股票代码:600506 股票简称:统一股份 公告编号:临 2026－33 号

统一低碳科技(新疆)股份有限公司关于 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。

统一低碳科技(新疆)股份有限公司(以下简称“统一股份”或“公司”)收到上海证券交易所上市公司管理一部《关于统一低碳科技(新疆)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〕1024 号)后,立即组织相关人员及中介机构对问询函的相关问题进行分析、核查。现就有关事项回复如下:

问题一、关于主营业务情况。年报显示,公司 2025 年实现营业收入 24.11 亿元,同比增长 4.20%,实现归母净利润 0.13 亿元,同比下降 58.34%,主营产品为润滑油、防冻液,产品来源分为公司自产和向合作厂商直接采购成品两类。从产能利用率看,2024 年公司润滑油产能利用率占设计产能的 59%,2025 年产能利用率占设计产能的 66%,自产产品的产能利用率不高。

请公司:(1)分别列示近三年外采成品和自产成品的销售收入、成本、毛利率、存货余额,各年度前十名客户名称、关联关系、销售数量、销售金额、对应成本、毛利率、结算方式、收款政策、往来款余额、账龄结构及坏账计提比例和金额;(2)说明向合作厂商直接采购成品的业务开展历史、业务模式,列示近三年前十名供应商名称、关联关系、采购数量、采购金额、付款政策、往来款余额、存货余额;(3)结合(1)说明外采成品和自产成品销售毛利率、收款政策、坏账计提是否存在差异,如有,请说明差异原因及合理性;(4)结合上述问题,及外采成品的销售定价政策、货物存储流转、货物控制、责任风险承担等,说明该业务是否属于贸易业务,相关收入采用总额法或净额法确认是否符合《企业会计准则》的相关规定。请年审会计师发表意见。

(1)分别列示近三年外采成品和自产成品的销售收入、成本、毛利率、存货余额,各年度前十名客户名称、关联关系、销售数量、销售金额、对应成本、毛利率、结算方式、收款政策、往来款余额、账龄结构及坏账计提比例和金额。

公司答复:

公司主营润滑油、润滑脂、防冻液、汽车养护品及相关产品的研发、生产和销售。公司始终坚持自主研发、自主生产,并将自有生产能力作为产品质量、技术创新和业务发展的重要基础。

近年来,行业客户需求呈现定制化、多品种、小批量和交付周期缩短等显著特点。对于距离公司自有生产基地较远的客户,如所有产品均由单一生产基地生产后长距离运输,交付周期会比较长;此外,随着国家低碳战略的实施,客户对产品碳足迹的要求逐步提升,公司响应国家战略和客户需求,在生产环节、运输环节等各方面积极采取降碳措施。基于以上原因,综合考虑原材料供应、成本控制、产品质量等因素,公司分地区采用“本地原材料、本地生产、就近交付”的区域化供应模式,即自有工厂与合作厂商协作生产和供货模式,在保证产品质量和客户交付要求的前提下,减少原材料及产成品跨区域、长距离和重复运输,降低供应链各环节的能源消耗及碳排放,持续优化产品碳足迹。(具体分析详见第二小同的回复)

一、近三年外采成品和自产成品的销售情况

2023年:					单位:人民币元
项目	主营业务收入	主营业务成本	毛利	毛利率	存货余额
自产产品	1,407,351,075.11	1,165,107,229.53	242,243,845.58	17.21%	详见附注
外采产品	822,266,656.91	688,094,604.56	134,172,052.35	16.32%	
合计	2,229,617,732.02	1,853,201,834.09	376,415,897.93	16.88%	

2024年:					单位:人民币元
项目	主营业务收入	主营业务成本	毛利	毛利率	存货余额
自产产品	968,536,459.06	755,938,415.20	212,598,043.86	21.95%	详见附注
外采产品	1,336,870,870.14	1,077,679,652.87	259,191,217.27	19.39%	
合计	2,305,407,329.20	1,833,618,068.07	471,789,261.13	20.46%	

2025年:			单位:人民币元		
项目	主营业务收入	主营业务成本	毛利	毛利率	存货余额
自产产品	831,758,154.04	685,904,395.15	145,853,758.89	17.54%	详见附注
外采产品	1,566,140,483.27	1,226,001,840.35	340,138,642.92	21.72%	
合计	2,397,898,637.31	1,911,906,235.50	485,992,401.81	20.27%	

