证券代码：000498 证券简称：山东路桥 公告编号：2025-136

山东高速路桥集团股份有限公司
关于投标项目中标的公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

2025年12月16日，山东高速路桥集团股份有限公司（以下简称“公司”或“本公司”）在巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）及《中国证券报》《证券时报》《证券日报》《上海证券报》（以下简称“指定媒体”）披露了《关于投标项目评标结果公示的提示性公告》（2025-130），公司子公司山东高速工程建设集团有限公司（以下简称“工程建设集团”）、山东省路桥集团有限公司（以下简称“路桥集团”）、宁夏公路桥梁建设有限公司（以下简称“宁夏公路”）被确定为潍坊至邹城高速公路沂源至邹城段工程（以下简称“沂源至邹城高速”）施工一标段、二标段、三标段第一中标候选人。2025年12月20日，公司在指定媒体披露了《关于投标项目评标结果公示的提示性公告》（2025-133），子公司山东省公路桥梁建设集团有限公司（以下简称“公路桥梁集团”）被确定为潍坊至邹城高速公路潍坊至沂源段工程K0+000-K50+040段（以下简称“潍坊至沂源高速施工一标段”）第一中标候选人、路桥集团被确定为潍坊至邹城高速公路昌乐联络线工程（以下简称“潍邹高速昌乐联络线”）施工一标段第一中标候选人。上述项目定标工作已经完成并收到《中标通知书》，具体如下：

一、项目进展情况

近日，招标单位山东高速基础设施建设有限公司（以下简称“山高基建公司”）发布了《潍坊至邹城高速公路沂源至邹城段工程施工中标结果公告》《潍坊至邹城高速公路潍坊至沂源段工程K0+000-K50+040段施工中标结果公告》《潍坊至邹城高速公路昌乐联络线工程施工中标结果公告》并下发了《中标通知书》。

1. 工程建设集团被确定为沂源至邹城高速施工项目WZYZSG-1标段中标人。中标价：3,757,820,641.00元。工期：1095日历天。工程质量：交工验收的质量评定合格，竣工验收的质量评定优良。工程安全目标：项目实施过程中无安全责任事故。

2. 路桥集团被确定为沂源至邹城高速施工项目WZYZSG-2标段中标人。中标价：3,771,286,666.00元。工期：1095日历天。工程质量：交工验收的质量评定合格，竣工验收的质量评定优良。工程安全目标：项目实施过程中无安全责任事故。

3. 宁夏公路被确定为沂源至邹城高速施工项目WZYZSG-3标段中标人。中标价：1,872,650,932.00元。工期：1095日历天。工程质量：交工验收的质量评定合格，竣工验收的质量评定优良。工程安全目标：项目实施过程中无安全责任事故。

4. 公路桥梁集团被确定为潍坊至沂源高速施工项目WZWYSG-1标段中标人。中标价：3,399,825,633.00元。工期：1095日历天。工程质量：交工验收的质量评定合格，竣工验收的质量评定优良。工程安全目标：项目实施过程中无安全责任事故。

5. 路桥集团被确定为潍邹高速昌乐联络线施工项目WZWYSG-1标段中标人。中标价：1,436,376,749.00元。工期：1095日历天。工程质量：交工验收的质量评定合格，竣工验收的质量评定优良。工程安全目标：项目实施过程中无安全责任事故。

二、对公司的影响

公司子公司获得沂源至邹城高速施工项目各标段中标价合计为9,401,758,239.00元，占公司2024年度经审计营业收入的13.18%；获得潍坊至沂源高速施工一标段施工项目中标价为3,399,825,633.00元，占公司2024年度经审计营业收入的4.77%；获得潍邹高速昌乐联络线施工一标段施工项目中标价为1,436,376,749.00元，占公司2024年度经审计营业收入的2.01%。

若项目顺利实施，将对公司经营业绩产生积极影响。上述项目施工期均为1095日历天，公司将在施工工期内按照施工进度确认收入。本项目招标方山高基建公司为本公司控股股东山东高速集团有限公司的全资子公司，为本公司关联方。本项目所涉关联交易事项已经公司2025年第一次临时股东大会、2025年第三次临时股东会审议通过。

三、风险提示

上述项目尚未签署正式合同，最终能否签署合同尚存在不确定性。如最终签署施工合同，项目在施工过程中，受工程施工周期、原材料涨价、安全生产等诸多因素影响，存在一定风险。公司将根据项目后续进展，及时履行信息披露义务。敬请广大投资者注意投资风险。

四、备查文件

1.《潍坊至邹城高速公路沂源至邹城段工程施工中标结果公告》；
2.《潍坊至邹城高速公路潍坊至沂源段工程K0+000-K50+040段施工中标结果公告》；
3.《潍坊至邹城高速公路昌乐联络线工程施工中标结果公告》；
4. 各标段《中标通知书》。

山东高速路桥集团股份有限公司董事会
2025年12月26日

证券代码：000750 证券简称：国海证券 公告编号：2025-57

国海证券股份有限公司
第十届董事会第十四次会议决议公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

国海证券股份有限公司（以下简称公司）第十届董事会第十四次会议通知于2025年12月15日以电子邮件方式发出，会议于2025年12月26日在广西南宁市滨湖路46号国海大厦4楼会议室以现场会议与视频会议相结合的方式召开，会议应到董事8人，实到董事8人。倪受彬独立董事、刘劲容独立董事通过视频方式参加会议，其他6名董事现场参加会议。会议由公司董事长王海河先生主持。会议的召集、召开、表决符合《公司法》及《公司章程》的规定，决议合法有效。会议以投票表决的方式审议通过了如下议案：

一、《关于审议＜国海证券股份有限公司董事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理制度（2025年12月修订）＞的议案》

同意修订公司《董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理制度》，并将其更名为公司《董事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理制度》。

表决结果：同意8票，反对0票，弃权0票。

修订后的公司《董事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理制度》全文与本公告同日在巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）披露。

二、《关于审议＜国海证券股份有限公司董事和高级管理人员管理办法＞的议案》

表决结果：同意8票，反对0票，弃权0票。

本议案已经董事会薪酬与提名委员会会议、董事会审计委员会会议审议通过。

公司《董事和高级管理人员管理办法》全文与本公告同日在巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）披露。

三、《关于审议＜国海证券股份有限公司董事长办公会制度（2025年12月修订）＞的议案》

表决结果：同意8票，反对0票，弃权0票。

修订后的公司《董事长办公会制度》全文与本公告同日在巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）披露。

四、《关于审议＜国海证券股份有限公司总裁工作细则（2025年12月修订）＞的议案》

表决结果：同意8票，反对0票，弃权0票。

修订后的公司《总裁工作细则》全文与本公告同日在巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）披露。

五、《关于审议＜国海证券股份有限公司董事会秘书工作细则（2025年12月修订）＞的议案》

表决结果：同意8票，反对0票，弃权0票。

修订后的公司《董事会秘书工作细则》全文与本公告同日在巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）披露。

六、《关于审议＜国海证券股份有限公司高级管理人员考核管理办法（2025年12月修订）＞的议案》

表决结果：同意8票，反对0票，弃权0票。

本议案已经董事会薪酬与提名委员会会议、董事会审计委员会会议审议通过。

七、《关于审议＜国海证券股份有限公司内部问责制度（2025年12月修订）＞的议案》

表决结果：同意8票，反对0票，弃权0票。

本议案已经董事会审计委员会会议审议通过。

修订后的公司《内部问责制度》全文与本公告同日在巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）披露。

