证券代码：603838　证券简称：*ST四通　公告编号：2026-006

广东四通集团股份有限公司关于2025年度业绩预告有关事项的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法律责任。

广东四通集团股份有限公司（以下简称“公司”或“四通股份”）于近期收到上海证券交易所《关于广东四通集团股份有限公司2025年度业绩预告有关事项的监管工作函》（上证公函【2026】0395号，以下简称“工作函”）。根据《工作函》的要求，公司积极组织相关部门会同年审会计师就《工作函》中所关注问题逐项认真核查分析，现将有关问题回复如下：

一、关于主营业务。业绩预告显示，公司预计2025年度实现营业收入3.5亿元至4.1亿元，同比增长26%至44%，其中生活陶瓷业务出口收入下滑，新增锆钛矿精炼业务预计实现收入1.4亿元。

请公司：（1）补充披露报告期各项主营业务的业务模式，包括采购加工销售流程、生产设备、人员储备、客户供应商来源、采销结算安排、收入确认政策等，并说明上述业务模式是否较以前年度发生重大变化，是否存在新增业务情况，如是，请详细说明；（2）补充披露报告期各项主营业务的境内外收入金额、毛利率及同比变动情况等，并量化分析变动原因；（3）区分主营业务类型，以表格形式列示主要供应商情况，包括供应商名称、首次合作年份、采购内容、采购金额、预付比例、期末交付情况等；（4）区分主营业务类型、境内外业务，以表格形式列示主要客户情况，包括客户名称、主营业务、首次合作年份、销售内容、销售金额、应收账款、期后回款情况等；（5）说明主要客户及供应商相较往年是否发生较大变化及变化原因；自查主要客户及供应商是否存在关联关系，是否与公司、董监高、大股东存在关联关系、共同投资、业务往来或其他资金往来等，如是，请进一步说明相关合同定价依据及公允性，相关业务是否真实且具有商业实质，相关收入确认是否符合《企业会计准则》有关要求；（6）结合《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》，分析说明锆钛矿精炼等新业务是否已形成稳定业务模式，报告期是否存在营业收入应扣除但未扣除的情况。

【公司回复】

（1）补充披露报告期各项主营业务的业务模式，包括采购加工销售流程、生产设备、人员储备、客户供应商来源、采销结算安排、收入确认政策等，并说明上述业务模式是否较以前年度发生重大变化，是否存在新增业务情况，如是，请详细说明：

1.公司主要从事家居生活陶瓷的研发、生产和销售，产品涵盖日用陶瓷、卫生陶瓷、艺术陶瓷等品类。公司生产经营模式以OEM/ODM贴牌业务与自主品牌相结合；生产模式根据订单生产，采取“以销定产为主，库存生产为辅”和库存生产相结合的方式；销售方面主要面向国内外知名品牌商及采购商进行直接销售。

具体业务流程如下：

①采购流程：根据生产需求制定计划→筛选供应商→谈判定价→签订合同→到货验收→入库登记。

②加工流程：主要加工流程如下：成品泥浆→配料→研磨→过筛、坯料制备→成型→干燥→修坯、釉下装饰→施釉→烧成→白瓷检选→釉上装饰→彩烧→彩瓷检选→成品包装。

③销售流程：销售流程涵盖客户沟通与拜访、商务谈判或招投标、合同签订、发货、验收结算、发票开具及收款等环节。

④生产设备：主要设备包含宽体日用陶瓷燃气隧道窑，智能型隧道窑，节能型隧道窑，日用瓷泥生产线1条，洁具泥生产线1条，HD-30-2-2-160SK全自动滚压成型生产线3条，12米胚式高压注浆生产线2条，ZNN-I智能泥浆颗粒分级生产线1条，日用陶瓷年产3200万只、卫生陶瓷年产90万只、艺术陶瓷年产155万只。

⑤人员储备：人员结构如下图：

类别	人数
生产人员	794
销售人员	32
研发人员	105
财务人员	14
行政人员	46
合计	991

⑥客户来源：一是公司积极借助国内外知名展会平台进行品牌展示与市场拓展。二是存量客户深度维护。三是客户转介绍与新客户拓展。

⑦供应商来源：通过行业组织获取会员企业信息，接受厂商主动接洽，依托现有合作或同行推荐等多元化渠道拓展。

⑧采购结算安排：采购结算因物资类别而异，主要原材料及配件采购采用按月结算、银行转账支付；部分燃料采购执行先款后货的结算方式。

⑨销售结算安排：公司的销售结算政策根据业务类型的不同而有所区分。在付款方式上，会结合客户采购规模、合作期限、回款信誉等因素考虑，对合作的优质客户，可提供30至180天的常规信用账期，客户须遵照约定在信用期内及时支付货款。在结算工具的选择上，主要以电汇（T/T）为主，同时结合业务实际情况，辅以银行转账和信用证等多种方式，以确保交易顺利进行。

