证券代码：603955　证券简称：大千生态　公告编号：2026-003

大千生态环境集团股份有限公司关于上海证券交易所对公司业绩预告有关事项的问询函的回复公告

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个别及连带责任。

大千生态环境集团股份有限公司（以下简称“公司”）于近日收到上海证券交易所《关于对大千生态环境集团股份有限公司业绩预告有关事项的问询函》（上证公函【2026】0080号，以下简称“问询函”）。公司董事会高度重视，会同年审会计师事务所对问询函提出的问题逐项进行了分析及核实，具体回复和说明内容如下：

问题一：公告显示，公司2025年营业收入预计32,000万元至36,000万元，较去年同期增长20,532万元至24,532万元。根据公司2025年三季报，公司前三季度累计收入15,319万元。请公司补充披露：（1）结合公司报告期内开展的业务情况，逐条对照《上海证券交易所上市公司自律监管指南第2号—业务办理》附件第七号《财务类退市指标：营业收入扣除》有关规定，说明营业收入扣除是否准确，是否存在应扣除未扣除的情形；（2）列示报告期内营业收入中关联交易的具体情况，包括但不限于关联方、合同金额、报告期收入确认金额（四季度单季金额）、毛利率、报告期及期后收款金额、对应期末应收账款金额等，并结合公司主营业务和关联交易背景说明相关交易是否具备商业实质；（3）分业务板块说明业务模式、主要客户情况、合同条款、收入确认政策等情况，说明公司营业收入较去年同期大幅增长原因，四季度集中确认收入的原因及合理性，以及是否存在突击确认收入规避退市的情形；（4）列示报告期内生态园林业务前十大项目的具体情况，包括但不限于项目名称、近三年收入确认金额、当期收款金额、期末应收账款金额，以及因项目审计结算调整收入的情况；（5）按月列示公司报告期内宠物业务线上和线下收入金额、对应毛利率、线下门店数量、线上成交单数、每单营收贡献等，并结合宠物业务的业务模式、履约义务、定价政策、存货管理情况等，说明公司在向客户出售商品前是否拥有商品控制权，收入核算方法是否符合《企业会计准则》相关规定，是否存在虚增业务收入的情况。

【回复】

（1）结合公司报告期内开展的业务情况，逐条对照《上海证券交易所上市公司自律监管指南第2号—业务办理》附件第七号《财务类退市指标：营业收入扣除》有关规定，说明营业收入扣除是否准确，是否存在应扣除未扣除的情形；

报告期公司预计营业收入情况如下：

单位：万元

序号	项目	金额	占比
1	生态建设	12,146.50	34.62%
2	文旅运营	9,401.04	26.80%
3	宠物服务及销售	13,297.30	37.90%
4	其他业务收入	238.21	0.68%
合计		35,083.05	100.00%

宠物服务及销售业务公司为推动业务转型新拓展业务。公司组建了大规模的业务经营管理团队，在品牌建设、市场推广、研发等方面均进行了较大的投入。截至报告期末公司宠物业务板块已铺设线上线下门店合计63家，员工532人，已进入快速发展阶段，形成了稳定的业务模式。基于公司发展战略，宠物服务及销售业务作为公司核心业务将持续加大力度发展。

其他业务收入为房屋租赁等收入。

对照《上海证券交易所上市公司自律监管指南第2号—业务办理》附件第七号《财务类退市指标：营业收入扣除》有关规定，公司营业收入扣除情况如下：

序号	附件7号规定扣除项目	公司情况	是否扣除
一、	与主营业务无关的业务收入		
1	正常经营之外的其他业务收入	存在	是
2	不具备资质的类金融业务收入	不存在	/
3	本会计年度以及上一会计年度新增贸易业务所产生的收入	不存在	/
4	与上市公司现有正常经营业务无关的关联交易产生的收入	不存在	/
5	同一控制下企业合并的子公司期初至合并日的收入	不存在	/
6	未形成或难以形成稳定业务模式的业务所产生的收入	不存在	/
二、	不具备商业实质的收入		
1	未显著改变企业未来现金流量的风险、时间分布或金额的交易或事项产生的收入	不存在	/
2	不具有真实业务的交易产生的收入	不存在	/
3	交易价格显失公允的业务产生的收入	不存在	/
4	本会计年度以显失公允的对价或非交易方式取得的企业合并的子公司或业务产生的收入	不存在	/
5	审计意见中非标准审计意见涉及的收入	不存在	/
6	其他不具有商业合理性的交易或事项产生的收入	不存在	/
三、	与主营业务无关或不具备商业实质的其他收入	不存在	/