附注:公司在从合作厂商采购之后大部分直接销售给客户,公司在年末从合作厂商外采的存货余额通常较低,在与存入本公司仓库随自产成品一同发给客户的情况下可能存在余额,但由于公司在日常经营中,存入本公司仓库的产品未按照自产和外采口径分别进行进销存管理,所以不能准确提供该情况下的外采存货余额情况。

从公司近三年外采产品与自产产品的销售毛利率看,毛利率区间相近、略有差异。上述毛利率的差异除了受外采策略比价的影响,还受销售产品结构和客户不同的影响。公司外采产品业务不同于一般的贸易业务,外采业务毛利率也远高于一般的贸易业务。

二、近三年前十名客户销售及应收情况

2023 年前十大客户的销售额及应收数据如下:

单位:升、人民币元

客户名称	销量	主营业务收入	应收账款余额	坏账准备余额
1、客户一	12,328,469.24	168,146,024.20	50,635,235.50	5,063.52
2、客户二	3,865,775.80	50,548,674.80	14,248,057.75	1,424.81
3、客户三	4,003,758.45	48,138,689.37	24,661,992.52	2,466.20
4、客户四	2,998,278.40	29,819,506.89	–	–
5、客户五	2,209,420.68	27,819,896.15	1,462,681.92	146.27
6、客户六	2,608,451.57	25,951,376.34	6,988,746.00	698.87
7、客户七	1,656,066.97	19,953,080.40	9,394.00	0.94
8、客户八	1,914,859.56	19,642,946.44	–	–
9、客户九	1,918,825.84	19,414,493.65	–	–
10、客户十	2,071,289.86	18,960,599.61	2,873,635.29	287.36
合计	35,575,196.36	428,395,287.86	100,879,742.98	10,087.97

2024 年前十大客户的销售额及应收数据如下:

			单位:升、人民币元	
客户名称	销量	主营业务收入	应收账款余额	坏账准备 余额
1、客户一	13,030,610.85	173,443,228.63	54,280,079.86	–
2、客户二	4,688,296.06	54,428,493.16	19,506,739.32	–
3、客户三	5,329,335.17	53,750,965.98	7,342,743.18	–
4、客户四	3,426,257.71	43,992,255.35	11,886,695.59	–
5、客户五	3,128,189.33	29,388,179.31	–	–
6、客户六	2,581,511.34	29,182,560.66	89,783.19	–
7、客户七	3,128,646.34	28,140,225.15	3,751,099.15	–
8、客户八	1,672,520.20	25,585,382.92	2,285,541.00	–
9、客户九	1,294,302.71	21,104,904.84	2,296,655.22	–
10、客户十	2,710,347.60	20,659,826.22	9,434,743.18	–
合计	40,990,017.30	479,676,012.24	110,873,796.59	–

2025 年前十大客户的销售额及应收数据如下:

				单位:升、人民币元
客户名称	销量	主营业务收入	应收账款余额	坏账准备余额
1、客户一	12,590,153.98	166,149,017.87	48,209,369.68	501.86
2、客户二	5,603,590.58	54,963,121.84	9,670,722.73	100.67
3、客户三	3,184,412.00	54,282,556.80	9,888,095.48	102.94
4、客户四	3,871,548.00	38,616,932.59	14,525,405.20	40,350.79
5、客户五	1,800,681.99	35,650,229.14	3,976,979.21	41.40
6、客户六	2,757,774.12	34,443,341.80	8,835,531.63	67.05
7、客户七	2,747,690.40	29,828,026.23	9,723,357.03	101.22
8、客户八	2,448,134.26	29,314,041.48	2,739,134.25	54.31
9、客户九	2,730,107.06	24,688,212.58	–	–
10、客户十	1,296,907.25	24,261,078.88	354,495.96	3.69
合计	39,020,999.64	492,196,559.21	107,923,091.17	41,323.92

注:1、在少数情形下,合作厂商发货至公司自有工厂,与自有工厂的自产产品一起统一运送至客户。因公司日常经营管理中,对存入本公司仓库的产品未按照自产和外采口径分别进行进销存管理,相关收入均统计为自产产品收入。

2、因不同客户的销售毛利率的数据差异属于业务敏感信息,为保护公司商业秘密,本次问题回复涉及的此类信息不便分项列示具体数据。

3、本答复中,若合计数与各分项数值相加之和在尾数上存在差异,均为四舍五入所致。

4、上述坏账金额,系根据预期信用损失率计算得出。2024 年信用损失率保留小数点后四位的结果为零,2025 年将信用损失率保留小数点后八位的结果为较小的信用损失金额。

