证券代码：600439　　证券简称：瑞贝卡　　公告编号：临2026-021

河南瑞贝卡发制品股份有限公司关于上海证券交易所对公司2025年年度报告的信息披露监管问询函回复的公告

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。

河南瑞贝卡发制品股份有限公司（以下简称“公司”或“上市公司”）于近日收到上海证券交易所（以下简称“上交所”）《关于河南瑞贝卡发制品股份有限公司2025年年度报告的信息披露监管问询函》（上证公函【2026】1083号）（以下简称《问询函》）。根据《问询函》的要求，现将相关情况回复如下：

问题一、关于非标意见

年报及相关公告显示，公司2025年审计报告、内部控制审计报告均为带强调事项段的无保留意见。其中，审计报告的强调事项涉及“瑞贝卡公司因涉嫌信息披露违法违规，于2025年7月26日收到中国证监会下发的《立案告知书》，截至本报告出具日，案件尚未结案。”内部控制审计报告的强调事项涉及“瑞贝卡公司2025年度上半年存在被控股股东河南瑞贝卡控股有限责任公司非经营性资金占用的情况，瑞贝卡公司未按照相关制度规定严格履行审批及关联方交易的决策程序，内部控制存在缺陷。瑞贝卡公司已于2025年6月26日收回全部占用资金，并对上述内部控制缺陷进行了整改。整改后，未发生控股股东非经营性资金占用。”此外，前期公告显示，公司未按规定在2021年年报、2022年半年报和年报、2023年半年报和年报、2024年半年报中披露公司与关联方之间非经营性资金往来，以及因关联方之间非经营性资金往来产生的资金占用事项。

请公司：（1）充分披露上述资金占用形成的具体原因，占用发生的起止时间、资金流转链条、涉及的中间主体及与控股股东的关联关系、占用资金用途、归还资金的来源等，并全面核查是否存在其他未识别或披露的隐性关联主体，说明是否存在其他应披露未披露的资金占用；（2）详细说明报告期内公司防范资金占用的内控制度设计与执行情况，包括但不限于具体的制度内容、决策程序、审批流程、具体责任人员等，说明2024年度资金占用完成自查整改后，2025年度内控仍然失效的根本原因，相关管控环节是否存在重大缺陷，执行程序是否流于形式，管理层履职是否缺位；（3）说明针对内控缺陷整改措施的具体内容、关键控制条款及实际运行情况，对比前期方案是否实现实质性改进，并充分评估整改措施能否有效防止控股股东、实控人及其关联方非经营性资金占用。请年审会计师结合具体审计程序，说明前期未识别出公司与关联方非经营性资金往来的原因，审计程序是否充分、执行是否到位，结合2025年内控审计程序说明内控审计意见是否恰当，并对上述问题发表明确意见。

公司回复：

（1）充分披露上述资金占用形成的具体原因，占用发生的起止时间、资金流转链条、涉及的中间主体及与控股股东的关联关系、占用资金用途、归还资金的来源等，并全面核查是否存在其他未识别或披露的隐性关联主体，说明是否存在其他应披露未披露的资金占用；

2021年公司为统筹使用贷款资金，将部分支付给子公司许昌瑞贝卡发制品工艺有限公司（以下简称“工艺公司”）的采购货款通过许昌瑞许商贸有限公司、许昌逍之霖实业有限责任公司、许昌归来商贸有限公司、许昌逍凯商贸有限责任公司（以下简称“四家公司”）进行周转后又回到了公司。由于上述四家公司自身没有任何经营业务，公司融资部门工作人员在进行贷款资金周转时，将四家公司视同为第三方资金周转公司，未按照流程审批，未履行相关决策程序，导致公司未识别出这四家隐性关联主体。2022年至2025年6月末，公司控股股东及上市公司在通过这四家公司进行贷款周转时，出现部分资金通过上市公司子公司工艺公司经四家公司（控股股东瑞贝卡控股与该四家公司没有股权控制关系）流向控股股东及其下属关联企业的情形，根据资金往来情况，上述四家公司被认定为公司的关联方。本次资金占用主要是控股股东贷款周转还旧借新过程中发生的临时占用，资金用途主要为控股股东贷款周转，归还资金主要为贷款资金。目前公司尚处于立案调查中，公司也在对相关资金占用情况持续进行核查，如调查结果与前期披露数据不一致，公司将及时履行信息披露义务。

