

海南椰岛（集团）股份有限公司

关于 2025 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”）于近期收到上海证券交易所《关于海南椰岛（集团）股份有限公司 2025 年年度报告的信息披露监管问询函》（以下简称“问询函”）。公司对问询函中提及的问题进行了认真核查，现就问询函有关问题回复如下：

“海南椰岛(集团)股份有限公司：

依据《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 2 号—年度报告的内容与格式》（以下简称《格式准则第 2 号》）《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 3 号——行业信息披露》（以下简称 3 号指引）等规则的要求，经对你公司 2025 年年度报告的事后审核，为便于投资者理解，根据本所《股票上市规则》第 13.1.1 条的规定，请你公司进一步补充披露下述信息。

一、关于收入及关联交易。年报显示，2025 年度公司实现营业收入 3.71 亿元，同比增长 111.87%。前五大客户销售额 1.6 亿元，占年度销售总额 43.22%，其中关联方销售额 0.95 亿元，占年度销售总额 25.68%，新增客户河北樾博商贸有限公司、广东省椰鹿康贸易有限公司销售额占比均为 4.77%。河北樾博商贸有限公司是与集团控股股东存在合作关系的自然人控制的企业；前五大供应商采购额为 1.27 亿元，占年度采购总额 57.95%，其中关联方采购额占年度采购总额 8.14%；本年度关联交易中，向关联方出售商品金额约 1.07 亿元、采购商品约 0.13 亿元；公司控股股东、关联方全德能源向公司提供借款期末余额分别为 0.23 亿元、0.8 亿元。公司 2025 年扣除后营业收入 3.35 亿元，被认定为“不具有商业合理性的交易或事项产生的收入”、“关联方及其他销售”予以扣除的金

额为 0.27 亿元。

请公司：（1）区分酒类、饮料等业务板块，补充披露向本年度主要新增客户及关联客户的销售情况，包括：业务接洽过程、销售内容及区域、定价依据、合同签署及发货时间、收入确认时点、结算政策及回款、终端销售、关联关系的形成及是否履行关联交易披露、审议程序等情况；并说明 2026 年第一季度前述客户的销售、退货及退出情况；（2）补充披露本年度前五大供应商的采购情况，包括：采购内容、定价依据、合同签署及收货时间、付款情况、关联关系等；结合上述（1）（2），对比关联方与非关联方在销售及采购中的定价方式及市场价格，说明关联交易定价的公允性、会计处理合规性；（3）补充披露 2025 年前十大股东是否向公司提供财务资助（包括借款、担保、流动性支持等）或战略资源共享（包括渠道、客户、品牌等）；如有，请披露具体情况，包括金额、条件、对当期收入增长的贡献及相关交易定价依据；（4）营业收入扣除的具体情况，包括相关收入的交易背景、扣除原因、是否满足收入确认条件等，结合关联交易等情况，全面核查是否存在应扣除未扣除或不符合收入确认条件的情形。

请年审机构针对上述事项发表核查意见，并说明收入确认已实施的审计程序内容、涵盖的科目金额及比例，并对营业收入是否真实、准确，扣除是否完整发表明确意见。

公司回复：

1、2025 年度主要新增客户及关联客户的销售情况

（1）酒类板块本年度主要新增客户和关联客户的情况

①销售内容、区域、合同签署及发货、收入及回款情况

序号	主要新增客户/关联客户名称	2025 年度 营业收入 （万元）	2025 年度 回款额（万 元）	是否 新增 客户	销售主要产 品	销售区域	合同签署 时间	报告期内 第 1 笔发 货时间	报告期内 最后 1 笔 货物签收 时点	关联关系
一、主要新增客户（年度营业收入 500 万以上）										
1	广东省椰鹿康贸易有限公司	1,769.88	2,000.00	是	鹿龟酒佳品系列	广东省	2025 年 9 月 17 日	2025 年 10 月 23 日	2025 年 12 月 28 日	否
2	上海润庆供应链有限公司	1,327.40	1,500.00	是	鹿龟酒佳品系列	上海市	2025 年 8 月 21 日	2025 年 9 月 4 日	2025 年 12 月 20 日	否
3	北京路利文化科技有限公司	1,327.31	1,500.00	是	鹿龟酒佳品系列	北京市	2025 年 9 月 16 日	2025 年 10 月 22 日	2025 年 12 月 16 日	否
4	天津世诚源国际贸易有限公司	884.93	1,000.00	是	鹿龟酒佳品系列	天津市	2025 年 8 月 28 日	2025 年 9 月 4 日	2025 年 12 月 16 日	否
5	安徽美滨酒业贸易有限公司	884.92	1,022.36	是	鹿龟酒佳品系列	安徽省	2025 年 8 月 27 日	2025 年 9 月 10 日	2025 年 12 月 19 日	否
6	江苏易驾酒业有限公司	884.73	1,000.00	是	鹿龟酒佳品系列	江苏省	2025 年 9 月 12 日	2025 年 9 月 23 日	2025 年 12 月 31 日	否

7	上海益盛糖酒食品有限公司	862.81	1,000.00	是	鹿龟酒佳品系列	上海市（电商、特渠）	2025年9月12日	2025年9月16日	2025年12月30日	否
8	北京华铭榧雪商贸有限公司	708.82	800.97	是	鹿龟酒佳品系列	北京市朝阳区、怀柔区、密云区、顺义区、平谷区、东城区、通州区、大兴区	2025年8月27日	2025年9月4日	2025年12月30日	否
9	上海茅五剑贸易有限公司	681.45	770.04	是	鹿龟酒佳品系列	上海市（跨区域连锁商超）	2025年9月16日	2025年9月25日	2025年12月3日	否
10	河南豫见酱香贸易有限公司	657.07	742.68	是	鹿龟酒佳品系列	河南省焦作市、济源市、安阳市、鹤壁市、周口市、漯河市、信阳市、驻马店市	2025年11月28日	2025年12月1日	2025年12月24日	否
11	义马市源千贸易有限公司	657.04	742.5	是	鹿龟酒佳品系列	河南省郑州市、洛阳市、新乡市、三门峡市	2025年11月30日	2025年12月3日	2025年12月28日	否
12	西安酒司令商贸有限公司	479.48	541.93	是	鹿龟酒佳品系列	陕西省	2025年11月24日	2025年11月28日	2025年12月26日	否
13	湖南清文商贸有限公司	442.46	500	是	鹿龟酒佳品系列	湖南省	2025年8月27日	2025年9月4日	2025年12月29日	否
14	吉安市吉州区瑞海顺贸易有限公司	503.49	569.09	是	海王酒系列	江西省吉安地区、宜春地区	2025年8月19日	2025年8月26日	2025年12月22日	否

二、关联方客户

1	赣州市海翔酒业有限公司	4,830.41	4,939.54	否	海王酒系列	江西省（不含吉安、宜春）	2025 年度合同	2025 年 1 月 2 日	2025 年 12 月 23 日	本集团控股子公司参股股东控制的企业
2	河北樾博商贸有限公司	1,770.27	2,002.69	是	鹿龟酒佳品系列	河北省	2025 年 9 月 4 日	2025 年 9 月 9 日	2025 年 12 月 29 日	与本集团控股股东存在合作关系的自然人控制的企业
3	赣州拾友之光商贸有限公司	914.17	1,280.00	是	海王酒系列	江西省赣州市	2025 年 9 月 1 日	2025 年 11 月 14 日	2025 年 12 月 31 日	本集团子公司参股股东控制的企业
4	椰岛粮造（成都）酒业有限公司	162.46	0	否	鹿龟酒老品系列	全国（私域、电商）	2025 年 11 月 12 日	2025 年 12 月 1 日	2025 年 12 月 31 日	参股公司
5	椰岛固本（海南）酒业有限公司	5.51	6.23	是	鹿龟酒老品系列	海口团购客户	2025 年 9 月 22 日	2025 年 9 月 25 日	2025 年 10 月 20 日	联营企业

注：赣州市海翔酒业有限公司为本集团控股子公司参股股东控制的企业，在 2025 年 7 月控股子公司设立后与本公司形成关联关系。

②业务洽谈过程

公司酒类业务客户资源主要通过客户及关联方引荐、行业展会、市场化主动拓展等合规渠道获取，多维度摸排市场潜在客户资源，精准对接客户经营需求及产品采购诉求。在获取客户合作意向后，具体流程如下：

初步沟通：围绕产品规格、统一供货价格、交货周期、结算方式、质量标准等核心条款进行对接；

资质核查：为严控合作风险、保障业务合规稳健开展，公司建立完善的经销商准入机制，对意向客户开展资质与履约能力核查，重点核查客户工商登记、食品经营资质、终端渠道覆盖能力、物流仓储能力、销售团队及资金实力；

实地考察：对新增客户进行实地走访考察，核验经营真实性与履约稳定性，从源头把控客户质量；

商务谈判与签约：经客户资质核查、实地考察合格后，经多轮规范谈判，就各项合作条款达成共识，在平等自愿、市场化公允原则下，依照公司销售管理制度签订正式经销合同，明确双方权利义务、合作规则及要求；

后续执行：合作协议生效后，按合同约定组织排产、发货、结算，确保全流程合规。

③终端销售情况

海王酒系列：作为核心产品，常年合作的经销商拥有成熟的销售团队、完善的销售渠道及较强的市场推广能力，积累了稳固的终端消费客群与多元化消费场景，终端动销能力较强。伴随节假日及推广活动，市场需求持续释放，终端动销良好。根据 4 家海王酒经销商（占 2025 年度海王酒销售额约 90%）提供的截至 2026 年 6 月 30 日的库存数据统计，动销率约 99%。

鹿龟酒佳品系列：为 2025 年新上市产品。根据酒类行业分销规律，产品从一级经销商到各级分销商、终端门店，最终到终端消费者，流转需要合理周期。第四季度为传统备货旺季，经销商为应对元旦、春节消费高峰提前备货属于行业常规行为。公司同步开展央视投放广告、糖酒会、经销商答谢会等推广活动，并组建专项团队加强终端运维与渠道帮扶。目前该系列产品处于市场培育与渠道爬坡阶段，随着渠道覆盖持续深化、品牌营销势能释放，产品终端动销稳步提升，具备良好的成长性与可持续性。根据 18 家鹿龟酒佳品系列销售额 100 万元以上

经销商（占鹿龟酒佳品整体销售额 90%以上）提供的数据统计：公司 2025 年度鹿龟酒佳品系列截至 2026 年 3 月 31 日的动销率为 52.09%，截至 2026 年 6 月 30 日的动销率为 76%；基于谨慎性原则扣除存在关联关系的鹿龟酒佳品系列经销商截至 2025 年 12 月 31 日未实现销售的部分对应公司确认的 2,666.73 万元收入后（详见本回复函本题 5 的注 5），公司 2025 年度鹿龟酒佳品系列截至 2026 年 3 月 31 日的动销率为 53.95%，截至 2026 年 6 月 30 日的动销率为 79%。

④收入确认时点及结算政策

收入确认时点：酒类产品在商品发出并收到客户签收单时，商品控制权转移，公司在该时点确认收入。2025 年度公司收入确认政策一贯遵循新收入准则要求。

结算政策：公司与上述新增客户和关联方客户在海王酒系列和鹿龟酒系列产品销售结算方式为“先款后货”，实际回款情况如上表所示，整体回款良好。

⑤关联关系认定及披露、审议程序

2025 年 7 月，公司与经销商合资设立由公司控股的海南椰岛海王酒业有限公司，聘任赣州市海翔酒业有限公司实际控制人杜永球担任海南椰岛海王酒业有限公司总经理。根据实质重于形式原则，公司将杜永球实际控制的赣州市海翔酒业有限公司、赣州拾友之光商贸有限公司认定为关联方，公司向其销售的产品认定为关联交易。

2025 年 7 月，公司间接控股股东与河北樾博商贸有限公司实际控制人控制的其他主体存在合作关系，根据实质重于形式原则，公司将河北樾博商贸有限公司认定为关联方，公司向其销售的产品认定为关联交易。

公司与其他关联方的交易已在 2025 年度报告“十四. 关联方及关联交易”中披露，并于 2026 年 7 月 13 日经董事会决议通过，进行补充追认，详见公司 2026 年 7 月 14 日披露公告《关于追认日常关联交易的公告》（编号：2026-044 号），该事项已提交股东会审议通过。

⑥上述客户在 2026 年第一季度销售、退货及退出情况

序号	主要新增客户/关联客户名称	2026 年第一季度营业收入(万元)	2026 年第一季度回款额(万元)	是否退货	是否退出
一、主要新增客户（年度营业收入 500 万以上）					
1	广东省椰鹿康贸易有限公司	74.35	101.47	否	否