⑩收入确认政策：

①内销收入确认方法：

根据销售业务的不同情况，分两种方式：

a.内销产品收入：国内销售以陆运为主，在公司办理出库，并由客户或客户指定的承运机构在出库单上签收时确认销售收入的实现；

b.电商收入：公司在天猫、京东等第三方电商平台销售产品，消费者在电商平台下单购买后，公司经核对订单后发货，并通过第三方物流公司配送，消费者在收到货物并查验无误后在电商平台上确认收货。公司电商收入确认时点为在客户收货且公司收取货款时确认收入。

②外销收入确认方法：

国外销售采用FOB结算，一般情况下在出口业务办妥报关出口手续，并交付船运机构后按报关单的出口日期确认销售收入的实现。

公司上述业务较以前年度未发生重大变化，家居生活陶瓷业务不存在新增业务情况。

2.公司结合在陶瓷原料、耐火材料和烧成工艺方面的技术积累和沉淀，2024年下半年开始向产业链上游的新材料业务领域拓展，开拓了锆钛矿产品精炼业务，该业务主要由控股子公司大连壹唯新材料有限公司（以下简称“壹唯新材料”）负责运营，采用以产定销的经营模式。具体业务流程如下：

①采购流程：主要包括申请、询比价、签约、验收、入库及付款等环节。公司依托建发物流集团有限公司采用代理进口模式，该模式借助其供应链优势与低息授信，提供融资、物流、清关等一站式服务，保障原材料进口合规高效。

②加工流程：加工环节以钛中矿、锆中矿为主要原料，依托磁选、重选、浮选等物理加工工艺，生产出符合客户质量要求的终端产品，主要包括：锆英砂、钛精矿、中度锆矿及独居石等。

③销售流程：销售流程涵盖客户沟通与拜访、商务谈判或招投标、合同签订、发货、验收结算、发票开具及收款等环节。

④生产设备：公司核心生产设备主要包括：高强滚筒电选机、强磁选机、弧板电选机、筛板电选机、重选摇床、螺旋流槽、脱水过滤干燥系统、提升机及输送机组、球磨机等，年加工能力10万吨左右。

⑤人员储备：总经办/销售部人员3人，财务部3人，生产部28人，实验室1人，行政综合3人。

⑥客户来源：客户主要通过以下渠道获取：（1）行业会议；（2）行业内客户相互介绍；（3）依托双方资源优势介绍推荐及市场开发。

⑦供应商来源：主要原材料钛中矿、锆中矿来源于澳洲、美国、阿联酋、印尼等多个国家，该类矿产为国家鼓励进口产品。壹唯新材料依托海外资源积累，与澳洲海岸线矿、美国钛业等全球高品位锆钛矿矿山供应商保持良好的合作关系。

⑧采购结算安排：针对代理采购业务，公司通常在签订采购合同后预付15%的保证金，原材料到港后分批结算提货，信用政策为先款后货；其他燃料及配件类物资则采取定期结算方式支付货款。

⑨销售结算安排：根据客户类型及合作模式，公司采用差异化的销售结算方式：（1）部分客户在签订合同后预付一定保证金，分批提货，确认收货后支付剩余尾款；（2）部分客户经授信可获得30至40天的信用周期；（3）另一部分客户采用先款后货的结算方式。上述安排兼顾了市场拓展与资金回笼的平衡。

⑩收入确认政策：

内销：①采取上门提货的，在壹唯新材料办理出库，并由客户或客户指定的承运机构在出库单/磅单上签字时确认销售收入的实现；②采取送货上门方式的，将产品运输到客户指定的交货地点，并经客户或其指定的验收人签字时确认销售收入的实现。

外销：国外销售采用FOB结算，一般情况下在出口业务办妥报关出口手续，并交付船运机构后按报关单的出口日期确认销售收入的实现。

报告期内，公司锆钛矿精炼业务的经营模式、主要流程及业务结构部分发生调整。2024年第四季度，因租赁工厂的设备检修完善、调试与市场开拓工作同步推进，叠加北方冬季低温天气对生产造成一定影响，为保障已开拓客户的订单交付及时性，并确保产品品质符合要求、建立客户信任，公司在此期间通过委外加工方式满足客户需求。

