证券代码：688308　　证券简称：欧科亿　　公告编号：2025-027

株洲欧科亿数控精密刀具股份有限公司关于2024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、准确性和完整性依法承担法律责任。

株洲欧科亿数控精密刀具股份有限公司（以下简称“公司”或“欧科亿”）于近日收到上海证券交易所下发的《关于株洲欧科亿数控精密刀具股份有限公司2024年年度报告的信息披露监管问询函》（上证科创公函[2025]0220号）（以下简称“《问询函》”）。根据《问询函》的要求，公司与民生证券股份有限公司（以下简称“持续督导机构”）和致同会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“会计机构”），对问询函所列问题进行了认真核查并作出如下回复。

说明：本回复报告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。

基于商业秘密和商业敏感信息，根据相关法律法规、规范性文件，对本次问询函回复中相关内容进行豁免披露处理。

问题一、关于经营情况。年报披露：（1）公司2024年境内收入9.04亿元，同比减少6.51%，境外收入2.09亿元，同比增长49.22%；境内毛利率21.34%，同比下降6.51个百分点，境外毛利率30.77%，同比下降7.88个百分点；（2）2022年-2024年，公司经销模式下毛利率分别为46.77%、40.33%和31.34%，直销模式下毛利率分别为31.05%、21.86%和19.69%；公司近年来创新销售模式，推行刀具整体解决。

请公司：（1）区分境内外销售，按产品类型列示近三年收入及毛利率情况，说明境外业务收入增长较大、境内外毛利率下滑较大、境外毛利率高于境内的原因及合理性；（2）结合不同销售模式下的主要销售内容及其毛利率变化、市场需求、竞争情况等，说明经销毛利率持续下滑并高于直销毛利率的原因及合理性；（3）说明刀具整体解决方案的具体业务模式、内控管理制度和收入确认政策，2024年度相关业务收入、成本、毛利率情况、交付的产品中公司自产和外购产品的类型、金额及占比，并说明该模式对公司自有品牌业务开展以及对数控刀具产品整体业务毛利率的影响。

一、公司回复：

（一）区分境内外销售，按产品类型列示近三年收入及毛利率情况，说明境外业务收入增长较大、境内外毛利率下滑较大、境外毛利率高于境内的原因及合理性。

公司主营业务收入分境内外、分产品的收入和毛利率情况如下：

单位：万元

境内外	产品类别	2024年		2023年		2022年	
		收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
境内	数控刀具产品	42,554.29	28.73%	46,706.08	40.06%	57,708.23	47.67%
	硬质合金制品	46,409.22	14.87%	41,661.54	14.16%	36,387.49	19.91%
	钨制品	1,421.58	11.23%	-		-	
	小计	90,385.09	21.34%	88,367.62	27.85%	94,095.72	36.93%
境外	数控刀具产品	17,236.57	32.60%	11,147.60	41.94%	6,558.04	46.26%
	硬质合金制品	3,703.71	22.24%	2,884.93	25.92%	4,117.87	23.06%
	小计	20,940.28	30.77%	14,032.53	38.64%	10,675.91	37.31%
合计		111,325.37	23.11%	102,400.15	29.33%	104,771.62	36.97%

1、境外业务收入增长的原因及合理性

2022年、2023年和2024年，公司境外业务收入分别为10,675.91万元、14,032.53万元和20,940.28万元，同比变动18.26%、31.44%和49.23%，连续三年维持较高增长速度，公司境外收入快速增长的主要原因是：

（1）海外销售渠道布局加速

公司积极建设海外品牌店，并设立运营中心等本地化机构。品牌店作为展示企业形象和产品的窗口，能够让当地客户更直观地了解欧科亿的产品特点和优势。2022-2024年，公司共新增设立海外品牌店10余家，品牌店销售额逐年增长，来自品牌店的销售收入复合增长率达到65.97%。

公司2024年在亚洲区域设立了海外运营中心，以实现本地化营销和服务，及时响应客户需求，提高客户满意度。运营中心可深度整合仓储物流、技术服务（本地化工程师团队）、商务对接功能，并根据当地市场需求，灵活调整产品库存和销售策略，更好地服务客户。2024年，亚洲市场实现快速增长。

此外，公司通过参加全球展会、交流会等方式，进行产品和渠道推广销售，触达更多潜在用户，扩大影响力，构建完善的全球销售网络。公司采取品牌专营店+本地代理的模式，提升服务能力，针对东南亚核心制造业地区，派遣专业团队，为客户提供一站式解决方案，并长期驻点，实现解决问题零滞后、零延迟。

