2025 年，涂料行业整体承压，需求呈现结构性分化。根据中国涂料工业协会数据，全年行业总产值产量 3,460.20 万吨，同比下降 7.10%；主营业务收入 3,881.50 亿元，同比下降 3.90%；利润总额 252.50 亿元，同比增长 11.50%。

2025 年，涂料行业整体承压，需求呈现结构性分化。根据中国涂料工业协会数据，全年行业总产值产量 3,460.20 万吨，同比下降 7.10%；主营业务收入 3,881.50 亿元，同比下降 3.90%；利润总额 252.50 亿元，同比增长 11.50%。

2025 年，涂料行业整体承压，需求呈现结构性分化。根据中国涂料工业协会数据，全年行业总产值产量 3,460.20 万吨，同比下降 7.10%；主营业务收入 3,881.50 亿元，同比下降 3.90%；利润总额 252.50 亿元，同比增长 11.50%。

2025 年，涂料行业整体承压，需求呈现结构性分化。根据中国涂料工业协会数据，全年行业总产值产量 3,460.20 万吨，同比下降 7.10%；主营业务收入 3,881.50 亿元，同比下降 3.90%；利润总额 252.50 亿元，同比增长 11.50%。

2025 年，涂料行业整体承压，需求呈现结构性分化。根据中国涂料工业协会数据，全年行业总产值产量 3,460.20 万吨，同比下降 7.10%；主营业务收入 3,881.50 亿元，同比下降 3.90%；利润总额 252.50 亿元，同比增长 11.50%。

2025 年，涂料行业整体承压，需求呈现结构性分化。根据中国涂料工业协会数据，全年行业总产值产量 3,460.20 万吨，同比下降 7.10%；主营业务收入 3,881.50 亿元，同比下降 3.90%；利润总额 252.50 亿元，同比增长 11.50%。

2025 年，涂料行业整体承压，需求呈现结构性分化。根据中国涂料工业协会数据，全年行业总产值产量 3,460.20 万吨，同比下降 7.10%；主营业务收入 3,881.50 亿元，同比下降 3.90%；利润总额 252.50 亿元，同比增长 11.50%。

2025 年，涂料行业整体承压，需求呈现结构性分化。根据中国涂料工业协会数据，全年行业总产值产量 3,460.20 万吨，同比下降 7.10%；主营业务收入 3,881.50 亿元，同比下降 3.90%；利润总额 252.50 亿元，同比增长 11.50%。

2025 年，涂料行业整体承压，需求呈现结构性分化。根据中国涂料工业协会数据，全年行业总产值产量 3,460.20 万吨，同比下降 7.10%；主营业务收入 3,881.50 亿元，同比下降 3.90%；利润总额 252.50 亿元，同比增长 11.50%。

2025 年，涂料行业整体承压，需求呈现结构性分化。根据中国涂料工业协会数据，全年行业总产值产量 3,460.20 万吨，同比下降 7.10%；主营业务收入 3,881.50 亿元，同比下降 3.90%；利润总额 252.50 亿元，同比增长 11.50%。

2025 年，涂料行业整体承压，需求呈现结构性分化。根据中国涂料工业协会数据，全年行业总产值产量 3,460.20 万吨，同比下降 7.10%；主营业务收入 3,881.50 亿元，同比下降 3.90%；利润总额 252.50 亿元，同比增长 11.50%。

2025 年，涂料行业整体承压，需求呈现结构性分化。根据中国涂料工业协会数据，全年行业总产值产量 3,460.20 万吨，同比下降 7.10%；主营业务收入 3,881.50 亿元，同比下降 3.90%；利润总额 252.50 亿元，同比增长 11.50%。

2025 年，涂料行业整体承压，需求呈现结构性分化。根据中国涂料工业协会数据，全年行业总产值产量 3,460.20 万吨，同比下降 7.10%；主营业务收入 3,881.50 亿元，同比下降 3.90%；利润总额 252.50 亿元，同比增长 11.50%。

2025 年，涂料行业整体承压，需求呈现结构性分化。根据中国涂料工业协会数据，全年行业总产值产量 3,460.20 万吨，同比下降 7.10%；主营业务收入 3,881.50 亿元，同比下降 3.90%；利润总额 252.50 亿元，同比增长 11.50%。

2025 年，涂料行业整体承压，需求呈现结构性分化。根据中国涂料工业协会数据，全年行业总产值产量 3,460.20 万吨，同比下降 7.10%；主营业务收入 3,881.50 亿元，同比下降 3.90%；利润总额 252.50 亿元，同比增长 11.50%。