自2025年起，公司锆钛矿精炼业务全面转为自主生产加工模式，依托租赁工厂建立了完整的生产线及运营团队，直接负责从原材料采购到产成品销售的全流程管理。

3.报告期内，于2025年10月，公司新设控股子公司佛山利德嘉新材料有限公司（以下简称“利德嘉新材料”），注册资本由双方以现金方式认缴。其中，公司持股比例为51%，佛山市利德嘉陶瓷制釉有限公司持股比例为49%。主要从事陶瓷色釉料、低温玻璃颜料的研发、生产和销售，产品涵盖建筑陶瓷颜色、低温玻璃颜料、全抛釉、肌肤釉、干粒釉、特殊效果色釉料等系列。本次投资进一步完善了公司从矿产资源到终端产品的垂直整合体系，巩固了产业链协同优势。

报告期内，新增陶瓷色釉料业务相关情况如下：

陶瓷色釉料业务注册资本5,000万元已实缴到位并全部投入日常经营，未来将根据业务需要按持股比例同比例提供财务资助。公司治理方面，董事会由5名董事组成，其中四通股份提名3名，少数股东提名2名；总经理、财务负责人由四通股份委派。目前拥有员工约168人，核心团队深耕行业多年，生产及非生产岗位人员主要从租赁方在册人员中择优聘用，工龄实行“新老划断”并重新签订劳动合同。资产方面，主要厂房及辅助设备采取租赁方式，租赁期十年，主要生产线及相关设备以现金方式受让取得，交易价格参考评估价值。供应链管理上，主要原材料包括氧化铝、氧化锌、高岭土、石英、钠长石、碳酸锶等，针对每种主要原材料均维持两家以上合格供应商储备，除合资方引荐外，报告期内新开发供应商10家。客户方面，主要面向规模较大的陶瓷企业开展直销业务，客户资源部分由合资方导入，报告期内新增已发生交易客户4家、意向客户5家。目前具备年产釉料10万吨、色料2,500吨的生产能力，业务运营稳步推进。

利德嘉新材料设立初期，为保障其业务的顺利开展，由利德嘉少数股东实控人担任执行董事，并由少数股东管理团队主要负责利德嘉新材料的经营活动，由于公司实际未完全主导利德嘉的经营活动，因此未将其纳入合并范围。2025年12月经利德嘉新材料股东会同意，利德嘉新材料设立董事会负责公司重大经营决策，公司在董事会中占多数席位并委派总经理等高管，能够完全主导利德嘉的经营活动，于2025年12月31日将其纳入合并范围。

（2）补充披露报告期各项主营业务的境内外收入金额、毛利率及同比变动情况等，并量化分析变动原因；

公司2025年度各项主营业务的境内外收入金额、毛利率及同比变动情况如下表：

单位：万元；

主营业务		2025年度（未经审计）				2024年度	
		内销	变动率（%）	外销	变动率（%）	内销	外销
日用陶瓷	销售收入	4,209.25	67.41	9,351.24	-10.84	2,514.38	10,488.27
	毛利率（%）	8.53	增加3.11个百分点	5.35	减少4.87个百分点	5.42	10.22
卫生陶瓷	销售收入	2,339.38	-25.52	3,699.10	0.04	3,140.94	3,697.57
	毛利率（%）	-20.67	减少37.95个百分点	-4.52	减少6.68个百分点	17.28	2.16
艺术陶瓷	销售收入	219.57	46.54	2,960.52	-23.00	149.84	3,844.72
	毛利率（%）	8.74	增加1.91个百分点	6.99	减少3.71个百分点	6.83	10.70
其他	销售收入	7.68	-91.37	166.68	-70.96	88.99	574.01
	毛利率（%）	15.96	增加4.71个百分点	15.01	减少6.79个百分点	11.25	14.00
锆行业	销售收入	13,498.93	240	585.94	100	3,973.82	-
	毛利率（%）	-12.78	减少9.51个百分点	-12.13	-	-3.27	-