2023 年至 2025 年上述客户均与公司无关联关系。应收账款余额中,除一家客户余额中 40,200 元账龄超过一年,按照个别认定全额计提坏账之外,其他客户的应收账款余额账龄均在一年以内,按照组合计提坏账准备。

从公司近三年外采产品与自产产品的销售毛利率看,毛利率区间相近、略有差异。上述毛利率的差异除了受外采策略比价的影响,还受销售产品结构和客户不同的影响。公司外采产品业务不同于一般的贸易业务,外采业务毛利率也远高于一般的贸易业务。

三、近三年前十名客户结算方式及收款政策

公司对客户结算方式及收款政策均按合同约定执行,不受外采或自产的影响。具体结算方式及收款政策如下:

2023年		
客户名称	结算方式	收款政策
客户一	电汇＋银行承兑汇票	先货后款,客户收到票后按照协议约定时间付款
客户二	银行承兑汇票	先货后款,发票之日起按照协议约定时间付款
客户三	银行承兑汇票	先货后款,客户收到票后按照协议约定时间付款
客户四	电汇	先货后款,发票之日起按照协议约定时间付款
客户五	电汇	先货后款,客户收到票后按照协议约定时间付款
客户六	电汇	先货后款,客户收到票后按照协议约定时间付款
客户七	电汇	先货后款,客户收到票后按照协议约定时间付款
客户八	电汇	先货后款,客户收到票后按照协议约定时间付款
客户九	商业承兑汇票	先货后款,客户收到票后按照协议约定时间付款
客户十	电汇	先货后款,客户收到票后按照协议约定时间付款
2024年		
客户名称	结算方式	收款政策
客户一	电汇＋银行承兑汇票	先货后款,客户收到票后按照协议约定时间付款
客户二	银行承兑汇票	先货后款,客户收到票后按照协议约定时间付款
客户三	电汇	先货后款,客户收到票后按照协议约定时间付款
客户四	银行承兑汇票	先货后款,发票之日起按照协议约定时间付款
客户五	电汇	先货后款,发票之日起按照协议约定时间付款
客户六	电汇	先货后款,客户收到票后按照协议约定时间付款
客户七	电汇	先货后款,客户收到票后按照协议约定时间付款
客户八	电汇	先货后款,客户收到票后按照协议约定时间付款
客户九	电汇	先货后款,客户收到票后按照协议约定时间付款
客户十	电汇＋银行承兑汇票	按照协议约定,预付＋收到货后付款
2025年		
客户名称	结算方式	收款政策
客户一	电汇＋银行承兑汇票	先货后款,客户收到票后按照协议约定时间付款
客户二	电汇	先货后款,客户收到票后按照协议约定时间付款
客户三	电汇＋银行承兑汇票	先货后款,客户收到票后按照协议约定时间付款
客户四	电汇＋银行承兑汇票	先货后款,客户收到票后按照协议约定时间付款
客户五	电汇	先货后款,客户收到票后按照协议约定时间付款
客户六	银行承兑汇票	先货后款,发票之日起按照协议约定时间付款
客户七	银行承兑汇票	先货后款,客户收到票后按照协议约定时间付款
客户八	电汇	先货后款,客户收到票后按照协议约定时间付款
客户九	电汇	先货后款,客户收到票后按照协议约定时间付款
客户十	电汇	先货后款,客户收到票后按照协议约定时间付款

(2)说明向合作厂商直接采购成品的业务开展历史、业务模式,列示近三年前十名供应商名称、关联关系、采购数量、采购金额、付款政策、往来款余额、存货余额;

公司答复:

一、公司向合作厂商直接采购成品的业务开展历史

公司主营润滑油、润滑脂、防冻液、汽车养护品及相关产品的研发、生产和销售。公司始终坚持自主研发、自主生产,并将自有生产能力作为产品质量、技术创新和业务发展的重要基础。

在此基础上,公司自 2019 年开始向符合公司技术、质量、生产及供应链管理要求的合作供应商采购部分产成品,并逐步建立以公司自有工厂为核心、区域合作供应商为协同的供应链体系。

公司开展外采成品业务,首要出发点是推动公司低碳战略在供应链和产品全生命周期中的具体落地。公司根据客户分布、原材料资源、生产条件及物流半径,持续推进“本地原材料、本地生产、就近交付”的区域化供应模式,在满足产品质量和客户交付要求的前提下,减少原材料及产成品跨区域、长距离和重复运输,降低供应链各环节的能源消耗及碳排放,持续优化产品碳足迹。