报告期内公司营业收入除应扣除其他业务收入238.21万元外，不存在其他与主营业务无关的业务收入、不具备商业实质的收入以及与主营业务无关或不具备商业实质的其他收入的情形。2025年度，公司预计实现营业收入35,083.05万元，扣除后公司营业收入为34,844.84万元。

综上，经逐条对照《上海证券交易所上市公司自律监管指南第2号—业务办理》附件第七号《财务类退市指标：营业收入扣除》有关规定，公司营业收入扣除准确，不存在应扣除未扣除的情形。

（2）列示报告期内营业收入中关联交易的具体情况，包括但不限于关联方、合同金额、报告期收入确认金额（四季度单季金额）、毛利率、报告期及期后收款金额、对应期末应收账款金额等，并结合公司主营业务和关联交易背景说明相关交易是否具备商业实质；

报告期内公司营业收入中关联交易具体情况如下：

单位：万元

序号	关联方	项目名称	合同金额	报告期收入确认金额	其中：四季度收入金额	毛利率	报告期收款	期末应收账款	期后收款
1	南京步步高置业有限公司	至美科技广场项目6#、7#楼装饰装修工程	340.46	358.71	15.14	14.10%	302.36	88.64	69.09
2		至美科技广场项目空调系统供货及安装施工	2,965.73	1,955.08	1,914.69	8.45%	478.65	1,652.38	1,301.37
3		至美科技广场项目精装修工程标段Ⅰ	734.93	328.36	323.77	6.23%	245.70	105.49	130.69
4		至美科技广场项目精装修工程标段Ⅱ	818.89	292.52	286.26	8.03%		318.85	412.70
5		至美科技广场项目1#-4#楼周边室外工程	646.36	425.07	425.07	18.36%		463.33	378.61
合计			5,506.36	3,359.74	2,964.93		1,026.71	2,628.69	2,292.47

2025年3月26日，公司召开第五届董事会第十四次会议、第五届监事会第十一次会议，分别审议通过了《关于预计2025年度日常关联交易的议案》，预计2025年与南京步步高置业有限公司日常关联交易总额为不超过10000万元，交易内容为工程承包；2025年4月16日，公司2024年年度股东大会审议通过了上述议案。报告期内，公司与南京步步高置业有限公司共签订合同7项，合同总额6,093.16万元；已执行的合同5项，合同总额5,506.36万元；确认收入金额3,359.74万元。

报告期内公司与关联方南京步步高置业有限公司交易内容为园区配套及装饰工程，与公司主营业务一致。该项目的实施集中在第四季度，主要系公司实施的各分项工程属于园区项目的后续配套工程，相较于项目的其他工程存在工序上的滞后，需要在其他工序完成后，公司才能进行施工；同时，相较于园区主体工程，受甲方对相关方案的调整影响较大，也一定程度上制约了公司项目的实施进度。公司对上述项目的实施是根据甲方对项目整体进度安排进行的，与项目实际情况相符。

综上，公司与关联方南京步步高置业有限公司的交易背景真实、合理，与公司的主营业务一致，相关业务的承接履行了相应的决策程序，项目实施与实际情况相符，交易具备商业实质。

（3）分业务板块说明业务模式、主要客户情况、合同条款、收入确认政策等情况，说明公司营业收入较去年同期大幅增长原因，四季度集中确认收入的原因及合理性，以及是否存在突击确认收入规避退市的情形；

报告期内公司主营业务由生态建设、文旅运营、宠物服务及销售业务构成，其中宠物业务为公司2025年新增主营业务。报告期内分业务板块的营业收入构成如下：

单位：万元

序号	业务类型	2025年	2024年	增长额	增长率
1	生态建设	12,146.50	5,668.41	6,478.09	114.28%
2	文旅运营	9,401.04	5,607.32	3,793.72	67.66%
2.1	其中：传统文旅	4,221.12	4,970.91	-749.79	-15.08%
2.2	新文旅	5,179.92	636.41	4,543.51	713.93%
2.2.1	其中：本地生活	2,132.33	385.32	1,747.01	453.39%
2.2.2	活动运营	3,047.59	251.09	2,796.50	1113.74%
3	宠物服务及销售	13,297.30		13,297.30	/
合计		34,844.84	11,275.73	23,569.11	209.03%