（2）海外优质客户拓展

公司通过多渠道挖掘有潜力的客户，深度合作，根据客户需求推出合适定位的产品，推动销售增长。公司不断开拓新客户，近三年客户数量持续增长，分别为130家、178家、212家，每年新增开拓近40家海外客户，这种稳定的新客户开拓能力为业绩增长提供了持续的动力。近三年在60余个海外国家开展业务，并在东欧、南亚、东亚、中欧、中东市场销售取得了翻倍增长，公司通过在多个区域开展业务，降低了单一市场波动对业绩的影响。

公司产品系列不断完善，产品矩阵齐全，能够满足客户数控刀片、整硬铣刀、钻头、陶瓷刀具、超硬刀具等一站式刀具采购需求，通过导入老客户销售渠道，实现快速放量。公司针对各区域客户需求以及各细分行业特点推出专项特种刀具，实现高端产品突破，如加工高温合金、难加工材料的刀具在客户处实现增量。公司在与客户合作过程中，不仅提供优质的产品，还提供全方位的技术支持和售后服务，与客户建立深度合作关系。

（3）国产刀具品牌在海外市场影响力提升

公司数控刀具凭借性价比优势及海外市场份额的快速提升，品牌认可度不断提高。随着全球制造业格局的变化，亚洲市场切削加工需求呈现逐年上升趋势；此外，欧美市场的切削加工对“提质降本”需求迫切，因此，国产刀具在海外市场具有明显的竞争优势，品牌影响力快速提升，国产龙头刀具品牌都在快速拓展海外市场。

2、境内外毛利率下滑较大的原因及合理性

2022年至2024年公司主营业务收入分境内外的毛利率情况如下：

境内外	2024年	2023年	2022年
境内	21.34%	27.85%	36.93%
境外	30.77%	38.64%	37.31%
主营业务收入	23.11%	29.33%	36.97%

2024年公司主营业务毛利率为23.11%，较2023年的29.33%，下降了6.22个百分点，其中境内毛利率同比下降6.51个百分点，境外毛利率同比下降7.87个百分点，境内外毛利率下滑较大，主要原因是：

①近年来，国内需求疲软，公司加快产品结构调整，2023-2024年，公司对标当前进口替代的目标市场，以高端数控刀片的新产品切换部分原有产品，目标市场和产能切换需要一定时间，产销量下降，2022-2024年数控刀具的产量分别为10,722.58万片（支），10,687.40万片（支），8,026.90万片（支），产量同比下降，导致单位成本上升，从而导致毛利率下降。同时，硬质合金制品中的锯齿刀片产品由于市场需求下滑，2023-2024年产销量相比2022年有一定下降，毛利率较2022年有所下降。

②为丰富公司数控刀具产品类别，提升公司综合竞争力，2022年底，公司投资建设数控刀具产业园项目，新建整体硬质合金刀具、数控刀体、金属陶瓷刀片、棒材等新项目生产线，随着新项目陆续进入投产，由于新项目处于产能爬升阶段，初期毛利率较低，拉低了公司综合毛利率水平。

综上所述，公司境内外毛利率下降的原因主要为产能利用率不足和新项目产能爬升阶段毛利率较低。

3、境外毛利率高于境内的原因及合理性

2024年，境外销售毛利率为30.77%，高于境内销售毛利率21.34%，2022年和2023年亦如此，主要原因是境内外销售的产品结构不同。如前所述，境内销售中，硬质合金制品收入占比高于数控刀具产品，而硬质合金制品毛利率相对较低，导致境内总体毛利率偏低。境外销售则以数控刀具产品为主，数控刀具产品毛利率相对较高。另外，通常情况下，境外销售的同类产品毛利率也高于境内销售。因此境外毛利率高于境内具有合理性。

（二）结合不同销售模式下的主要销售内容及其毛利率变化、市场需求、竞争情况等，说明经销毛利率持续下滑并高于直销毛利率的原因及合理性。

最近3年，公司不同销售模式下销售内容及毛利率变化情况如下：

单位：万元

销售模式	产品类别	2024年		2023年		2022年	
		收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
经销	数控刀具产品	33,272.83	31.14%	41,391.66	40.33%	39,443.26	46.77%
	硬质合金制品	-	-	-	-	-	-
	小计	33,272.83	31.14%	41,391.66	40.33%	39,443.26	46.77%
直销	数控刀具产品	26,518.03	28.23%	16,462.02	40.64%	24,823.00	48.71%
	硬质合金制品	50,112.93	15.42%	44,546.47	14.93%	40,505.36	20.23%
	钨制品	1,421.58	11.23%	-		-	
	小计	78,052.53	19.69%	61,008.48	21.86%	65,328.36	31.05%
合计		111,325.37	23.11%	102,400.15	29.33%	104,771.62	36.97%