经公司全面核查，不存在其他未识别或披露的隐性关联主体，不存在其他应披露未披露的资金占用。

（2）详细说明报告期内公司防范资金占用的内控制度设计与执行情况，包括但不限于具体的制度内容、决策程序、审批流程、具体责任人员等，说明2024年度资金占用完成自查整改后，2025年度内控仍然失效的根本原因，相关管控环节是否存在重大缺陷，执行程序是否流于形式，管理层履职是否缺位；

公司的资金调拨制定有《财务收支审批程序与权限管理办法》，并建立了相对完善的内部控制制度，明确了各项财务收支审批程序和管理权限，各项资金支出，经办人及部门负责人签字后由分管副总、财务总监、总经理、董事长审批后支付，公司正常业务资金使用均按资金审批程序履行了相关审批，但对于贷款资金周转部分由公司融资部自行操作，融资部工作人员在进行贷款周转时将四家公司视同为第三方资金周转公司，未按照流程审批，未履行相关决策程序，导致公司未识别出这四家隐性关联主体。2022年至2025年6月末，公司控股股东及上市公司在通过这四家公司进行贷款周转时，出现部分资金通过上市公司子公司工艺公司经四家公司（控股股东瑞贝卡控股与该四家公司没有股权控制关系）流向控股股东及其下属关联企业的情形，根据资金往来情况，上述四家公司被认定为公司的关联方。本次资金占用主要是控股股东贷款周转还旧借新过程中发生的临时占用，资金用途主要为控股股东贷款周转，归还资金主要为贷款资金。目前公司尚处于立案调查中，公司也在对相关资金占用情况持续进行核查，如调查结果与前期披露数据不一致，公司将及时履行信息披露义务。

（3）说明针对内控缺陷整改措施的具体内容、关键控制条款及实际运行情况，对比前期方案是否实现实质性改进，并充分评估整改措施能否有效防止控股股东、实控人及其关联方非经营性资金占用。

内控缺陷整改对比前期方案，实质性改进在于完善贷款资金规范使用，明确将包括贷款资金在内的所有资金周转均须按照公司《资金管理制度》进行审批，所有资金周转与控股公司资金完全隔离。董事会及审计委员会深度参与，通过引入外部专业机构、强化公司内审力量，对相关责任人进行追责、控股股东及公司关键人员签署禁止出现资金占用承诺书等方式，使防范关联方资金占用形成了有效体系，在执行层面，严格执行资金收支审批制度，财务部每月开展关联往来专项自查并报送内审部门，内审部定期开展资金占用专项核查，年度纳入内控全面测试；审计委员会、独立董事不定期召开关于防范资金占用专项工作会议。2025年下半年以来未发生控股股东、实际控制人及关联方非经营性资金占用情形，相关内部控制有效运行。后续公司将通过财务系统信息化升级、定期组织董事、高管、财务及子公司管理人员开展资金占用合规培训等方式持续完善管控体系，进一步筑牢资金占用风险防线。对前后期方案具体内容对比如下：

前期主要内容	后期主要内容
对关联方往来资金路径、金额进行全面梳理，对发生占用原因进行分析反省，对存在的内控缺陷提出整改措施，通过公司内部开展相关培训并进行整改	公司审计委员会领导成立提升专项治理工作小组，通过完善贷款资金规范使用，明确将包括贷款资金在内的所有资金周转均须按照公司《资金管理制度》进行审批，所有资金周转与控股公司资金完全隔离；引入外部机构，重新修订补充相关流程及制度，强化内审部门力量，完善内部控法及监督；对公司内部相关责任人员进行追责；由控股股东及公司关键人员签署禁止出现资金占用承诺书；内审部定期开展资金占用专项核查，年度纳入内控全面测试；审计委员会、独立董事不定期召开关于防范资金占用专项工作会议；定期组织董事、高管、财务及子公司管理人员开展资金占用合规培训等方式，形成防范关联方资金占用的联合机制。

会计师回复：

1.前期未识别出公司与关联方非经营性资金往来的原因

根据我们向瑞贝卡前期主审会计师了解的情况，以及河南证监局出具的【2025】27号《行政监管措施决定书》的相关内容，前期未识别出公司与关联方非经营性资金往来的原因如下：（1）银行函证程序执行不到位，未对银行询证函保持控制，个别函证内容不完整；（2）分析程序执行不到位，未发现公司利息收入与银行规模不匹配问题；（3）未按照审计计划对往来款中大额异常发生额保持职业怀疑并执行恰当的审计程序。