同时,该模式还有利于提高客户订单响应速度、增强供应链安全、优化产能配置及控制综合供应链成本。具体原因如下:

(一)落实公司低碳战略,构建区域化低碳供应链

低碳发展是公司的长期战略方向之一。公司不仅关注自身生产环节的直接碳排放,也关注原材料采购、生产组织、仓储物流、产品交付等供应链环节所产生的碳排放。

润滑油及相关产品的供应链碳排放,除生产环节外,还与原材料来源、生产地点、产品运输距离、物流方式及供应链组织效率密切相关。若原材料和产成品在不同区域之间进行多次、长距离运输,将相应增加物流环节的能源消耗和碳排放。

基于上述考虑,公司逐步推进区域化供应链布局。对于具备相应原材料资源、生产能力和市场需求的区域,公司在严格执行公司技术标准、质量标准和供应商管理要求的前提下,优先考虑:

a.使用本地或周边区域符合公司标准的原材料;

b.由当地或邻近区域的公司自有工厂或合作供应商组织生产;

c.向所在区域及周边客户就近交付。

通过“本地原材料、本地生产、就近交付”的供应链模式,公司能够减少原材料运往集中生产基地、产成品再由生产基地运回销售区域所产生的重复运输,缩短整体供应链物流半径,降低运输环节的燃料消耗和温室气体排放。

上述模式有利于公司逐步优化自身运营及价值链相关碳排放,推动公司产品碳足迹持续改善,是公司绿色供应链和低碳产品战略的重要组成部分。

(二)形成自有工厂与区域合作供应商协同的生产体系

对于核心技术产品、主力产品、重点新品以及适宜在自有工厂规模化生产的产品,公司主要通过自有工厂组织生产。

此外,根据不同区域的客户需求、原材料条件和物流半径的差异,以及产品技术特点、自有工厂产能、客户分布、订单规模和区域供应条件,公司对自产与外采进行统筹安排,合作厂商须满足公司的技术标准、质量管理体系和供应链管理要求。

该模式并非以外采替代自主生产,而是在公司自有生产体系基础上,通过区域合作增强公司的供应覆盖能力,形成“总部研发和统一管理、自有工厂核心生产、区域供应协同”的供应链体系。

(三)缩短供应半径,及时响应客户订单

近年来,下游客户需求呈现定制化、多品种、小批量和交付周期缩短等特点。对于距离公司自有生产基地较远的客户,如所有产品均由单一生产基地生产后长距离运输,交付周期会比较长。

采用供应厂商生产模式和自产模式相结合,公司可以根据客户所在地、产品类型、订单规模及交付时间,合理配置供应资源,缩短部分产品的生产及运输周期,提高客户订单响应速度和履约保障能力。

区域化供应模式也有利于降低长距离运输过程中可能出现的延迟、货损及临时物流中断风险,提升客户服务质量。

(四)增强供应链安全和抗风险能力

通过建立自有工厂与多区域合作供应商相协同的供应体系,公司可以降低极端天气、交通管制、区域性生产限制、设备检修、物流中断及阶段性产能紧张等因素对产品供应的影响。

当某一生产基地或运输线路受到临时影响时,公司可以根据订单需求和区域供应条件,在符合技术及质量要求的其他生产资源之间进行调配,从而提高供应链的稳定性、灵活性和抗风险能力,降低因不能及时交付而产生的履约风险。

(五)降低部分产品的综合供应链成本

公司在确定产品由自有工厂生产或向合作厂商采购时,综合考虑原材料采购成本、生产加工成本、设备及人员投入、生产转换成本、订单批量、仓储费用、运输距离、交付周期及质量保障等因素。

对于部分区域市场需求较为稳定、当地原材料和生产条件较为成熟,或者订单批量较小、产品切换频繁、远距离运输成本较高的产品,由符合公司标准的区域合作厂商组织生产和就近交付,可以减少小批量生产、频繁转产和长距离运输,有利于降低相关产品的综合供应链成本。

如上所述,公司综合考虑低碳、质量、供应安全、交付能力和综合经济效益相统一的原则进行决策。

二、公司向合作厂商直接采购成品的业务模式

(一)需求及供应方式的确定

公司对外采成品主要采取“以销定产、以销定采、适度备货”的管理模式。

销售、计划及供应链相关部门根据客户订单、销售预测、安全库存、现有库存、产品生产周期和交付计划形成产品需求。计划、生产、采购、技术和质量等相关部门结合产品属性、自有工厂产能、生产排期、客户所在地、原材料供应条件及物流半径,确定相关产品由公司自有工厂生产或者向合作厂商采购。