1、经销模式下毛利率持续下滑的原因

（1）在经销模式下，公司主要销售数控刀具产品。近年来，由于市场需求的波动以及外部环境的影响，数控刀具产品的销量出现了下滑。例如，2024年数控刀具产品的产能利用率降至约60%，产销量也随之减少。这种销量的下滑直接导致了规模效应的不足，使得固定成本无法通过足够的销售量进行有效分摊，导致单位产品分摊的成本上升，进而压缩了利润空间，导致毛利率下滑。

（2）为了提升生产能力和产品多样性，公司在2024年新建了整体刀具、刀体以及金属陶瓷刀片等产品的生产线。这些新生产线的投产虽然在一定程度上增强了公司的产品供应能力，但也带来了设备折旧费用的显著增加。由于这些新产品的产能尚未充分释放，新增的固定成本无法通过足够的产量进行有效摊销。整体刀具和金属陶瓷刀片的生产线在投产初期，产能利用率较低，设备折旧费用均计入成本，单位成本进一步上升，直接压缩了产品的利润空间，导致毛利率下降。

2、经销毛利率高于直销毛利率的原因及合理性

经销模式毛利率高于直销模式毛利率，主要基于以下两个层面的原因：

（1）产品结构差异

经销模式下，公司主要销售数控刀具产品，而数控刀具产品的毛利率通常高于硬质合金制品。在直销模式下，硬质合金制品占比较高，其毛利率相对较低。因此，经销模式的整体毛利率在正常情况下会高于直销模式。

（2）直销模式下的整体解决方案业务影响

直销模式下，公司正在积极推进整体解决方案业务。整体解决方案业务是公司未来发展的战略方向，也是当前国际大型刀具企业普遍采用的模式。通过为客户提供定制化的刀具解决方案，公司能够更好地满足客户的个性化需求，提升客户满意度和市场竞争力。

公司整体解决方案业务目前仍处于不断摸索和优化的阶段，业务模式尚未完全成熟。在这一过程中，公司需要投入大量的资源用于技术研发、设备购置、人员培训以及客户关系维护等，导致成本较高。此外，由于整体解决方案业务的复杂性和个性化需求，公司在项目执行过程中可能会面临一些不确定性和风险，进一步增加了成本控制的难度。

因此，尽管整体解决方案业务具有较高的附加值和长期发展潜力，但在当前阶段，其毛利率相对较低，这主要是由于公司在前期市场开拓阶段，为了吸引客户并建立长期合作关系，主动承担了较高的成本，拉低了直销模式的整体毛利率，导致直销模式下的数控刀具产品毛利率低于经销模式下的毛利率。

（三）说明刀具整体解决方案的具体业务模式、内控管理制度和收入确认政策，2024年度相关业务收入、成本、毛利率情况、交付的产品中公司自产和外购产品的类型、金额及占比，并说明该模式对公司自有品牌业务开展以及对数控刀具产品整体业务毛利率的影响。

1、刀具整体解决方案的具体业务模式、内控管理制度和收入确认政策

（1）具体业务模式

刀具整体解决方案业务模式主要通过提供定制化的切削加工解决方案，帮助客户提高加工效率和产品质量。公司根据客户的具体需求，提供包括数控刀片、数控刀体、整硬刀具、金属陶瓷及超硬刀具等在内的全系列产品，并结合现场技术服务，如智能刀具柜、刀具寿命监测软件、标准化管理模式导入等，帮助客户实现刀具管理的优化。

（2）内控管理制度

在内控管理制度方面，欧科亿建立了完善的产品全生命周期质量保证体系，确保产品性能稳定性和精度一致性。公司通过严格的原材料采购控制、生产过程监控和成品检验，保证产品质量。此外，公司还通过信息化系统对生产、销售、库存等环节进行实时监控和管理，提升运营效率。

（3）收入确认政策

公司刀具整体解决方案的收入确认政策为按照合同约定，将产品交付给客户且收到经客户确认的对账单后确认销售收入，公司主导商品整合及服务，承担了主要责任，用总额法确认收入。