2.2025年针对货币资金和关联方交易及关联方资金占用，我们执行的主要审计程序如下：

（1）了解和评价管理层与货币资金相关的内部控制的设计和运行有效性。

（2）核对开户银行清单与银行账户明细；

（3）获取公司信用报告，并核对信用报告信息与企业记录信息是否一致；

（4）获取银行余额调节表、银行对账单，对重要账户取得全年对账单并控制对账单的取得过程（亲自银行打印或电子银行打印），并对未达账项进行分析；

（5）结合银行账户对账单、银行存款明细账对大额资金进行双向测试以确认企业账面记载是否存在异常；

（6）对重要账户银行存款利息收入进行测算，以确认公司银行存款是否存在异常情况；

（7）严格按照《银行函证工作操作指引》执行函证程序，通过银行函证平台取得银行的联系地址及联系人，首先进行电子银行函证，不能实施电子银行函证的，通过函证中心执行函证程序，对所有函证发函、回函过程保持了必要的控制，同时编制银行函证结果汇总表，检查银行回函；

（8）将管理层提供的关联方关系清单与其他公开渠道获取的信息进行核对，并检查公司与其是否有异常往来；

（9）取得公司贷款资金流向路径，与银行流水、账面记录进行核对；

（10）将公司与关联方资金往来明细与银行流水进行核对，关注其交易发生时间，核查是否存在短期刷向占用情况；

（11）就公司重要交易与管理层进行沟通，特别是对于偶发重要交易进行详查，并判断交易是否具有合理性、业务处理是否符合企业会计准则；

（12）取得公司内控缺陷整改措施相关资料，并检查其整改成果。

3.核查意见

我们认为，公司2025年上半年存在控股股东非经营性资金占用的情况，占用资金已于2025年6月末归还，公司对相关内控缺陷进行了整改，整改后未发生资金占用情况，2025年内控审计意见恰当。

问题二、关于收入及毛利率

年报显示，公司2025年度实现营业收入12.93亿元，同比增长4.38%，归母净利润-0.82亿元，已连续两年亏损，但同比减亏。年报披露，报告期内美洲市场及工艺发条销售及毛利率明显增加；非洲市场及化纤发条销售出现下滑；国内市场假发及阻燃纤维产品稳步增长，国内市场毛利率显著高于美洲、欧洲、非洲地区。

请公司：（1）分区域列示前十大客户的具体情况，包括但不限于名称、注册资本、合作开始时间、是否本年新增、销售产品类型、本期及上期收入变动情况、期末应收账款余额及期后回款、是否与供应商或公司及控股股东相关方存在关联关系，并结合各区域业务模式、渠道结构、产品结构、行业供需变化、市场竞争、关税贸易政策等，说明不同区域收入变动差异较大、销售毛利率差异较大的主要原因；（2）结合原材料采购、生产成本归集、成本结转等，说明营业成本的单位成本构成以及与库存商品单位成本构成的差异情况及原因，营业成本中的原材料单位价格与库存商品中原材料单位价格、原材料的采购价格之间的差异情况，是否符合行业价格趋势，公司的营业成本结转是否完整、及时；（3）按照产品类别，分别列示近五年各产品销量、平均单价、营业收入的变动情况，并结合原材料采购价格波动、直接人工、产能利用率、开工率对成本的影响，解释工艺发条、化纤假发、人发假发产品毛利率增长的驱动因素，是否与同行业可比公司存在显著偏离；（4）结合期间费用变动、汇兑损益等，说明报告期毛利率改善、收入增长，但净利润持续亏损的主要原因。请年审会计师对上述问题发表意见，重点说明对营业成本核算的完整性、准确性，海外业务收入真实性审计的主要程序、取得的审计证据，核查受限情况下的替代性程序及充分性，并说明海外业务收入与海关报关数据、出口退税申报金额是否存在重大差异。

公司回复：

（1）分区域列示前十大客户的具体情况，包括但不限于名称、注册资本、合作开始时间、是否本年新增、销售产品类型、本期及上期收入变动情况、期末应收账款余额及期后回款、是否与供应商或公司及控股股东相关方存在关联关系，并结合各区域业务模式、渠道结构、产品结构、行业供需变化、市场竞争、关税贸易政策等，说明不同区域收入变动差异较大、销售毛利率差异较大的主要原因；