分业务板块的主要客户情况如下：

公司生态建设业务客户主要为政府部门、政府投资主体及相关企事业单位；文旅运营业务主要客户为相关企事业单位及C端客户；宠物服务及销售业务直接面向C端消费者，客户为C端客户，该类客户的特点是交易价值小，但客户数量多且分散，故本回复就生态建设和文旅运营业务的主要客户进行列示，具体情况如下：

序号	单位名称	业务类型	合同条款	是否关联方
1	南京步步高置业有限公司	生态建设	1-4项为生态建设业务，进度款一般支付至已完工程量的70-80%，竣工验收后支付至80-85%，审计结算后支付至95-97%，余款3-5%作为质保金，在质保期满后付清。	是
2	苏州金玉堂装饰集团有限公司	生态建设		否
3	南京中核博时建筑装饰工程有限公司	生态建设		否
4	江西金广文化有限公司	生态建设		否
5	安徽祥源花海旅游开发有限公司	文旅运营	5-12项为活动运营业务，一般由甲方提供场地等活动所需基础设施，公司进行相关活动的策划、组织和实施，活动结束后，按最终活动收入由公司与客户按一定比例进行分成，公司分成比例一般在30%-60%。	否
6	江苏裕丰旅游开发有限公司	文旅运营		否
7	遂溪县旅游投资有限公司	文旅运营		否
8	扬州园博投资发展有限公司省园分公司	文旅运营		否
9	杭州金廷会务有限公司	文旅运营		否
10	上海上影电影制作有限公司	文旅运营		否
11	杭州金博会务有限公司	文旅运营		否
12	霍尔果斯微赞网络科技有限公司	文旅运营		否
13	南京金沙旅游发展有限公司	文旅运营	13-19项为本地生活业务，公司通过代客户运营景区项目或活动帮助其实现相应的销售额，公司按销售额获得相应的分成，分成比例一般在10%左右。	否
14	南京天网文化发展有限公司	文旅运营		否
15	上海耀雪冰雪世界文化体育发展有限公司	文旅运营		否
16	上海野生动物园发展有限责任公司	文旅运营		否
17	淮安西游传媒有限公司	文旅运营		否
19	深圳市特发小梅沙投资发展有限公司	文旅运营		否
20	淮安市洪泽区城市建设服务中心	文旅运营	20-23项为公司PPP项目进入运营期后的运营业务。政府缺口补贴：对运营期实际发生成本费用计算合理利润，成本费用与合理利润之和扣除使用者付费后的部分为政府支付的缺口补贴收入，于特许经营期分期支付。使用者付费：于向消费者提供相关服务后，收回相关款项。养护业务：公司对PPP项目建设范围的绿地、树木、道路、设施等进行维护保养，经甲方确认后纳入政府运营补贴支出，与政府缺口补贴一并于特许经营期分期支付。	否
21	泰和县文化广电新闻出版旅游局	文旅运营		否
22	黄山市城市基础设施建设处	文旅运营		否
23	徐州市住房和城乡建设局	文旅运营		否

分业务板块的收入确认政策：

公司的生态建设业务属于在某一时段内履行的履约义务，考虑到相关成本投入是随着项目履约进度持续投入的过程，成本投入与项目进度之间关系紧密，公司采用投入法确认履约进度，即按照累计实际发生的成本占项目预计总成本的比例确定恰当的履约进度。公司当期营业收入为预计总收入乘以累计实际发生的成本占项目预计总成本的比例（完工进度）减去前期累计已确认收入来确认当期收入。

公司的文旅运营业务分为传统文旅业务和新文旅业务两个部分。传统文旅业务围绕公司投建的PPP项目进行，具体为：（1）运营养护业务，公司对PPP项目建设范围的绿地、树木、道路、设施等进行维护保养，经甲方确认后按照合同约定确认收入；（2）PPP运营使用者付费，PPP项目公司对外提供住宿、餐饮、温泉、娱乐等服务，并根据消费者的即时消费数据确认收入；（3）PPP运营政府缺口补贴，根据PPP项目合同约定，对运营期实际发生成本费用计算合理利润，成本费用与合理利润之和扣除使用者付费后的部分为政府支付的缺口补贴收入。新文旅业务包括本地生活业务和活动运营业务，具体为：（1）本地生活业务，消费者通过抖音等平台购买景区门票、酒店住宿等服务并核销后，平台按合同约定比例将佣金结算至公司账户，公司据此确认收入；（2）活动运营业务，公司于活动结束后，依据甲方确认的结算单据确认收入。