2、2024年度相关业务收入、成本、毛利率情况，交付的产品中公司自产和外购产品的类型、金额及占比

2024年度，公司刀具整体解决方案业务实现收入为4,958.96万元，成本为3,929.96万元，其中产品成本为3,589.93万元，服务人员成本及其他为340.03万元，整体解决方案业务毛利率为20.75%。交付的产品中公司自产产品主要是数控刀片、整体硬质合金刀具等产品。为满足客户生产线的需求，公司需要外购终端客户指定品牌的数控刀具产品，此外，还需要外购砂轮、抛光带、毛刷等切削加工需要的产品。

2024年度，整体解决方案业务交付的产品中公司自产产品金额为1,612.53万元，占交付产品总金额比例为44.92%，主要为数控刀片、整体硬质合金刀具；公司外购产品的金额为1,977.40万元，占交付产品总金额比例为55.08%，主要为非自产数控刀具产品、砂轮、抛光带、毛刷等切削加工产品，其中外购非自产数控刀具产品为1,260.61万元，砂轮636.10万元、抛光带63.40万元、毛刷17.29万元。

为满足整体解决方案客户的生产需求，公司需要适当备货，根据不同客户的加工要求，需要按照1-2个月用量备货。

3、该模式对公司自有品牌业务开展以及对数控刀具产品整体业务毛利率的影响。

刀具解决方案模式对公司自有品牌业务开展以及对数控刀具产品整体业务毛利率的影响如下：

（1）刀具解决方案模式为公司自有品牌业务的拓展提供了有力支持，尤其在提升客户满意度和忠诚度方面成效显著。通过为客户提供一站式、个性化的刀具解决方案，公司能够满足客户在不同加工环节的多样化需求。这种全面的服务模式不仅增强了客户对公司品牌的认可度，还促进了客户的重复采购和长期合作，为公司自有品牌业务的持续发展奠定了坚实基础。

（2）刀具解决方案模式显著提升了公司的市场竞争力和品牌影响力。不仅吸引了更多潜在客户的关注，还帮助公司在行业内树立了良好的品牌形象，提升了品牌知名度和美誉度。随着更多类似项目的开展，公司有望进一步巩固其在市场中的地位，拓展市场份额，推动自有品牌业务的快速发展。

（3）刀具解决方案模式为公司的技术创新和产品升级提供了重要动力。在为客户提供解决方案的过程中，公司能够深入了解客户的实际需求和痛点，从而推动公司进行技术研发和产品改进。这种以客户需求为导向的创新模式，不仅增强了公司产品的市场竞争力，还为公司自有品牌业务的长期发展提供了持续的技术支持，使其能够更好地适应市场变化，满足客户的多样化需求。

（4）公司的刀具整体解决方案业务目前仍处于市场开拓的初期阶段，其销售收入及占比相对较低，且毛利率亦处于较低水平。这一现状主要源于该业务模式尚处于客户培育与市场拓展的关键时期，前期投入较大，而客户群体及市场份额尚在逐步积累之中，导致其盈利能力尚未充分显现。然而，从长远发展来看，刀具整体解决方案业务对公司自主品牌的建设与推广具有深远的战略意义。通过为客户提供一站式、个性化的刀具解决方案，公司能够更精准地满足客户的多样化需求，增强客户黏性，提升品牌知名度与市场影响力，从而为公司未来的业务转型奠定坚实基础。随着业务的不断成熟、客户群体的扩大以及市场认可度的提升，预计该业务模式将逐步优化成本结构，提高运营效率，进而有望在未来实现毛利率的稳步提升，为公司整体盈利能力的增强提供有力支撑。

二、持续督导机构核查意见

经核查，持续督导机构认为：

1、公司境外业务收入增长较大主要得益于数控刀具产品在境外市场的销售增长，以及公司采取的系统性海外市场开拓策略。境内外毛利率下滑较大主要是由于数控刀具产品毛利率下滑，以及公司整体解决方案业务的推进导致成本增加。境外毛利率高于境内是由于境外销售以高毛利率的数控刀具产品为主，而境内销售中低毛利率的硬质合金制品占比较高，这种产品结构差异导致境外毛利率高于境内，具有合理性。