1.欧美区域前十大客户情况（单位：人民币万元）：

序号	客户名称	合作开始时间	是否本年新增	销售产品类型	2024年销售数量（万条/万套）	2024年销售收入	2025年销售数量（万条/万套）	2025年销售收入	期末应收账款	2026年1—3月回款	是否存在关联关系
1	MIDWAYINTERNATIONALINC.BOBBIBOSS	2002年	否	发制品	159.56	5,252.61	169.03	4,608.80	2,106.63	1,784.94	否
2	SHAKE-N-GO FASHION,INCSNG	2002年	否	发制品	22.87	1,410.86	12.22	941.81	27.75	27.75	否
3	BEAUTYPLUSTRADING-CO.,INCBEAUTYPLUSMINK	2003年	否	发制品	26.04	1,639.30	11.49	694.51	-48.96		否
4	HAIR,LTD.SENSUAL/DIVINE/SOFTRESS/BWW	2002年	否	发制品	27.39	1,244.00	14.70	673.80	-38.88		否
5	DU CHAPEU HAIR(Sergio SP)	2018年	否	发制品	8.96	669.51	7.26	530.91	0.00		否
6	HAIRZONE,INC.Hz	1993年	否	发制品	10.35	963.92	2.20	241.59	0.00		否
7	Simple Hair Ltd	2024年	否	发制品	3.01	62.78	9.88	193.36	-7.75		否
8	SLI PRODUCTION CORP.	2007年	否	发制品	3.84	427.63	1.98	184.44	0.00		否
9	ROYALIMEXINC.ZURY	1993年	否	发制品	0.9	108.27	1.60	179.48	0.00		否
10	CNKINDUSTRIEPROBEL	2011年	否	发制品	6	156.58	4.31	119.81	0.00		否

备注：表中应收账款余额为负数的三个客户，采用电汇方式结算，形成预收账款

2.非洲区域前十大客户情况（单位：人民币万元）：

序号	客户名称	合作开始时间	是否本年新增	销售产品类型	2024年销售数量（万条/万套）	2024年销售收入	2025年销售数量（万条/万套）	2025年销售收入	期末应收账款	2026年1-3月回款	是否存在关联关系
1	JOYCE	2017年	否	发制品	25.61	976.70	45	934.26	20.30	20.30	否
2	FEIZHOUSHANGMAO-CHENG	2010年	否	发制品	45.61	843.22	49	858.32	241.20	241.04	否
3	NELLY	2017年	否	发制品	16.84	639.19	37	752.83	31.71	31.71	否
4	SLEEKLADYCOSMETICS LTD-NEW	2010年	否	发制品	10.07	535.30	10	723.54	149.74	149.74	否
5	SMASH RETAIL PTY LTD	2011年	否	发制品	25.9	425.43	35	600.36	148.54	148.54	否
6	MAY	2015年	否	发制品	16.18	541.82	14	495.96	54.93	54.93	否
7	CEEIYKE	2017年	否	发制品	11.97	463.90	24	480.66	4.01	4.01	否
8	AUGNOSCO	2017年	否	发制品	7.88	329.14	25	479.63	-	-	否
9	FILYMON	2017年	否	发制品	25.7	240.92	24	476.78	3.90	3.90	否
10	WIRROMTINA	2016年	否	发制品	23.03	807.80	13	469.53	54.95	40.57	否

3.国内区域前十大客户情况（单位：人民币万元）：

序号	客户名称	注册资本	合作开始时间	是否本年新增	销售产品类型	2024年销售数量	2024年销售收入	2025年销售数量	2025年销售收入	期末应收账款	2026年1-3月回款	是否存在关联关系
1	杭州昇鸿纺织科技有限公司	100万	2019年	否	阻燃纤维	1137.35	3,622.84	1,451.99	5,004.60	0.00		否
2	杭州瑞虹纤维有限公司	100万	2024年	否	阻燃纤维	390.49	1,277.27	629.98	2,065.96	0.00		否
3	沈阳富之雅商贸有限公司	50万	2016年	否	发制品	5033	706.05	5,001.00	701.39	-3.22		否
4	济宁市动盛经贸有限责任公司	500万	2016年	否	发制品	4739	629.49	4,988.00	619.72	13.44	13.44	否
5	北京邦维普泰防护纺织有限公司	1100万	2009年	否	阻燃纤维	74.19	251.78	144.49	570.68	88.68	88.68	否
6	南宁庆烨商贸有限公司	50万	2019年	否	发制品	2684	486.84	3,011.00	467.76	-8.91		否
7	南京卡圣诺百货贸易有限公司	50万	2016年	否	发制品	3307	462.83	3,340.00	459.67	-3.13		否
8	河南荣克贸易有限公司	300万	2024年	否	阻燃纤维	75.38	247.60	117.29	443.40	0.00		否
9	焰星商贸（上海）有限公司	200万	2021年	否	阻燃纤维	28.19	107.05	111.31	437.76	-2.53		否
10	石家庄萨澜商贸有限公司	50万	2016年	否	发制品	2849	404.78	2,764.00	386.06	-11.15		否