2025 年，涂料行业整体承压，需求呈现结构性分化。根据中国涂料工业协会数据，全年行业总产值产量 3,460.20 万吨，同比下降 7.10%；主营业务收入 3,881.50 亿元，同比下降 3.90%；利润总额 252.50 亿元，同比增长 11.50%。

2025 年，涂料行业整体承压，需求呈现结构性分化。根据中国涂料工业协会数据，全年行业总产值产量 3,460.20 万吨，同比下降 7.10%；主营业务收入 3,881.50 亿元，同比下降 3.90%；利润总额 252.50 亿元，同比增长 11.50%。

2025 年，涂料行业整体承压，需求呈现结构性分化。根据中国涂料工业协会数据，全年行业总产值产量 3,460.20 万吨，同比下降 7.10%；主营业务收入 3,881.50 亿元，同比下降 3.90%；利润总额 252.50 亿元，同比增长 11.50%。

2025 年，涂料行业整体承压，需求呈现结构性分化。根据中国涂料工业协会数据，全年行业总产值产量 3,460.20 万吨，同比下降 7.10%；主营业务收入 3,881.50 亿元，同比下降 3.90%；利润总额 252.50 亿元，同比增长 11.50%。

2025 年，涂料行业整体承压，需求呈现结构性分化。根据中国涂料工业协会数据，全年行业总产值产量 3,460.20 万吨，同比下降 7.10%；主营业务收入 3,881.50 亿元，同比下降 3.90%；利润总额 252.50 亿元，同比增长 11.50%。

2025 年，涂料行业整体承压，需求呈现结构性分化。根据中国涂料工业协会数据，全年行业总产值产量 3,460.20 万吨，同比下降 7.10%；主营业务收入 3,881.50 亿元，同比下降 3.90%；利润总额 252.50 亿元，同比增长 11.50%。

2025 年，涂料行业整体承压，需求呈现结构性分化。根据中国涂料工业协会数据，全年行业总产值产量 3,460.20 万吨，同比下降 7.10%；主营业务收入 3,881.50 亿元，同比下降 3.90%；利润总额 252.50 亿元，同比增长 11.50%。

2025 年，涂料行业整体承压，需求呈现结构性分化。根据中国涂料工业协会数据，全年行业总产值产量 3,460.20 万吨，同比下降 7.10%；主营业务收入 3,881.50 亿元，同比下降 3.90%；利润总额 252.50 亿元，同比增长 11.50%。

2025 年，涂料行业整体承压，需求呈现结构性分化。根据中国涂料工业协会数据，全年行业总产值产量 3,460.20 万吨，同比下降 7.10%；主营业务收入 3,881.50 亿元，同比下降 3.90%；利润总额 252.50 亿元，同比增长 11.50%。

下降幅度，防水材料（包括防水涂料及防水卷材）的主要原材料价格同比上升。

3、公司营业收入 2024 年度及 2025 年度毛利率变动情况如下所示：

产品类别	2025 年度	2024 年度	变动率
家装墙面漆	50.70%	46.94%	3.65%
工程墙面漆	37.65%	32.93%	4.62%
基材与辅料	24.10%	18.67%	3.29%
防水涂料	14.67%	14.17%	0.40%

2025 年各产品类别的毛利率均呈现上升趋势，主要是受原材料价格下降影响，传导至终端产品价格的下降幅度小于产品单位成本下降幅度，故 2025 年毛利率总体呈现上升趋势。

（三）结合前述收入及毛利率变动分析，以及期间费用率变动、减值情况等因素，量化分析各业务板块对利润的贡献程度，说明公司 2025 年度利润增幅远超过营业收入增幅的具体原因，并说明利润增长是否具有可持续性。

1、期间费用变动明细如下：

项目	2025 年度	2024 年度	同比变动	变动占利润总额比例
营业收入	125.27	121.06	4.22	94.32%
营业成本	82.94	85.22	-2.28	-51.24%
税金及附加	1.17	0.97	0.20	4.28%
销售费用	20.12	19.65	0.47	10.67%
管理费用	7.20	7.00	0.20	6.74%
研发费用	2.94	2.85	-0.01	-0.22%
财务费用	1.17	1.01	-0.44	-9.89%
其他收益	0.20	2.80	-0.01	-0.22%
投资收益	2.59	0.04	0.16	3.60%
信用减值损失	-1.30	-0.02	-1.07	-24.04%
资产减值损失	-1.30	-3.28	1.96	44.04%
资产处置收益	-0.05	-0.13	0.08	1.80%
营业外收入	0.08	2.78	7.12	160.00%
营业外支出	0.13	0.09	0.04	0.88%
营业外收入	0.24	0.23	0.01	0.22%
利润总额	9.77	2.62	7.15	160.67%
所得税费用	2.19	0.91	2.70	60.67%
净利润	7.58	3.13	4.46	100.00%