公司的宠物服务及销售业务收入通过线上和线下两个销售渠道实现：线上销售方面，客户通过电商平台或自有APP上下单，公司将产品发货到客户指定的收货地址，客户收货后在电商平台或自有APP点击“确认收货”，或按照电商平台或自有APP的相关规定在发出一定时间后系统自动确认收货，电商平台或自有APP将相关货款划转至公司账户时，公司于该时点确认销售收入，相关业务收入可通过各电商平台的后台数据进行核实。线下销售方面，门店将商品交付给线下消费者并收到款项时确认收入，相关门店均配备门店零售系统，实现终端销售数据的实时记录。

报告期公司营业收入较去年同期大幅增长原因主要为：

生态建设业务方面：报告期前公司生态建设业务主要为政府投资的工程项目，工程款的支付依赖于财政资金，受政府部门的内部审批、整体财政资金安排等因素的影响，款项收取的程序和时间周期都比较长。近年来，地方财政趋紧、结算放缓，进一步拉长了付款周期，致使公司经营资金承压较大，严重影响了公司流动性。2021年以来公司为防范经营风险，主动缩减了该类项目的承接，生态建设业务呈逐年下降趋势。2024年末公司控制权变更后，积极整合控股股东资源承接了部分建设工程业务，该部分业务主要为企业客户，结算及款项的回收周期相较于政府投资项目短，推动了报告期内生态建设业务的显著增长。

文旅运营业务方面：文旅运营业务增长较快主要系公司新文旅业务的拓展。公司原文旅运营业务主要围绕原投资建设的PPP项目运营，2024年7月公司设立大千文旅子公司，在原文旅运营业务的基础上进一步拓展了文旅运营业务的范围，专注于本地生活服务与活动策划、组织和实施相关业务的开展。公司采取以结果为导向的全案服务模式，提供包含方案策划、落地执行、营销推广在内的一站式解决方案，以景区年度增量收入或增量客流作为核心结算指标，而非收取传统固定费用。另一方面，2024年新文旅业务处于起步阶段，开展时间较短，而2025年为整个年度，相较于2024年运营时间更长。新文旅业务的不断拓展，以及业务运营时间等因素推动了公司文旅运营业务与上年相比呈现大幅增长。

宠物服务及销售业务方面：宠物服务及销售业务系公司为推动业务转型新拓展的业务。2025年3月公司设立全资子公司千宠家科技，大力拓展宠物业务，截至报告期末公司宠物业务板块已铺设线上线下门店合计63家，员工532人，在品牌建设、市场推广、研发等方面进行了大规模的投入，市场影响力逐渐增强，营业收入实现了快速增长。

公司四季度收入大幅增加主要为生态建设业务和宠物服务及销售业务。

生态建设业务方面：公司承接项目的实施和推进受制于客户整体项目安排，四季度完成工程量较多，实现收入较大的项目主要为至美科技广场项目、康养酒店项目、广丰孝道文化园项目、研发办公楼项目。

至美科技广场项目主要系甲方对局部总图指标、商铺规划、展示厅功能、墙体位置、管井等规划进行了调整，导致公司实际开工相应顺延，公司对该项目收入的确认符合项目实际情况。康养酒店项目、广丰区孝道文化园项目于2025年9月开工，开工初期为前期的准备工作，施工主要从四季度开始，故收入主要在四季度予以确认。研发办公楼项目的承接和施工均在2025年11月，故收入在四季度予以确认。

宠物服务及销售业务方面：报告期内，随着公司线下门店数量的逐步增加，线下销售收入持续增长；同时，7月和8月适逢暑假假期，以及10月份的国庆假期，门店客流量大，销售增长较快。公司线上电商门店自7月份逐步开设，从10月份开始随着各大电商平台“双十一”、“双十二”等促销活动的开展，公司线上销售业务快速增长；线上销售以公司已发货、客户签收确认收货且货款回收至公司在第三方平台账户时确认收入，按照此原则，从公司发货到客户确认收货和货款回收存在一定的滞后性，导致公司收入确认集中在四季度，符合线上业务特性。