八、《关于审议＜国海证券股份有限公司年报信息披露重大差错责任追究制度（2025年12月修订）＞的议案》

表决结果：同意8票，反对0票，弃权0票。

本议案已经董事会审计委员会会议审议通过。

修订后的公司《年报信息披露重大差错责任追究制度》全文与本公告同日在巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）披露。

九、《关于审议＜国海证券股份有限公司投资者关系管理制度（2025年12月修订）＞的议案》

表决结果：同意8票，反对0票，弃权0票。

修订后的公司《投资者关系管理制度》全文与本公告同日在巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）披露。

十、《关于审议＜国海证券股份有限公司内幕信息知情人登记管理制度（2025年12月修订）＞的议案》

表决结果：同意8票，反对0票，弃权0票。

修订后的公司《内幕信息知情人登记管理制度》全文与本公告同日在巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）披露。

十一、《关于审议＜国海证券股份有限公司重大信息内部报告制度（2025年12月修订）＞的议案》

表决结果：同意8票，反对0票，弃权0票。

本议案已经董事会审计委员会会议审议通过。

修订后的公司《重大信息内部报告制度》全文与本公告同日在巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）披露。

十二、《关于审议＜国海证券股份有限公司信息披露暂缓与豁免管理制度＞的议案》

表决结果：同意8票，反对0票，弃权0票。

本议案已经董事会审计委员会会议审议通过。

公司《信息披露暂缓与豁免管理制度》全文与本公告同日在巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）披露。

十三、《关于审议＜国海证券股份有限公司子公司管理制度（2025年12月修订）＞的议案》

表决结果：同意8票，反对0票，弃权0票。

修订后的公司《子公司管理制度》全文与本公告同日在巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）披露。

备查文件：

1. 公司第十届董事会第十四次会议决议；
2. 公司第十届董事会审计委员会2025年第七次会议决议；
3. 公司第十届董事会薪酬与提名委员会2025年第十次会议决议。

特此公告。

国海证券股份有限公司
董事会
二〇二五年十二月二十七日

证券代码：603069 证券简称：海汽集团 公告编号：2025-076

海南海汽运输集团股份有限公司
关于重大资产重组事项的进展公告

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。

一、本次交易概述

经初步筹划，海南海汽运输集团股份有限公司（以下简称“公司”或“上市公司”）拟通过向海南省旅游投资集团有限公司（以下简称“海南旅投”）支付现金及/或资产方式，收购剥离华庭项目后的海南旅投免税品有限公司（以下简称“海旅免税”）控制权（以下简称“本次重组”或“本次交易”）。本次交易不涉及上市公司发行股份或配套募集资金的行为。本次交易涉及的具体资产范围尚需交易双方进一步协商确定。

二、本次交易的进展情况

公司原重组方案为拟向海南旅投发行股份及支付现金购买其持有的海旅免税的全部股权，同时拟向不超过35名符合条件的特定对象发行股票募集配套资金（以下简称“原重组方案”）。2024年9月2日，公司召开第四届董事会第三十七次会议，审议通过了《关于拟对原重组方案进行重大调整的议案》，同意公司拟对原重组方案进行重大调整。具体内容详见公司于2024年9月3日在指定信息披露媒体发布的《关于拟对原重大资产重组方案进行重大调整的公告》（公告编号：2024-074）。

2024年10月1日，公司在指定信息披露媒体披露了《关于重大资产重组事项的进展公告》（公告编号：2024-082），披露本次重组进行的相关信息。

2024年10月31日，公司在指定信息披露媒体披露了《关于重大资产重组事项的进展公告》（公告编号：2024-094），披露本次重组进行的相关信息。

2024年11月30日，公司在指定信息披露媒体披露了《关于重大资产重组事项的进展公告》（公告编号：2024-101），披露本次重组进行的相关信息。

2024年12月28日，公司在指定信息披露媒体披露了《关于重大资产重组事项的进展公告》（公告编号：2024-102），披露本次重组进行的相关信息。

2025年1月25日，公司在指定信息披露媒体披露了《关于重大资产重组事项的进展公告》（公告编号：2025-004），披露本次重组进行的相关信息。

2025年2月22日，公司在指定信息披露媒体披露了《关于重大资产重组事项的进展公告》（公告编号：2025-007），披露本次重组进行的相关信息。

2025年3月22日，公司在指定信息披露媒体披露了《关于重大资产重组事项的进展公告》（公告编号：2025-010），披露本次重组进行的相关信息。

2025年4月19日，公司在指定信息披露媒体披露了《关于重大资产重组事项的进展公告》（公告编号：2025-018），披露本次重组进行的相关信息。

2025年5月17日，公司在指定信息披露媒体披露了《关于重大资产重组事项的进展公告》（公告编号：2025-032），披露本次重组进行的相关信息。

2025年6月14日，公司在指定信息披露媒体披露了《关于重大资产重组事项的进展公告》（公告编号：2025-038），披露本次重组进行的相关信息。

2025年7月12日，公司在指定信息披露媒体披露了《关于重大资产重组事项的进展公告》（公告编号：2025-048），披露本次重组进行的相关信息。

2025年8月9日，公司在指定信息披露媒体披露了《关于重大资产重组事项的进展公告》（公告编号：2025-053），披露本次重组进行的相关信息。

2025年9月6日，公司在指定信息披露媒体披露了《关于重大资产重组事项的进展公告》（公告编号：2025-061），披露本次重组进行的相关信息。

2025年10月1日，公司在指定信息披露媒体披露了《关于重大资产重组事项的进展公告》（公告编号：2025-064），披露本次重组进行的相关信息。

2025年10月31日，公司在指定信息披露媒体披露了《关于重大资产重组事项的进展公告》（公告编号：2025-069），披露本次重组进行的相关信息。

2025年11月29日，公司在指定信息披露媒体披露了《关于重大资产重组事项的进展公告》（公告编号：2025-074），披露本次重组进行的相关信息。

自拟对原重组方案进行重大调整以来，公司高度重视本次重组工作，为切实维护公司及全体股东利益，公司正持续关注免税市场环境、标的公司业绩走势情况。目前，因受国内免税市场竞争激烈、消费需求放缓等因素影响，标的公司业绩仍不及预期，公司推进本次重组存在一定的障碍，是否最终实施完成存在重大不确定性。公司将根据本次交易相关工作的进展情况，严格按照《上市公司重大资产重组管理办法》《上海证券交易所上市公司自律监管指引第6号——重大资产重组》等法律法规和规范性文件的有关规定，及时履行信息披露义务。

三、风险提示

由于标的公司业绩仍不及预期，本次交易推进存在一定的障碍，本次交易能否最终实施完成存在重大不确定性，包括但不限于能否与交易对方就具体交易方案最终协商一致，能否通过上市公司董事会、股东会审议，能否获得相关法律、法规所要求的其他可能涉及的批准或核准，以及实施完成时间均存在不确定性。

公司指定的信息披露媒体为《证券日报》及上海证券交易所网站（www.sse.com.cn），公司所有信息均以在上述指定信息披露媒体上披露的内容为准。敬请广大投资者关注公司后续公告并注意投资风险。