1、家居生活陶瓷业务：

报告期内，公司家居生活陶瓷业务实现主营业务收入22,953.42万元，比去年同期减少1,545.29万元，下降6.31%。国内销售方面，2025年度实现收入6,775.89万元，同比增长881.73万元，增幅达14.96%。增长主要得益于部分客户订单增加及新客户的成功拓展。分产品看：日用陶瓷实现销售收入4,209.25万元，同比增长1,694.87万元，增幅67.41%，主要源于新客户的开发和老客户订单增加带动了销售增长；卫生陶瓷销售收入为2,339.38万元，同比减少801.56万元，降幅25.52%，主要因市场竞争激烈，客户订单量下降；艺术陶瓷销售收入219.57万元，同比增长69.73万元，增幅46.54%，基数较小，实现稳健增长。

出口销售方面，2025年度实现收入16,177.53万元，同比减少2,427.03万元，降幅13.05%。具体表现如下：日用陶瓷出口销售9,351.24万元，同比减少1,137.03万元，下降10.84%。区域表现分化：大洋洲地区（尤其是澳大利亚）需求大幅上升，增长518.09万元，增幅59.20%；美洲地区（美国、墨西哥）需求下降，减少550.29万元，降幅51.49%；欧洲地区（德国）减少1,045.34万元，降幅16.53%；亚洲地区减少305.22万元，降幅13.74%；非洲地区（南非等）新增销售245.73万元，实现突破。卫生陶瓷出口销售3,699.10万元，同比基本持平，微增0.04%。艺术陶瓷出口销售2,960.52万元，同比减少884.20万元，降幅23.00%。主要因欧洲市场（英国、瑞士、法国）合计减少241.46万元、393.09万元和63.81万元，降幅19.49%；美洲市场减少105.54万元，降幅19.76%；亚洲及非洲市场亦有不同程度下滑。

毛利率变动方面，报告期内公司主营业务毛利率为2.01%，同比下降7.5个百分点。主要原因包括：陶瓷产品出口退税率下降4个百分点，退税率差计入成本；清理部分尾货及堆头产品拉低了售价；叠加总体需求减弱、市场竞争加剧，销售价格承压。

外销毛利率同比下降5.42个百分点，毛利额减少1,092.24万元。其中：日用陶瓷毛利率5.35%，同比下降4.87个百分点；卫生陶瓷毛利率为-4.52%，同比下降6.68个百分点；艺术陶瓷毛利率6.99%，同比下降3.71个百分点。主要受出口退税率下调、竞争加剧导致售价下调、销量下降推高单位成本等因素综合影响。

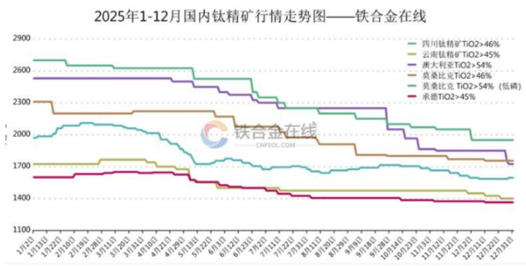
内销毛利率同比下降12.97个百分点，各产品表现不一：日用陶瓷因加强设计投入和新产品投放，市场需求得到有效刺激，部分客户业务规模扩大，加之配方调整降低了单位成本，毛利率上升至8.53%，同比增长3.11个百分点；卫生陶瓷受市场环境恶化及产能严重过剩影响，价格竞争激烈，加之公司为优化库存对部分尾货和堆头进行降价清理，导致毛利率出现大幅下降，同比减少37.95个百分点，若剔除该因素影响则毛利率为11.78%，减少5.5个百分点；艺术陶瓷毛利率为8.74%，同比上升1.91个百分点，基数较小，略有增长。

2、锆行业业务：

报告期内，公司锆行业内销业务实现营业收入13,498.93万元，较去年同期增长240%，主要系公司子公司壹唯新材料于2024年9月成立，2024年10月起首次实现销售，由于2024年度仅包含部分期间收入，而2025年为完整会计年度，故本期销售收入增幅较大。外销方面，营业收入增长主要系2025年公司首次实现产品出口销售，形成新增收入来源。

毛利率方面，2025年度公司内销毛利率较去年同期有所下降，主要受以下因素影响：2025年度公司内销毛利率较去年同期有所下降，主要受以下因素影响：一方面，下游终端市场需求持续疲软，行业整体处于周期性调整阶段，产品售价全年呈下行趋势；另一方面，前期原材料采购成本仍处于相对高位，导致成本与售价出现阶段性错配。由于原材料从采购到生产销售存在一定周期，高成本库存消化滞后于售价下跌，形成阶段性售价与成本倒挂，进而拉低了整体毛利率水平。2025年1月至9月，公司主要原材料采购均价为3,183.31元/吨。作为对比，2024年同类品质原材料合同执行价格为2,451.82元/吨，而2025年9月新签订合同单价已降至1,394.20元/吨。同时，全年锆钛矿产品销售价格呈持续下行态势。例：锆英砂（65度）年初不含税单价为11,327.43元，年末降至9,026.55元，下降幅度为23.31%；钛精矿（58度）年初不含税单价为2,300.89元，年末为1,570.70元，下降幅度为31.74%。