2	上海润庆供应链有限公司			否	否
3	北京路利文化科技有限公司	16.99	19.44	否	否
4	天津世诚源国际贸易有限公司			否	否
5	安徽美滨酒业贸易有限公司	19.82		否	否
6	江苏易驾酒业有限公司	34.59	201.20	否	否
7	上海益盛糖酒食品有限公司	21.97		否	否
8	北京华铭榧雪商贸有限公司			否	否
9	上海茅五剑贸易有限公司			否	否
10	河南豫见酱香贸易有限公司	112.24	201.49	否	否
11	义马市源千贸易有限公司	84.39	95.32	否	否
12	西安酒司令商贸有限公司	120.73	146.72	否	否
13	湖南清文商贸有限公司	275.98	412.32	否	否
14	吉安市吉州区瑞海顺贸易有限公司	184.38	260.00	否	否
二、关联方客户					
1	赣州市海翔酒业有限公司	812.93	1,254.02	否	否
2	河北樾博商贸有限公司	99.25	200.66	否	否
3	赣州拾友之光商贸有限公司	240.43	24.70	否	否
4	椰岛粮造（成都）酒业有限公司	0.61		否	否
5	椰岛固本（海南）酒业有限公司	5.48	10.09	否	否

(2) 饮料板块本年度主要新增客户和关联客户的情况

①销售内容、区域、合同签署及发货、收入及回款情况

序号	主要新增客户/关联客户名称	2025 年度营业收入 (万元)	2025 年度回款额 (万元)	是否新增客户	销售主要产品	销售区域	合同签署时间	报告期内第 1 笔发货时间	报告期最后 1 笔货款转移时点	关联关系
一、新增客户										
1	深圳市椰本饮品有限公司	200.17	294.53	是	椰岛椰子水、椰岛果汁饮品	广东、广西	2025 年 7 月 20 日	2025 年 7 月 25 日	2025 年 9 月 20 日	否
2	广州航宇食品商贸有限公司	100.78	158	是	椰岛椰子水、椰岛果汁饮品	广东	2025 年 11 月 23 日	2025 年 11 月 23 日	2025 年 12 月 17 日	否
3	衡阳主园饮品有限公司	88.18	227.59	是	椰岛椰子水、椰岛果汁饮品	湖南、湖北	2025 年 9 月 10 日	2025 年 9 月 11 日	2025 年 12 月 20 日	否
4	杭州椰本饮品有限公司	81.72	97.3	是	椰岛椰子水、椰岛果汁饮品	浙江	2025 年 8 月 1 日	2025 年 8 月 5 日	2025 年 11 月 1 日	否
5	湖南品牧优选供应链管理有限公司	79.4	89.73	是	椰岛椰子水、椰岛果汁饮品	河南	2025 年 8 月 26 日	2025 年 8 月 27 日	2025 年 11 月 26 日	否
6	南京椰上饮品有限公司	56.28	116.52	是	椰岛椰子水、椰岛果汁饮品	江苏	2025 年 9 月 22 日	2025 年 9 月 30 日	2025 年 12 月 24 日	否
7	湖南椰本饮品有限公司	50.67	107.26	是	椰岛椰子水、椰岛果汁饮品	湖南、湖北	2025 年 11 月 25 日	2025 年 11 月 30 日	2025 年 12 月 24 日	否
二、关联方客户										

1	海南椰岛雨帆食品有限公司	2,929.65	2,949.66	否	椰岛椰汁、椰岛杂粮饮品、包材	全国	2025 年度经销合同	2025 年 1 月 1 日	2025 年 12 月 27 日	见注
2	海口新城佳园物业服务有限公司	17.82	20.14	是	椰岛椰汁、椰岛椰子水、椰岛果汁饮品	海口团购客户	2025 年 7 月 18 日	2025 年 8 月 1 日	2025 年 12 月 5 日	控股股东控制的其他企业
3	椰岛固本（海南）酒业有限公司	12.23	13.82	是	椰岛椰子水、椰岛果汁饮品	海口团购客户	2025 年 9 月 8 日	2025 年 9 月 11 日	2025 年 9 月 12 日	联营企业
4	海口市智慧城市服务集团有限公司	6.99	7.9	是	椰岛椰汁	海口团购客户	2025 年 5 月 20 日	2025 年 7 月 18 日	2025 年 7 月 18 日	控股股东控制的其他企业
5	赣州拾友之光商贸有限公司	5.68	14.31	是	椰岛椰汁、椰岛椰子水	江西定制客户	2025 年 10 月 20 日	2025 年 10 月 24 日	2025 年 12 月 15 日	本集团子公司参股股东控制的企业
6	河北樾博商贸有限公司	1.02	1.02	是	椰岛椰汁、椰岛椰子水	河北团购客户	2025 年 10 月 14 日	2025 年 10 月 27 日	2025 年 12 月 26 日	与集团控股股东存在合作关系的自然人控制的企业

注：海南椰岛雨帆食品有限公司为本集团高管在近 12 个月内曾任董事的企业，2025 年 5 月该高管已经不再担任海南椰岛雨帆食品有限公司董事。

②业务洽谈过程

公司饮料业务通过市场拓展、行业展会、客户或关联方引荐等方式获取客户需求，随后按以下流程推进：双方初步沟通产品规格、供货价格、交货周期、结算方式、质量标准等；公司对客户工商信息、经营规模、行业资质等进行核查；双方多轮商务谈判，达成合作共识；双方按照公司销售管理制度规定签订经销合同或购销协议；协议生效后公司按约定组织排产、发货、结算。

③终端销售情况

公司饮料类产品为快速消费品，保质期 1 年，终端覆盖商超、便利店、社区门店、餐饮及线上渠道，市场流通性强，周转效率高，经销商及终端库存维持在合理水平。除产品质量问题外，公司不接受其他情形退货，近三年未发生非质量类退货。

④收入确认时点及结算政策

收入确认时点：饮料产品在客户提货即商品发出时，商品控制权转移，公司在该时点确认收入。2025 年度收入确认政策一贯遵循新收入准则。

结算政策：采用“先款后货”结算，回款情况良好。

⑤关联关系认定及披露、审议程序

公司与海南椰岛雨帆食品有限公司的关联方交易，已于 2026 年 4 月 29 日经董事会补充追认审议，详见公司 2026 年 4 月 30 日披露公告《关于追认日常关联交易的公告》（编号：2026-030 号）；并于 2026 年 5 月 21 日经股东会审议通过，详见公司 2026 年 5 月 21 日披露公告《2025 年年度股东会决议公告》（编号：2026-039 号）。

公司与其他关联方的交易已在 2025 年度报告“十四. 关联方及关联交易”中披露，并于 2026 年 7 月 13 日经董事会决议通过，进行补充追认，详见公司 2026 年 7 月 14 日披露公告《关于追认日常关联交易的公告》（编号：2026-044 号），该事项已提交股东会审议通过。

⑥上述客户在 2026 年第一季度销售、退货及退出情况

序号	主要新增客户/关联客户名称	2026 年第一季度营业收入（万元）	2026 年第一季度回款额（万元）	是否退货	是否退出	备注
----	---------------	--------------------	-------------------	------	------	----

一、新增客户						
1	深圳市椰本饮品有限公司			否	否	
2	广州航宇食品商贸有限公司	65.11	54.54	否	否	
3	衡阳主园饮品有限公司		-127.95	否	是	第一季度 退回预收 货款
4	杭州椰本饮品有限公司			否	否	
5	湖南品牧优选供应链管理有限公司			否	否	
6	南京椰上饮品有限公司	167.18	163.60	否	否	
7	湖南椰本饮品有限公司	306.29	330.17	否	否	
二、关联方客户						
1	海南椰岛雨帆食品有限公司	1,040.74	997.76	否	否	
2	海口新城佳园物业服务有限公司	1.34	0.41	否	否	团购客户
3	椰岛固本（海南）酒业有限公司	0.19	0.21	否	否	团购客户
4	海口市智慧城市服务集团有限公司			否	否	团购客户
5	赣州拾友之光商贸有限公司	14.79	9.02	否	否	
6	河北樾博商贸有限公司	0.34	0.34	否	否	团购客户

2、前五大供应商采购情况

(1) 酒类前五大供应商采购情况

序号	前五大供应商名称	采购产品	2025 年度采购额 (万元)	2025 年度付款额 (万元)	合同签署时间	报告期内最后 1 笔 收货时间	关联关系
1	岳阳航鸿工贸有限公司	酒瓶	5,498.40	5,487.22	2025 年度内, 分批采购、单次签约	2025 年 12 月 31 日	否
2	椰岛集团(贵州)酒业销售有限公司	成品酒	1,787.69	1,787.69	2025 年 9 月, 分批采购、单次签约	2025 年 12 月 28 日	参股公司子公司
3	安徽百世佳包装有限公司	酒盖	1,684.48	1,684.48	2025 年度内, 分批采购、单次签约	2025 年 12 月 26 日	否
4	椰岛酿造(四川)酒业有限公司	成品酒	1,496.85	1,496.85	2025 年 10 月, 分次采购, 单次签约	2025 年 12 月 30 日	否
5	贵州省仁怀市茅台镇糊涂酒业(集团)销售有限公司	成品酒、酒液	925.93	171.62	2021 年 6 月签订《合作协议书》, 2025 年 12 月签订《协议书》	2025 年 7 月 30 日	否

(2) 饮料类前五大供应商采购情况

序号	前五大供应商名称	采购产品	2025 年度采购额 (万元)	2025 年度付款额 (万元)	合同签署时间	报告期内最后 1 笔 收货时间	关联关系
1	海南省椰园实业股份有限公司	椰岛椰汁	2,254.52	2,254.52	2025 年度合同	2025 年 12 月 28 日	否

2	椰满分生物科技(海南)有限公司	椰岛椰子水、 椰岛果汁饮品	1,008.79	1,008.79	2025年7月至 2026年7月	2025年12月26日	否
3	海口椰彩食品有限公司	椰岛椰汁	607.56	607.56	2025年度合同	2025年12月30日	否
4	湖南唯乐食品科技有限公司	椰岛杂粮饮品	150.74	150.74	2025年度合同	2025年12月6日	否
5	海南椰盛食品有限公司	椰岛椰汁	68.26	68.26	2025年度合同	2025年12月12日	否

3、关联方与非关联方定价公允性及会计处理合规性

(1) 销售业务定价依据与收入确认

①定价方式

酒类与饮料产品：公司结合产品定位、目标客群及市场需求，统一制定经销价格体系与配套市场政策。所有经销商（包括关联方）客户，均严格执行公司正式下发的经销价格及相关政策，不单独开展议价，不存在利益输送和倾斜情形。

团购与定制类客户：以拓宽渠道、提升销量、消化库存、增厚盈利为导向，所有团购与定制类客户（包括关联方）按公司定价规则执行。

②收入确认政策

公司2025年度收入确认政策一贯遵循新收入准则的要求，会计处理合规。其中：酒类产品在商品发出并收到客户的签收单时，商品控制权转移，公司在该时点确认收入；饮料产品在客户提货即商品发出时，商品控制权转移，公司在该时点确认收入。

(2) 采购业务定价依据和成本确认

①定价依据：公司依据《采购管理制度》《供应商管理制度》开展采购及供应商考核工作。采购业务采用招标采购、询价采购、

单一来源采购、定点采购、零星采购等方式，考虑市场行情、产品品质、采购体量、付款及账期条款综合定价，全流程规范执行审批程序。采购定价遵守市场化与公允性原则，不存在因关联关系导致价格异常、利益输送或损害公司利益的情形。

②成本确认政策：公司采购业务按照《企业会计准则》相关规定开展会计核算。依据采购合同、验收入库、取得合规发票、款项结算等实际业务节点，规范进行采购确认、成本归集与账务核算。会计确认、计量、记录审慎合规，真实、准确、完整地反映采购业务及成本费用的实际发生情况。

（3）关联方与非关联方定价对比及公允性说明

①销售端对比

公司对酒类和饮料类经销商（包括关联方与非关联方）执行统一的经销价格体系，不因客户性质调整售价。以 2025 年度酒类和饮料的经销商为例：

A 赣州市海翔酒业有限公司为公司海王酒系列的关联方客户，主要采购“32 度海王酒（红标礼盒装）110ml”产品。该客户自 2025 年 7 月成为公司关联方起，前后期间采购价格、市场政策均保持统一，严格执行公司既定的海王酒经销价格体系及市场政策；同时，与非关联方“广西素清合贸易有限公司”和“吉安市吉州区瑞海顺贸易有限公司”采购的同型号“32 度海王酒（礼盒装）110ml”产品的价格和市场政策均一致，交易定价公允。

B 河北樾博商贸有限公司为公司鹿龟酒佳品系列的关联方客户，主要采购“33 度椰岛鹿龟酒（佳品）135ml、33 度椰岛鹿龟酒（佳品）268ml、33 度椰岛鹿龟酒（佳品）520ml”三款产品，该客户的采购价格和市场政策与本题（1）回复中新增的 13 家非关联方鹿龟酒佳品经销商除了上海益盛糖酒食品有限公司（价格一致，上海益盛因电商渠道销售故增加市场政策投入）外均一致，执行公司发布的鹿龟酒佳品经销价格体系及市场政策，交易定价公允。

C 饮料类的关联方客户“海南椰岛雨帆食品有限公司”为椰岛椰汁独家经销商，2025 年执行的价格与 2024 年一致。
公司不存在向关联方让利或收取更高价格的情形。