特此公告。

海南海汽运输集团股份有限公司董事会
2025年12月27日

证券简称：*ST椰岛 证券代码：600238 公告编号：2025-037号

海南椰岛（集团）股份有限公司
关于对2025年三季度报告的
信息披露监管工作函的回复公告

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个别及连带责任。

海南椰岛（集团）股份有限公司（以下简称“海南椰岛”或“公司”）于近日收到上海证券交易所《关于海南椰岛（集团）股份有限公司2025年三季报信息披露监管工作函》（以下简称“工作函”），公司对工作函中提及的问题进行了认真核查。现就工作函有关问题回复如下：

一、关于营业收入变动情况。前三季度公司营业收入季度性波动较大，上半年实现营业收入8,921万元，同比下降26.62%，第三季度实现营业收入8,841万元，同比增长111.74%，公告称主要为本报告期酒类收入增加所致。请公司：（1）区分主要产品补充披露销售单价、销售数量、毛利率及销售政策、收入确认依据等情况及相关政策变化情况，定量分析营业收入在第三季度同比大幅增长的原因及合理性；（2）分业务板块补充披露前十大客户及供应商的名称、产品类别、交易金额、合作年限、所在区域、货款结算政策及回款、付款情况，是否存在关联关系及关联交易定价是否公允，前十大供应商与客户之间是否存在关联关系或业务往来，相关产品是否实现最终销售，如是，补充披露各终端销售客户情况、关联关系；（3）补充披露报告期内及期后是否存在产品退回的情况，结合货权转移、结算及收付款等合同约定说明收入确认政策是否符合会计准则规定。

公司回复：

1、公司主要产品收入及毛利率情况

（1）第三季度收入的情况和收入增长合理性

公司第三季度实现营业收入8,841万元，同比去年第三季度4,175万元增长111.74%，按产品详细列示如下： 单位：万元

项目	2025年7-9月			2024年7-9月			增减变动率（%）	
	营业收入	营业成本	毛利率（%）	营业收入	营业成本	毛利率（%）	收入	毛利率
酒类	7,610.92	3,278.12	56.93	3,247.70	1,825.13	43.80	134.35	13.13
饮料类	983.64	906.18	7.87	922.83	807.63	12.48	6.59	-4.61
其他类	246.44	167.94	31.86	4.92	3.58	27.24	4908.94	4.62
合计	8,841.00	4,352.24	50.77	4,175.45	2,636.34	36.86	111.74	13.91

从上表数据分析，第三季度收入的增长主要是酒类收入的增长。

酒类收入按品类详细列示如下： 单位：万元

品类	2025年7-9月			2024年7-9月			增减变动率（%）	
	营业收入	营业成本	毛利率（%）	营业收入	营业成本	毛利率（%）	收入	毛利率
海王酒	3,636.68	1,215.65	66.57	2,388.89	1,352.28	43.39	52.23	23.18
鹿龟酒	3,138.90	1,392.03	55.65	190.84	38.62	79.76	1,544.78	-24.11
白酒	636.66	584.59	8.18	200.59	101.78	49.26	217.39	-41.08
其他酒类	198.68	85.85	56.79	467.38	332.45	28.87	-57.49	27.92
合计	7,610.92	3,278.12	56.93	3,247.70	1,825.13	43.80	134.35	13.13

从上表数据分析：第三季度酒类收入的增长主要是海王酒和鹿龟酒收入的增长。

酒类产品按销售量和销售单价详细列示如下： 单位：万元

品类	2025年7-9月			2024年7-9月		
	销售量（吨）	营业收入（万元）	平均单价（万元/吨）	销售量（吨）	营业收入（万元）	平均单价（万元/吨）
海王酒	1534.11	3,636.68	2.37	1108.76	2,388.89	2.15
鹿龟酒	756.8	3,138.90	4.15	39.15	190.84	4.87
白酒	129.59	636.66	4.91	19.6	200.59	10.23
其他酒类	193.36	198.68	1.03	442.7	467.38	1.06
合计：	2613.86	7,610.92		1610.21	3,247.70	

从上表数据分析：第三季度海王酒销售收入增长匹配销售量增加，平均单价同比增加主要为平均单价较高的海王酒110ml收入占比较高所致；鹿龟酒销售收入增长匹配销售量增加，平均销售单价同比下降主要为平均单价较低的鹿龟酒佳品系列收入占比较高所致；白酒销售收入同比增加匹配销售数量增加，平均销售单价同比下降主要为低端白酒收入占比较高所致。

关于海王酒收入的增长：2025年5月以来，公司集中优势资源聚焦酒类核心业务，从两大维度发力推动海王酒销售增长：一是在传统存量市场，加大促销推广力度以增多区域市场运维人员、细化区域市场活动，确保既有市场份额的稳固；二是积极开拓增量新市场，通过吸收优质大商、配套强化市场激励政策，有效地激发了渠道活力。通过上述举措，海王酒销售额成功实现阶段性跃升，为后续业务拓展奠定坚实基础。第三季度海王酒前五大客户收入情况如下表：

单位：万元

序号	客户	区域	2025年第三季度营业收入	2024年第三季度营业收入	变动率%
1	赣州市海翔酒业有限公司	江西省	1,665.57	1,007.64	65.29
2	椰岛（福建）销售有限公司	福建省	1,049.02	807.18	29.96
3	广西素清合贸易有限公司	广西	482.27	205.77	134.37
4	吉安市吉州区瑞海顺贸易有限公司	江西省	231.00		100.00
5	江西省锐钰盛贸易有限公司	江西省	136.86	355.51	-61.50
合计			3,564.72	2,376.10	50.02

关于鹿龟酒收入的增长：鹿龟酒作为公司知名度最高的产品，曾因传统版产品药味浓郁、含糖量偏高的特性，叠加保健食品类宣传受国家法规严格限定的因素，导致消费者认可度受限。为破局市场困境，公司对流通市场的鹿龟酒产品进行战略调整，在解决风味、糖分及宣传合规性等核心市场痛点的基础上，公司针对性推出鹿龟酒佳品系列，将餐饮渠道及商超渠道作为核心攻坚市场，通过集中优势资源推进渠道建设与品牌推广，叠加定向促销投放、广告宣传加码、专业化销售团队组建等组合举措，成功招商快速完成鹿龟酒市场的布局实现销售增长。第三季度鹿龟酒前五大客户收入情况如下表：

单位：万元

序号	客户	区域	2025年第三季度营业收入	2024年第三季度营业收入	变动率%	是否佳品系列经销商
1	上海润庆供应链有限公司	上海市	465.03		100.00	是
2	上海茅五剑贸易有限公司	上海市	427.68		100.00	是
3	江苏椰岛酒业销售有限公司	江苏省	394.41	61.16	544.88	否
4	湖南清文商贸有限公司	湖南省	265.48		100.00	是
5	北京华铭楗雪商贸有限公司	北京市	265.46		100.00	是
合计			1,818.06	61.16	2,872.63	