综上，公司营业收入较去年大幅增长，以及四季度集中确认收入符合公司各项经营业务开展的实际情况，具备合理性，原因充分，不存在突击确认收入规避退市的情况。

（4）列示报告期内生态园林业务前十大项目的具体情况，包括但不限于项目名称、近三年收入确认金额、当期收款金额、期末应收账款金额，以及因项目审计结算调整收入的情况；

报告期内生态建设业务前十大项目情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	确认收入金额	审计结算调整	当期收款金额	期末应收账款金额
1	至美科技广场项目空调系统供货及安装施工	1,955.08	-	478.65	1,652.38
2	万豪酒店装饰面层、泳池和灯具等安装工程施工	1,731.94	-	350.00	1,528.12
3	万豪酒店石材、门窗、吊顶施工	1,719.15	-	315.00	1,558.88
4	康养酒店室内墙地面工程	1,656.81	-	194.57	1,611.19
5	广丰区孝道文化园建设项目	1,570.05	-	-	1,298.29
6	研发办公楼装饰装修工程	908.57	-	-	894.30
7	康养酒店天棚、木地板和木饰面等面层工程	636.38	-	-	693.65
8	华安大厦公区内装修施工工程	456.52	-	100.00	397.61
9	至美科技广场项目1#-4#楼周边室外工程	425.07	-	-	463.33
10	至美科技广场项目6#、7#楼装饰装修工程	358.71	-	302.36	88.64

报告期内前十大项目均为新承接项目，均为2025年确认收入。

报告期内审计结算调整收入的项目情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	收入调整金额
1	雄安新区2019年植树造林项目（秋季）生态游憩林部分施工总承包第二标段	-105.52
2	徐州白塔湖小镇配套项目（EPC）	-450.79
3	垂直森林A1/A2塔楼园林景观工程A2塔楼园林景观施工项目	63.54
4	长龙山抽水蓄能电站绿化工程二期	4.33
5	滁州市图书馆室外场地及附属配套工程	-3.05
6	顺堤河景观绿化项目	-147.45
合计		-638.95

截至本回复出具日，公司已就审计结算项目对报告期的收入进行了调整，不存在应调整未调整的情况。

（5）按月列示公司报告期内宠物业务线上和线下收入金额、对应毛利率、线下门店数量、线上成交单数、每单营收贡献等，并结合宠物业务的业务模式、履约义务、定价政策、存货管理情况等，说明公司在向客户出售商品前是否拥有商品控制权，收入核算方法是否符合《企业会计准则》相关规定，是否存在虚增业务收入的情况。

报告期内公司宠物业务逐月销售情况如下：

单位：万元

序号	项目	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
1	线上收入	3.69	5.64	5.88	27.11	605.72	1,251.43	1,800.09	2,399.10	2,390.75
2	线上毛利率	24%	45%	37%	25%	10%	6%	7%	5%	7%
3	线上成交单数	257	238	344	1,708	47,888	104,529	135,651	150,174	167,350
4	平均每单营收贡献（元）	143.49	237.15	170.80	158.73	126.49	119.72	132.70	159.75	142.86
5	线下收入	232.94	336.74	332.15	525.82	683.29	619.90	657.44	674.57	733.70
6	线下毛利率	54%	50%	37%	31%	43%	46%	39%	44%	36%
7	线下门店数量	10	15	20	29	31	37	39	42	45

报告期内，随着公司线下门店铺设的逐步增加，以及7月份开始电商门店的逐步开设，宠物业务收入呈快速增长趋势。线上销售以公司已发货，客户签收确认收货且货款回收至公司在第三方平台账户时确认收入，从10月份开始随着各大电商平台双十一、双十二促销活动的开展，公司线上销售业务快速增长。线下销售的增长一方面是由于公司门店铺设的增加，另一方面7月和8月适逢暑假假期，10月份处于国庆假期，门店销售增长较快。4-6月线上业务毛利率较高主要系该期间线上销售为客户通过公司自有APP下单，由线下门店直接发货；从7月份开始公司在第三方平台店铺的销售收入规模逐步提升，电商渠道的商品销售毛利率较低。

公司宠物业务收入通过线上和线下两个销售渠道实现：线上销售方面，客户在电商平台或自有APP上下单，公司将产品发货到客户指定的收货地址，客户收货后在电商平台或自有APP点击“确认收货”，或按照电商平台或自有APP的相关规定在发出一定时间后系统自动确认收货，电商平台或自有APP将相关货款划转至公司账户时，公司于该时点确认销售收入，相关业务收入可通过各电商平台的后台数据进行核实。线下销售方面，门店将商品交付给线下消费者并收到款项时确认收入，相关门店均配备门店零售系统，实现终端销售数据的实时记录。