②采购端对比

公司对酒类和饮料类供应商（包括关联方与非关联方）统一执行采购管理制度。以 2025 年采购为例：

A 公司向关联方供应商“椰岛集团（贵州）酒业销售有限公司”采购，与其他成品酒采购方式一致，按照采购管理制度采用比价、议价方式确定。公司不存在向关联方让利、利益输送或损害公司利益的情形。

B 包装材料（酒瓶、酒盖）采购均通过招标或询价方式确定，无关联方采购交易。

C 饮料类无关联方采购交易。

③公允性结论

综上，公司销售与采购业务均遵循市场化定价原则，关联交易定价公允，不存在利用关联交易调节收入、利润或进行利益输送的情形。公司会计处理符合企业会计准则要求，相关收入、成本确认真实、准确、完整。

4、2025 年前十大股东向公司提供财务资助或战略资源共享情况

(1)截至 2025 年 12 月 31 日，前十大股东向公司提供财务资助（含借款、担保）的具体情况如下：

序号	股东名称	关联关系	支持类型	借款方或者被担保方	金额（万元）	借款利率	起始日	到期日	是否已归还	公司提供担保或抵押情况	备注
1	海口市	控股股	借款	海南椰岛（集	2,000.00	LPR	2024/12/23	2026/12/22	否	无	

	国有资产经营有限公司	东		团)股份有限公司	290.00	LPR	2025/4/18	2026/10/17	否	无	
			担保	海南椰岛投资管理有限公司	6,126.80		2016/6/30	2029/5/29	未到期	公司向控股股东提供反担保	详见公司临 2016-033 号、2016-034 号、2016-046 号公告
				海南椰岛食品饮料有限公司	703.00		2025/9/3	2027/1/11	未到期	无	全资子公司海南椰岛食品饮料有限公司向民生银行海口分行申请 1000 万元贷款（信用证），海口国资提供连带责任担保
				海南椰岛酒销售有限公司	1,000.00		2025/9/15	2026/9/15	未到期	无	全资孙公司海南椰岛酒销售有限公司向浦发银行海口分行申请 1000 万元贷款，海口国资提供连带责任担保
2	全德能源（江苏）有限公司	第二大股东	借款	海南椰岛（集团）股份有限公司	2,000.00	LPR	2023/9/27	2024/9/27	否	无	
					1,000.00	LPR	2024/6/27	2025/6/27	否	无	
					1,000.00	LPR	2024/7/9	2025/7/9	否	无	
					3,000.00	LPR	2024/7/12	2025/7/12	否	无	
					1,000.00	LPR	2024/7/25	2025/7/25	否	无	

（2）前十大股东提供战略资源共享情况

2025 年，公司前十大股东之一北京欧德天成科技发展有限公司（以下简称“欧德天成”）的实际控制人与公司间接控股股东存在合作关系，欧德天成实控人涉及的经营业务涵盖机械制造、食品销售等领域。基于良好的合作基础，欧德天成为公司推荐优质客户资源。

公司按照《销售管理制度》对推荐的意向经销商开展资质与履约能力核查，与符合条件的经销商签订年度经销合同。所有经销价格和市场政策均按照公司统一发布的经销价格体系和市场政策文件执行，交易价格公允，无任何附加条件，不存在利益倾斜情形。

报告期内，通过上述战略资源共享推荐并达成经销合作业务对 2025 年度收入的贡献如下：

序号	客户名称	2025 年度营业收入（万元）	截至 2026 年 6 月 30 日动销率	销售主要产品
1	河北樾博商贸有限公司	1,771.29	96%	鹿龟酒佳品系列及饮料
2	广东省椰鹿康贸易有限公司	1,769.88	68%	鹿龟酒佳品系列
3	北京路利文化科技有限公司	1,327.31	60%	鹿龟酒佳品系列
4	天津世诚源国际贸易有限公司	884.93	95%	鹿龟酒佳品系列
5	江苏易驾酒业有限公司	884.73	90%	鹿龟酒佳品系列
6	上海益盛糖酒食品有限公司	862.81	95%	鹿龟酒佳品系列
7	上海茅五剑贸易有限公司	681.45	27%	鹿龟酒佳品系列
8	河南豫见酱香贸易有限公司	657.07	55%	鹿龟酒佳品系列
9	义马市源千贸易有限公司	657.04	79%	鹿龟酒佳品系列
10	西安酒司令商贸有限公司	479.48	89%	鹿龟酒佳品系列
11	厦门洛昭迅酒业有限公司	262.82	60%	鹿龟酒佳品系列
12	北京金厚网络科技有限公司	254.88	81%	鹿龟酒佳品系列
合计		10,493.69	76%	

注：以上动销率根据经销商提供的截至 2026 年 6 月 30 日的库存数据测算。

上述客户均为 2025 年新增经销商，其业务洽谈、合同签署、定价及收入确认均遵循公司统一制度执行。上述收入合计占公司 2025 年度营业收入（3.71 亿元）的 28%，上述交易均按公允价格执行，不存在利益输送或收入虚增情形。

5、营业收入扣除的具体情况

2025 年度营业收入扣除金额 3,620.86 万元，主要项目如下：

序号	项目		2025 年度营业收入（万元）	说明
1	正常经营之外的其他业务收入	出租资产收入	441.46	注 1
2		销售半成品酒液收入	105.04	注 2
3		销售原材料包材收入	132.73	注 3
4		其他零星收入	25.42	
5	未形成或难以形成稳定业务模式的业务所产生的收入	草本酱酒销售收入	223.28	注 4
6		封坛酒保管费收入	26.20	
7	其他不具有商业合理性的交易或事项产生的收入	关联方及其他销售收入	2,666.73	注 5
营业收入扣除项目合计金额			3,620.86	

注 1：出租资产收入主要为以下项目：

①老城塑框厂租赁收入 279.36 万元：根据公司与海南恒城置业有限公司签订的租赁合同，公司将老城塑框厂的土地和厂房对外出租，收取的租金收入。

②中山饮料厂场地占用赔偿金 85.19 万元：该收入来源于中山椰岛饮料有限公司清算相关事项的占用赔偿金（场地租金）。2025 年 9 月 26 日，中山市第一人民法院裁定认可清算组制定的清算方案，裁定中山饮料厂土地、厂房等不动产按现状移交海南椰岛管理和收益。根据该院（2017）粤 2071 民初 7369 号之一《民事判决书》约定，神力劲（广东）食品有限公司按 18.57 万元/月支付厂房占用费。该款项截至 2025 年 7 月已由对方支付至中山椰岛饮料有限公司清算组账户；自 2025 年 8 月起，海南椰岛开始收取该笔场地占用赔偿金（场地租金），本期累计确认相关收益 85.19 万元。

③药谷厂区光伏发电场地租赁收入 22.6 万元，系公司利用药谷厂房屋顶建设分布式光伏电站，将部分场地转租给合作方开展光伏发电运营而收取的租金收

入。

④其他租赁收入：主要为公司对外出租龙华路商铺实现租赁收入约 30 万元、车位租赁收入约 14 万元等零星收入。

注 2：本期销售半成品酒液 105.04 万元，系 2025 年公司委托椰岛酿造（四川）酒业有限公司生产部分品规海王酒，同时向该公司销售海王酒配料液，用于其调配海王酒产品生产。根据酒液销售合同，公司收到货款后交付酒液，货权交付控制权转移后确认收入。

注 3：本期销售原材料包材收入 132.73 万元，主要系公司向关联方海南椰岛雨帆食品有限公司销售定制空罐、标签、纸箱等包装辅料 131.06 万元。

注 4：本期销售草本酱酒收入 223.28 万元，该部分产品系向参股关联方采购并对外销售，目前公司尚未搭建成熟的酱酒专业销售团队，未建立常态化、稳定的酱酒经营模式，基于谨慎性原则将该部分收入作为未形成稳定业务模式的收入列报。

注 5：关联方及其他销售收入 2,666.73 万元，系公司鹿龟佳品系列部分销售给存在关联关系的经销商以及关联方从个别经销商购买公司产品，基于谨慎性原则，相应经销商截至 2025 年 12 月 31 日未实现销售的部分对应公司确认的收入予以扣除。

公司结合报告期内各类收入、关联交易及营业收入扣除规则开展核查：公司的租赁收入、半成品酒液销售收入、原材料及包材销售收入，均签订合法有效的业务合同，在客户取得商品控制权、履约义务完成后确认收入，符合《企业会计准则第 14 号-收入》相关规定。草本酱酒收入因尚未形成稳定经营模式、向关联方销售鹿龟酒佳品系列产品时未实现对外销售部分对应公司确认的收入，公司均基于谨慎性原则依规列报为营业收入扣除项。

经公司全面核查，除了上述扣除项目外，不存在应扣除未扣除或不符合收入确认条件的情形。

年审机构意见：

1、核查程序

我们执行的主要审计程序如下：

（1）我们了解、测试并评价公司与销售和收款相关的内部控制的设计与运行有效性，包括经销商准入、合同审批、发货签收等关键控制点；

（2）我们获取了酒类、饮料板块主要新增客户及关联客户的销售合同、发票、出库单、货物运输验收单（签收单）、回款流水及记账凭证，检查合同关键条款（交付、定价、结算、退换货等），判断收入确认方法是否符合企业会计准则的规定；

（3）我们按照抽样原则对主要客户（含新增客户及关联客户）函证应收账款余额及本期销售额，选取部分经销商实地走访，核查交易资金流向，核实交易真实性及合理性；

（4）我们获取了前五大及主要供应商采购合同、入库单、验收单、发票及付款流水，对相关单据进行了检查，并对主要供应商实施了函证程序，同时检查了采购定价制度的执行情况；

（5）针对关联方销售和采购交易，结合同类产品与非关联方的交易价格及毛利率，分析其定价的公允性；

（6）我们获取前十大股东名单及关联关系，检查借款、担保协议及反担保文件；询问管理层战略资源共享相关情况，检查被推荐客户的经销合同及价格，确认是否执行统一价格体系；

（7）我们逐项检查了出租资产收入、半成品酒液及包材销售收入、草本酱酒收入、关联方销售收入等的交易背景、合同、收入确认凭证及回款记录，对照营业收入扣除相关规定，检查是否存在应扣除而未扣除情形；

（8）我们分析了主要产品毛利率及客户变动；选取资产负债表日前后收入交易样本，核对出库单及签收单，评价收入是否记录在恰当的会计期间；

（9）我们检查了关联关系认定依据，确认关联交易是否在财务报表附注中规范地披露；

（10）我们了解了退货流程及相应的会计处理，评价会计处理的准确性；检查退货对应的单据，包括退货审批单、入库单据等，核实其真实性。

2、核查意见

经审计，除 2025 年度个别关联交易未在交易发生前履行审议程序（公司已 于 2026 年 4 月和 7 月补充履行了相关审议程序）外，我们未发现主要新增客户

及关联客户的销售存在重大异常、收入确认不符合企业会计准则、关联交易定价不公允的情形；未发现前五大供应商采购交易不真实或采购定价明显不公允的情形；未发现前十大股东提供的财务资助及战略资源共享存在损害公司利益或定价不公允的情形；未发现营业收入扣除项目存在应扣除而未扣除或不符合收入确认条件的情形；未发现本期收入确认存在不真实、不准确或不符合企业会计准则规定的情形（前期差错更正事项已追溯调整）。

二、关于成本及毛利率。年报显示，2025 年度营业成本 2.3 亿元，同比增加 1.09 亿元，增幅 89.76%，销售费用同比增长 13.51%，管理费用、研发费用同比减少 14.64%、2.58%。主营酒类业务中，鹿龟酒系列营业收入同比增长 1,582.37%， 营业成本同比增长 2,172.31%，毛利率同比下降 14.27%。海王酒系列营业收入同比增长 57.67%，营业成本同比增长 40.05%，毛利率同比增长 7.52%。

请公司：（1）结合不同酒类产品的成本结构、销售区域、原材料及产品价格波动等，量化分析各项业务收入、成本及毛利率大幅变动的原因，并说明与同行业可比公司是否存在显著差异，相关影响因素是否可持续，重点说明各项酒类业务收入均大幅增长的情况下，海王酒系列毛利率同比上升、鹿龟酒系列毛利率同比下降的具体原因；（2）补充披露 2025 年推出的鹿龟酒佳品系列的具体业务模式、主要成本与费用构成，与原有鹿龟酒系列产品差异、单价、毛利率等方面的对比情况；（3）补充披露销售费用的具体构成、相关支出的会计处理是否符合会计准则；（4）结合管理费用、研发费用明细和报告期内收入、销量大幅增长的生产经营情况，说明管理费用、研发费用同比下降是否合理。

请年审机构就上述事项发表核查意见，并说明相关成本、费用的会计处理是否符合会计准则的规定。

公司回复：

1、2025 年度收入成本及毛利率情况

（1）2025 年收入、成本及毛利率分析

单位：万元

项目	2025 年度			2024 年度			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%	营业收入%	营业成本%	毛利率