2025年钛精矿价格走势图



2025年锆精矿（锆英砂）走势图

（3）区分主营业务类型，以表格形式列示主要供应商情况，包括供应商名称、首次合作年份、采购内容、采购金额、预付比例、期末交付情况等；

1.2025年度家居生活陶瓷业务主要供应商情况如下表（未经审计）：

单位：万元

序号	供应商名称	首次合作年份	采购内容	采购金额	预付比例（%）	期末交付情况	是否存在关联关系	是否与公司、董监高、大股东存在关联关系、共同投资、业务往来或其他资金往来
1	潮州潮安深能港华燃气有限公司（潮州港华燃气有限公司）	2014年	天然气	1,321	100	全部交付	否	否
2	潮州市潮安区承业陶瓷材料有限公司	2024年	高岭土、瓷泥	815.13	-	全部交付	否	否
3	广东电网有限责任公司潮州供电局	2012年	电	780.56	-	全部交付	否	否
4	潮州深能城市燃气发展有限公司	2022年	天然气	659.99	100	全部交付	否	否
5	潮州市潮安区乌洋纸品有限公司	2011年	纸板、纸箱	372.30	-	全部交付	否	否

注：上述采购金额均为不含税金额，下同。

其中：2025年度家居生活陶瓷业务成本明细表（未经审计）：

单位：万元

分产品	成本构成项目	本年度金额	本期占总成本比例(%)
日用陶瓷	直接材料	5,059.50	39.83
	直接人工	4,547.06	35.80
	制造费用	2,871.57	22.61
	转销存货跌价成本	-342.28	-2.69
	其他(退税率差)	383.97	3.02
	运费	181.61	1.43
	合计	12,701.44	100.00
卫生陶瓷	直接材料	3,484.23	52.09
	直接人工	1,847.71	27.62
	制造费用	2,040.87	30.51
	转销存货跌价成本	-874.35	-13.07
	其他(退税率差)	136.57	2.04
	运费	54.24	0.81
	合计	6,689.27	100.00
艺术陶瓷	直接材料	1,385.10	46.89
	直接人工	921.16	31.18
	制造费用	473.72	16.04
	转销存货跌价成本		0.00
	其他(退税率差)	122.07	4.13
	运费	51.88	1.76
	合计	2,953.93	100.00

2.2025年度锆钛矿精炼业务主要供应商情况如下表（未经审计）：

单位：万元

序号	供应商名称	首次合作年份	采购内容	采购金额	预付比例（%）	期末交付情况	是否存在关联关系	是否与公司、董监高、大股东存在关联关系、共同投资、业务往来或其他资金往来
1	COBURN RESOURCES PTY LTD	2024年	原材料	12,331.96	15	全部交付	否	否
2	Thunderbird Operations Pty Ltd	2024年	原材料	4,412.20	15	全部交付	否	否
3	US MINE CROP	2024年	原材料	3,457.85	15	全部交付	否	否
4	ARIMA MINERALS PROCESSING EZE	2024年	原材料	1,405.85	15	全部交付	否	否
5	大连洲际新材有限公司	2024年	厂房租赁/电费	619.52	-	全部交付	否	否