注：上述鹿龟酒前五大客户中，上海润庆、上海茅五剑、湖南清文、北京华铭楗雪均为公司推出的鹿龟酒佳品系列的新招商客户，在公司授权区域和渠道内销售鹿龟酒佳品系列。

关于海王酒毛利率的变动：海王酒自2024年5月发布价格和销售政策调整毛利率提高，自2024年第四季度开始实现经销商价格与政策统一，其目的是为了实现海王酒经营逻辑从“大区域招商”转向“深耕细作区域市场”的转变，“深耕细作”需要稳定价格体系，调价后统一的价格体系，能有效防止跨区域窜货，为区域深耕创造了公平的竞争环境；稳定的价格体系和清晰的各环节价差，是市场管控的核心抓手，足够利润空间促进经销商配合公司执行陈列、促销等终端管控措施的意愿更强；区域深耕的核心是“人效提升”，调价带来的利润增量足以支撑配置区域市场人员、终端业务员所需的资金投入。海王酒的调价并非单纯的提价行为，而是以价格为杠杆，推动经营模式转型、强化市场管控、保障资源投入的系统性战略调整，其分步执行的节奏和目标导向的设计，充分体现了调整的合理性与必要性。

关于收入确认依据：公司收入来源主要为酒类产品的销售、饮料产品的销售等，公司酒类产品的销售业务在商品已经发出并收到客户的签收单时，商品的控制权转移，公司在该时点确认收入实现；公司饮料产品的销售业务在商品发出时，商品的控制权转移，公司在该时点确认收入实现。公司收入确认政策遵循一贯性原则严格按照新收入准则要求执行。

综上第三季度收入的大幅增长即海王酒与鹿龟酒佳品系列收入的大幅增长，是公司聚焦酒类主业战略落地的阶段性成果，是对区域深耕、渠道拓展、品牌宣传、新品开发等一系列举措有效性的充分验证，具备可持续性和合理性。

2、前十大客户和供应商情况

（1）酒类前十大客户

单位：万元

序号	客户名称	2025年1-9月营业收入	主要销售产品	所在区域	合作年限	本期末应收账款	本期末合同负债	2025年1-9月回款额	是否关联关系
1	赣州市海翔酒业有限公司	4,557.80	海王酒	江西省	6年	3,393.65		4,100.54	否
2	椰岛（福建）销售有限公司	2,834.09	海王酒	福建省	6年	324.27		2,715.00	否
3	江苏椰岛酒业销售有限公司	1,059.86	鹿龟酒、白酒	江苏省	8年		400.74	769.95	否
4	广西素清合贸易有限公司	951.29	海王酒	广西	10年	492.71		925.13	否
5	河南国马酒业有限公司	513.58	白酒	河南省	1年			580.35	否
6	江西省锐钰盛贸易有限公司	480.78	海王酒	江西省	7年		0.01	460.00	否
7	上海润庆供应链有限公司	465.03	鹿龟酒	上海市	1年		224.52	750.00	否
8	海口龙华松之滨经销部	441.31	三椰春酒	海南省	4年		501.32	1,000.10	否
9	上海茅五剑贸易有限公司	427.68	鹿龟酒	上海市	1年		36.76	520.04	否
10	湖南清文商贸有限公司	265.48	鹿龟酒	湖南省	1年		0.01	300.00	否
合计		11,996.90				4,210.63	1,163.36	12,121.11	

关于终端客户情况：对于酒类销售业务，公司主要采取经销商模式签订经销合同开展销售业务，经销合同未约定经销商需向公司提供对分销商或终端客户的销售情况，故公司未获取终端客户具体情况。该情形具备商业合理性且符合行业惯例，同时也不与会计准则收入确认的要求产生冲突。

关于销售合同结算方式：公司对海王酒和鹿龟酒的经销商合同的结算条件为：双方结算采用先款后货方式，合同生效后，客户向公司下达订单的同时应向公司支付按订单总金额的100%作为预付款；公司收到预付款及订货单后按订单要求进行备货发货。2024年度和2025年度海王酒和鹿龟酒的结算方式保持一致性采用先款后货。同时，近年由于公司经营层和酒业管理团队的变动以及酒类市场的激烈竞争，公司实行多元化的产品升级推出白酒产品以拓展酒类市场，而部分海王酒和鹿龟酒重要经销商为拓展产品线，采购了白酒新品进行销售。公司为加速产品推广对上述老品重要经销商（如赣州海翔、福建椰岛），综合其销售实力和回款情况给予“年度循环信用额度”，实行“滚动回款”的模式结算，故部分老品经销商存在应收款项余额。

关于销售政策情况：除了新品制定新市场销售政策外，原有鹿龟酒和海王酒的价格和市场费用支持政策总比例未发生实质变化。

（2）酒类前十大供应商

单位：万元

序号	供应商名称	2025年1-9月采购付款额	采购产品	所在区域	合作年限	期末应付账款	期末预付账款	是否关联关系
1	岳阳航鸿工贸有限公司	2,065.38	酒瓶	湖南省	6年	564.82		否
2	安徽百世佳包装有限公司	868.83	酒盖	安徽省	9年	477.71		否
3	椰岛集团（贵州）酒业销售有限公司	492.53	白酒	贵州省	1年		56.66	否（注）
4	吉林省新天龙实业股份有限公司	371.84	酒精	吉林省	2年	–	–	否
5	江苏仟佰纯化工有限公司	347.94	酒精	江苏省	1年	149.90		否
6	山东英轩生物科技有限公司	341.89	酒精	山东省	4年		109.88	否
7	成都领航酒链包装有限责任公司	220.17	酒类标签	四川省	2年		64.35	否
8	深圳市四和实业有限公司	213.40	酒盒	广东省	10年	275.50		否
9	浙江旭韬防伪科技有限公司	181.36	酒盒	浙江省	2年	72.35		否
10	无锡金创艺设计印刷有限公司	157.35	酒盒	江苏省	2年		8.70	否
合计		5,260.69				1,540.28	239.59	

注：椰岛集团（贵州）酒业销售有限公司为参股公司的全资子公司。

（3）饮料前十大客户

单位：万元

序号	客户名称	2025年1-9月营业收入	主要销售产品	所在区域	合作年限	设立时间	期末应收账款	期末合同负债	2025年1-9月回款额	是否关联关系
1	海南椰岛雨帆食品有限公司	2,254.95	椰岛椰汁、椰岛杂粮饮品	海南省	6年	2020年		241.37	2,152.08	否
2	深圳市椰本饮品有限公司	200.01	椰岛椰子水及果汁饮品	广东省	1年	2025年		68.52	294.53	否
3	杭州椰本饮品有限公司	70.50	椰岛椰子水及果汁饮品	浙江省	1年	2025年		17.63	97.30	否
4	衡阳主园饮品有限公司	59.59	椰岛椰子水及果汁饮品	湖南省	1年	2025年		160.18	227.52	否
5	海口新城佳园物业服务有限公司	16.08	椰岛椰子水及果汁饮品	海南省	1年	2007年	16.76		1.42	是
6	海南省农旅文产业集团有限公司	12.27	椰岛椰子水及果汁饮品	海南省	1年	2019年			13.86	否
7	椰岛固本（海南）酒业有限公司	12.23	椰岛椰子水及果汁饮品	海南省	1年	2025年		0.40	20.05	否
8	湖南品牧优选供应链管理有限公司	11.99	椰岛椰子水及果汁饮品	湖南省	1年	2024年		46.15	59.70	否
9	海南佳旭阳食品有限公司	10.54	椰岛椰子水及果汁饮品	海南省	1年	2025年		1.24	13.15	否
10	海口市智慧城市服务集团有限公司	6.99	椰岛椰汁	海南省	1年	2021年			7.90	是
合计		2,655.15					16.76	535.49	2,887.51	