酒类	32,708.15	19,208.75	41.27	12,735.10	7,768.77	39.00	156.83	147.26	增加 2.27 个百分点
食品饮料	3,681.40	3,439.53	6.57	4,501.17	4,269.03	5.16	-18.21	-19.43	增加 1.41 个百分点
其他	730.86	387.86	46.93	284.43	101.92	64.17	156.95	280.54	减少 17.24 个百分点
合 计	37,120.41	23,036.14	37.94	17,520.70	12,139.72	30.71	111.87	89.76	增加 7.23 个百分点

2025 年度营业收入 3.71 亿元，同比上年同期增长 111.87%，主要为本期公司坚定落地“双大单品”发展战略，深耕海王酒、鹿龟酒两大核心产品，集中优势资源拓展市场布局与产品升级，实现酒类销售收入大幅增长，成为营收增长的核心驱动力；饮料收入同比减少 18.21%，系受市场竞品持续加码、行业竞争加剧等影响，销售同比下滑；其他类收入同比增加 156.95%，主要是本期公司租赁业务及原材料销售收入增加所致。因此，整体营业收入同比上年同期出现较大增幅。

2025 年度营业成本 2.30 亿元，同比增幅 89.76%，主要随营业收入增长同步变动，与业务规模增长相匹配。

2025 年平均毛利率 37.94%，同比上年同期 30.71%增加 7.23 个百分点，盈利水平有所优化，依托营收占比最高的酒类产品毛利率小幅抬升，带动公司整体毛利空间扩大。

(2) 2025 年酒类收入、成本及毛利率分析

单位：万元

品类	2025 年度			2024 年度			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%	营业收入%	营业成本%	毛利率
鹿龟酒	17,568.50	9,656.85	45.03	1,044.27	424.98	59.3	1,582.37	2,172.31	减少 14.27 个百分点
海王酒	12,448.92	7,444.51	40.20	7,895.75	5,315.43	32.68	57.67	40.05	增加 7.52 个百分点

白酒	1,319.64	1,122.62	14.93	2,573.22	1,017.32	60.47	-48.72	10.35	减少 45.54 个百分点
其他酒类	1,371.09	984.77	28.18	1,221.86	1,011.04	17.25	12.21	-2.60	增加 10.93 个百分点
合计	32,708.15	19,208.75	41.27	12,735.10	7,768.77	39.00	156.83	147.26	增加 2.27 个百分点

收入变动分析：2025 年度酒类收入的增长，主要为鹿龟酒佳品系列和海王酒系列的增长；受宏观环境及消费场景变化影响，高端及次高端白酒动销承压，白酒销售大幅下滑，其他酒类收入规模基本稳定。

毛利率分析：2025 年主推占比较高的鹿龟酒佳品系列定位中端消费群体和消费场景，销售毛利率低于原有鹿龟酒产品毛利率；海王酒因策略调整执行新价格及市场政策，以及原材料成本降低、产量增加摊薄成本致单位生产成本降低，整体销售毛利率提高；受宏观环境及消费场景变化影响，白酒库存去化采取折价销售策略，叠加本期高毛利产品退货反向推高当期营业成本占比、压缩毛利水平，白酒毛利率大幅降低。

（3）2025 年鹿龟酒和海王酒成本构成

单位：万元

序号	成本构成	鹿龟酒				海王酒			
		2025 年度	项目占比%	2024 年度	项目占比%	2025 年度	项目占比%	2024 年度	项目占比%
1	原辅材料(含外购成品)	7,686.74	79.60	336.80	79.25	5,969.78	80.19	4,212.58	79.25
2	人工成本	849.07	8.79	40.37	9.50	629.33	8.45	504.90	9.50
3	制造费用	662.91	6.86	25.20	5.93	491.35	6.61	315.18	5.93
4	燃料动力	35.55	0.37	2.09	0.49	26.35	0.35	26.17	0.49
5	运费	422.58	4.38	20.52	4.83	327.70	4.40	256.60	4.83
合计		9,656.85	100.00	424.98	100.00	7,444.51	100.00	5,315.43	100.00

①鹿龟酒成本构成：2024 年基数极低，2025 年产能快速提高形成规模效应人工成本和燃料动力占比得以降低。

②海王酒成本构成：2025 年销量增长充分发挥了规模效应，固定成本被持续摊薄，运营效率优化进一步降低成本。

③成本优化持续性分析：随着后续两大核心产品市场拓展的持续推进、产销规模的进一步扩大，产能利用率将持续提升，规模效应的摊薄作用将持续体现，叠加供应链管理、生产效率优化等措施，成本控制和优化效果将持续显现。

(4) 2025 年鹿龟酒和海王酒销售区域分析

单位：万元

地区	鹿龟酒营业收入			海王酒营业收入		
	2025 年度	2024 年度	增减率%	2025 年度	2024 年度	增减率%
华东地区	6,484.94	349.14	1,757.40	81.38	-347.55	123.42
华中地区	1,465.10	515.50	184.21	6,323.09	3,682.94	71.69
华北地区	5,933.73	6.54	90,629.82	247.14	21.74	1,036.80
华南地区	2,634.75	173.04	1,422.62	5,714.95	4,492.70	27.21
西南地区	329.97	0.05	659,840.00	18.23	45.92	-60.30
其他地区	720.01			64.13		
合计	17,568.50	1,044.27	1,582.37	12,448.92	7,895.75	57.67

①鹿龟酒区域性分析

2025 年鹿龟酒销售实现全国性爆发式增长，各区域市场多点开花、增长势能强劲。核心优势区域持续发力，依托品牌长期沉淀的市场基础，华东、华南地区增长幅度突出，佳品系列产品在成熟市场深度渗透实现存量市场大幅增量。同时，公司加速全国化渠道布局，全新开拓华北、西南等空白市场，实现突破性增长，西南地区从近乎空白的市场基数实现营收突破，充分打开北方及西南增量空间。目前，鹿龟酒已覆盖华东、华中、华北、华南、西南及其他区域，虽然西南和其他区域当前销售体量相对较小，但标志着产品全国性销售网络已初步搭建完成，彻底打破原有区域局限，完成全国市场初步布局。

②海王酒区域性分析

海王酒作为公司成熟核心产品，2025 年延续稳健增长态势，整体营收同比增长，呈现“核心市场深耕提质、新兴市场破局拓展”的良好格局。华中和华南作为海王酒传统核心存量市场，市场认可度高、渠道体系成熟，公司持续深耕精

细化运营，实现存量市场稳步增量，持续贡献核心营收基本盘。在此基础上，公司持续推进全国化扩张，积极开拓新兴增量市场，华东（江苏）、华北（河南）、西南（重庆）及新疆等其他区域客户资源逐步拓展，渠道网点持续落地，新兴市场逐步实现从无到有、从弱到强的突破，市场覆盖范围持续扩大，进一步完善全国化销售布局。

③销售的持续性分析

公司两大酒类产品的区域销售增长具备极强的可持续性，具体分析如下：

A 成熟市场深度挖掘空间充足：华东、华南、华中等传统优势区域拥有深厚的品牌积淀、稳定的消费群体和一定的渠道网络，目前市场渗透率仍有提升空间，后续通过产品升级、渠道精细化运维、终端动销赋能，可持续实现存量增量，保障核心营收基本盘稳定增长。

B 新兴增量市场势能持续释放：鹿龟酒新开拓的华北、西南市场，以及海王酒布局的华东、华北、西南、新疆等新兴区域，目前仍处于市场培育初期，基数较低、增长空间广阔，随着渠道网点持续铺设、品牌推广持续落地、客户资源不断积累，后续将持续释放增量业绩，成为公司营收增长的新引擎。

C 全国化销售网络基本成型：公司已完成两大核心产品全国多区域的市场覆盖，彻底摆脱单一区域依赖，多元化、全国化的市场格局有效对冲单一区域市场波动风险，销售结构愈发稳健。

综上，随着战略赋能持续加持，公司坚定推行“双大单品”战略，持续集中资源聚焦两大核心产品，从产品升级、市场推广、渠道建设、客户扶持多维度赋能终端，随着规模效应持续显现、渠道体系不断完善，两大产品全国市场占有率将持续提升，销售增长具备长期可持续性。

（5）2025 年海王酒原材料价格波动对毛利率的影响

由于鹿龟酒佳品系列为 2025 年新上市品规，故不做原材料价格波动分析。

海王酒主要原材料和包材价格波动对比如下：

序号	品类		计量单位	2025 年度平均单价(元)	2024 年度平均单价(元)	增减幅度%
1	原材料	玉米酒精	公斤	7.27	8.04	-9.58
2		白砂糖	公斤	6.13	6.56	-6.55
3	包材	海王酒外箱 1	套	1.92	2.20	-12.73
4		海王酒外箱 2	个	1.86	2.07	-10.14

5		海王酒外箱 3	个	1.80	1.89	-4.76
---	--	---------	---	------	------	-------

2025 年度，海王酒主要原材料玉米酒精、白砂糖及部分包装材料单价较 2024 年均出现不同幅度下降，整体采购成本管控效果良好。原材料与包材价格下行有效降低产品单位生产成本，进而推动海王酒毛利率实现提升，对产品毛利率形成正向贡献。

未来公司将持续从严管控原材料及包材采购环节，通过强化询比价管理、优化支付方式与账期等手段深化商务谈判；同时依托生产规模扩大进一步提升议价能力，多措并举压降采购成本，助力各类产品毛利率持续改善。

(6) 2025 年鹿龟酒和海王酒产品价格及政策对毛利率的影响

①鹿龟酒价格及政策

2024 年公司鹿龟酒销售以高毛利老品为主，其产品定价和中高端市场匹配度高，整体产品毛利率水平相对较高。2025 年为了促进市场销售、加大促销力度，原有高毛利鹿龟酒产品销售占比回落，综合拉低了老品鹿龟酒毛利率。

鹿龟酒佳品系列面向中档大众消费群体，以流通、餐饮为核心消费场景，于 2025 年 9 月正式上市。结合该产品定位、目标消费群体特征及市场实际需求综合审慎制定并发布经销价格体系及配套市场政策，并在全国各销售区域严格遵照执行。鹿龟酒佳品系列作为中档产品定价策略适配产品推广需求和消费场景。

根据制定的价格和市场政策实现销售，鹿龟酒分类收入和毛利率如下：

单位：万元

序号	品规	2025 年			2024 年			变动率		收入占比%	
		营业收入	营业成本	毛利率%	营业收入	营业成本	毛利率%	营业收入%	毛利率	2025 年度	2024 年度
1	鹿龟酒（佳品）系列	15,261.87	8,378.27	45.10						86.87	
2	鹿龟酒（除佳品外）	2,306.63	1,278.58	44.57	1,044.27	424.98	59.30	120.88	减少 14.73 个百分点	13.13	100
合计		17,568.50	9,656.85	45.03	1,044.27	424.98	59.30	1582.37	减少 14.27 个百分点	100.00	100

从上述数据分析：2024 年鹿龟酒业务整体销售规模较小，收入全部来源于中高端老品系列，高毛利老品单一占据全部销售结构，使得 2024 年整体毛利率

处于较高水平。

2025 年，公司依托新品拓展推动鹿龟酒业务规模大幅增长，产品销售结构发生根本性变化：一是新上市的鹿龟酒佳品系列成为营收主力，收入占比达 86.87%，该系列作为中档大众产品，定价贴合中端消费市场，其毛利率（45.10%）显著低于传统中高端老品；二是原有中高端鹿龟酒产品销售占比大幅回落至 13.13%，且为适配市场拓展节奏公司适度加大老品市场促销力度，进一步拉低老品鹿龟酒毛利率。

受上述双重因素叠加影响，2025 年鹿龟酒整体毛利率为 45.03%，较 2024 年的 59.30%同比下降 14.27 个百分点。本次毛利率变动主要系公司产品结构优化、新品战略落地及市场化销售策略调整所致，符合公司市场拓展与行业商业逻辑，具备充分的合理性与真实性。

②海王酒价格及政策

公司自 2024 年 5 月发布海王酒全新产品价格及配套市场政策，对海王酒经销体系价格及市场政策进行适度优化上调，进一步增厚厂家利润空间，为产品毛利率提升奠定政策基础。2025 年 7 月再次调整市场政策兑现方式但价格和总政策比例不变。

海王酒两次价格 and 政策的调整，其目的是实现海王酒经营逻辑从“大区域招商”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。

海王酒自 2024 年下半年逐步开始落地经销商执行新价格与市场政策，2025 年新价格政策全面稳定实施、成效充分释放，因此 2025 年海王酒毛利率较上年同期实现较大增长。

③价格及政策持续性分析

鹿龟酒和海王酒定价逻辑明确、价格和市场政策发布后全国统一执行，定价政策具备合规性、合理性与连续性，有效维护产品销售渠道秩序与全国价格体系稳定，保障市场拓展有序推进，对产品销售毛利率形成持续性的正向影响。

(7) 销售模式对毛利率的影响分析

渠道类型	2025 年度酒类			2024 年度酒类		
	销售收入 (万元)	销售量 (千升)	平均单价 (万元/千)	销售收入 (万元)	销售量 (千升)	平均单价 (万元/