2025 年度，公司营业收入同比增加 4.22 亿元，增幅达 3.49%，信用减值损失同比减少 1.96 亿元，同时，公司净利润同比增加 4.46 亿元，增幅达 141.50%，各业务板块毛利率提升；营业成本下降 2.28 亿元，降幅达 1.88%，其中受原材料价格下降影响，传导至终端产品价格的下降幅度小于产品单位成本下降幅度，故 2025 年毛利率总体呈现上升趋势。

（一）收入及毛利率提升

报告期内，公司聚焦 C 端家装零售市场开拓，加强零售渠道拓展及“马上住”艺术漆等新业态布局，家装墙面漆及 C 端业务实现较快增长，收入结构持续优化，营业收入总额同比提升 3.49%，同时，受限于主要原材料价格回落及信用减值损失计提减少等因素，各产品毛利率整体亦普遍下降，毛利率提升 4.19%，经营效益和盈利能力进一步提升。

（二）精益生产，降本增效

公司稳步推进数字化转型，有效提升了生产运营效率与精益化管理水平，整体费用率有所下降，其中：销售费用率下降 0.18%，主要系公司持续推进 C 端业务，着力发展品牌营销，多举措提升品牌影响力，通过广告投入增加及数字化营销投入增加，销售费用率有所上升；管理费用率下降 0.18%，主要系公司持续推进 C 端业务，着力发展品牌营销，多举措提升品牌影响力，通过广告投入增加及数字化营销投入增加，管理费用率有所上升；研发费用率下降 0.18%，主要系公司持续推进 C 端业务，着力发展品牌营销，多举措提升品牌影响力，通过广告投入增加及数字化营销投入增加，研发费用率有所上升。

（三）减值计提同比减少

2025 年度，公司持续推进 C 端业务，着力发展品牌营销，多举措提升品牌影响力，通过广告投入增加及数字化营销投入增加，销售费用率有所上升；管理费用率下降 0.18%，主要系公司持续推进 C 端业务，着力发展品牌营销，多举措提升品牌影响力，通过广告投入增加及数字化营销投入增加，管理费用率有所上升；研发费用率下降 0.18%，主要系公司持续推进 C 端业务，着力发展品牌营销，多举措提升品牌影响力，通过广告投入增加及数字化营销投入增加，研发费用率有所上升。

（四）结合业务模式、信用政策、结算方式及应收账款账龄等情况，量化分析公司经营活动现金流量净额大幅增长的具体原因，并说明经营现金流与净利润之间是否存在较大差异的原因及合理性。

（一）经营活动现金流量净额大幅增长的具体原因如下：

公司 2024 年度、2025 年度经营活动产生的现金流量净额分别为 10.09 亿元和 18.08 亿元，2025 年度同比增长 78.10%，主要系公司持续推进 C 端业务，着力发展品牌营销，多举措提升品牌影响力，通过广告投入增加及数字化营销投入增加，销售费用率有所上升；管理费用率下降 0.18%，主要系公司持续推进 C 端业务，着力发展品牌营销，多举措提升品牌影响力，通过广告投入增加及数字化营销投入增加，管理费用率有所上升；研发费用率下降 0.18%，主要系公司持续推进 C 端业务，着力发展品牌营销，多举措提升品牌影响力，通过广告投入增加及数字化营销投入增加，研发费用率有所上升。