注：上述饮料业务前十大客户中，深圳椰本、杭州椰本、衡阳主园饮品均为公司本年度运营椰岛椰子水及椰岛果汁产品新招商客户，在公司授权区域和渠道内销售和运营公司饮料产品。

关联交易定价公允性：客户5和客户10为公司间接控股股东控制下的法人主体，属于公司关联方。饮料公司开展团购业务制定统一的团购价格，对关联方销售和其他团购客户均按统一团购价销售，关联交易定价公允。

关于终端客户情况：对于饮料销售业务，饮料类产品保质期基本为12个月，快消品行业惯例在保质期内将快速面对终端客户实现终端销售，常规情况下退货率极低、基本为买断式销售。公司采取经销商模式签订经销合同开展销售业务，经销合同亦未约定经销商需向公司提供对分销商或终端客户的实际销售情况，故公司未获取终端客户具体情况，该情形具备商业合理性且符合行业惯例，同时也不与会计准则收入确认要求产生冲突。

（4）饮料前六大供应商

单位：万元

序号	供应商名称	2025年1-9月采购付款额	采购产品	所在区域	合作年限	期末应付账款	期末预付账款	是否关联关系
1	海南省椰园实业股份有限公司	1,803.09	椰岛椰汁	海南省	9年		155.87	否
2	椰满分生物科技（海南）有限公司	479.32	椰子水、果汁饮品	海南省	1年		116.27	否
3	海口椰彩食品有限公司	450.62	椰岛椰汁	海南省	10年	19.45		否
4	湖南唯乐食品科技有限公司	125.36	杂粮饮品	湖南省	3年		1.28	否
5	海南椰盛食品有限公司	49.63	椰岛椰汁	海南省	8年		5.34	否
6	佛山市烁可力食品有限公司	32.83	果汁饮品	广东省	1年	33.07		否
合计		2,940.85				52.52	278.76	

上述主要客户及供应商中，除个别供应商购买较少金额的公司产品外，不存在既是客户又是供应商的情形；公司未掌握主要客户与主要供应商是否存在相关业务往来的情况；通过企查查查询，公司未发现上述酒类业务与饮料业务客户及供应商存在关联关系的情形。

3、报告期内及期后产品退回情况

（1）报告期内和期后主要销售退回情况

销售退回期间	经销商名称	退货金额（万元）	退货品系	退货原因
报告期内（2025年1-9月）	西江酒业发展（江西）有限公司	92.54	鹿龟酒	包装质量瑕疵
报告期后（2025年10-11月）	海南佳酒酒业销售有限公司	58.13	白酒	经销商动销不畅、经协商更换经销产品

（2）收入确认的会计政策

根据《企业会计准则第14号—收入》和公司会计制度的相关规定如下：公司与客户之间的合同同时满足下列条件时，在客户取得相关商品控制权时确认收入：合同各方已批准该合同并承诺将履行各自义务；合同明确了合同各方与所转让商品或提供劳务相关的权利和义务；合同有明确的与所转让商品相关的支付条款；合同具有商业实质，即履行该合同将改变公司未来现金流量的风险、时间分布或金额；公司因向客户转让商品而有权取得的对价很可能收回。公司收入来源主要为酒类产品的销售、饮料产品的销售等，公司酒类产品的销售业务在商品已经发出并收到客户的签收单时，商品的控制权转移，公司在该时点确认收入实现；公司饮料产品的销售业务在商品发出时，商品的控制权转移，公司在该时点确认收入实现。

公司与经销商签订经销合同，一般情况下执行先款后货，货权转移通常以交付签收为节点，且合同约定除保质期内产品存在质量问题外公司不接受任何形式的退货、换货要求。若期后由于已售产品中出现少量质量瑕疵批次，公司会按照合同约定履行换货义务；或者在某些情况下为维护经销商关系，稳定现有市场份额并为未来合作奠定基础，公司会根据部分优质经销商的申请允许部分退货；上述均属于正常的商业行为；同时，公司根据不同产品的历史销售情况合理估计退货率进行会计处理。

综上，公司收入确认政策严格遵循新收入准则要求，以货权转移交付签收为控制权转移时点，结合结算条款可判断对价可收回性，同时合理估计可变对价（合理考虑计提退货率），公司对于营业收入的会计处理符合会计准则规定。

二、关于成本与费用构成。前三季度公司实现营业收入17,762万元，同比增长8.75%；归母净利润为-688万元，扣非后归母净利润为-1,599万元，同比减亏。前三季度公司营业成本9,884万元，管理费用3,216万元，均同比下降；销售费用2,562.09万元，同比增长110.45%。三季度末存货31,016万元，较2024年年末增加4,355万元，存货周转率由2024年末的0.45下降至0.34。请公司：（1）分主要产品补充披露成本构成，定量说明各产品毛利率相较往年、及各主要客户间是否存在较大差异，如是请结合销售定价、成本构成、客户变化等情况说明差异的原因及合理性；（2）结合问题（1）补充说明营业收入与存货均增长的情况下，营业成本及存货周转率同比下降的原因及合理性，结合实际情况说明结转成本政策是否符合会计准则规定；（3）分项列示管理费用包含项目的具体情况，包括前三季度及第三季度发生额、同比变动率，并说明管理费用与营业收入增长规模不匹配的原因及合理性；（4）结合收入增长情况，说明销售费用构成、大幅增长的原因。

公司回复：

1、产品成本构成及毛利率情况

公司2025年1-9月产品分类成本构成及毛利率按产品类别列示如下：

单位：万元

项目	2025年1-9月			2024年1-9月			毛利率增减额
	营业收入	营业成本	毛利率（%）	营业收入	营业成本	毛利率（%）	
酒类	14,652.52	7,109.46	51.48	12,656.50	6,714.79	46.95	4.53
饮料类	2,683.35	2,518.71	6.14	3,495.79	3,240.00	7.32	-1.18
其他类	425.85	255.50	40.00	180.82	89.52	50.49	-10.49
合计	17,761.72	9,883.67	44.35	16,333.11	10,044.31	38.50	5.85

从上表数据分析：公司酒类收入占比最大且酒类毛利率同比增加4.53个百分点，虽然收入同比增长但是营业成本同比略有下降，整体毛利率同比增加5.85个百分点。其中：酒类成本的构成如下：

单位：万元

成本构成项目	2025年1-9月	2024年1-9月	同比（%）
原料成本（含外购成品）	6,286.84	5,927.41	6.06
人工成本	410.43	366.14	12.10
制造费用	156.49	165.38	-5.38
燃料动力	11.46	23.13	-50.45
运费	244.24	232.73	4.95
合计	7,109.46	6,714.79	5.88