（4）区分主营业务类型、境内外业务，以表格形式列示主要客户情况，包括客户名称、主营业务、首次合作年份、销售内容、销售金额、应收账款、期后回款情况等；

1.2025年度家居生活陶瓷业务主要客户情况如下表（未经审计）：

单位：万元

地区	序号	客户名称	主营业务	首次合作年份	销售内容	销售金额	2025年末应收账款	期后回款情况	是否存在关联关系	是否与公司、董监高、大股东存在关联关系、共同投资、业务往来或其他资金往来
境外	1	Deha Magazacilik Ev Tekstil Urunleri San.Tic.A.S.	玻璃、家具、家纺、餐具等	2016年	日用陶瓷-OEM	1,281.96	567.98	-	否	否
	2	METRO Sourcing International Limited	零售批发超市	2020年	日用陶瓷-OEM/ODM	1,018.09	269.6	134.87	否	否
	3	RAEDER GMBH	陶瓷制品、瓷餐具等	2019年	日用陶瓷/艺术陶瓷-自主品牌	872.94	-	-	否	否
	4	BUZZ PRODUCTS PTY LTD	航空餐具	2015年	日用陶瓷-OEM	768.03	44.28	44.28	否	否
	5	Steelite International Limited t/a Steelite Utopia(UTOPIA TABLEWARE LTD)	餐具	2017年	日用陶瓷-OEM/ODM	757.01	36.63	13.10	否	否
境内	1	中国国际航空汕头实业发展公司	塑料餐具、陶瓷制品、包装材料等	2024年	日用陶瓷-OEM	1,432.70	239.49	239.49	否	否
	2	义乌市丹尼家厨房用品有限公司	厨房卫具及日用杂品、日用陶瓷制品等	2025年	日用陶瓷-ODM	1,213.53	235.63	161.36	否	否
	3	深圳市丽锦供应链有限公司	厨具卫具及日用杂品	2023年	卫生陶瓷-自主品牌	603.72	-	-	否	否
	4	广东家唯贸易有限公司	建筑陶瓷制品、建筑装饰材料等	2022年	日用陶瓷-ODM	569.98	222.22	222.22	是	是
	5	潮州市凤协进出口贸易有限公司	饮物进出口、卫生陶瓷制品	2020年	卫生陶瓷-自主品牌	369.93	-	-	否	否

2.2025年度锆钛矿精炼业务主要客户情况如下表（未经审计）：

单位：万元

产品类别	序号	客户名称	主营业务	首次合作年份	销售内容	销售金额	2025年末应收账款	期后回款情况	是否存在关联关系	是否与公司、董监高、大股东存在关联关系、共同投资、业务往来或其他资金往来
锆英砂	1	佛山市宏德信新材料有限公司	非金属矿物制造及销售	2025年	锆英砂	2,217.89	361.22	261.30	否	否
	2	佛山市杰坤新型材料有限公司	矿产品等贸易销售	2024年	锆英砂等	1,166.20	-	-	否	否
	3	日卓(厦门)贸易有限公司	非金属矿及制品批发	2024年	锆英砂	458.78	-	-	否	否
	4	佛山市成釉料有限公司	陶瓷原料、釉料；生产、销售	2025年	锆英砂	338.64	-	-	否	否
	5	佛山市南海神工超细粉体有限公司	超微细锆英粉等加工、产销	2025年	锆英砂	113.83	-	-	否	否
钛精矿	1	锦州国泰实业有限公司	钛铁、钒铁冶炼及销售，耐火制品加工	2025年	钛精矿	1,580.66	-	-	否	否
	2	凤城市千誉钛业有限公司	金属矿石；非金属矿及制品销售	2025年	钛精矿	451.68	-	-	否	否
	3	承德瑞辰商贸有限责任公司	钛产品等贸易销售	2023年	钛精矿	431.62	-	-	否	否
	4	沧州保澈金属材料有限公司	金属及金属矿批发	2025年	钛精矿	384.11	-	-	否	否
	5	宜宾天原物产集团有限公司	选矿；非金属矿及制品销售等	2025年	钛精矿	290	-	-	否	否
中度数锆矿	1	广西自贸区星宵贸易有限公司	锆钛类产品贸易销售	2025年	中度数锆矿	1,478.49	1,670.70	1,357.44	否	否
	2	茂名市南裕矿业有限公司	矿产品筛选及销售	2025年	中度数锆矿	1,351.02	536.06	536.06	否	否
	3	广西防城港优腾贸易有限公司	金属矿石销售;选矿;	2025年	中度数锆矿	1,114.50	559.39	559.39	否	否
	4	广东富润新材料科技有限公司	选矿；非金属矿及制品销售等	2025年	中度数锆矿	870.33	-	-	否	否
	5	Green Trail Holding Ltd.	非金属矿物制品贸易销售	2025年	中度数锆矿	585.94	-	-	否	否

注：1.上述销售金额为不含税金额，应收账款及期后回款金额均为含税金额，下同。

2.茂名市南裕矿业有限公司和广西防城港优腾贸易有限公司在信用期内出现逾期，截至本报告日已全部收回；佛山市宏德信新材料有限公司及广西自贸区星宵贸易有限公司截至披露日，分别存在99.92万元和313.26万元款项逾期未付，主要因客户自身资金周转临时紧张所致。目前公司已积极与相关客户沟通催收，并将持续关注其经营及资信变化情况，审慎评估款项回收风险。