在确定供应方式时,公司将低碳因素纳入综合评估。对于适合使用当地原材料、由当地或邻近区域组织生产并就近向客户交付的产品,公司在质量、技术及供应商管理符合要求的前提下,可以优先采取区域合作供应模式。

对于确定采用外采方式供应的产品,由计划部门形成采购需求,经公司内部审批后,由采购部门按照公司采购管理制度组织实施。

(二)合作供应商的准入与管理

公司建立了合作厂商准入、评价和退出机制。开展合作前,公司采购、技术、质量、生产及供应链等相关部门根据职责分工,对候选供应商进行审核或现场考察,重点考察其生产资质、设备能力、质量管理体系、检测能力、人员配置、原材料管理、产品追溯、仓储物流、安全环保及持续供货能力。

除上述基本条件外,公司还结合低碳供应链要求,评估供应商所在区域的原材料来源、生产地点与目标市场之间的距离、物流组织方式及供应链协同能力。

经审核符合公司要求的供应商,方可纳入公司合格供应商名录。公司与其签订采购合同、质量协议或相关合作协议,明确产品技术标准、质量责任、原材料要求、生产管理、产品交付、品牌使用、知识产权、保密义务、违约责任及售后责任等事项。

公司根据供应商的区域位置、原材料条件、生产能力、技术水平、产品适配性、质量表现及履约情况,确定其可以供应的具体产品和目标区域。

(三)原材料及产品质量管理

为实现区域化生产和低碳供应,公司可以根据不同产品及合作模式,要求合作供应商优先使用当地或周边区域符合公司标准的原材料及包装材料。

本地原材料并不等同于降低原材料标准。所有原材料、添加剂、基础油、包装材料及其他相关物料,均须符合公司制定或认可的技术指标、质量标准和供应商管理要求。

对于向合作供应商采购的成品,公司按照自身产品定位和质量管理体系,对产品技术标准、性能指标、原材料要求、配方或产品方案、生产工艺、包装标识及检验要求等作出明确约定。

公司通过供应商准入审核、原材料管理、生产过程检查、出厂检验、到货检验、产品抽检、留样管理及质量追溯等方式实施质量控制。

合作供应商完成生产后,应按照约定提交产品检验报告或质量证明文件。公司根据产品类别及管理要求实施入库检验、抽样检验或其他验收程序。未经检验、验收或确认合格的产品,不得办理入库、发货及结算。

(四)生产、运输及交付

合作厂商按照公司采购订单及相关技术、质量要求组织生产。产品生产完成并经检验合格后,根据订单要求,可以采用以下方式交付:

a.运输至公司仓库,经公司验收后入库,再由公司安排向客户销售和交付;

b.根据公司指令,由合作厂商直接运输至公司指定客户或指定地点。

公司在选择生产地点和交付路径时,综合考虑客户所在地、订单数量、库存水平、交付时效、运输距离及碳排放等因素,尽可能减少不必要的跨区域运输和重复运输。

外采成品由合作供应商或公司负责组织运输,具体运输责任、运输方式及运费承担根据采购合同或采购订单确定。对于由合作厂商直接发往客户的产品,公司仍按照销售合同向客户承担产品交付、质量保证及售后服务责任,相应运费由合作厂商或公司承担。

近三年外采数据如下:

2023年					单位:升、个/件、人民币元
供应商名称	采购数量	单位	采购金额	应付账款余额	付款政策
1、供应商一	34,612,472.49	升	294,156,885.32		按合同约定支付
		个、件等	34,449.55		
小计			294,191,334.87	10,853,023.56	
2、供应商二	23,643,308.36	升	198,790,196.29		按合同约定支付
		个、件等	776.41		
小计			198,790,972.70	7,774,290.07	
3、供应商三	16,808,369.64	升	143,293,062.92	22,708,934.79	按合同约定支付
4、供应商四	5,019,210.45	升	64,253,500.23	6,631,215.55	按合同约定支付
5、供应商五	3,702,610.50	升	29,462,904.96	5,327,181.57	按合同约定支付
6、供应商六	2,958,547.85	升	27,337,079.87	1,765,132.77	按合同约定支付
7、供应商七	3,887,121.74	升	25,687,156.83	3,738,687.16	按合同约定支付
8、供应商八	1,162,575.02	升	5,403,524.62	4,590,251.24	按合同约定支付
合计			788,419,537.00	63,388,716.71	