			升)			千升)
直销 (含团购)	1,148.18	182.54	6.29	961.91	92.07	10.45
经销代理	31,559.97	12,723.63	2.48	11,773.19	5,709.44	2.06
合计	32,708.15	12,906.17	2.53	12,735.10	5,801.51	2.20

从酒类销售模式来看，直销（团购）模式直达终端客户或消费者，销售均价较高，但需自主承担市场推广、客户维护等各项市场费用，销售投入成本相对较高；经销模式面向区域经销商，虽然销售链路精简，但需预留合理的经销商利润用于保障经销商市场拓展、渠道维护及终端动销投入，产品平均售价相对更低。2025 年度酒类平均销售单价高于 2024 年度平均单价，对公司酒类业务销售毛利率提升形成正向贡献。

（8）与同行业可比公司对比分析

公司选取黄酒类上市公司的毛利率数据作为参考（因公司海王酒、鹿龟酒属于保健酒/露酒范畴，与黄酒有一定相似性）：

序号	公司名称	2025 年毛利率	2024 年毛利率	增减变动
1	会稽山	58.45%	52.75%	增加 5.70 个百分点
2	金枫酒业	44.17%	43.25%	增加 0.92 个百分点
3	古越龙山	37.39%	37.47%	减少 0.08 个百分点

从上述数据分析，相似行业公司毛利率以上涨为主，公司海王酒毛利率上涨（+7.52 个百分点）与行业趋势基本一致。

公司鹿龟酒毛利率下降（-14.27 个百分点）与行业趋势存在差异，主要原因是公司产品结构主动调整（新增中档佳品系列并大幅放量）。公司产品品类、经营模式与上述黄酒上市公司存在差异，毛利率变动符合公司自身业务实际情况，具备合理性。

2、2025 年鹿龟酒佳品系列的业务模式及成本情况

（1）鹿龟酒佳品系列的业务模式

鹿龟酒佳品系列产品由公司负责全程研发、生产、销售推广，具体业务模式如下：

①产品研发方面：鹿龟酒作为公司核心产品，曾因产品药味浓郁、色泽偏深、甜度偏高的特性，导致消费者对于该产品的认知受限。2025 年 9 月公司根据市场需求在原有鹿龟酒产品基础升级推出鹿龟酒佳品系列。本次产品迭代

是通过优化工艺，改善产品滋味和色泽，降低甜度，以期获得健康饮酒的新倡导及消费者认可。

②生产采购方面：公司酒类业务实行以销定产模式，依据销售订单向生产中心下达生产计划；生产中心结合产能需求，向采购部提报采购需求；采购部严格遵照《供应商管理制度》开展供应商考核，依据《采购管理制度》，在合格供应商名录内通过询价、比价、洽谈确定合作方及采购价格，完成原辅材料、包装材料等物资采购；生产中心结合生产计划与物资到货进度，统筹组织生产。

③运营团队方面：公司鹿龟酒佳品系列销售业务实行专业化独立运营模式，由全资子公司海南椰岛生活家商业运营管理有限公司组建运营团队，全权负责该系列产品的市场运营工作。该子公司聘请具备丰富酒类行业销售经验的专业人才出任总经理，统筹整体运营管理工作，并针对性搭建专业化职能部门，专项负责鹿龟酒佳品系列的渠道招商、市场推广、品牌建设与宣传等全链条业务，各职能部门分工清晰、形成高效协同的运营体系。其中：销售部负责全国各省市区域的渠道招商、线下市场推广以及各项销售业务落地推进工作；销售服务部主要对接一线销售人员，统筹处理经销商合作全流程配套服务工作，涵盖销售合同对接、货款回款、订单审核、发货统筹、市场费用管控等，保障销售业务有序运转；品牌部专注于鹿龟酒佳品系列的品牌体系建设与传播推广，主要负责品牌策划、广告制作与投放、行业展会策划等，持续提升产品品牌知名度与市场影响力。

④经销模式方面：鹿龟酒佳品系列为依托椰岛鹿龟酒品牌积淀、结合市场需求打造的升级迭代产品。通过股东推荐优质客户、行业展会或市场化主动拓展等渠道开展经销招商，采用区域经销商代理为主的销售模式，签订年度经销合同划定经销区域与经营渠道，借力经销商资源深耕各地市场。渠道端实行全渠道运营布局，线下进驻主流商超、连锁便利店、烟酒店、餐饮门店等线下核心消费场景，同时入驻胖东来、盒马等知名零售终端；线上同步布局各大电商平台。鹿龟酒佳品系列依托完善的经销网络与多元化渠道组合，高效完成产品市场推广与销售落地。

（2）鹿龟酒佳品系列的成本费用和毛利率分析

①成本费用构成

单位：万元

序号	成本费用项目	2025 年度 鹿龟酒（佳品）	项目占比%	2025 年度 鹿龟酒（除佳品外）	项目占比%
1	原辅材料	6,663.01	79.53	1,023.73	80.07
2	人工成本	735.99	8.78	113.08	8.84
3	制造费用	574.62	6.86	88.29	6.91
4	燃料动力	30.82	0.37	4.73	0.37
5	运费	373.83	4.46	48.75	3.81
合计		8,378.27	100.00	1,278.58	100.00

鹿龟酒佳品系列通过优化工艺改善滋味和色泽，降低甜度，但与原有鹿龟酒生产工艺及流程保持同源，原辅材料、人工、制造、燃料动力等各项成本占比基本持平，成本管控标准保持一致。由于佳品系列销量规模更大、销售覆盖区域更广，物流运输费用占比略高于原有产品。

②毛利率对比

2025 年作为中档产品定位的鹿龟酒佳品系列收入占主流，其面向中档大众消费群体，以流通、餐饮为核心消费场景，产品定价和毛利率符合目标客户定位和消费场景。

2024 年公司鹿龟酒销售结构以高毛利老品为主，整体产品毛利率水平相对较高，但 2025 年老品鹿龟酒产品为了促进市场销售加大促销力度，毛利率有所回落。

鹿龟酒产品的具体毛利率对比详见本题 1（6）①的回复。

③平均单价对比

序号	品类	2025 年			2024 年		
		平均单价 (万元/吨)	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)
1	鹿龟酒（佳品）	3.21	4,754.04	15,261.87			
2	鹿龟酒（除佳品外）	3.79	608.85	2,306.63	4.73	220.98	1,044.27

鹿龟酒佳品系列面向中档大众消费群体，以流通、餐饮为核心消费场景。结合产品定位与市场环境制定价格，定价策略适配新品推广需求，其平均售价低于原有中高端鹿龟酒产品。

2025 年佳品系列销量（4,754.04 吨）远超老品（608.85 吨），成为鹿龟酒收入主力，推动整体平均单价 2025 年度较 2024 年度较大幅度下降。该变动系公司经营策略调整所致，属于正常阶段性结构性波动，具备商业合理性。

3、销售费用分析

2025 年度销售费用 3,583.74 万元，同比上年同期的 3,157.33 万元增幅 13.51%，主要为职工薪酬、广告及业务宣传费、折旧费增加所致，主要明细如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	增减额	增减率%
职工薪酬	1,735.20	823.55	911.65	110.70
促销及服务费	350.88	1,748.69	-1397.81	-79.93
广告及业务宣传费	645.11	130.10	515.01	395.86
仓储费	227.39	211.11	16.28	7.71
折旧费	203.26		203.26	
会议及展览费	212.61	49.10	163.51	333.01
其他	209.29	194.78	14.51	7.44
合计	3,583.74	3,157.33	426.41	13.51

①职工薪酬：2025 年公司大力拓展酒类销售业务，扩充销售团队，年末销售人员由 2024 年末 41 人增至 101 人，人工成本相应上升；同时销售规模增长，业绩提成同步增加。

②广告及业务宣传费：2025 年为了推进品牌宣传和助力新品上市，公司投入了央视和地方卫视广告宣传及产品品鉴等费用增加。

③折旧费：2025 年公司与糊涂集团合作分歧妥善解决，椰岛糊涂购销业务恢复开展，原租赁其基酒仓库形成的使用权资产折旧，由管理费用重分类至销售费用列报。

④会议费展览费：为拓展销售渠道、提升产品销量，公司参加糖酒会、举办经销商大会等活动，相关展会及会议费用投入增加。

⑤促销及服务费：为了快速促进经销商自主开展终端促销、提高市场响应效率快速实现动销，公司 2025 年优化市场费用结构改以随货搭赠为主，故促销服务费同比大幅减少。

公司销售费用严格遵循《企业会计准则》相关规定，按照权责发生制在发生时确认为期间费用计入当期损益，各项费用核算、科目重分类列报均结合实际业

务实质处理，会计处理符合企业会计准则及相关要求。

4、管理费用和研发费用分析

(1) 管理费用分析

2025 年度管理费用 5,209.21 万元，同比上年同期 6,102.86 万元降幅 14.64%，
明细如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	增减额	增减率%
职工薪酬	3,288.67	3,649.39	-360.72	-9.88
折旧费	783.24	994.59	-211.35	-21.25
咨询服务及会议费	420.39	266.52	153.87	57.73
办公及差旅费	69.52	114.24	-44.72	-39.15
无形资产摊销	40.31	101.60	-61.29	-60.32
存货损失	37.12	67.90	-30.78	-45.33
业务招待费	35.21	66.17	-30.96	-46.79
装修改良费	38.85	52.59	-13.74	-26.13
其他	495.90	789.86	-293.96	-37.22
合计	5,209.21	6,102.86	-893.65	-14.64

报告期内公司收入、销量实现大幅增长，管理费用同比下降 14.64%，系公司优化管理体系、推进降本增效的结果，具备充分合理性，具体说明如下：

①管理架构优化与降本增效成效显著:公司通过精简优化人员结构，推动职能团队向市场销售服务转型，管理人工成本同比下降 9.88%；同时严控日常管理支出，办公差旅、业务招待等费用同比大幅下降，降本增效措施有效落地，管理运营效率显著提升。

②会计列报调整折旧费同比下降:本期公司与糊涂集团合作分歧妥善解决，椰岛糊涂购销业务恢复开展，原租赁其基酒仓库形成的使用权资产折旧，由管理费用重分类至销售费用列报。

③专项咨询服务费用增加，对冲部分降本影响:本期公司为解决广告诉讼、中山饮料项目清算、上海企业土地权益等专项事项，相关法律及咨询服务费同比增长 57.73%，一定程度上对冲了其他项目的费用下降，反映了公司对历史遗留问题的主动化解，并非管理投入的弱化。

④费用变动与业务发展阶段相匹配:报告期内公司收入、销量增长主要依托成熟产品市场拓展与产能释放,当期管理工作聚焦于流程优化、内控完善及历史问题化解,未新增大额管理类资本性支出或扩张性投入。管理费用下降是公司精细化管理、降本增效的直接体现,不存在因费用压缩导致管理职能弱化的情形,变动与经营实际相匹配。

⑤会计处理合规性说明:公司管理费用严格遵循《企业会计准则》相关规定,按权责发生制原则据实归集、核算与列报,各项费用的确认、计量及重分类均基于业务实质,会计处理合规,不存在跨期确认、混淆费用性质等情形。

综上,本期管理费用同比下降是公司优化管理体系、推进降本增效的综合结果,具备合理性。

(2) 研发费用分析

2025 年度研发费用 522.90 万元,同比上年同期的 536.73 万元降幅 2.58%,明细如下:

单位: 万元

项目	2025 年度	2024 年度	增减额	增减率%
职工薪酬	368.84	429.35	-60.51	-14.09
折旧费	69.79	19.46	50.33	258.63
技术服务费	13.22	10.93	2.29	20.95
差旅费	3.29	6.95	-3.66	-52.66
原材料	1.31	3.63	-2.32	-63.91
其他	66.45	66.41	0.04	0.06
合计	522.90	536.73	-13.83	-2.58

报告期内公司收入、销量实现大幅增长,研发费用小幅下降 2.58%,系研发体系优化与业务阶段特征共同作用的结果,具备合理性:

①职工薪酬下降是费用变动的核心原因:公司结合研发项目周期、技术储备及降本增效目标,对研发团队进行结构性优化,研发人员由 2024 年末 29 人精简至 2025 年末 25 人,职工薪酬同比减少 60.51 万元,降幅 14.09%,是研发费用整体下降的主要驱动因素。本次人员优化聚焦于提升人均效能,核心研发团队保持稳定,未影响正常研发工作开展。

②费用结构调整,折旧与技术服务投入同步增加,研发投入实质未弱化:公

司为保障产品品质与工艺稳定性，增加对现有研发设备及检测设施的投入增加原值进而计提折旧增加；技术服务的投入亦有所增加。两项投入增加在一定程度上对冲了职工薪酬的下降，体现了公司研发投入的结构性优化，并非研发活动的整体收缩。

③研发投入与业务发展阶段相适应，未因营收增长而盲目扩张投入：报告期内公司收入、销量大幅增长，主要依托产品的市场推广、渠道拓展等销售行为而实现。公司研发工作以“降本增效、提升产品竞争力”为核心，通过优化团队、调整投入结构，在保障研发效能的前提下实现成本合理压降，不存在研发停滞或投入不足的情形。