备注：表中应收账款余额为负数的五个客户，采用预付方式结算，形成预收账款

4.三大区域销售整体情况（单位：人民币万元）：

分地区	营业收入	营业成本	毛利率（%）	营业收入比上年增减（%）	营业成本比上年增减（%）	毛利率比上年增减（%）
欧美	55,098.45	33,092.14	39.94	22.00	-0.07	增加17.94个百分点
非洲	30,002.85	23,781.39	20.74	-30.07	-25.87	减少4.49个百分点
国内	32,527.26	15,857.92	51.25	15.80	23.00	减少2.85个百分点

公司目前销售主要分为三大市场，首先是欧美市场，欧美是目前假发消费第一大市场，整体分为美洲（公司以美国、巴西为主）与欧洲（公司以英、法为主）两大板块，市场规模大，终端市场客单价、品质标准、品牌化程度显著高于非洲、东南亚市场。2025年公司欧美市场销售收入占公司主营业务收入的46.01%，其中美洲销售占主营业务收入的38.65%，主要集中在美国。美国市场原来以贴牌代工为主，主要产品以人发类产品为主。由于美国的关税政策反复无常以及跨境电商的快速发展等因素的影响，使得公司对美国市场传统的贴牌批发销售逐年下降，通过欧美客户前十名2024年-2025年销售情况对比可以看出，以贴牌代工为主TOB客户的销售收入在逐年下降，2025年该类业务较2024年同比下降超过30%，同时综合毛利率也降至10%以内；下表为最近两年美国贴牌销售情况表：

年限	销售数量-万套	销售收入-万元	销售成本-万元	毛利	毛利率
2024年	388.6	17980.45	16329.16	1651.29	9.18%
2025年	333.01	11977.62	11355.24	622.38	5.20%

最近两年，公司加大了跨境电商业务的投入，跨境电商销售出现快速增长，其中2025年跨境电商独立站业务销售增幅超过100%。公司跨境电商业务主要分为两大类：1、通过Amazon（亚马逊）、AliExpress（速卖通）等第三方跨境电商平台进行销售，该模式下，公司负责产品供应、商品定价、产品上架、营销推广、订单管理、物流安排及售后服务等环节。海外消费者通过平台店铺浏览商品并完成购买，第三方平台安排发货，公司承担产品质量、售后服务等相关责任。2、通过Shopify搭建并运营自营独立站开展跨境销售业务，独立站模式下，公司自主运营，海外消费者通过公司独立站浏览商品并完成购买，公司在境内或者海外仓直接向海外消费者发货并承担产品质量及售后服务责任。公司独立站销售主要是针对美国市场，其零售的业务模式与原来的贴牌批发不同，独立站销售综合毛利率在50%左右。下表为最近两年欧美跨境电商销售情况表：

年限	销售数量-万套	销售收入-万元	销售成本-万元	毛利	毛利率
2024年	71.45	15,796.96	8,791.61	7,005.35	44%
2025年	163.65	33,856.18	16,423.93	17,432.25	51%

综上所述，欧美区域2025年销售收入及毛利率的变化主要是由于跨境电商业务的快速增长，使得欧美地区2025年收入比2024年增加了22.00%，毛利率增加了17.94个百分点。