2、经销毛利率持续下滑主要是由于数控刀具产品销量下滑导致规模效应不足，以及新生产线投产带来的设备折旧费用增加。经销毛利率高于直销毛利率的原因在于经销模式下主要销售高毛利率的数控刀具产品，而直销模式下硬质合金制品占比较高且整体解决方案业务成本较高，导致直销毛利率相对较低，这种差异具有合理性。

3、公司刀具整体解决方案业务虽目前处于市场开拓初期，销售收入及占比低、毛利率低，但其对公司自有品牌业务开展及未来业务转型具有重要战略意义，随着业务成熟有望提升毛利率，持续督导机构认可其长期价值及发展潜力。

三、会计机构核查意见

经核查，会计机构认为：

1、公司境外业务收入增长较大主要得益于数控刀具产品在境外市场的销售增长，以及公司采取的系统性海外市场开拓策略。境内外毛利率下滑较大主要是由于数控刀具产品毛利率下滑，以及公司整体解决方案业务的推进导致成本增加。境外毛利率高于境内是由于境外销售以高毛利率的数控刀具产品为主，而境内销售中低毛利率的硬质合金制品占比较高，这种产品结构差异导致境外毛利率高于境内，具有合理性。

2、经销毛利率持续下滑主要是由于数控刀具产品产量下滑导致规模效应不足，以及新生产线投产带来的设备折旧费用增加。经销毛利率高于直销毛利率的原因在于经销模式下主要销售高毛利率的数控刀具产品，而直销模式下硬质合金制品占比较高且整体解决方案业务成本较高，导致直销毛利率相对较低，这种差异具有合理性。

3、公司刀具整体解决方案业务虽目前处于市场开拓初期，销售收入及占比低、毛利率低，但其对公司自有品牌业务开展及未来业务转型具有重要战略意义，随着业务成熟有望提升毛利率，具有长期价值及发展潜力。

问题二、关于应收款项。年报披露：（1）公司应收账款期末余额4.16亿元，同比增长7.87%，应收票据期末余额2.28亿元，同比增长39.41%；应收账款和应收票据期末余额合计占营业收入比例为57.88%，且最近3年逐年上升；（2）应收账款坏账准备余额2,625.60万元，2024年单项计提坏账准备280.23万元，组合计提坏账准备206.01万元。

请公司：（1）结合销售和结算模式、客户情况、信用政策、说明应收票据及应收账款期末余额占营业收入比例持续上升的原因及合理性；（2）结合主要应收款项客户资信状况、历史回款、期后回款、同行业可比公司计提情况等，说明应收款项坏账计提的充分性。

一、公司回复：

（一）结合销售和结算模式、客户情况、信用政策，说明应收票据及应收账款期末余额占营业收入比例持续上升的原因及合理性。

1、销售模式

公司的销售模式分为直销和经销。直销模式下，公司与客户签订购销协议销售产品。经销模式下，公司与经销商签订买断式产品销售合同，将产品销售给经销商，再由经销商销售给终端客户。

2、结算模式

对于国内销售，公司按照合同约定，将产品交付给客户且收到经客户确认的对账单后与客户进行结算。

对于国外销售，公司按照合同约定，将产品报关、离港，取得提单后与客户进行结算。

公司与经销商的合作模式为买断式销售，经销模式下的结算方式与直销模式一致，公司会给予经销商一定的信用额度，并在每年年末结清。

3、客户情况及信用政策

近三年，公司应收账款前五大客户情况如下：

（1）2024年度

客户名称	应收账款余额（万元）	主营业务	销售产品	销售模式	付款方式	信用期
第一名	2,067.51	量具、刃具、数控刀具、机床附件、五金工具、小型机械的销售。	数控刀具产品	经销	现汇+票据	月结30天
第二名	2,005.70	销售钻头、百分表、螺纹塞规等	数控刀具产品	经销	现汇+票据	月结30天
第三名	1,746.55	金属制品研发；金属制品销售；金属材料销售；金属工具销售；金属切削机床销售；新型金属功能材料销售等	硬质合金制品	直销	现汇+票据	到货后90天
第四名	1,520.79	销售切削刀具（镗杆、夹头适配器、可转位刀片端面铣刀、PCD和CBN刀片等）	数控刀具产品	经销	现汇	到货后30天
第五名	1,468.02	销售切削刀具（硬质合金涂层刀片、端铣刀、陶瓷、刀架）；计算机、计算机外围设备和软件批发	数控刀具产品	直销	现汇	现款现货