公司2025年1-9月酒类成本构成及毛利率按产品类别列示如下：

品类	2025年1-9月			2024年1-9月			毛利率变动
	营业收入	营业成本	毛利率（%）	营业收入	营业成本	毛利率（%）	
海王酒	9,184.32	4,007.93	56.36	7,358.85	4,335.88	41.08	15.28
鹿龟酒	3,694.11	1,678.71	54.56	1,061.12	379.96	64.19	-9.64
白酒	1,311.63	1,103.85	15.84	3,145.17	1,223.80	61.09	-45.25
其他酒类	462.46	318.97	31.03	1,091.36	775.15	28.97	2.05
合计	14,652.52	7,109.46	51.48	12,656.50	6,714.79	46.95	4.53

从上表数据分析：酒类毛利率同比增加4.53个百分点，主要是收入占比最高的海王酒毛利率提高所致（变动原因详见第一题回复）。白酒系列由于本报告期白酒市场消费降级公司开展低价促销消化积压库存故毛利率大幅降低。鹿龟酒系列由于推出佳品系列定位主打餐饮市场故毛利率同比有所降低。

在定价方面，公司的酒类业务和饮料类业务主要以传统经销渠道为主，电商和团购渠道为辅，对每个产品均制定统一销售价格和销售政策，在销售政策范围内与客户签订经销合同并执行，对同渠道重要客户的定价不存在较大差异。但由于公司对不同规模层级的客户给予的市场支持政策存在一定差异，故对不同规模层级的客户销售毛利率有所差异，而同规模层级的客户销售毛利率基本不存在差异。

2、收入、成本及存货周转率变动情况

如本题1列示的公司营业收入、营业成本详细情况，由于不同毛利产品占收入比重不同，且海王酒价格及市场政策调整毛利率提高，虽然营业收入同比增加，但营业成本同比略有下降，具有合理性。

存货期末余额3.1亿元，比期初2.67亿元增加0.43亿元，主要为椰岛糊涂预付货款采购酒液和成品酒确权存货增加0.33亿元、为第四季度销售旺季采购储备酒类原辅材料增加约0.12亿元，存货的增加符合公司经营需求。原材料储备和降低预付款风险对库存确权导致的存货周转率下降，是公司为支撑业务拓展和降低风险而主动进行的存货管理调整，具备合理性。

3、管理费用情况分析

公司2025年1-9月实现营业收入17,762万元，同比增长8.75%；2025年1-9月管理费用3,216.20万元，同比下降21.83%，其中第三季度管理费用962.78万元，同比下降31.68%，明细项目详见下表：

单位：万元

项目	2025年1-9月	2024年1-9月	增减变动率（%）	2025年7-9月	2024年7-9月	增减变动率（%）
职工薪酬	2,037.60	2,451.53	-16.88	594.90	838.72	-29.07
折旧	534.92	789.44	-32.24	56.04	250.81	-77.66
咨询服务及会议费	91.16	180.21	-49.41	37.36	24.45	52.8
办公及差旅费	81.17	185.22	-56.18	33.81	129.72	-73.94
无形资产摊销	64.83	80.00	-18.96	21.61	43.88	-50.75
业务招待费	10.64	53.89	-80.26	1.97	0.39	405.13
装修改良费	34.23	13.86	146.97	24.43	4.62	428.79
汽车费用	14.07	18.00	-21.83	7.21	6.31	14.26
租赁费	7.76	5.38	44.24	3.93	5.38	-26.95
其他	339.82	336.76	0.91	181.52	104.96	72.94
合计	3,216.20	4,114.29	-21.83	962.78	1,409.24	-31.68

从上表分析，管理费用的减少主要是报告期内人工成本、服务会议费和办公差旅费减少。报告期内公司推进管理变革，行政管理上采取有效的降低成本措施，财务管理上加强预算管控、人力管理上精简管理层级、优化薪酬结构，有效降低管理薪酬支出，同步亦减少管理人员的差旅、会议等附加费用，实现费用精准管控。另外，由于报告期内对租赁外部仓库储存酒液和产品的经营租赁折旧费重分类为销售费用列示，故本报告期管理费用折旧费减少。

营业收入的增长应匹配销售费用增长，管理费用同比降低与营业收入增长看似不匹配，实则是资源向营收创造环节倾斜的体现，是管理提效与战略聚焦下的合理结果，符合公司现阶段提质增效的发展方向。

4、销售费用情况分析

2025年1-9月公司实现营业收入17,762万元，同比增长8.75%，2025年1-9月销售费用2,562.09万元，同比增加1,344.64万元增幅110.45%。销售费用的构成详见下表： 单位：万元

项目	2025年1-9月		2024年1-9月		同比变动（%）	
	金额	占收入比	金额	占收入比	变动额	变动率
促销服务费（注1）	1,067.71	6.01	161.90	0.99	905.81	559.49
人员成本（注2）	724.67	4.08	588.26	3.60	136.41	23.19
折旧费	193.51	1.09	8.71	0.05	184.8	2,121.70
仓储费	105.97	0.60	157.62	0.97	-51.65	-32.77
广告及业务宣传费	254.44	1.43	100.47	0.62	153.97	153.25
差旅费	19.29	0.11	58.01	0.36	-38.72	-66.75
汽车费用	4.72	0.03	9.08	0.06	-4.36	-48.02
其他	191.78	1.08	133.40	0.82	58.38	43.76
合计	2,562.09	14.42	1,217.45	7.45	1,344.64	110.45

注1：2025年1-9月促销服务费主要为：江西经销商328.86万元、江苏经销商135.94万元、福建经销商132.74万元、河南经销商114.86万元、广西经销商73.97万元等。

注2：2025年1-9月人员成本主要构成：销售人员薪酬576万元（含销售提成约73万元）、五险二金及福利费130万元、辞退补偿19万元。

从上表分析，销售费用的增加主要是促销服务费、广告及业务宣传、折旧费和职工薪酬的增加所致。报告期内，公司聚焦酒类主业，一方面提升传统市场中海王酒的销量，另一方面在餐饮及商超渠道拓展新品鹿龟酒佳品系列市场。通过集中资源进行高强度市场渠道建设与品牌宣传，强化销售团队激励机制以驱动销售增长，以市场促销和广告宣传投入和销售团队激励机制的打造，已初步实现销售业绩的稳步增长。报告期内销售费用的大幅增长，是公司围绕清晰的酒类战略发展（推广新品、拓展市场、升级品牌）进行的必要且聚焦的资源投入，匹配报告期内酒类营业收入的增长，具有业务合理性。

三、关于应收账款、预付账款。三季度末公司应收账款、预付账款期末余额分别为4,620万元、5,339万元，同比减少38%、39%，其他应收款期末余额为2,667万元，同比增加24%。前三季度公司计提信用减值损失为800万元，上年同期为163万元。请公司：（1）补充披露应收账款、预付账款、其他应收款的形成原因、对象、时间、金额、账龄，交易对象是否与公司存在关联关系，并结合报告期内业务开展情况及销售信用政策，说明公司在营业收入增长情况下应收账款同比减少的原因，是否与公司业务开展情况及营业收入相匹配；（2）按计提信用减值损失的具体科目补充披露主要资产账面余额、损失准备期初余额、本期计提/转回金额、期末余额；（3）结合问题（1）涉及的业务背景说明计提信用减值损失的原因及信用减值损失计提金额同比大幅增长的合理性。