其次是非洲市场，非洲市场是全球第二大发制品消费市场，该市场潜力巨大，公司在西非尼日利亚、加纳、东非肯尼亚、南部非洲南非为核心消费区域均设有销售公司，当地女性将假发作为日常刚需消费品，市场需求刚性极强。公司主要通过在非洲当地设立的销售公司在当地以批发销售为主，公司在非洲拥有品牌NOBLE、JOEDIR、BLACK PEARL等，在当地市场人发产品、化纤产品均有销售。由于非洲地区近年来货币严重贬值，造成当地购买力下降，加上行业新进入者增多，导致市场竞争激烈，非洲地区目前市场上友商销售的人发产品主要以掺合产品（人发掺化纤发）为主，对公司纯人发产品冲击较大，目前公司在非洲销售主要以化纤产品为主。最近几年受全球宏观经济影响，造成货币体系较为脆弱，非洲地区国家整体汇率市场波动幅度较大，以尼日利亚货币奈拉为例，其从2024年初的900奈拉兑换1美元贬值至2025年全年平均约1500奈拉兑换1美元高位运行，进口商品价格的普遍上涨及货币的贬值，对当地的进口产品消费带来较大冲击，加纳、南非等国家情况也是如此。当地货币大幅贬值后，公司为了保有合理的利润，对当地价进行了上调，价格上调后直接影响了当地整体的销售。为了鼓励当地销售，又给部分优质客户提供了优惠政策，从而造成2025年非洲前十客户销售收入没有下降，但整体非洲地区2025年收入减少30.07%，毛利率下降4.49个百分点。

国内市场的产品分为发制品和阻燃纤维两类。发制品方面，随着国内就业、银发群体对假发的刚需及新兴时尚悦己消费的增加，发制品消费市场潜力较大。公司在国内市场销售模式目前以自建品牌终端零售渠道为主，批发为辅。国内市场以Rebecca品牌为主，线下在全国重点城市中高端商场和购物中心建设直营店和加盟店，线上在天猫、京东、抖音、小红书、微信视频号、唯品会等知名电商平台及社交媒体设立自营旗舰店及专卖店，批发为直接销售给加盟商。由于国内假发销售以高端人发假发为主，Rebecca品牌定位高端消费，又主要以线下门店及线上零售为主，所以其产品综合毛利率较高；阻燃纤维产品目前与假发产品无直接关联，由公司子公司抚顺瑞华公司直接销售，其销售模式为直接批发销售给客户，其毛利率相较国内假发销售较低。2025年国内销售收入增加4438万，其中抚顺瑞华公司增加3315万，占国内增加收入的75%。因此造成国内地区2025年收入增加15.80%，毛利率下降2.85个百分点。

（2）结合原材料采购、生产成本归集、成本结转等，说明营业成本的单位成本构成以及与库存商品单位成本构成的差异情况及原因，营业成本中的原材料单位价格与库存商品中原材料单位价格、原材料的采购价格之间的差异情况，是否符合行业价格趋势，公司的营业成本结转是否完整、及时；

下图为2025年公司营业成本及2025年末库存商品单位成本情况：

项目	发制品营业成本	发制品库存商品	阻燃纤维营业成本	阻燃纤维库存商品
成本总计(万元)	64,903.90	178,990.47	9,063.13	3,157.58
销售数量(万条/万吨)	1908	2232	0.37	0.12
单位成本	34.02	80.19	24,494.95	26,313.17

从上表可以看出，发制品营业成本中单位成本与发制品库存商品单位成本差异较大，主要是由于2025年发制品销售结构与2025年末库产成品库存结构差异造成的。2025年销售产品中人发发条占比7.01%，2025年末库存商品中人发发条占比19.41%，由于人发发条产品价值高于化纤发条，因此造成2025年末库存商品单位成本远大于2025年公司营业成本的情况。

公司原材料采购采用实际成本法核算，发出时按月末一次加权平均计算。生产成本归集设置材料成本、人工成本和制造费用，各成本费用按生产部门、订单、产品维度进行核算归集。其中：材料成本按订单领料，系统投料直接到生产订单；人工成本分为计件工资和辅助工资（社保、补助等非计件工资）两部分，计件工资成本依托员工工资刷卡系统，直接对应到生产订单，辅助工资则按相应的分摊规则通过分摊的方式计入每一生产订单；制造费用按成本中心归集，月末通过分摊方式计入生产订单。月末，根据生产订单的实际完工情况进行结转。由于发制品产品可以从材质、长短、幅度、造型、颜色等众多维度进行区分，造成产品品种众多。由于不同长度的人发成本差距巨大，因此也导致不同产成品成本差异较大。产品差异是导致营业成本的单位成本构成与库存商品单位成本构成差异的主要原因。最近几年公司为控制存货，公司人发原材料采购较少，但人发原材料价格呈逐年上涨趋势，与行业原材料价格趋势一致。公司目前使用用友BIP系统，该系统集成了销售采购及成本核算，订单的投料、工资的统计，出入库的核算均在系统中核算生成，也从系统层面保证了公司的营业成本结转的及时完整。