（2）2023年度

客户名称	应收账款余额（万元）	主营业务	销售产品	销售模式	付款方式	信用期
第一名	2,259.56	切削工具、机械设备、数控刀具、工量刃具、仪器仪表等的销售	数控刀具产品	经销	现汇+票据	月结30天
第二名	2,103.04	销售量具、刃具、数控刀具、机床附件、五金工具、小型机械等	数控刀具产品	经销	现汇+票据	月结30天
第三名	1,923.50	销售钻头、百分表、螺纹塞规等	数控刀具产品	经销	现汇+票据	月结30天
第四名	1,466.19	数控机床制造；数控机床销售；机床功能部件及附件制造；机床功能部件及附件销售等	数控刀具产品+硬质合金制品	直销	票据	月结60天
第五名	1,241.70	金属切削机床销售；机床功能部件及附件销售；机械设备销售等	数控刀具产品+硬质合金制品	直销/经销	现汇+票据	月结60天

（3）2022年度

客户名称	应收账款余额（万元）	主营业务	销售产品	销售模式	付款方式	信用期
第一名	1,938.83	销售切削工具、机械设备、数控刀具、工量刃具、仪器仪表等	数控刀具产品	经销	现汇+票据	月结30天
第二名	1,593.73	数控机床销售；机床功能部件及附件销售等	数控刀具产品	直销	现汇	月结120天
第三名	1,564.51	金属制品销售；金属工具销售；刀具销售；金属材料销售；新型金属功能材料销售等	数控刀具产品	经销	现汇+票据	月结30天
第四名	1,481.14	机床功能部件及附件制造；机床功能部件及附件销售；金属切削加工服务等	数控刀具产品+硬质合金制品	直销	现汇+票据	月结30天
第五名	1,254.91	生产、修磨及涂层，销售数控刀具，金属切削刀具等	数控刀具产品	直销	现汇+票据	月结30天

4、应收票据及应收账款期末余额占营业收入比例持续上升的原因及合理性

近三年，公司应收票据及应收账款期末余额占营业收入比例如下表所示：

单位：万元

项目	2024年度	2023年度	2022年度
营业收入	112,718.62	102,646.06	105,532.27
应收账款余额	41,610.08	38,573.41	28,360.64
应收账款余额占比	36.91%	37.58%	26.87%
应收票据余额	22,879.91	16,508.44	11,917.05
应收票据余额占比	20.30%	16.08%	11.29%
合计占比	57.21%	53.66%	38.17%

（1）应收账款期末余额占比持续上升的原因

近三年，公司应收账款期末余额占比分别为26.87%、37.58%、36.91%，2023年及2024年，公司应收账款期末余额占比高于2022年，主要原因系：

①客户受宏观经济影响货款支付进度变慢

2023年以来，受国际形势紧张及宏观经济的影响，制造行业普遍资金链承压。根据国家统计局公布的数据，规模以上工业企业应收账款平均回收期由2022年末52.80天增长至2025年3月末70.9天，回款速度明显放缓。公司直销以及经销体系所覆盖的终端客户中，主要是集中在各产业集群的中小机械加工企业，该类终端客户受宏观经济波动影响明显，资金压力较大，货款支付进度变慢。

近三年，公司保持一贯信用政策且在年末严格按照公司信用期政策进行催收，但受宏观经济影响，客户回款变慢，导致2023年及2024年应收账款余额占营业收入的比例相较于2022年增加。

公司应收账款余额占营业收入的比例与同行业可比公司的对比情况如下：

项目	2024年12月31日/2024年度	2023年12月31日/2023年度	2022年12月31日/2022年度
华锐精密	58.16%	45.95%	27.08%
沃尔德	29.07%	37.70%	41.56%
恒锋工具	31.85%	30.05%	30.76%
平均值	39.69%	37.90%	33.13%
欧科亿	36.91%	37.58%	26.87%

如上表所示，近三年，公司应收账款余额占比总体呈上升趋势，与同行业平均值变动趋势一致，公司应收账款余额占比低于同行业平均值，不存在明显异常。

②公司加大终端客户的开发，终端客户回款加快

随着公司产品逐渐丰富，品质不断提升，公司近年来加大了对工厂类终端客户的推广及销售。工厂类终端客户回款周期较长，一般为开票后2-3个月，明显长于经销商客户，导致公司应收账款余额占营业收入的比例上升。

（2）应收票据期末余额占比持续上升的原因

近三年，公司应收票据期末余额占营业收入的比例如下表所示：

项目	2024年12月31日/2024年度	2023年12月31日/2023年度	2022年12月31日/2022年度
营业收入	112,718.62	102,646.06	105,532.27
应收票据余额	22,879.91	16,508.44	11,917.05
应收票据余额占比	20.30%	16.08%	11.29%