3.上述销售物流以客户自提为主，宜宾天原物产集团有限公司由公司负责运输。

（5）说明主要客户及供应商相较往年是否发生较大变化及变化原因；自查主要客户及供应商是否存在关联关系，是否与公司、董监高、大股东存在关联关系、共同投资、业务往来或其他资金往来等，如是，请进一步说明相关合同定价依据及公允性，相关业务是否真实且具有商业实质，相关收入确认是否符合《企业会计准则》有关要求；

1.公司家居生活陶瓷业务的供应商结构整体保持稳定，部分业务的客户群体较往年出现一定变动。具体情况如下：

（1）2025年主要供应商结构与2024年相比未发生较大变化，主要采购材料仍为燃气、泥土/高岭土、电及包装物。其中，因模具/硅板的更换需求，2025年相关材料的采购量有所增加。

（2）2025年公司主要客户仍以贸易商为主，占比超过90%，与往年相比整体结构保持稳定，仅部分业务的客户群体出现变动。具体来看，日用陶瓷业务内销方面，本年度新增义乌市丹尼家厨房用品有限公司为主要客户，潮州市凤协进出口贸易有限公司合作于2020年，本年度新进前五，同时广东家唯贸易有限公司的采购量有所提升；外销方面，因客户需求变化，客户群体呈现交替轮换的态势，BUZZ PRODUCTS PTY LTD合作于2015年，本年度新进前五，其他客户群体及整体结构未发生重大变化。

其中：义乌市丹尼家厨房用品有限公司系公司本年新增客户，主营业务包括厨房用具、日用杂品及日用陶瓷制品等。2025年度，公司向该客户主要销售日用陶瓷产品，合同履行期间，实现销售收入1,213.53万元，出货量226.27万只，平均销售单价5.36元/只，平均毛利率为6.84%。相关产品采用ODM模式生产。

在定价策略上，公司综合考虑产品尺寸、花色、工艺流程、质量等级标准及生产成本等因素，采用成本加成定价方法，与其他客户的定价原则一致。因公司产品以定制化为主，同类可比产品的销售单价基本趋同，价格波动区间合理，交易定价遵循市场化原则，具备公允性。参考如下：

序号	主要产品名称	销售单价（元）	同类产品平均销售单价（元）
1	产品1	7.69	-2.41%
2	产品2	25.75	24.24	6.23%
3	产品3	15.84	14.39	10.08%
4	产品4	5.16	5.31	-2.82%
5	产品5	8.7	8.86	-1.81%

截至2025年末，公司对该客户的应收账款余额为235.63万元，截至年报披露日已收回161.36万元。该客户信用期为30天，与同类客户信用政策保持一致。

（3）卫生陶瓷业务方面，外销市场销量总体保持稳定，主要客户呈现正常交替态势；内销业务受市场环境恶化影响，本地产能严重过剩，价格竞争日趋激烈。为维持市场份额、保障生产的稳定性，公司逐步面向自然人客户销售卫浴产品，销售给自然人的金额为655.4万元，自然人客户为26人，导致客户结构与群体发生一定变化。

（4）艺术陶瓷业务主要市场面向国外，客户群体、结构未发生较大变化。

2.公司锆钛矿精炼业务的供应商结构发生变动，主要系部分产品调整所致。随着业务推进，公司已从原先向国内经销商采购原材料，逐步转向与具备代理能力的国有企业综合性供应链服务商建立合作。这类供应商不仅具备较强的资源整合能力，还可为公司提供涵盖供应链融资、国际航运跟踪、进出口清关、码头装卸等在内的全流程一体化服务，有助于提升供应链的稳定性与运作效率。

在客户方面，公司本期主要客户构成较往年发生一定变化，主要原因包括两方面：一是随着部分产品结构优化调整，公司主动优化客户结构，逐步提升了与产品定位相匹配的优质客户的合作比重；二是在市场开拓过程中，公司积极拓展新的销售渠道，成功开发了部分具备行业影响力或区域市场优势的新客户，推动了客户群体的有效扩容。整体来看，本次客户调整系公司在业务发展、产品升级及市场布局过程中呈现的正常结构性变动，符合阶段性战略推进的实际需要，有助于进一步提升公司业务的稳健性与市场覆盖能力。