公司回复：

1、应收款项的情况和业务开展的情况

（1）应收款项的详细情况

①应收账款前五名情况

序号	客户名称	金额（万元）	款项性质	发生年度	账龄	是否关联方
1	赣州市海翔酒业有限公司	3,393.65	酒类货款	2024-2025	2年以内	否
2	海南杜丘实业有限公司	1,651.08	酒类货款	2021-2022	3年以上	否
3	西江酒业发展（江西）有限公司	1,070.07	酒类货款	2024-2025	2年以内	否
4	杭州椰鸿商贸有限公司	1,012.43	酒类货款	2017-2022	3年以上	否
5	吉安市合尔利贸易有限公司	708.37	酒类货款	2022-2023	2年以上	否
合 计		7,835.60				

注：海南杜丘实业为公司原海南市场三椰春酒经销商，已于2025年2月注销，根据谨慎性原则，公司在2024年度已全额计提坏账准备。后续公司将采取积极措施催收应收款项。

②预付账款前五名情况

序号	客户名称	金额（万元）	款项性质	发生年度	账龄	是否关联方
1	贵州省仁怀市茅台镇糊涂酒业（集团）销售有限公司	2,845.51	酒类货款	2021-2023	2年以上	否
2	上海恺骏贸易有限公司	472.00	贸易货款	2022-2023	2年以上	否
3	国威酒业供应链（江苏）有限公司	467.80	酒类货款	2023	3年以内	否
4	四川红双喜酒业有限公司	461.92	酒类货款	2023-2024	3年以内	否
5	海南省椰园实业股份有限公司	155.87	饮料货款	2024-2025	2年以内	否
合 计		4,403.10				

③其他应收款前五名情况

序号	客户名称	金额（万元）	款项性质	发生年度	账龄	是否关联方
1	幸福华夏文化产业投资发展有限公司（注1）	2,200.00	预付广告款	2017	3年以上	否
2	中山泰牛生物科技发展有限公司（注2）	2,000.00	购地款	2016	3年以上	否
3	其他（林某某）（注3）	1,897.41	往来款	2018-2023	2年以上	否
4	鑫润时代（北京）文化传播有限公司（注1）	1,600.00	预付广告款	2017	3年以上	否
5	上海恺骏贸易有限公司	991.15	预付货款	2022	3年以上	否
合 计		8,688.56				

注1：2017年底公司与幸福华夏文化产业投资发展有限公司（以下简称“幸福华夏”）、鑫润时代（北京）文化传播有限公司（以下简称“鑫润时代”）及北京财富传媒文化发展有限公司（以下简称“财富传媒”）签订广告合同并预付广告款累计4,800万元。随着2018年上半年公司对国家品牌计划的广告投放停止，公司仅制作754.64万元广告后就暂停对上述广告的后续投放。剩余的4,045.36万元广告权益，公司与广告方对于广告的播放形式、区域和时间尚未达成一致意见。上述广告商根据其业务需要2017年底通过公司经销商向公司采购酒类商品3,273.99万元，公司已收到经销商货款3,273.99万元并已交付酒类商品，该笔酒类销售业务扣除酒类商品成本后公司将实现毛利2,228.78万元。

由于上述广告发布权益尚未使用，基于谨慎性原则，2017年度公司将该笔酒类销售业务和广告发布权益视为一揽子交易确认，公司对上述酒类销售业务未确认相关营业收入和营业成本，待广告权益使用时点结转；2018年度公司将预付广告款项4,045.36万元（其中：幸福华夏2200万元、鑫润时代1600万元、财富传媒245.36万元）从“预付款项”转为“其他应收款”列示，扣除预计可实现的酒类毛利2,228.78万元后对预计可能产生的损失计提坏账准备1,816.58万元（其中：幸福华夏987.92万元、鑫润时代718.49万元、财富传媒110.18万元）。后续公司将择机启动合法追偿程序以获取广告权益或债权，保障公司利益。

注2：2016年6月为了解决公司与中山泰牛生物科技发展有限公司（下称中山泰牛）之间关于中山市椰岛饮料有限公司（以下简称“中山饮料”）的资产转受让合同纠纷问题，湛江仲裁委员会2016年6月14日下发《调解书》。根据《调解书》，双方解除合同约定的土地、厂房和机器设备的转让；中山泰牛将位于中山市沙朗镇金昌工业区金昌工业路的土地使用权（土地面积：18675平方米）、厂房（建筑面积8467平方米）和机器设备等资产返还给公司；公司向中山泰牛支付2,000万元。因中山饮料处于吊销状态，需将中山饮料名下土地使用权和厂房等资产过户至公司名下才可正常经营利用。但因中山饮料名下土地是国有划拨地，存在被政府机关无偿收回的可能性，资产过户的难度较大并具有不确定性，故基于谨慎性原则2017年度公司对该款项全额计提坏账准备。

2019年11月公司申请对中山饮料进行强制清算，中山市第一人民法院听证后受理了申请并指定广东弘力律师事务所担任清算案件的清算组成员。2025年9月法院已裁定确认清算组制定的清算方案，中山饮料名下不动产由公司接管并收益。现已收到清算期间中山饮料不动产收益现金475万元。后续完成不动产换证并补交土地出让金及税费后即可正式确权。

注3：公司自2023年6月28日变更为国有股东实际控制，在国有股东及第二大股东全德能源（江苏）有限公司（以下简称“全德能源”）推荐的管理团队就任后，为控制经营风险，提升管理效能，开展合规整改专项工作，对公司业务管理、内控制度、流程设置、执行情况等进行全面梳理与整改工作。在此规范过程中，公司在2023年10月18日发现酒业发展公司出纳林某某有舞弊侵占公司资金。公司于次日将涉案人林某某送至公安机关并办理相关手续。根据公安机关的调查及司法鉴证结果，林某某侵占公司资金净额1,986.11万元。后经公安机关协助追缴，公司已收回资金88.70万元，剩余尚未追回的被侵占资金1,897.41万元，公司在2023年度全额计提坏账准备。

为弥补该事项对公司及股东造成损失，全德能源主动担当，向公司出具《债务豁免通知函》，豁免截至2023年12月31日对公司的借款本金及利息1,897.41万元（计入资本公积），全额弥补因该事项对上市公司造成的损失。

（2）公司业务开展情况和销售信用政策

2025年1-9月，公司围绕“大健康产业”为中心，以“酒业+饮品”双产业驱动路径聚焦优势品类，通过机制、产品、渠道三重优化推动基础销售业务提质增效。酒类业务，在椰岛鹿龟酒和海王酒传统市场基础上通过促销激励等方式提升销量开拓渠道；同时定位低端餐饮市场推出鹿龟酒佳品系列、启动渠道复苏计划深度招商铺货；在渠道方面将电商作为重点拓展方向，强化自营网店、直播带货等核心板块运营以促进终端销售。饮料业务，公司在椰汁类产品的基础上扩宽产品线推出椰汁水、青桔汁、鲜椰汁等饮品，拓宽生态饮料销售布局。

公司建立了完善的经销商资信管理体系，包括资信档案、评估、授信审批、动态监控及复审流程。公司对于传统酒类产品和饮料类产品主要为先款后货，但对于新品上市开拓市场或者电商运营平台，为快速抢占市场、推动营收增长，可根据经销商或者电商运营商的申请按照资信管理规定审批给予经销商具有可控性的信用额度。