（3）按照产品类别，分别列示近五年各产品销量、平均单价、营业收入的变动情况，并结合原材料采购价格波动、直接人工、产能利用率、开工率对成本的影响，解释工艺发条、化纤假发、人发假发产品毛利率增长的驱动因素，是否与同行业可比公司存在显著偏离；

下表为按产品大类列示近五年销售情况：

1、2021年度（人民币万元）

类别	销售量	单价	金额
工艺发条（万条）	190	86.70	16,495.26
化纤发条（万条）	2,533	23.38	59,200.12
人发假发（万套）	133	309.83	41,129.84
化纤假发（万套）	350	72.86	25,521.33
阻燃纤维（万吨）	0.31	28560.58	8,853.78

2、2022年度（人民币万元）

类别	销售量	单价	金额
工艺发条（万条）	101	117.19	11,856.88
化纤发条（万条）	2,352	23.29	54,756.71
人发假发（万套）	92	310.09	28,441.42
化纤假发（万套）	311	72.91	22,655.91
阻燃纤维（万吨）	0.14	31312.64	4,383.77

3、2023年度（人民币万元）

类别	销售量	单价	金额
工艺发条（万条）	95	93.58	8,848.24
化纤发条（万条）	2,294	23.38	53,626.72
人发假发（万套）	92	343.21	31,486.13
化纤假发（万套）	229	78.12	17,858.97
阻燃纤维（万吨）	0.21	32196.24	6,761.21

4、2024年度（人民币万元）

类别	销售量	单价	金额
工艺发条（万条）	162	118.69	19,276.16
化纤发条（万条）	2,106	21.04	44,321.39
人发假发（万套）	102	336.36	34,228.34
化纤假发（万套）	152	78.56	11,902.74
阻燃纤维（万吨）	0.26	31618.46	8,220.80

5、2025年度（人民币万元）

类别	销售量	单价	金额
工艺发条（万条）	134	225.00	30,127.29
化纤发条（万条）	1,562	23.77	37,124.32
人发假发（万套）	71	394.16	27,930.45
化纤假发（万套）	141	88.41	12,489.37
阻燃纤维（万吨）	0.37	31282.24	11,574.43

下表为2025年度产品类别毛利率情况：（人民币元）

类别	营业收入	营业成本	毛利率(%)	毛利率比上年增减(%)
工艺发条	301,272,884.67	149,850,689.36	50.26	增加28.60个百分点
化纤发条	371,243,188.83	286,404,971.72	22.85	减少2.91个百分点
化纤假发	124,893,686.47	92,162,332.39	26.21	增加3.58个百分点
人发假发	279,304,455.63	120,621,035.54	56.81	增加9.81个百分点
阻燃纤维	115,744,261.62	90,631,316.50	21.7	减少1.93个百分点

公司2025年度综合毛利率为36.86%，较2024年度综合毛利率30.83%增加了6.03个百分点，其中工艺发条2025年毛利率较2024年增加28.60个百分点，人发假发2025年毛利率较2024年增加9.81个百分点。

人发原料价格虽然有价格波动但长期处于上涨通道，化纤发丝实现国产替代、成本相对稳定；发制品行业目前仍然是劳动密集型行业，生产高度依赖熟练劳动力，人工成本占比较高；目前公司传统的TO B大订单模式持续减少，随着电商模式的快速增加，正面临订单小批量、多品种的挑战，公司目前已经对现有产线进行了整合。