3.主要客户广东家唯贸易有限公司（以下简称“广东家唯”）系公司实际控制人控制的企业。根据《上海证券交易所股票上市规则》及《上海证券交易所上市公司自律监管指引第5号——交易与关联交易》的相关规定，广东家唯构成公司关联方。

广东家唯系公司自2022年起合作的客户，主要向其销售日用陶瓷产品。2023年度和2024年度销售额分别为104.58万元和95.41万元，2025年度合同履行期间为2024.10至2025.11，实现销售收入569.98万元，销量58,792套，平均销售单价96.95元/套，平均毛利率10.43%。相关产品采用ODM模式生产。

在定价方面，公司综合考虑产品尺寸、花色、工艺流程、包装要求、质量等级标准及生产成本等因素，采用成本加成定价法，与其他客户的定价原则一致。由于公司产品以定制化为主，同类可比产品的销售单价基本趋同，价格波动区间合理，交易定价遵循市场化原则，具备公允性。参考如下：

序号	主要产品名称	销售单价（元）	同类产品平均销售单价（元）	差异幅度
1	产品1	7.33	7.06	3.82%
2	产品2	7.33	7.06	3.82%
3	产品3	25.4	24.48	3.76%
4	产品4	11.84	12.1	-2.15%
5	产品5	11.95	11.46	4.28%

截至2025年末，公司对该客户的应收账款余额为222.22万元，截至本报告披露日已全部收回。该客户信用期为30天，与同类客户信用政策保持一致。

上述关联交易已履行了审批程序并披露，在定价原则、付款安排及结算方式等方面均参照行业公认标准执行，与其他非关联客户不存在实质性差异，不存在对关联方利益倾斜或损害公司利益的情形。

综上所述，基于双方业务需求开展的合作，相关业务具有真实且具有商业实质，公司对广东家唯的关联销售收入确认符合《企业会计准则》的要求。

经公司自查，主要客户除广东家唯外，上述其他主要客户及供应商不存在关联关系，其与公司、公司董事、监事、高级管理人员及大股东之间亦不存在任何关联关系、共同投资、业务往来或其他形式的资金往来情形。

（6）结合《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》，分析说明锆钛矿精炼等新业务是否已形成稳定业务模式，报告期是否存在营业收入应扣除但未扣除的情况。

壹唯新材料锆钛矿精炼业务已形成稳定业务模式，业务具有可持续性，具体情况如下：

1）该项业务是否具有完整的投入、加工处理过程和产出能力，是否能够独立计算其成本费用以及所产生的收入；

报告期内，壹唯新材料锆钛矿精炼业务已形成稳定模式，并配备采购、生产、销售及财务等全流程运营团队。核心管理人员深耕行业多年，具备丰富的专业经验。公司通过技改及设备投入提升产能，目前处于行业中游水平，能够满足日常经营需要，各生产环节均具备成熟的工艺流程与管控能力。内部管理方面，公司依托ERP系统实现从采购到出货的全流程单据流转，设有独立财务部门及专职人员，建立了符合《企业会计准则》的财务管理制度，能够独立计算其成本费用及所产生的收入。

2）该项业务模式下公司能否对产品或服务提供加工或转换活动，从而实现产品或服务的价值提升；

壹唯新材料业务采用资源深加工模式，通过对钛中矿、锆中矿等初级矿产品进行磁选、重选、浮选等物理化学加工，实现深度提纯与组分分离，产出锆英砂、钛精矿、中度锆矿及独居石等高附加值产品。该过程将直接应用的初级中矿转化为关键工业基础原材料，实现从初级矿源到高价值矿物材料的产业链价值跃升。

3）该项业务是否对客户、供应商存在重大依赖，是否具有可持续性；

壹唯新材料主要原材料通过建发物流集团代理进口，终端供应商共4家，采购占比分别为61.09%、18.38%、15.52%和5.01%，均选择规模较大、实力雄厚的供应商，合作基于市场价格、信用及供货周期等因素。销售方面，第一大客户销售占比为15.75%，不存在单一客户依赖，已形成稳定的客户群体并保持良好的合作关系。

4）公司对该项业务是否已有一定规模的投入，公司是否具备相关业务经验。

壹唯新材料锆钛矿精炼业务是公司向新材料产业延伸的重要布局。自2024年下半年启动以来，业务稳步推进，累计采购原材料金额为32,758.94万元，截至2025年末，剩余材料及成品存货金额为10,091.87万元。同时，公