近三年，公司应收票据期末余额（考虑应收款项融资）占比分别为11.29%、16.08%、20.30%，逐年上升，主要原因系受国际形势紧张及宏观经济的影响，制造行业普遍资金链承压，客户使用票据支付的比例上升。

（二）结合主要应收款项客户资信状况、历史回款、期后回款、同行业可比公司计提情况等，说明应收款项坏账计提的充分性。

1、2024年度应收账款前五大客户资信状况、历史回款、期后回款情况

单位：万元

客户名称	资信情况	2024年12月31日应收账款余额	账龄	回款金额（2022-2024年）	是否发生过重大质量事故、应收账款无法收回的情况	回款金额（2025.1.1-2025.6.15）	回款计划
第一名	当地有一定的市场规模，经营情况良好，履约能力强，未被列为失信被执行人。所属工具制造行业为当地重点产业，区域产业链配套较为完善。	2,067.51	1年以内	5,121.07	否	585.00	2025年6月份计划回款500万元
第二名	在当地有一定的市场规模，经营情况良好，履约能力强，未被列为失信被执行人。	2,005.70	1年以内、1-2年	4,503.87	否	1,000.00	2025年6月份计划回款300万元
第三名	当地棒材市场规模较大，客户有一定规模市场份额，经营情况良好，无不良信用记录，履约能力强。	1,746.55	1年以内	1,742.29	否	1,351.19	2025年6月预计完成2024年12月末应收款回款
第四名	2016年开始建立合作关系，当地有一定的市场规模及市场影响力，经营情况良好，履约能力强。	1,520.79	1年以内	3,860.92	否	59.47	预计2025年下半年能完成回款
第五名	在当地有一定的市场规模及市场影响力，有特有的销售渠道、业务量上升趋势，经营情况良好，履约能力强。	1,468.02	1年以内	1,672.91	否	33.02	预计2025年下半年能完成回款

2、同行业可比公司计提情况

公司将应收账款划分为账龄组合，参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，按照账龄计提坏账准备。

公司与同行业可比公司应收账款预期信用损失率对照表如下：

项目	1年以内	1-2年	2-3年	3-4年	4-5年	5年以上
华锐精密	5.00%	20.00%	40.00%	60.00%	80.00%	100.00%
沃尔德	5.00%	10.00%	30.00%	50.00%	80.00%	100.00%
恒锋工具	5.00%	10.00%	30.00%	50.00%	50.00%	100.00%
平均值	5.00%	13.33%	33.33%	53.33%	70.00%	100.00%
欧科亿	5.00%	10.00%	50.00%	100.00%	100.00%	100.00%

由上表可知，综合对比同行业可比公司公开披露信息，公司应收账款坏账计提政策整体较为谨慎，与同行业上市公司坏账准备计提政策不存在重大差异。

综上所示，公司主要应收款项客户资信状况良好，部分国外客户回款放缓，公司已有应对计划；公司应收账款计提政策与同行业公司不存在重大差异，公司应收账款坏账准备计提充分。

二、持续督导机构核查意见

经核查，持续督导机构认为：

1、公司应收票据及应收账款期末余额占营业收入比例持续上升的主要原因系：（1）受宏观经济影响，客户货款支付进度变慢且使用票据支付的比例上升；（2）公司加大终端客户的开发，而终端客户回款周期较经销商更长。

2、公司主要应收款项客户资信状况良好，部分国外客户回款放缓，公司已有应对计划；公司应收账款计提政策与同行业公司不存在重大差异，公司应收账款坏账准备计提充分。

三、会计机构核查意见

经核查，会计机构认为：

1、公司应收票据及应收账款期末余额占营业收入比例持续上升的主要原因系：（1）受宏观经济影响，客户货款支付进度变慢且使用票据支付的比例上升；（2）公司加大终端客户的开发，而终端客户回款周期较经销商更长。

2、公司主要应收款项客户资信状况良好，部分国外客户回款放缓，公司已有应对计划；公司应收账款计提政策与同行业公司不存在重大差异，公司应收账款坏账准备计提充分。

问题三、关于存货及存货减值。年报披露：（1）公司存货期末余额6.31亿元，同比增长27.70%，其中库存商品2.78亿元、在产品1.65亿元、原材料1.52亿元；存货周转率1.55，且最近3年逐年下降；（2）发出商品期末余额4,821.31万元，同比增长111.60%；（3）存货跌价准备期末余额2,074.06万元，其中库存商品2,009.72万元，发出商品64.33万元，未对原材料、在产品计提跌价准备。