宠物服务方面，与客户之间的服务合同通常仅包含提供一次性服务的履约义务，在客户取得对服务的控制权时点确认收入，即在服务提供完毕或客户能够使用和享受服务之时，公司于客户享受相关服务后确认收入。

公司向供应商采购商品后将商品存放在第三方仓储公司或线下门店，无论存货位于何处，公司都有权决定其何时、以何种方式销售给客户，并承担相关的仓储管理成本，线上商品的销售由公司委托第三方物流进行运输，运输费用由公司承担，公司商品的跌价风险、毁损风险由公司承担。在客户付款购买商品之前，公司能够主导商品的使用，可根据客户需求自主决定是否销售该产品，公司对所销售商品具有最终定价权，并从中获得其全部的经济利益，拥有对该商品的控制权，是主要责任人，具体如下：

企业会计准则相关规定	宠物商品销售业务具体情况
企业承担向客户转让商品的主要责任	（1）公司的销售、采购均独立履行，不存在任何形式的关联，购销合同亦未对供应商、客户选择权进行任何形式的约定或限制，即相关商品为公司自主经营所持有；（2）公司需将商品交付给客户。
企业在转让商品之前或之后承担了该商品的存货风险	（1）根据采购合同的约定，供应商将产品交付后，公司取得相关产品的控制权并承担相关商品的存货风险，除非质量问题一般不能退货；（2）商品所有权转移给客户前，公司独立承担相关商品在仓储物流中的毁损灭失、产品价格波动等存货风险。（3）商品销售退回、售后质量赔付，客户拒收等致的二次减值或损失等风险由公司承担。
企业有权自主决定所交易商品的价格	公司结合商品的市场行情、区域等因素，自主决定商品售价，而非向客户收取代理费。商品实现销售后，公司取得与该商品所有权有关的全部报酬。
其他相关事实和情况	（1）客户直接向公司支付款项，收款方为公司；（2）根据采购合同中公司与供应商约定的付款条款，公司按合同约定向供应商支付合同款项，付款方为公司。

综上，公司拥有商品法定所有权，自主决定商品采购、定价和销售策略，承担存货滞销、毁损等风险。相关收入确认遵循《企业会计准则第14号——收入》相关规定，且具有可复核性，宠物业务相关收入确认真实、准确，不存在虚增业务收入的情况。

【会计师核查意见】

（一）核查程序

会计师履行如下核查程序：

1、内部控制了解、测试与业务流程审阅

（1）了解并测试了与收入循环相关的关键内部控制，包括合同审批、履约管理、物流交付、收款结算及财务记账等环节。

（2）业务模式与政策评估：审阅生态建设、文旅运营、宠物业务板块的业务合同，了解其运营模式，评估其收入确认会计政策（总额法/净额法、时点法/时段法）是否符合《企业会计准则》的规定。

（3）关联交易流程测试：关注关联方交易的授权、审批、定价与结算流程，评估其内部控制设计的合理性与执行的有效性。

（4）宠物业务全流程穿行测试：对宠物业务从商品采购、入库、线上订单/线下销售、交付/服务完成到收款的完整流程进行穿行测试，以核实公司对商品控制权的判断依据及收入确认时点的恰当性。

2、IT系统审计与数据分析程序

鉴于宠物业务高度依赖信息系统，我们实施了专项IT审计与数据分析。

（1）系统可靠性评估：对线下门店零售系统、线上电商平台，财务系统可靠性进行评估。

（2）对主要线上门店及线下门店进行比对分析：获取并分析了宠物业务全年的线上订单日志、支付流水、物流数据及线下门店销售流水。通过对不同系统间数据的交叉比对，验证交易的真实性、完整性及收入确认金额的准确性。如将订单金额与收款记录匹配，将发货记录与物流信息匹配。

（3）异常交易筛查：利用数据分析工具，筛查是否存在集中、大额、频繁退款的异常交易，以识别潜在虚增收入的迹象。

3、实质性细节测试

我们对各类业务收入执行了细节测试，并获取了外部证据。

（1）凭证检查：抽样检查了收入确认相关的支持性文件，包括销售合同、结算单、审计报告、发货记录等。

（2）现场查看：对公司报告期内确认收入的主要工程项目进行了现场查看，实地观察项目进度、状态，并与公司提供的完工百分比或结算资料进行核对。对宠物业务线下大部分门店进行了实地盘点和走访。