（二）经营活动现金流量净额大幅增长的具体原因如下：

（三）经营活动现金流量净额大幅增长的具体原因如下：

（四）经营活动现金流量净额大幅增长的具体原因如下：

（五）经营活动现金流量净额大幅增长的具体原因如下：

（六）经营活动现金流量净额大幅增长的具体原因如下：

（七）经营活动现金流量净额大幅增长的具体原因如下：

（八）经营活动现金流量净额大幅增长的具体原因如下：

（九）经营活动现金流量净额大幅增长的具体原因如下：

（十）经营活动现金流量净额大幅增长的具体原因如下：

（十一）经营活动现金流量净额大幅增长的具体原因如下：

（十二）经营活动现金流量净额大幅增长的具体原因如下：

（十三）经营活动现金流量净额大幅增长的具体原因如下：

（十四）经营活动现金流量净额大幅增长的具体原因如下：

（十五）经营活动现金流量净额大幅增长的具体原因如下：

请年审会计师就上述问题发表明确意见。

1、核查程序

针对上述事项，年审会计师实施的主要核查程序（包括但不限于）：

（1）了解、测试并评价管理层与收入确认相关的内部控制的设计和运行有效性；

（2）查阅同行业中介机构出具的行业研究报告、同行业公司公开资料，了解下游行业、涂料行业发展情况、产品价格及原材料价格变动情况、同行业公司经营变动情况；

（3）分类别对收入、成本、毛利率进行分析对比，量化分析对利润增幅的贡献度，识别是否存在重大或异常波动；

（4）对经营活动现金流量来源进行分析，对公司将净利润调节为经营活动现金流量的过程进行复核；

（5）检查本期收到主要政府补助文件、银行回单，对本期摊销政府补助金额的过程进行复核；

（6）对比分析非经常性损益各项目本期与上期金额、占比、占比变动比例等，识别异常波动。

2、核查意见

公司营业收入增长与行业趋势存在差异的主要原因是业务模式的调整及成本效益的提升，各业务板块变动的主要原因是原材料价格的波动；2025 年度利润增幅远超过营业收入增幅的主要原因系收入及毛利率提升，成本降低以及期间费用率变动、减值情况等因素，量化分析各业务板块对利润的贡献程度，说明公司 2025 年度利润增幅远超过营业收入增幅的具体原因，并说明利润增长是否具有可持续性。

（一）收入及毛利率提升

报告期内，公司持续推进 C 端业务，着力发展品牌营销，多举措提升品牌影响力，通过广告投入增加及数字化营销投入增加，销售费用率有所上升；管理费用率下降 0.18%，主要系公司持续推进 C 端业务，着力发展品牌营销，多举措提升品牌影响力，通过广告投入增加及数字化营销投入增加，管理费用率有所上升；研发费用率下降 0.18%，主要系公司持续推进 C 端业务，着力发展品牌营销，多举措提升品牌影响力，通过广告投入增加及数字化营销投入增加，研发费用率有所上升。

（二）精益生产，降本增效

公司稳步推进数字化转型，有效提升了生产运营效率与精益化管理水平，整体费用率有所下降，其中：销售费用率下降 0.18%，主要系公司持续推进 C 端业务，着力发展品牌营销，多举措提升品牌影响力，通过广告投入增加及数字化营销投入增加，销售费用率有所上升；管理费用率下降 0.18%，主要系公司持续推进 C 端业务，着力发展品牌营销，多举措提升品牌影响力，通过广告投入增加及数字化营销投入增加，管理费用率有所上升；研发费用率下降 0.18%，主要系公司持续推进 C 端业务，着力发展品牌营销，多举措提升品牌影响力，通过广告投入增加及数字化营销投入增加，研发费用率有所上升。

（三）减值计提同比减少

2025 年度，公司持续推进 C 端业务，着力发展品牌营销，多举措提升品牌影响力，通过广告投入增加及数字化营销投入增加，销售费用率有所上升；管理费用率下降 0.18%，主要系公司持续推进 C 端业务，着力发展品牌营销，多举措提升品牌影响力，通过广告投入增加及数字化营销投入增加，管理费用率有所上升；研发费用率下降 0.18%，主要系公司持续推进 C 端业务，着力发展品牌营销，多举措提升品牌影响力，通过广告投入增加及数字化营销投入增加，研发费用率有所上升。

（四）结合业务模式、信用政策、结算方式及应收账款账龄等情况，量化分析公司经营活动现金流量净额大幅增长的具体原因，并说明经营现金流与净利润之间是否存在较大差异的原因及合理性。

（一）经营活动现金流量净额大幅增长的具体原因如下：

公司 2024 年度、2025 年度经营活动产生的现金流量净额分别为 10.09 亿元和 18.08 亿元，2025 年度同比增长 78.10%，主要系公司持续推进 C 端业务，着力发展品牌营销，多举措提升品牌影响力，通过广告投入增加及数字化营销投入增加，销售费用率有所上升；管理费用率下降 0.18%，主要系公司持续推进 C 端业务，着力发展品牌营销，多举措提升品牌影响力，通过广告投入增加及数字化营销投入增加，管理费用率有所上升；研发费用率下降 0.18%，主要系公司持续推进 C 端业务，着力发展品牌营销，多举措提升品牌影响力，通过广告投入增加及数字化营销投入增加，研发费用率有所上升。