④会计处理合规性说明：公司研发费用严格遵循《企业会计准则第6号-无形资产》规定，按研发项目据实归集、核算与列报。本期各项费用的确认、计量均基于业务实质，区分研究阶段与开发阶段，相关会计处理合规，不存在跨期确认、混淆资本化与费用化等情形。

综上，报告期内研发费用同比小幅下降，是公司基于研发规划、团队优化及业务阶段特征的正常变动，具备合理性。

年审机构意见：

1、核查程序

我们执行的主要审计程序如下：

（1）获取酒类（鹿龟酒、海王酒）成本构成明细表，复核原辅材料、人工成本、制造费用、燃料动力、运费等项目的归集与分配方法，分析2025年较2024年各项成本占比变动的合理性；

（2）获取主要原材料（玉米酒精、白砂糖）及包装材料采购明细、入库单、发票及付款记录，对比2024年与2025年的采购单价波动情况，分析原材料价格变动对毛利率的具体影响；

（3）获取鹿龟酒佳品系列及原有鹿龟酒的产品定价文件、促销政策、经销合同，对比两类产品的销售单价、单位成本、毛利率的差异；分析销售结构变化（佳品系列收入占比）对鹿龟酒整体毛利率下降的量化影响；

（4）获取海王酒价格调整文件（2024年5月及2025年7月），复核调价

前后对单位售价、单位成本及毛利率的影响；检查新价格政策执行情况，确认是否统一执行；

（5）查询同行业可比公司（如会稽山、金枫酒业、古越龙山等）公开披露的毛利率数据，对比分析公司毛利率变动趋势与行业是否存在显著差异；

（6）获取销售费用明细账，抽查大额费用（职工薪酬、广告及业务宣传费、折旧费、会议展览费、促销服务费等）的合同、发票、付款凭证，复核费用归集、重分类及会计处理是否符合企业会计准则；

（7）获取管理费用、研发费用明细账，分析职工薪酬、折旧费、咨询服务费、存货损失等项目的变动原因；检查管理费用中折旧费重分类至销售费用的依据及会计处理；获取研发人员名单及研发项目立项文件，评估研发费用下降与研发活动开展匹配性；

（8）对收入、成本及毛利率执行分析性复核程序，包括分产品、分区域的毛利率变动分析，结合销售结构变化、单位成本变化、价格政策调整等因素，量化分析毛利率大幅变动的原因；

（9）检查成本结转方法是否一贯运用，抽样对存货进行计价测试，确认成本结转的准确性与完整性。

2、核查意见

经执行上述审计程序，我们未发现鹿龟酒、海王酒等主要酒类产品的收入、成本及毛利率变动存在不合理或与实际情况不一致的情形，未发现鹿龟酒佳品系列的业务模式、成本费用构成及与原有产品的单价、毛利率对比存在重大异常，未发现销售费用的具体构成、归集及会计处理存在不符合企业会计准则规定的情形，管理费用、研发费用在收入及销量大幅增长的情况下同比下降的原因具备合理性，相关成本、费用的会计处理符合企业会计准则的规定。

三、关于非标审计意见相关事项。年报显示，公司 2025 年度发生净亏损 0.34 亿元，年末未分配利润为-6.12 亿元，股东权益合计为 1.05 亿元，流动负债高于流动资产 2.16 亿元，资产负债率 88.60%，年审机构对 2025 年财务报表出具带持续经营重大不确定性段落的审计报告。因 2020-2021 年销售椰岛海酱白酒时货权转移单据不完整，公司对前期收入和存货等科目进行会计差错更正，该事项

导致公司 2025 年内控审计报告被出具强调事项段。此外，年审机构认为，2024 年财务报表保留意见涉及的椰岛糊涂预付款 6,448.44 万元及异地存货 1,722.96 万元事项影响已消除，2024 年内控否定意见涉及的经销商管理、关键岗位人事安排等事项影响已消除。2025 年公司已签署协议，部分椰岛糊涂预付款转为存货、部分用于糊涂集团退出椰岛糊涂，并同步签署三年期成品酒采购合同（年采购不低于 1,330 万元，先付款后供货），2026 年 1 月已预付 1,330 万元。

请公司：（1）补充披露 2024 年保留意见所涉事项（椰岛糊涂预付款及异地存货）及内控非标意见在 2025 年的处理及消除情况，包括预付款转为存货的入账依据、关于糊涂集团退出的具体安排、相关减值计提风险及对会计处理的影响等；（2）结合近三年净资产持续下降、流动负债远高于流动资产、资产减值风险等，说明已采取及拟采取的改善措施，以应对持续经营重大不确定性、防范净资产持续下滑，并充分提示相关风险。

请年审机构说明：（1）就 2024 年度财务报表审计报告保留意见所涉事项（椰岛糊涂预付款及异地存货）及内部控制审计报告否定意见所涉事项（经销商管理、关键岗位人事安排等）影响已消除所执行的审计程序、审计依据，是否获取充分、适当的审计证据对前述预付款项及存货可收回金额、内控缺陷整改情况进行确认；（2）结合《企业内部控制审计指引实施意见》等规定，说明内部控制缺陷评价情况、整改后控制的最短运行期间及最少测试数量（包括具体期间、测试数量、方法及结果），以及 2025 年内控审计意见是否合理恰当。

公司回复：

1、2024 年度财务审计报告和内控审计报告的非标意见的处理和消除情况

（1）财务审计报告保留意见在 2025 年影响已消除

受白酒行业环境变化及公司控制权更迭影响，公司与糊涂酒业在采购结算、品牌授权及酱酒采购等事项产生分歧，2024 年度年报审计时无法对预付款项及双方纠纷具体事项执行函证程序，也无法确认存放于糊涂酒业的存货是否可以全部收回，审计机构因无法获取充分、适当的审计证据就此事项出具了保留意见。

就上述事项，双方经多轮协商于 2025 年 12 月达成一致并签署协议：

A 对预付货款、代付包材款、仓库租金等通过债权债务冲抵方式确认预付款余额，该预付款余额用于冲抵未来糊涂集团退出椰岛糊涂的应付投资款。

B 未来糊涂酒业通过合规方式退出椰岛糊涂的投资，双方可不再承担关于 2021 年签订协议约定的任何义务、互不承担违约责任。

C 公司将在未来三年内向糊涂集团采购价值 3,990 万元的成品酒。

双方签订相关协议后，双方已对预付款项余额和存货货权予以确认，公司已完成首年度成品酒的采购付款义务。目前对应产品已完成研发和配料液生产工作，待包材采购到位后，即可启动成品生产及交付流程。

①关于预付款转为存货入账事项

2025 年 7 月双方签订《备忘录》，双方确定椰岛系公司对糊涂系公司享有权益，其中对双方历史交易形成的预付款余额及相关存货权属进行明确约定：

A 现金账余为 1,098 万元：椰岛糊涂已向糊涂销售支付现金 28,639 万元，扣除糊涂销售已交付货物 27,541 万元（含下方列示的存储在糊涂集团仓库内的存货）后剩余现金余额为 1,098 万元。

B 椰岛系公司存放于公司租赁的糊涂集团仓库内由其自行管理的存货包括：椰岛糊涂向糊涂销售购买的采购价 3,059 万元的年份酒液、采购价 3,453 万元的封坛酒，以及 635 万元的贵台成品酒。

基于上述双方已确认的事实，双方已确认对于上述存储在公司租赁的糊涂集团仓库内的年份酒液、封坛酒（双方前期对于封坛酒已开票结算、且椰岛糊涂已陆续对外销售）、贵台成品酒的存货归属权为椰岛、上述存货货款已从预付款中扣减即已支付完毕，且双方已对上述存货进行盘点确认，公司已实际占有并管理相关存货，货权转移的要件已满足。

公司将上述存货对应的货值从预付款项中冲减，并暂估计入存货科目列示，符合《企业会计准则第 1 号—存货》中关于存货确认及计量的相关规定，账务处理充分、合理，能够真实、公允地反映公司的资产状况。

②关于糊涂集团退出股权投资的安排

根据 2025 年 12 月公司与糊涂集团签订的《备忘录》，明确糊涂集团所持椰岛糊涂 20%股权可按评估价值 3,008.90 万元【评估报告编号：北京亚超评报字（2025）第 A212 号】作价，通过减资、清算或糊涂集团转让其股权等方式实现

退出投资；减资或清算方式下，对应减资款或清算分配款项可与双方确认预付款 2,434.35 万元净债权直接冲抵；股权转让方式下受让方通过承债和支付尾款的方式完成受让股权。

结合当前酒类消费市场下行的客观情况，以及椰岛糊涂存在债权债务诉讼可能影响减资、清算退出方案的执行，2026 年下半年公司拟在债权债务诉讼解决后与糊涂集团协商，确定具体的退出方案。

③关于减值计提风险及对会计处理的影响

自 2021 年起公司与糊涂集团开展酱酒业务合作，截止 2024 年 12 月 31 日，公司预付糊涂酒业销售公司货款余额为 6,448.44 万元。在双方合作过程中，糊涂销售公司根据公司的成品采购订单而配套采购的贵台系列产品包材剩余库存约 407.45 万元，鉴于贵台系列产品的外包装是由椰岛糊涂酒业负责研发，如合作终止预计该批剩余包材损失将被追偿由公司承担，故 2024 年度公司基于谨慎性原则对该笔预付账款单项计提减值准备 407.45 万元，上述情况详见公司 2025 年 7 月 4 日披露的《关于 2024 年年报信息披露监管工作函的回复公告》（2025-035 号）问题三（三）的回复。

2025 年度根据双方签订的《备忘录》，双方合作协商解决有待进一步推进。为避免上述包装物长期闲置导致的损耗、贬值等损失，根据现存包材的配套情况和酱酒产品的需求情况，业务部门申请提出继续恢复部分订单生产货物的方案：申请恢复生产 4000 箱 53 度贵台酱酒标准样和 10000 箱 53 度贵台酒珍品，根据生产情况可利用现有剩余包材价值约 215.46 万元，剩余包材报废处理损失约 191.99 万元（其中：176.76 万元包材已送到糊涂集团、15.23 万元酒瓶生产厂家已生产但未送到糊涂集团办理交付）。

因此，根据上述包材预计使用情况预计将挽回损失，故 2025 年度转回预付款项坏账准备 230.69 万元（包材价值 407.45 万元-176.76 万元=230.69 万元），另外拟报废的包材酒瓶货值 15.23 万元由公司与供应商另行结算，计入预计负债转为营业外支出。

相关会计分录如下：

借：信用减值损失 -230.69 万元

贷：预付账款-坏账准备 -230.69 万元

借：营业外支出 15.23 万元

贷：预计负债 15.23 万元

（2）内控非标意见在 2025 年的处理及消除情况

①经销商管理相关的内部控制缺陷在 2025 年已消除

针对 2024 年度内控审计报告指出的新增经销商选择的标准、经销商资信评审记录、审批手续及经销商过程管理等缺少相关内部控制资料所形成的重大缺陷，公司于 2025 年 7 月制定并陆续发布了酒业销售管理制度及配套细则，全面重构经销商全生命周期管理内控体系。主要措施如下：

A 严格经销商准入与资信评估：建立标准化经销商准入体系，明确行业经验、财务实力、仓储运营、信用记录等准入指标，完善分级审批、资信评审及档案留存机制，实现准入审批全流程留痕可追溯。

B 信用政策与价格管理控制：进一步规范经销商信用额度审批与终端价格管控，结合经销商资信及履约情况核定信用政策，常态化开展市场监察，有效防范窜货、乱价及信用风险。

C 过程管理：建立年末常态化经销商年度综合评审机制，围绕经营能力、销售履约、市场管理、回款及退货情况开展全方位考核，并将评审结果作为次年续约及合作政策调整的核心依据。

D 退货与退出管理：严格执行经销商逐级退货审批及集团总经理终审制度，规范经销商退出环节库存处置、账款清算流程，闭环补齐原有管理漏洞。

经销商管理相关控制措施即准入、评级、过程管理、退出各环节的内控措施已有效落地、执行到位，原有内部控制重大缺陷已整改消除。

②关键岗位人事安排存在的内部控制缺陷在 2025 年度已消除

针对 2024 年度内控审计报告指出的总经理兼任财务总监、法务总监、投资总监等重要职务导致管理层相关职能缺失的内部控制缺陷，公司于 2025 年 3 月 25 日召开董事会审议并聘任控股股东推荐的董事会秘书、财务总监，同时由控股股东委派专职风控总监；2025 年 4 月公司总经理离职后，由控股股东委派的董事长兼任总经理，统筹负责公司日常经营管理工作，公司关键岗位人员配置全部到位，组织架构与法人治理结构进一步健全。

2025 年度公司在治理架构、机构设置、权责划分及业务流程等环节，已建立

起权责明晰、相互制衡、有效监督的内部控制体系，内控控制环境得到全面优化，相关缺陷已消除。

2、公司应对持续经营能力的改善措施

公司高度关注现阶段经营亏损、高资产负债率及持续经营重大不确定性等核心风险，始终将风险化解、业绩改善、资产结构优化作为核心经营工作重点。公司已制定常态化的改善方案，落地多项针对性举措，并将持续深化推进，全力提质增效、优化资产负债结构、稳妥化解持续经营风险，推动公司经营回归稳健良性发展轨道。具体改善措施如下：