综上所述，公司2025年毛利率的增长，核心驱动因素并非来自传统意义上的原材料成本下降或产能利用率提升，而主要是由渠道结构转变所致。毛利率增长的主要原因是销售模式带来的零售占比增加造成的。由于美国的关税政策反复无常、跨境电商的快速发展等因素的影响，使得公司2025年对美国市场传统的贴牌批发销售较2024年下降32%，较2023年下降46%，该类业务综合毛利率在10%左右。同时公司也从2024年加大了跨境电商独立站的投入，跨境电商独立站实现销售收入从2023年的不足4000万元增长至2024年的1亿元，2025年增长至2亿元。独立站销售主要是针对美国市场的零售业务，其综合毛利率在50%以上。独立站销售产品以工艺发条为主，2025年度销售收入1.9亿，毛利率51.84%，其工艺发条销售占公司2025年度工艺发条总销售的65.85%，由于独立站销售的快速增长，造成工艺发条2025年毛利率较2024年出现明显增长。由于传统的对美批发业务毛利率较低，其销售减少，占比下降，独立站业务销售毛利率较高，其销售增长，占比提升，所以独立站销售收入增长，占比提升是造成公司2025年综合毛利率增长的主要原因。另外，相对原来对美批发业务来说，独立站销售相当于零售业务，其毛利率高的同时，也使公司的销售费用率有所增加。上市公司新华锦（公司代码：600735，2025年新华锦发制品毛利率综合为30.34%，2024年为36.73%）、训修实业（公司代码：01962，2025年训修实业毛利率综合为23.30%，2024年为23.96%）发制品业务主要以对美出口贴牌批发业务（To B）为主，其主要面向美国市场，公司除了对美贴牌批发业务外，国内线下、线上、跨境电商以自主品牌零售业务（To C）为主，在非洲、欧洲、南美市场设立销售公司以自主品牌批发业务进行销售。因业务模式、产品定位、销售区域不同，新华锦、训修实业的毛利率与公司相比，不完全具有可比性。

（4）结合期间费用变动、汇兑损益等，说明报告期毛利率改善、收入增长，但净利润持续亏损的主要原因。

1.下表为2025年及同期利润表主要项目对比（单位：人民币万元）

项目	2025年	2024年	增减变动
营业收入	129,334.39	123,904.14	4.38%
营业成本	81,659.56	85,707.72	-4.72%
销售费用	27,140.12	22,624.44	19.96%
管理费用	7,443.85	7,506.07	-0.83%
研发费用	3,799.06	3,682.55	3.16%
财务费用	9,169.30	8,498.43	7.89%
资产减值损失（损失以“-”列示）	-4,817.73	-2,338.64	106.01%
净利润	-8,215.78	-11,798.84	-30.37%
归母净利润	-8,190.02	-11,761.92	-30.37%

2025年公司归属于上市公司股东的净利润亏损8190万元，2024年同期亏损11762万元；2025年公司营业收入较上年同期略有增长，主要由于公司持续加大对线上渠道的营销力度，线上销售增长迅速，其销售收入占营业收入比重提升至近40%，弥补了公司传统对美线下贴牌业务下滑给公司带来的影响，使整体销售收入保持稳定，毛利率提升了6.03个百分点。

2.从公司利润表项目可以看出期间费用中销售费用、财务费用及资产减值损失增幅较大。下面为期间费用分析：

1）销售费用（单位：人民币元）

项目	本期发生额	上期发生额
职工薪酬	83,060,644.84	80,128,302.68
业务费	15,291,591.09	10,854,303.76
广告宣传费	102,978,913.15	70,601,809.99
折旧费	3,101,772.48	5,789,334.02
使用权资产摊销	26,437,529.74	22,536,407.42
装修费	1,947,627.20	740,483.52
商场及物业费	4,548,659.32	6,083,599.69
促销费	2,690,549.50	446,610.82
服务费	26,872,988.27	25,525,814.99
中介费	844,682.05	1,078,132.04
其他费用	3,626,264.82	2,459,628.72
合计	271,401,222.46	226,244,427.65

销售费用较上年同期增长20%，共计增加4516万，从上表可以看出销售费用增加，主要是广告宣传费增加3238万元。报告期宣传推广费中最大的服务提供商为易点天下网络科技股份有限公司，注册资本6.18亿元，其主要业务是为提升公司独立站访问量及订单转化率，易点天下网络科技股份有限公司通过在Google、Meta、TikTok等海外互联网平台投放广告，引导海外消费者访问独立站并完成购买，与其发生交易金额为5614万元。

2）财务费用（单位：人民币元）

项目	本期发生额	上期发生额
利息支出	79,882,424.03	91,101,391.58
减：利息收入	8,316,273.26	3,665,766.17
汇兑损失	15,263,138.41	-16,321,613.51
金融机构手续费及其他	4,863,718.69	13,870,311.91
合计	91,693,007.87	84,984,323.81

财务费用增加主要是因汇兑损失增加，2025年因美元兑人民币汇率波动，造成汇兑损失1526万，2024年同期汇兑收益1632万。汇兑损益主要受美元兑人民币汇率波动影响，下表为2025年和2024年年初及年末汇率中间价情况：

项目	2025年	2024年
年初汇