2024年				单位:升、个/件、人民币元	
供应商名称	采购数量	单位	采购金额	应付账款余额	付款政策
1、供应商一	45,828,434.24	升	360,293,890.97		按合同约定支付
		个、件等	3,001,270.08		
小计			363,295,161.05	11,843,759.64	
2、供应商二	28,246,456.19	升	230,218,042.68		按合同约定支付
		个、件等	800,000.00		
小计			231,018,042.68	11,733,557.48	
3、供应商三	27,351,184.29	升	221,603,936.29		按合同约定支付
		个、件等	1,060,000.00		
小计			222,663,936.29	12,278,352.63	
4、供应商四	20,458,814.32	升	131,373,704.07	25,730,032.94	按合同约定支付
5、供应商五	5,528,871.51	升	65,087,406.67	5,456,590.32	按合同约定支付
6、供应商六	4,952,325.94	升	33,643,554.55	2,563,247.16	按合同约定支付
7、供应商七	3,121,416.81	升	26,538,180.24	1,523,676.95	按合同约定支付
8、供应商八	3,221,574.50	升	24,855,738.06	–	按合同约定支付
9、供应商九	3,155,906.93	升	24,330,403.97	6,755,279.40	按合同约定支付
合计			1,122,806,127.58	77,884,496.52	

2025年			单位:升、个/件、人民币元	
供应商名称	采购数量	单位	采购金额	应付款余额	付款政策
1、供应商一	46,730,601.02	升	346,333,191.64		按合同约定支付
		个、件等	4,556,911.01		
小计			350,890,102.65	10,535,707.68	
2、供应商二	41,009,844.28	升	280,030,608.26		按合同约定支付
		个、件等	1,000,000.00		
小计			281,030,608.26	29,575,924.02	
3、供应商三	31,373,435.15	升	242,977,597.61		按合同约定支付
		个、件等	1,000,181.42		
小计			243,977,779.03	13,281,107.82	
4、供应商四	30,069,464.43	升	225,986,067.56		按合同约定支付
		个、件等	2,006,257.81		
小计			227,992,325.37	12,636,479.71	
5、供应商五	5,562,864.94	升	64,999,796.61	4,643,074.23	按合同约定支付
6、供应商六	8,085,254.95	升	59,986,697.03	4,753,813.39	按合同约定支付
7、供应商七	7,921,589.57	升	50,591,771.05	4,760,125.29	按合同约定支付
8、供应商八	4,002,671.36	升	34,030,994.83	–	按合同约定支付
合计			1,313,500,074.83	80,186,232.14	

(3)结合(1)说明外采成品和自产成品销售毛利率、收款政策、坏账计提是否存在差异,如有,请说明差异原因及合理性;

公司答复:

公司外采成品的销售定价模式与自产成品销售定价模式一致,即公司采用以经销模式为主,非经销模式为辅的模式。在经销模式下,公司的主要客户为经营润滑油产品的商贸公司,经销商根据自身销售情况向公司进行买断式采购,向终端用户群体自主定价进行销售;非经销模式下,公司以直接对 OEM 车厂和 OES 新兴渠道销售的模式为主,同时,公司已在京东、天猫、苏宁、拼多多等线上平台开设旗舰店直接销售给需求端用户。外采成品的销售价格、销售收款政策、坏账计提政策均与自产成品一致。公司对同一品类产成品无论是外采还是自产均执行相同的销售价格。自产产品和外采产品均使用公司品牌和满足公司品质要求的生产配方,因此,一般情况下,产品的生产方是在对比综合成本之后确定,外采产品和自产产品的成本具有较大的可比性,外采产品的整体毛利率与自产产品的整体毛利率不存在重大差异。

(4)结合上述问题,及外采成品的销售定价政策、货物存储流转、货物控制、责任风险承担等,说明该业务是否属于贸易业务,相关收入采用总额法或净额法确认是否符合《企业会计准则》的相关规定。

公司答复:

一、公司外采成品业务不属于贸易业务

公司外采成品业务不属于贸易业务。外采成品业务中,相关产品采用公司的品牌,公司在生产制造环节对外采成品有深度的管理,会有公司的技术部门人员复核确认合作厂商的产品配方,对主要原材料的产地及来源会有复核及准入,但不会要求具体原材料的供应商。公司的技术部门人员也会协助合作厂商人员开发新产品的配方。同时,公司设有合作厂商运营部,派驻员工现场协助合作厂商管控相关业务,以便合作厂商可以及时保质交付外采成品。