公司坚持“聚焦主业、拓展市场、降本增效、优化债务”的核心整改思路，从业务布局、市场渠道、内部管控、债务结构四大维度精准发力，全方位破解经营痛点，各项工作已取得阶段性实质性成效。

① 深耕核心主业，剥离低效业务，实现止血增利

公司全面复盘、梳理各业务板块经营现状，立足自身产业优势，明确核心发展赛道，集中人力、物力、财力等优质核心资源，重点布局以鹿龟酒、海王酒为核心的保健酒及以椰基饮品为代表的食品饮料两大核心主营业务。同时，坚决推进业务瘦身提质，已退出与主业协同性差、盈利能力弱、长期持续亏损的低效业务单元，彻底斩断亏损源头，实现精准止血减亏。

从 2026 年一季度经营数据来看，整改成效已充分显现，公司营业收入保持稳步增长，盈利结构持续优化、盈利质量稳步提升，主业聚焦的战略价值持续释放，公司整体经营业绩呈现持续性向好的良好态势。

② 深化全域市场布局，强化品牌赋能，拉动业绩增长

公司坚持“稳固基本盘、开拓新增量”的市场思路，一方面深耕传统重点市场，巩固存量客户与固有市场份额；另一方面深度挖掘下沉市场、新兴市场潜力，持续扩大市场覆盖范围。同时重点发力渠道升级，全面强化餐饮、礼品、电商等核心赛道及新兴渠道布局，构建线上线下联动的全域销售网络。品牌端持续精准投入，摒弃传统粗放式推广模式，通过数字化精准营销、场景化体验营销、主题事件营销等多元化、精细化品牌运营方式，持续提升“椰岛”品牌知名度、美誉度及用户粘性，以品牌力赋能产品销售，为业绩持续增长筑牢市场基础。

③ 细化内部管控，严控成本费用，提质降本增效

集团全面推行精细化、集约化管理模式，全方位优化生产、运营、管理全流程。生产端持续优化生产工艺、规范生产流程，严控生产损耗，有效降低整体制造成本；管理端严格落实费用管控机制，精准压降低效、无效开支，优化销售费用、管理费用结构，将资金、资源精准聚焦于可直接创造营收、提升效益的核心业务环节，实现资源利用效率最大化，持续提升企业精细化运营能力。

④ 优化债务结构，补充流动资金，缓解偿债压力

针对现阶段流动负债高于流动资产、短期偿债压力较大的核心问题，公司积极推进债务结构优化工作。一方面主动与金融机构债权人保持常态化高效沟通，积极争取债务展期、续贷、授信增额等政策支持，稳定现有信贷体系，防范债务集中兑付风险。另一方面主动对接主要股东，积极争取股东层面的资金与资源支持，持续补充公司流动性资金，优化整体资本结构，有效缓解短期偿债压力，夯实公司持续经营底气。

3、关于对持续经营相关的风险提示

公司经营改善成效逐步显现，但结合现阶段经营现状及外部市场环境，公司仍存在多项持续经营相关风险，具体如下：

①持续经营不确定性风险

目前公司资产负债率仍处于高位，流动负债规模显著高于流动资产，短期偿债压力依然较大。同时公司未分配利润持续为负，净资产整体规模偏小，资本实力相对薄弱。未来若公司业绩改善进度不及预期、外部融资渠道收紧或受限、存量债务集中到期兑付，公司现金流及偿债能力将面临严峻考验，持续经营能力仍存在重大不确定性风险。

②经营改善不及预期风险

公司本次推进的主业聚焦、产品升级、市场拓展、内部降本等一系列整改改善举措，属于系统性战略调整，成效释放需要一定的周期，短期难以完全落地见效。同时，宏观经济复苏节奏、行业市场竞争加剧、消费者消费偏好快速迭代、市场需求波动等外部不确定因素，均可能对公司主营业务收入增长、盈利能力修复造成不利影响。若后续营收增长、毛利提升幅度无法覆盖各项成本费用，公司仍存在持续亏损的风险。

③资产减值风险

公司已持续强化全品类资产管理，严控资产减值风险，但受宏观经济下行、行业环境波动、市场价格变动等外部因素影响，公司存货、应收账款、固定资产、长期股权投资等各类资产仍存在减值可能性。若发生资产减值情形，将直接冲减公司当期利润及净资产，对公司经营业绩和资产质量造成不利影响。

年审机构意见：

1、核查程序

针对椰岛糊涂预付款、异地存货保留意见事项执行的审计程序：

（1）获取并审阅公司与糊涂酒业签署的《备忘录》及相关协议，核查债权债务冲抵、预付款余额确认、存货权属认定、糊涂集团退出安排等核心条款。检查公司将异地存货年份酒从预付款转入存货的入账凭证，复核入账金额是否与协议约定及盘点结果一致，判断会计处理是否符合《企业会计准则第1号——存货》关于存货确认的规定；

（2）获取并审阅糊涂集团持有椰岛糊涂对应股权的评估报告（北京亚超评报字(2025)第A212号），核实相关股权评估金额与双方协议对价是否存在重大偏差；

（3）就《备忘录》及相关协议约定的和解事项执行现场访谈程序；对往来款项实施函证，复核相关账务处理的合规性；对异地保管的存货实施监盘程序，核实存货是否真实存在及权属是否清晰；

（4）检查公司针对预付账款计提减值的相关依据，复核计提金额的准确性；

（5）获取2026年1月预付1,330万元的银行回单及付款审批单，确认首年度采购义务已履行，了解成品酒研发进展及包材采购情况。

针对内部控制审计否定意见事项执行的审计程序：

（1）查阅公司2025年新修订发布的酒业销售管理制度、酒业销售管理细则、人事管理制度等内控文件，核对制度条款是否完整覆盖经销商准入、资信评审、过程管控及关键岗位权责划分、岗位制衡等缺失环节；

（2）抽样核查2025年度新增经销商的准入审批资料、资信评审资料、过程管控等资料；

（3）检查公司2025年董事会决议、高管聘任文件，核实财务总监、董事会

秘书、风控总监等关键岗位人员是否已全部到位；核查公司组织架构文件、岗位权责划分情况、日常经营审批流程单据，确认公司是否已形成权责明晰、相互制衡、有效监督的治理结构及内控环境。

内部控制缺陷评价、整改测试情况及 2025 年内控审计意见合理性说明：

(1) 内部控制缺陷评价情况

依据《企业内部控制审计指引实施意见》《企业内部控制基本规范》及配套指引，我们对公司 2024 年度内部控制重大缺陷的整改情况进行了专项评价。原经销商管理缺陷属于运营类重大缺陷，表现为经销商准入、过程管控及退出全流程缺乏标准化控制，存在经营及财务核算风险；原关键岗位人事安排缺陷属于控制环境类重大缺陷，岗位权责未分离、缺乏制衡监督，导致内控基础环境存在重大缺陷。上述缺陷已于 2025 年度完成整改，制度体系、执行流程及治理架构均得到有效完善。

(2) 针对整改后控制运行测试

①经销商管理相关控制测试

经销商管理相关控制于 2025 年 7 月完成制度完善并陆续发布实施，截至 2025 年 12 月 31 日持续有效运行 3 个月以上。我们以 2025 年度主要新增 67 家经销商为总体，抽取 18 家，逐项测试其准入审批、资信评审、过程管控等关键控制点的执行有效性。

②关键岗位人事及治理管控相关控制

公司于 2025 年 3 月完成财务总监、董事会秘书及风控总监的聘任，2025 年 4 月完成管理层架构调整，新治理架构及岗位制衡控制持续有效运行 8 个月。我们采用文件检查及流程抽查方式，核查新增高管聘任文件、董事会决议等，并抽查 2025 年 5 月至 12 月期间财务审批、风控审核、法务管控等关键业务单据共 105 份，验证岗位履职及权责制衡有效性。

根据《企业内部控制审计指引实施意见》的相关规定，上述整改后控制运行的期间或次数均大于《企业内部控制审计指引实施意见》规定的最短期间或最少运行次数，我们进行的测试数量满足最少测试数量的要求。

综上，公司已完成针对 2024 年度内部控制重大缺陷的整改，内控制度体系及治理结构得到有效完善，各项整改控制措施均经过足够运行期间并通过审计测试验证，整改后内部控制运行有效，原有重大缺陷已消除。

2、核查意见

(1) 公司 2024 年度因与糊涂酒业预付款项及存货权属事项被出具保留意见。2025 年度，公司已通过签订《备忘录》、协议书等方式明确了预付款余额及存货权属，异地存货可以进行正常管理，并就糊涂集团退出椰岛糊涂作出安排。我们执行了存货监盘、往来函证、现场访谈、协议检查等程序，认为上述事项对 2025 年度财务报表的影响已消除，且相关会计处理符合企业会计准则的规定。

(2) 公司 2024 年度内部控制审计否定意见涉及的经销商管理、关键岗位人事安排重大内控缺陷，已于 2025 年度完成整改，未发现新增同类缺陷，整改后控制运行有效。

(3) 结合内控缺陷评价、控制运行测试结果及相关准则规定，公司 2025 年度内部控制审计意见类型合理恰当。

四、关于资产减值。年报显示，2025 年末存货账面价值 2.91 亿元，其中库存商品账面价值 1.49 亿元，开发产品账面价值 0.62 亿元。本期库存商品跌价准备计提 401.18 万元，转回或转销 381.97 万元，净增加 19.21 万元；2024 年同期，库存商品跌价准备计提 1,937.42 万元，转回或转销 238.81 万元。开发产品首次计提跌价准备 490.10 万元。按欠款方归集的期末余额前五名的其他应收款合计 0.87 亿元，占比 76.97%，账龄基本在 3 年以上。其中，幸福华夏文化产业投资发展有限公司、鑫润时代（北京）文化传播有限公司（已注销）期末余额分别为 2,200 万元、1,600 万元，计提部分坏账，其余主要款项均全额计提坏账。

请公司：（1）结合存货计提跌价准备的明细情况、各类存货可变现净值测算过程、在手订单、市场行情及可比公司情况，量化分析各项存货跌价准备计提比例变动原因及充分性、合理性，重点说明在库存商品余额增加的情况下，跌价准备计提比例下降的原因；并说明前述会计差错调增存货的具体会计处理方式及减值测试情况，并结合上述情况，说明资产减值及存货管理相关内控的运行情况；（2）补充披露其他应收款中主要款项的回收进展、回收可能性及坏账计提比例的确定依据，说明相关坏账计提是否充分、合理。

请年审机构对上述事项发表核查意见，并说明：（1）已获取的审计证据是否足以支持对相关资产减值计提充分性、合理性的评价；

（2）结合减值计提情况，就公司在存货管理、资产减值相关内控的运行和评价情况说明核查情况、核查结论。

公司回复：

1、存货跌价准备计提的情况

①2025 年度存货跌价准备的明细

2025 年末存货账面余额 3.27 亿元，存货跌价准备 0.36 亿元，计提存货跌价准备比例为 10.96%，而期初存货账面余额 3.07 亿元，存货跌价准备 0.31 亿元，计提存货跌价准备比例为 10.17%。报告期内存货跌价准备计提比例小幅波动，整体计提水平保持稳定。

项目		期末余额（万元）			期初余额（万元）			计提存货跌价占比	
		账面余额	存货跌价准备	账面价值	账面余额	存货跌价准备	账面价值	期末%	期初%
原材料	酒类原材料	2,797.12	738.50	2,058.62	2,791.27	781.71	2,009.56	26.40	28.01
	饮料类包材	13.41		13.41	13.41		13.41		
	其他	6.59		6.59	6.82		6.82		
	原材料小计	2,817.12	738.50	2,078.62	2,811.50	781.71	2,029.79	26.21	27.80
在产品	酒类在产品小计	734.66		734.66	735.15		735.15		
库存商品	鹿龟酒	2,667.82	7.16	2,660.66	911.08	162.33	748.75	0.27	17.82
	海王酒	1,232.45	943.17	289.28	1,588.64	1,083.38	505.26	76.53	68.20
	白酒	12,445.82	1,222.20	11,223.62	9,259.06	844.14	8,414.92	9.82	9.12
	其他酒类	463.76	85.34	378.42	327.58	125.22	202.36	18.40	38.23
	酒类存货小计	16,809.85	2,257.87	14,551.98	12,086.36	2,215.07	9,871.29	13.43	18.33
	饮料类存货	159.01		159.01	26.11	25.03	1.08		95.86
	其他类商品	246.07	99.68	146.39	249.76	98.24	151.52	40.51	39.33
	库存商品小计	17,214.93	2,357.55	14,857.38	12,362.23	2,338.34	10,023.89	13.69	18.92
开发产品	椰岛小城一期	3,783.35		3,783.35	4,336.39		4,336.39	-	