（二）经营活动现金流量净额大幅增长的具体原因如下：

（三）经营活动现金流量净额大幅增长的具体原因如下：

（四）经营活动现金流量净额大幅增长的具体原因如下：

（五）经营活动现金流量净额大幅增长的具体原因如下：

（六）经营活动现金流量净额大幅增长的具体原因如下：

（七）经营活动现金流量净额大幅增长的具体原因如下：

（八）经营活动现金流量净额大幅增长的具体原因如下：

（九）经营活动现金流量净额大幅增长的具体原因如下：

（十）经营活动现金流量净额大幅增长的具体原因如下：

（十一）经营活动现金流量净额大幅增长的具体原因如下：

（十二）经营活动现金流量净额大幅增长的具体原因如下：

（十三）经营活动现金流量净额大幅增长的具体原因如下：

（十四）经营活动现金流量净额大幅增长的具体原因如下：

（十五）经营活动现金流量净额大幅增长的具体原因如下：

（十六）经营活动现金流量净额大幅增长的具体原因如下：

（一）列示 2025 年末公司应收账款余额前十名，其他应收账款余额前五名的欠款方名称、账龄分布、金额、账龄分布、业务性质、争议形成原因、本期以及后期回款情况，结合欠款方资信变化、公司催收工作等，说明公司对前述款项计提准备是否充分。

1、应收账款期末余额前十名情况截至 2025 年 4 月 30 日回款情况如下：

序号	客户名称	期末余额	1年以内	1-2年	2-3年	3年以上	坏账计提方法	计提比例	业务往来内容及账龄	截至2026.4.30回款情况
1	恒大地产	696,817 82,774	623,996.97	673 284.05	2,579 966.27	693,510 55.45	单项计提	62.50%	贷款	4,760,536.14
2	融创地产	94,542 2,243	763 0.01	1,709 984.45	3,894 666.03	94,542 100%	单项计提	35%	贷款	4,760,536.14
3	广州市南沙区广利源工程有限公司	53,160 825.17	2,332 988.50	2,332 278.96	29,906 886.50	13,286 671.21	单项计提	80%	贷款	44,560,361.79
4	苏州财材技术有限公司	45,809 394.40	45,809 394.40				组合计提	1年内5% 1-2年20% 2-3年30.33% 3年以上100%	贷款	20,285,523.16
5	德惠乐	33,187 27.06	153 446.50	67 494.12	3,061 619.77	29,904 718.26	单项计提	35%	贷款	191,446.41
6	中国建冀有限公司	32,736 126.21	31,869 838.00	566 168.39	85 216.04	214 903.78	组合计提	1年内5% 2年内20% 2-3年30.33% 3年以上100%	贷款	481,506.47
7	深圳创智供应链管理有限公司	32,131 469.24	32,131 469.24				组合计提	1年内5% 1-2年20% 2-3年30.33% 3年以上100%	贷款	15,059,816.73
8	中国建冀有限公司	27,256 669.08	26,513 634.71	743 635.27			组合计提	1年内5% 2年内20% 2-3年30.33% 3年以上100%	贷款	44,610.83
9	广州市标准装饰工程有限公司	26,430 493.03				26,430 493.03	单项计提	50%	贷款	48,165,915.40
10	浙江天智技术有限公司	25,832 2,932	19,312 0.9650	6,630 135.80			组合计提	1年内5% 1-2年20% 2-3年30.33% 3年以上100%	贷款	48,165,915.40
合计		1,068,158	949,938	18,154	39,528	881				133,588,790.03

2、其他应收账款期末余额前五名及截至 2025 年 4 月 30 日回款情况如下：

序号	客户名称	期末余额	账龄	1年以内	1-2年	2-3年	3年以上	坏账计提方法	计提比例	业务往来内容及账龄	截至2025.4.30回款情况
1	中陶地产	119,677	62,424	4,965	14,718	69,040	69,040	单户计提	25.00%	保证金	5,909
2	蓝光地产	53,641	53,641					单户计提	92.50%	保证金	
3	恒泰地产	26,877	26,877					单户计提	70.00%	保证金	
4	融创地产	14,234	14,234					单户计提	35.00%	保证金	
5	中陶地产	6,528	6,528					单户计提	35.00%	保证金	
合计		219,900	119,717	199,698	179,311						

应收账款期末余额前十名客户中单项计提客户主要为房地产和涉诉客户，近年房地产大部分因违约导致项目停工，计提减值符合会计准则；涉诉客户因合同纠纷导致项目停工，计提减值符合会计准则。对于其他应收账款期末余额前五名客户，计提减值符合会计准则。对于其他应收账款期末余额前五名客户，计提减值符合会计准则。

（二）补充披露公司应收账款及其他应收款减值计提的具体方法，并说明公司预期信用损失的计量方法，包括但不限于账龄分析法、迁徙率模型、预期信用损失模型等。