请公司：（1）结合经营模式、生产周期等，说明存货构成中在产品、库存商品占比较高及存货周转率逐年下降的原因和合理性；（2）说明发出商品所处的具体环节，结合订单执行情况、发货验收周期、收入确认政策等，说明报告期内发出商品余额大幅增加的原因及合理性；（3）结合存货的具体构成、库龄、在手订单、市场价格变动等，说明存货减值计提的过程和依据及充分性。

一、公司回复：

（一）结合经营模式、生产周期等，说明存货构成中在产品、库存商品占比较高及存货周转率逐年下降的原因和合理性。

近三年，公司各类产品期末存货构成明细如下表：

单位：万元

存货种类	产品种类	2024-12-31		2023-12-31		2022-12-31	
		账面余额	占比期末存货(%)	账面余额	占比期末存货(%)	账面余额	占比期末存货(%)
库存商品	硬质合金制品	6,206.65	9.52	4,853.66	9.62	3,326.62	8.74
	数控刀具产品	20,598.63	31.61	17,361.74	34.41	7,950.92	20.89
	钨制品	974.21	1.49				
	小计	27,779.50	42.62	22,215.40	44.03	11,277.53	29.63
在产品	硬质合金制品	4,819.49	7.39	4,642.61	9.20	3,957.86	10.40
	数控刀具产品	11,346.57	17.41	11,284.29	22.37	9,002.13	23.65
	钨制品	352.61	0.54				
	小计	16,518.67	25.34	15,926.90	31.57	12,959.99	34.05
原材料		15,233.13	23.37	9,077.23	17.99	11,298.56	29.69
发出商品		4,821.31	7.40	2,278.51	4.51	1,244.74	3.27
周转材料		823.82	1.26	939.99	1.86	1,257.88	3.31
委托加工物资		10.50	0.01	18.81	0.04	19.28	0.05
合计		65,186.93	100.00	50,456.83	100.00	38,057.99	100.00

从上表可知，2024年末存货余额为65,186.93万元，较上年末增加14,730.10万元，同比增长22.60%，2023年末存货余额为50,456.83万元，较上年末增加12,398.84万元，同比增长32.58%。

近三年，公司与同行业库存商品、在产品的占比情况及存货周转率情况如下表：

指标	2024年		行业平均	华锐精密	恒锋工具	沃尔德
	指标值	偏离				
库存商品占存货余额比例	42.62%	1.14%	42.14%	50.28%	47.69%	28.44%
在产品占比占存货余额比例	25.34%	83.42%	13.81%	20.50%	7.17%	13.77%
存货周转率	1.55	-6.81%	1.66	1.30	2.41	1.28
存货平均天数	235.4	-1.34%	235.57	276.3	149.1	281.3

续1：

指标	2023年		行业平均	华锐精密	恒锋工具	沃尔德
	指标值	偏离				
库存商品占存货余额比例	44.03%	20.80%	36.45%	37.46%	44.99%	26.89%
在产品占比占存货余额比例	31.57%	65.33%	19.09%	31.80%	6.83%	18.65%
存货周转率	1.67	-11.06%	1.88	1.90	2.30	1.43
存货平均天数	215.3	7.99%	199.37	189.7	156.3	252.1

续2：

指标	2022年		行业平均	华锐精密	恒锋工具	沃尔德
	指标值	偏离				
库存商品占存货余额比例	29.63%	-6.23%	31.60%	24.53%	43.74%	26.53%
在产品占比占存货余额比例	34.05%	111.45%	16.11%	32.48%	4.77%	11.07%
存货周转率	2.07	-1.83%	2.11	2.60	2.19	1.54
存货平均天数	174.1	-2.81%	179.13	138.4	164.70	234.3

从上表可知，公司存货构成中库存商品的占比与同行业平均水平基本一致。在产品的占比要高于同行业平均水平，主要系公司备货生产策略所致。同时，公司近三年的存货周转率呈逐年下降的趋势，与同行业平均周转率变动趋势一致。主要原因系：

1、订单生产与备货生产相结合的模式

公司除按客户订单生产外，还会根据销售预期和库存水平进行主动备货。这种混合模式导致在产品需提前准备以缩短