（3）应收账款与营业收入的匹配情况

2025年1-9月公司实现营业收入1.78亿元，同比上年同期1.63亿元增幅约8.75%，其中：酒类收入1.46亿元同比上年同期1.26亿元增幅15.77%。

应收账款期末价值0.46亿元，同比期初0.42亿元增幅9.18%匹配酒类收入的同向增长具有合理性；同比上年同期期末0.74亿元降幅37.84%，匹配酒类2024年第四季度收回应收款项具有合理性。2025年报告期内应收账款同比小幅增长，是公司聚焦酒类核心业务、适度放开信用以推动市场拓展的必然结果，其增长原因、幅度均与业务开展策略、营业收入增长逻辑匹配，不存在异常背离情形。

2、应收账款、预付账款和其他应收款坏账准备计提情况

单位：万元

项目	期初			期末			2025年1-9月坏账准备	
	账面原值	坏账准备	净值	账面原值	坏账准备	净值	计提额	转回额
应收账款	13,765.50	9,533.99	4,231.51	15,107.38	10,487.62	4,619.76	953.63	
预付款项	8,937.51	407.45	8,530.06	5,515.56	176.76	5,338.80		230.69
其他应收款	10,680.53	8,566.09	2,114.44	11,309.61	8,642.79	2,666.82	76.70	
合计	33,383.54	18,507.53	14,876.01	31,932.55	19,307.17	12,625.38	1,030.33	230.69

3、信用减值损失计提的原因及同比增长的合理性

（1）信用减值损失计提的原因

公司采用“预期信用损失模型”计提应收款项的坏账准备，基于单项和组合评估应收款项的预期信用损失。若某项应收款项存在客观信用减值证据，公司将在单项资产基础上确定其预期信用损失。公司将应收款项按风险特征划分为无风险组合（合并范围内关联方）和账龄组合。对于账龄组合，公司参考历史信用损失经验、结合当前状况及未来经济状况预测，按照预期信用损失率计算预期信用损失。

公司2025年1-9月按照计提信用减值损失的会计政策计提坏账准备799.65万元（详见下表），主要为账龄延期按账龄比例计提的坏账准备增加和单项计提坏账准备增加所致。

①应收账款坏账准备计提情况 单位：万元

项目	期末			期初			计提额
	账面余额	坏账准备	计提比例	账面余额	坏账准备	计提比例	
单项计提	3,954.73	3,954.73	100%	3954.73	3954.73	100%	
账龄组合							
其中：1年以内	2,200.52	220.05	10%	2,307.35	392.54	17%	-172.49
1-2年	3,297.91	989.37	30%	2,063.44	603.93	29%	385.44
2-3年	661.52	330.76	50%	1,304.10	540.81	41%	-210.05
3年以上	4,992.71	4,992.71	100%	4,135.88	4,041.98	98%	950.73
账龄组合小计	11,152.65	6,532.89		9,810.77	5,579.26		953.63
合 计	15,107.38	10,487.62		13,765.50	9,533.99		953.63

②其他应收款坏账准备计提情况 单位：万元

坏账准备	其他应收款			
	第一阶段（未来12个月预期信用损失）	第二阶段（整个存续期预期信用损失（未发生信用减值））	第三阶段（整个存续期预期信用损失（已发生信用减值））	小计
2025年1月1日余额	952.77		7,613.32	8,566.09
2025年1月1日余额在本期				
--转入第二阶段				
--转入第三阶段				
--转回第二阶段				
--转回第一阶段				
本期计提	64.45		12.25	76.70
本期转回				
本期转销				
本期核销				
其他变动				
2025年9月30日余额	1,017.22		7,625.57	8,642.79

③预付款项坏账准备计提情况

预付款项-贵州省仁怀市茅台镇糊涂酒业（集团）销售有限公司期末余额2,845.51万元（期初预付款项6,448.44万元），根据双方业务合作进展情况预计该预付货款将发生信用减值损失约176.76万元，故较期初407.45万元转回信用减值损失230.69万元。

（2）信用减值损失同比大幅增长的合理性

公司2025年1-9月计提信用减值损失799.65万元，2024年1-9月计提信用减值损失162.52万元，计提额增加约637.13万元增幅392.22%，主要为2024年1-9月收回大额应收账款冲回坏账准备576.60万元、应收票据背书支付后冲回坏账准备130万元所致。

公司计提公司对单项和账龄组合的坏账准备计提方法保持一贯性，遵循谨慎性原则，确保合理性。

四、关于营业外收入。前三季度公司形成营业外收入1,086万元，请公司：（1）补充披露营业外收入的形成情况，包括但不限于形成原因、时间、金额，营业外收入确认政策是否符合会计准则规定；（2）形成营业外收入相关事项是否达到信息披露标准，如是请说明公司是否已履行信息披露义务。

公司回复：

1、关于营业外收入确认时点、金额及政策

公司2025年前三季度公司营业外收入1,086万元，其中：债务重组利得979.18万元、保险赔偿款55万元及其他收入52.22万元，详细情况如下：

项目	2025年1-9月金额（万元）	确认时点	确认标准
债务重组利得	979.18	2025年9月	根据和解协议签订生效后确认
赔款收入	55.00	2025年5月	收到保险公司对摩羯台风赔偿款时确认
其他收入	52.22	2025年1-9月	主要为存货盘盈利得，根据公司对存货的盘点结果确认
合计	1,086.40		

其中：上述债务重组利得的详细情况说明如下：公司的孙公司深圳椰岛销售有限公司（简称“深圳椰岛公司”）与郑州灵蕴传媒有限公司（简称“郑州灵蕴公司”）发生广告合同纠纷，根据（2024）赣10民终797号民事判决及裁定书，截至2025年8月20日深圳椰岛公司应付郑州灵蕴公司广告费本金2202.45万元及相应逾期付款利息、迟延履行债务利息等合计约3044万元。根据深圳椰岛公司与郑州灵蕴公司达成的《和解协议》，郑州灵蕴公司同意深圳椰岛公司在2026年12月31日前分期支付1750万元了结双方之间的纠纷。《和解协议》于2025年9月28日签订盖章，各方对清偿方式、清偿金额和时间均进行确定，且协议经各方自愿签订、合法有效，对各方具有法律约束力；且和解协议签订后，郑州灵蕴公司已向执行法院提交《解除强制措施申请》解除对深圳椰岛及其股东的全部强制执行措施，表明双方已达成和解。

广告合同纠纷的现时赔偿义务已按新的和解协议生效并执行，各方债权债务已按生效的《和解协议》确认并履行，故公司在2025年9月当期确认该事项债务重组收益979.18万元（累计应赔付额3044万元-本年计提逾期赔付利息314.82万元-实际赔付额1750万元=本年度确认债务重组利得979.18万元）。

综上，公司对营业外收入确认时点遵循了权责发生制原则和实质重于形式原则，确保经济利益的流入在恰当期间进行确认，符合会计准则规定。

2、关于营业外收入相关事项的信息披露说明

根据《信息披露管理办法》《上海证券交易所股票上市规则》相关信息披露要求，本次公司债务重组收益979.18万元，未达到公司最近一期经审计净利润10%（绝对值）的信息披露标准，因此公司在2025年第三季度报告中正常列报。

特此公告。

海南椰岛（集团）股份有限公司董事会
2025年12月26日