（3）函证程序：对生态建设业务及文旅运营业务的主要客户，就报告期内交易金额以及期末应收账款及合同资产余额执行独立函证程序，以直接获取外部第三方对交易真实性及余额准确性的确认。

（4）关联方交易细节测试：对所有重大关联交易的合同条款、定价依据、交付凭证及资金流水进行了检查，核实其商业背景与执行情况。

4、截止性测试：对报告期截止日前后确认的收入执行截止测试，确保收入记入恰当的会计期间，关注是否存在为达成业绩目标而进行的收入调节。

5、期后事项检查：检查资产负债表日后审计报告日前的结算调整及收款情况，以评估报告期收入确认的恰当性。

（二）核查意见

经核查，会计师认为：

1、公司2025年度营业收入主要来源于生态建设、文旅运营以及宠物服务及销售三大类业务。其中，宠物服务及销售业务为报告期新拓展业务，公司进行了系统性的大规模投入，业务模式稳定，并形成了持续经营能力，不属于营业收入扣除的情形。除应剔除的其他业务收入外，公司2025年度营业收入不存在根据《扣除指南》应扣除而未扣除的情形。

2、公司关联交易已履行相关事前审议决策程序，相关交易具有真实的业务背景和商业逻辑。交易定价按照招投标价格确定，公司按协议约定收款。我们认为，这些关联交易具备商业实质，未发现通过关联交易构造无商业实质收入的行为。

3、公司2025年收入大幅增长及四季度占比高，主要由以下原因导致：①生态建设业务部分项目在四季度完成的工作量相对较多；②宠物服务及销售业务处于快速扩张期，门店数量及单店营收在四季度（特别是消费旺季）显著增长。经核查，相关收入确认有真实的合同或订单、履约记录及外部证据支持，收入确认时点符合会计准则规定。我们未发现公司存在突击确认收入规避退市的情形。

4、关于生态建设业务前十大项目：公司提供的前十大项目数据与我们审计中获取的项目资料在重大方面一致，应收账款余额较大与行业结算模式相符。审计结算调整基于审价结果，会计处理恰当。

5、公司在向客户销售商品前，拥有对商品的控制权，承担存货风险，并自主决定销售价格。其在销售完成时按销售总额确认收入的方法，符合“主要责任人”的身份定位，符合《企业会计准则》的相关规定，不存在虚增业务收入的情况。

由于审计工作仍在执行过程中，分析程序、函证等实质性审计程序尚未执行完成，仍待进一步获取充分的证据。具体审计意见以会计师出具的年度审计报告为准。

问题二：公告显示，公司2025年度净利润由盈转亏，较上年同期减少12,913万元至14,913万元。公司称2025年亏损的主要原因包括公司新业务品牌建设、市场推广及研发等前期投入较大，以及工程业务回款较上年同期下降，导致坏账准备计提金额较上年同期大幅增加。截至2025年9月末，公司应收账款与合同资产合计5.7亿元，占流动资产的49.31%。请补充披露：（1）报告期内销售费用、管理费用、研发费用的明细、同比变动情况、原因及合理性，相关费用变化与公司的人员安排、经营状态是否匹配，分业务板块说明期间费率是否与同行业可比公司存在显著差异；（2）按账龄列示近两年期末应收账款和合同资产的具体情况，包括账面余额、减值准备金额和比例、当期减值计提或转回金额等，说明2025年减值准备计提是否充分，减值测试方法、计提比例和金额确认等是否符合《企业会计准则》相关规定；（3）按业务类别分别列示近两年应收账款和合同资产的主要明细情况，包括但不限于前十大对手方名称及关联关系、成立时间、合作年限、交易背景、账面余额、减值准备金额、当期减值计提或转回金额、账龄、建设进度和结算进度、合同约定的回款安排、是否存在逾期建设或回款等情形，并结合对手方资信情况、履约能力、公司期末及期后回款情况等，说明坏账计提是否充分、谨慎，是否存在前期计提不充分的情形。

【回复】

（1）报告期内销售费用、管理费用、研发费用的明细、同比变动情况、原因及合理性，相关费用变化与公司的人员安排、经营状态是否匹配，分业务板块说明期间费率是否与同行业可比公司存在显著差异；

1、销售费用的变动情况

单位：万元

项目	2025年度	2024年度	同比变动
职工薪酬	4,156.55	202.70	1951%
渠道及推广费	1,696.77	12.99	12962%
折旧及摊销	1,607.83	0.22	730732%
房租及物管费	789.95	16.12	4800%
仓储及辅助费	487.11	-	
差旅费	176.62	0.99	17740%
办公费	108.90	10.99	891%
其他	100.91	70.09	44%
合计	9,124.63	314.11	2805%