二、公司外采成品业务相关收入采用总额法确认符合《企业会计准则》相关规定

在外采产品销售业务中,公司独立开展市场推广活动、开发市场、选定客户,并与客户签署合同,独立承担向客户按时提供合规产品的责任,公司对售出产品的质量及性能负责,对客户提供售后服务,解决客户对产品的投诉事项。销售定价方面,公司自主对客户定价,与外采定价没有直接的联动,合作厂商不参与对客户的销售定价,公司完全承受购买进来的外采成品对外销售的价格波动风险。货物存储流转方面,公司根据市场需求向合作厂商下达发货指令,物流承运商将产品运输到客户指定地点,并由客户向公司出具签收确认单据。在向客户交付产品前出现毁损灭失情形,客户会根据销售合同直接向公司主张权利。综上所述,公司在外采产品销售业务中为主要责任人,符合会计准则中关于总额法确认收入的相关要求。

审计师回复:

我们在 2023 至 2025 年报审计工作中针对营业收入执行的主要审计程序如下:

1、了解和评价管理层与收入确认相关的关键财务报告内部控制的设计和运行有效性;

2、选取销售合同,检查与商品控制权转移相关的主要条款,评价统一股份的收入确认会计政策是否符合企业会计准则的要求;

3、核对财务系统收入记录与业务系统订单信息及发货记录的一致性,识别和调查异常的交易记录;

4、在抽样的基础上,将临近资产负债表日前后记录的收入核对至相关的销售订单、客户签收单或物流承运商确认单等支持性文件,以评价收入是否记录于恰当的会计期间;

5、查阅资产负债表日后的销售记录是否存在重大的销售退回,并检查相关支持性文件(如适用),以评价相关收入是否已记录于恰当的会计期间;

6、在抽样的基础上,就本年度的销售交易额及于资产负债表日的应收账款余额执行函证程序;

7、选取符合特定风险标准的收入会计分录,向管理层询问作出这些会计分录的原因并检查相关支持性文件;

8、对前十大客户执行背景调查,包括查询其存续状态、注册时间、实缴资本、注册地址、实际控制人、主要人员以及是否与统一股份的关联关系。

基于上述审计工作,我们认为公司对收入确认相关的会计处理在所有重大方面符合《企业会计准则》的规定。

问题二:历年报显示,公司于 2021 年收购统一石油化工有限公司(以下简称统一石油)评估确认商誉时,根据业务种类等原因将统一石油拆分为统一陕西资产组和统一石化资产组,分别确认商誉 1,034.69 万元、7.31 亿元。2021 年至 2025 年,公司对统一陕西资产组分别计提商誉减值准备 159.27 万元、0 元、0 元、0 元、746.44 万元,截至 2025 年末商誉账面价值为 128.98 万元;对统一石化资产组分别计提商誉减值准备 0 元、4,803.49 万元、599.96 万元、0 元、0 元,截至 2025 年末商誉账面价值为 7.09 亿元。

2024 年商誉减值测试报告显示,测算统一石化资产组未来现金流量时,预计其 2025 年净利润为 9,186.88 万元,2025 年统一石化实际实现净利润 5,435.91 万元,实际净利润为预测净利润的 59.16%,但 2025 年未计提商誉减值准备。此外,2025 年年报显示,测算统一石化资产组未来现金流量时,预计其 2026 年销售收入增长率为 1.96%,低于往期各年度对 2026 年收入增长率的预测值,同时也低于往期任意年度收入增长率的预测值,本期未披露后续年度净利润的预测值。

请公司补充披露:(1)2025 年对统一陕西资产组、统一石化资产组的商誉减值测试具体情况,包括但不限于可收回金额的具体测算过程、关键假设、参数选取及确定依据等;(2)结合 2021 年至 2025 年商誉减值测试过程,对比 2022 年至 2025 年实际经营业绩,说明各年度减值测试的关键假设、参数选取及确定依据是否保持一致,以前预测是否与实际情况差异较大、是否审慎客观;(3)结合前述问题,说明对统一石化资产组 2026 年的收入增长率预测值明显低于以往年度预测值,以及本期未对该资产组计提商誉减值准备的原因及合理性,并进一步论证各期商誉减值准备计提是否充分、及时。请年审会计师发表意见。