报告期内公司销售费用较上年同期增长2805%，增长幅度较大，主要系2025年新拓展宠物服务及销售业务所致，为推动公司业务的战略转型，培育宠物业务快速成长，公司进行了大规模的投入。费用较高的项目主要为：①职工薪酬较上年同期增长1951%，主要系人员增长较快所致，2025年公司新增宠物业务销售人员363人，包括线上及线下门店运营、销售人员；②渠道及推广费较上年同期增长12965%，主要系宠物业务拓展销售渠道以及推进品牌建设、提升市场影响力投入较大所致；③折旧及摊销较上年同期增长730732%，主要系线下门店租赁房产，相应的使用权资产摊销以及装修费用较大所致。

2、管理费用的变动情况

单位：万元

项目	2025年度	2024年度	同比变动
职工薪酬	4,430.23	3,030.26	46.20%
咨询中介费用	730.56	274.90	165.75%
差旅费	209.70	153.32	36.77%
办公费	205.13	50.08	309.61%
房租及物管费	337.63	244.21	38.25%
折旧及摊销	538.44	357.04	50.81%
会议及招待费用	375.92	227.56	65.20%
车辆及修理费	191.66	123.37	55.35%
其他	851.56	589.61	44.43%
合计	7,870.82	5,050.35	55.85%

报告期内公司管理费用较上年同期增长55.85%，主要系新拓展宠物服务及销售业务、新文旅业务所致。费用较高的项目主要为：①职工薪酬较上年同期增长46.20%，办公费较上年同期增长309.61%，主要系业务拓展的需要，增加人员较多，导致职工薪酬、办公费相应增加；②咨询中介费用较上年同期增长165.75%，主要系为推动项目结算收款等相关工作的开展，支付的律师费等中介机构费用较多所致。

3、研发费用的变动情况

单位：万元

项目	2025年度	2024年度	同比变动
职工薪酬	1,331.55	150.73	783.40%
折旧及摊销	6.87	5.86	17.24%
材料费	201.98		
其他	454.83	2.22	20387.84%
合计	1,995.23	158.81	1156.36%

报告期内公司研发费用较上年同期增长1156.36%，主要系公司拓展宠物服务及销售业务，以及配套宠物业务的智能产品业务和其他消费端产品业务所致。费用较高的项目主要为：①职工薪酬较上年同期增长783.40%，主要系公司增加研发人员43名，较上年同期增长430%，且部分核心研发人员薪酬较高所致；②材料费较上年同期增加201.98万元，主要系公司开展宠物及其他消费端智能产品研发，购置研发使用的材料较多所致；③其他较上年同期增长20387.84%，主要系公司研发项目中部分工作委托外单位研发，发生的委外研发、设计与技术服务费用所致。

4、同行业期间费用率情况（销售费用、管理费用、研发费用三项）：

因同行业公司2025年年报尚未披露，故选取2024年年报数据进行对比分析。

2024年同行业期间费用情况如下：

单位：万元

序号	公司名称	营业收入	销售费用	管理费用	研发费用	合计	销售费用率	管理费用率	研发费用率	三项合计占营收比
1	蒙草生态	214,554.02	3,539.04	11,845.49	16,403.89	31,788.42	1.65%	5.52%	7.65%	14.82%
2	园林股份	72,208.00	1,522.77	9,486.43	1,053.58	12,062.78	2.11%	13.14%	1.46%	16.71%
3	诚邦股份	34,789.38	62.77	4,068.06	673.03	4,803.86	0.18%	11.69%	1.93%	13.81%
4	绿茵生态	40,145.16		4,341.05	1,379.67	5,720.72	0.00%	10.81%	3.44%	14.25%
5	东珠生态	37,593.16		7,357.77	2,084.21	9,441.99	0.00%	19.57%	5.54%	25.12%
6	金埔园林	90,593.29		8,340.82	2,565.65	10,906.47	0.00%	9.21%	2.83%	12.04%
7	棕榈股份	306,452.41	928.01	17,651.24	14,180.43	32,759.67	0.30%	5.76%	4.63%	10.69%
8	普邦股份	198,861.67	199.92	6,959.08	6,225.08	13,384.08	0.10%	3.50%	3.13%	6.73%
9