请公司补充披露:(1)2025 年对统一陕西资产组、统一石化资产组的商誉减值测试具体情况,包括但不限于可收回金额的具体测算过程、关键假设、参数选取及确定依据等;

公司答复:

2025 年公司聘请北京中同华资产评估有限公司(以下简称“评估师”)对商誉减值测试进行评估,商誉减值测试具体情况如下:

一、统一(陕西)石油化工有限公司(以下简称“统一陕西”)资产组商誉减值测试情况

对统一陕西资产组,管理层在 2025 年已明确陕西再生油项目不再开发利用,相关资产不再以自用为前提,拟将闲置资产盘活经营,作为物流仓储或工业仓库对外出租,且该区域已有面积、租金等相关指标可比的市场案例,故本次对统一陕西形成的商誉相关的资产组组合可收回金额采用公允价值扣除处置费用的方法评估。

其中纳入评估范围内的房产及土地均已取得权属证书,产权清晰,无重大权利限制,具备持续经营至土地使用权到期的合法基础;结合当前市场趋势与管理层经营战略调整,本次评估由成本法变更为收益法更为贴合资产实际获利能力,有助于实现企业经济效益最大化,且评估基准日市场处于正常、有序的交易环境,评估结果具备合理性与公允性。

统一陕西资产组关键参数确定过程如下:

(一)公允价值

公允价值评估需要在资产组(CGU)在最佳用途前提下进行,根据评估人员的了解,该资产组的现状用途与最佳用途相同。

由于公司已明确陕西再生油项目不再开发利用,故对纳入评估范围的资产组组合采用以下方法评估其公允价值:

1、尚可使用的资产

对资产组尚可使用的资产,包括部分房屋建筑物、部分构筑物及无形资产土地使用权,作为物流仓储或工业仓库对外出租,出租标的物为综合车间,面积为 12,081.36 平方米,其他尚可使用的房屋建筑物及构筑物作为出租标的物的配套设施合并计算收益,上述厂房其未来收益可以合理预期并用货币计量,收益期限能够确定或者合理预期,对于这部分资产,本次采用收益法测算其公允价值。采用收益法计算的尚可使用资产公允价值为 3,052.12 万元,具体参数如下:

收益法基本计算式如下:

委估资产公允价值采用收益法评估,其公式为:

$$PV=\sum_{i=t_0}^{t_n}\frac{R_i}{(1+r)^i}$$

其中各项参数分别为:

PV:采用收益法的评估结果;

i:评估基准日后距离评估基准日的时间间隔,单位为年;

t0:存在预期收益的起始时点距评估基准日的时间间隔;

tn:存在预期收益的终止时点距评估基准日的时间间隔;

Ri:在距评估基准日 i 年的时点,预期年净收益。

预期年净收益 = 年净收入 – 年成本费用税费等。

年净收入根据公司预测业务发展情况,分不同品类产品的销售数量 * 销售单价确认。

r:与资产组合预期收益匹配的折现率。

(1)收益期

评估对象建筑结构为钢结构,经济耐用年限为 50–70 年,土地使用权类型为工业用地,出让年限为 50 年,土地使用年限短于房屋建筑物经济耐用年限,故本次按照无形资产土地使用权证登记的土地到期日 2056 年 6 月 1 日作为总收益年限。

(2)预期年净收益的确定

预期年净收益 = 年净收入 – 年成本费用税费

则租赁厂房的年净收入为:

年净收入 = 厂房面积 × 每平方米每年租金 × (1 – 空置率)

1)厂房面积的确定

经确认,厂房面积为综合车间面积,12,081.36 平方米,其余尚可使用的房屋建筑物及构筑物作为厂房的配套设施使用,不计入租赁面积。

2)市场租金

市场比较法是根据市场中的替代原理,将待估宗地与具有替代性的,且在估价基准日近期市场上交易的类似地产进行比较,并对类似宗地的成交价格作适当修正,以此估算待估宗地客观合理价格的方法。

计算公式如下:

待估房地产租金价格 = 参照物租金价格 × 正常交易情况 / 参照物交易情况 × 待估房地产评估基准日价格指数 / 参照物房地产交易日价格指数 × 待估房地产区域因素值 / 参照物房地产区域因素值 × 待估房地产个别因素值 / 参照物房地产个别因素值。

A.选取可比实例

评估对象位于泾阳县永乐镇,用途为工业厂房,评估人员查询评估对象周边与评估对象相似的交易案例并进行筛选,最终选取以下交易案例作为可比案例。

单位