	椰岛广场	2,928.98	490.10	2,438.88	2,928.98		2,928.98	16.73	
	开发产品小计	6,712.33	490.10	6,222.23	7,265.37		7,265.37	7.30	
半成品	半成品酒液小计	4,671.61		4,671.61	6,872.51		6,872.51		
发出商品	发出商品小计	569.50		569.50	646.11		646.11		
存货合计		32,720.15	3,586.15	29,134.00	30,692.87	3,120.05	27,572.82	10.96	10.17

②存货计提跌价准备的计算过程

根据公司会计政策规定，公司于资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量，当其可变现净值低于成本时，计提存货跌价准备。

A 原材料：主要为酒精、药材、辅料及包材等，公司在报告年末对原材料进行跌价测试。由于公司的原材料大多为通用材料，且属于用于生产产成品而非直接对外销售的材料。在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。如果用其生产的产成品的可变现净值高于成本，则该材料按成本计量；如果材料价格的下降导致产成品的可变现净值低于成本，则该材料按可变现净值计量，按其差额计提存货跌价准备。在确定可变现净值基础上，进一步结合原辅材料库龄、对应产成品市场销售状态等因素综合判断，审慎确定期末原材料跌价准备。

B 在产品：公司对于在产品，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值，测算存货期末的跌价准备金额。公司储存的在产品主要为配制酒液，该酒液作为公司战略储备未来均可用于生产酒类产品面向市场销售，不存在跌价情形。

C 库存商品：直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，以合同价格作为其可变现净值的计量基础；如果持有存货的数量多于销

售合同订购数量，超出部分的存货可变现净值以一般销售价格为计量基础。公司库存商品主要系椰岛鹿龟酒、海王酒、白酒及其他酒类。按照产品类别，以估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值，计算期末存货跌价准备金额。库存商品中，白酒库存 1.24 亿元占比较高，按白酒各系列分类列示如下：

单位：万元

项目		期末账面余额	存货跌价准备	期末账面价值	计提跌价依据及说明
白酒	贵台酱酒系列	8,601.15	236.02	8,365.13	2025 年公司对贵州省仁怀市椰岛糊涂酒业有限公司开展专项审计与评估（评估报告以 2025 年 7 月 31 日为基准日，出具编号为北京亚超评报字（2025）第 A212 号的资产评估报告），其贵台酱酒可变现净值以预计售价为基础（注 6），扣除销售相关费用、税金及合理销售利润确定，结合评估结果计提存货跌价准备。截至 2025 年年度报告披露日，前述评估报告所载存货价值评估核心假设未发生重大变动。
	椰岛海酱系列	1,510.58		1,510.58	以 2025 年度实际销售价或团购价（注 7）测算可变现净值，可变现净值高于账面成本，无减值迹象，不计提跌价准备。
	椰岛国威系列	20.26		20.26	根据 2025 年执行的价格政策为依据测算可变现净值，无减值迹象，不计提跌价准备。
	其他白酒系列	2,313.83	986.18	1,327.65	以 2025 年度实际销售价或团购价（注 7）测算可变现净值；其中：椰岛海韵、海王经典系列计提跌价准备 695 万元，海口大曲儒法堂系列计提跌价准备 242 万元。
	小计	12,445.82	1,222.20	11,223.62	

注 6：贵台酱酒系列的可变现净值依据的评估报告，其评估报告范围涵盖椰岛糊涂公司的资产和负债，评估选取的预计售价为椰

岛糊涂公司对外实际销售价格，其评估报告该部分存货可变现价值不受椰岛糊涂公司自身财务状况影响，后续根据公司与糊涂集团签署的协议，若椰岛糊涂公司通过清算程序完成解散，集团内其他酒类销售主体可承接对应存货并对外处置变现。现阶段不存在因销售主体发生变更或拟发生变更，致使该品类白酒无法对外销售产生资产减值的情形；同时白酒产品不存在保质期，亦不存在因产品过期产生资产减值的情形。

注 7：报告期内公司推行全员团购模式，结合白酒行业市场价格持续下行的行业现状，针对贵台酱酒系列、椰岛海酱系列、椰岛海韵及海王经典系列产品制定团购价格及政策，通过销售团队、内部员工、存量客户及关联方圈层渠道挖掘客户、拓展销售，加速白酒库存去化、回笼经营现金流。采用当期执行的团购价测算存货可变现净值，贴合公司业务实际，测算依据公允合理。

结合上表，公司对库存白酒严格按照企业会计准则执行存货减值测试，采用成本与可变现净值孰低法计量存货价值，特别是针对贵台酱酒系列同步结合第三方评估结果佐证可变现净值，减值计提审慎充分。

2025 年末库存商品账面原值的增加主要为椰岛糊涂的酱酒确权、预付款项转为存货确认增加白酒库存，以及鹿龟酒佳品系列年底备货库存增加所致。结合销售订单、市场行情和可比公司情况分析如下：

A 销售订单情况分析

鹿龟酒佳品系列：年末备货增加导致库存大幅增长，新品根据 2025—2026 年经销商政策、已签订经销合同及订单情况，经减值测试未发生减值迹象，而报告期内处置临期或过期产品导致跌价准备转回（转销），故计提比例显著下降。

白酒系列：年末库存增加主要系椰岛糊涂酱酒确权、预付款转存货所致。公司白酒产品销售模式以团购、圈层渠道为核心，主要渠道布局区分如下：贵台酱酒系列依托海王酒、鹿龟酒存量成熟渠道，重点拓展圈层客户及团购业务；椰岛海酱系列、椰岛海韵系列深耕海南本地市场，聚焦区域圈层与团购渠道开发；海王经典产品同步打通团购及线上电商渠道，通过常规单品组合捆绑形式开展联

合促销。目前暂无长期固定经销合同，以 2025 年实际销售价或团购价为依据测算可变现净值，其中根据评估结果审慎计提椰岛糊涂酱酒产品跌价准备约 236 万元。

目前：公司核心产品（如：海王酒系列、鹿龟酒佳品系列）已签订年度经销协议，年末备货匹配元旦、春节旺季需求，符合酒类行业季节性备货规律，为存货可变现净值提供稳定支撑。

B 市场行情分析

保健酒（鹿龟酒、海王酒）：2025 年保健养生酒市场保持稳健增长，行业需求稳定、价格体系相对坚挺。公司鹿龟酒、海王酒销售同比大幅增长，渠道拓展顺利处于正常动销爬坡期，不存在显著减值压力。

白酒行业：2025 年白酒行业处于深度调整，产量同比大幅下降，行业库存高企、批价承压、价格中枢下移。公司酱酒依托团购圈层渠道，当前大众酱香核心价格带集中于 100-300 元区间，公司对标中端酱酒主流竞品的市场表现，对贵台酱酒、海酱酒实行分层团购定价，定价随行就市匹配市场。期末按照成本与可变现净值孰低对存货减值测试，结合酱酒市场行情审慎足额计提存货跌价准备。

C 可比公司情况

2025 年度酒类上市公司库存商品的存货跌价准备计提比例如下：

序号	证券简称	库存商品余额(万元)	存货跌价准备(万元)	库存商品计提比例%
1	酒鬼酒	44,478.58	2,060.22	4.63
2	舍得酒业	60,945.20	1,247.64	2.05
3	金种子酒	6,559.87	1,644.25	25.07
4	伊力特	24,650.38	14.86	0.06
5	会稽山	116,917.31	588.31	0.50

6	海南椰岛	16,809.85	2,257.87	13.43
---	------	-----------	----------	-------

从上表数据分析：公司本期酒类库存商品计提存货跌价准备比例 13.43%，基本上高于上述酒类企业计提比例（金种子库存商品规模小不具有可比性），不存在明显偏低或计提不足情形。

综上，本期库存商品规模上升但跌价准备计提比例回落，核心原因为存货结构发生变化。一方面，新增库存以鹿龟酒佳品、酱酒为主，鹿龟酒佳品为公司重点推广新品，具备订单及渠道保障，可变现净值高于成本不存在减值迹象；针对酱酒产品，尽管行业环境偏弱，公司参照团购价格与专业评估结果足额计提跌价准备。另一方面，公司对临期、过期老品开展清理处置，同步转回、转销对应已计提的跌价准备。公司沿用会计政策、评估方式及会计处理保持一贯性，存货跌价准备计提充分、合理。

D 开发产品：公司对开发产品减值测试以评估报告及资产实际状况为依据，综合考虑未售车位、商铺的租赁状态、所在区位、周边房地产市场行情等因素，按评估结论确定资产单位价值，结合椰岛广场项目未售地下车位、澄迈椰岛小城一期商铺面积测算总可变现价值，分别与对应的账面价值进行对比，综合判断并计提开发产品减值准备，具体数据如下：单位：万元

项目名称	资产情况	期末余额	存货跌价准备	账面价值	评估值	评估方法	评估报告号
椰岛小城一期	73 套商铺 8358.40 m ²	3,783.35		3,783.35	4,702.69	公允价值减处置费用	北京亚超评报字（2026）第 A108 号
椰岛广场	249 个产权车位 6448.42 m ²	2,928.98	490.10	2,438.88	2,447.92	公允价值减处置费用	北京亚超评报字（2026）第 A109 号
合计		6,712.33	490.10	6,222.23	7,150.61		

②会计差错调增存货的具体会计处理和减值测试情况

2020-2021 年，公司向海南杜丘实业有限公司、赣州市海翔酒业有限公司销售的部分椰岛海酱白酒产品，因货权转移单据不完整、收入确认依据不充分，违规确认收入合计 3,050.25 万元，导致相关定期报告财务信息披露不准确，构成会计差错。公司依据《企业会计准则》及监管要求，对 2020-2021 年相关收入、存货等科目进行会计差错更正及追溯调整，相关事项已于 2026 年 4 月 29 日经董事会、审计委员会审议通过，并披露《关于会计差错更正及追溯调整的公告》及修正后定期报告。

2020-2021 年累计会计分录如下：

A 冲减 2020-2021 年的收入

借：应收账款	-3446.78 万元
贷：营业收入	-3050.25 万元
贷：应交税费-销项税额	-396.53 万元
借：营业外支出	396.53 万元
贷：应交税费-销项税额	396.53 万元

说明：公司依据企业会计准则的相关规定，对资产负债表日客户预收款性质的应收账款余额进行重分类调整，将符合条件的预收货款余额分别调整至合同负债及其他流动负债科目列示。上述调整事项已在公司 2026 年 4 月 30 日披露的《关于会计差错更正及追溯调整的公告》中详细说明，具体影响科目及金额以该公告内容为准。

B 冲回 2020-2021 年的营业成本，确认存货

借：存货	911.81 万元
贷：营业成本	911.81 万元

2025 年度，公司对上述调增的椰岛海酱存货执行存货减值评估程序。本次可变现净值以 2025-2026 年公司既定的团购价格结合近期销售数据为核心依据测算，扣除预计销售费用后，存货可变现净值仍高于其账面成本，判定该部分存货无减值迹象，本期未计提存货跌价准备。

③存货管理和资产减值相关内控的运行情况

公司已建立健全存货管理与资产减值内部控制体系，相关制度设计合理、执

行有效，能够切实保障存货资产安全、减值计提公允及财务信息真实准确。

A 存货内控执行方面

存货内控管理覆盖入库验收、仓储保管、出库发货、定期盘点全流程。采购入库执行验收核验与单据入账管控；存货实行分区分类仓储、岗位权责分离管理；产品出库落实多级审批、货权单据留痕审核；开展全品类实地盘点，及时梳理处置账实差异；针对前期会计差错完成追溯更正，优化存货流转、收入确认内控审批链条，堵塞管理漏洞。

B 资产减值内控执行方面

a 存货减值测试：资产负债表日区分原材料、在产品、库存商品、开发产品逐项测算可变现净值，可变现净值优先参考市场价格，重要资产由第三方评估机构出具评估结果，依据充分且审慎计提跌价准备；会计差错调增白酒存货已按规定开展减值测试；

b 固定资产减值测试：公司已建立完善的固定资产全生命周期管理制度，资产管理部门定期对固定资产开展巡检，对出现市价大幅下跌、长期闲置或产能利用率较低、技术迭代淘汰等情形的资产启动减值测试流程。

报告期内，公司固定资产严格执行企业会计准则及公司会计政策，采用年限平均法、按既定折旧年限、预计净残值率规范计提折旧，期末固定资产的明细情况如下：

单位：万元

项目	原值		累计折旧		减值准备		净值		净值占原值比 (%)		备注
	金额	其中：闲置资产	金额	其中：闲置资产	金额	其中：闲置资产	金额	其中：闲置资产	占比	其中：闲置资产占比	
房屋及建筑物	19,844.05	4,079.20	7,820.66	1,566.95	34.57		11,988.82	2,512.25	60.42	61.59	净残值比例5%
机器设备	12,612.28	1,006.34	10,029.95	891.55			2,582.33	114.79	20.47	11.41	
运输工具	808.18	3.05	622.98	2.89			185.20	0.16	22.92	5.25	
其他设备	1,055.13	23.33	847.43	20.75			207.70	2.58	19.68	11.06	
合计	34,319.64	5,111.92	19,321.02	2,482.14	34.57		14,964.05	2,629.78	43.60	51.44	

公司固定资产统一采用年限平均法计提折旧，各类资产账面净值结构清晰：房屋及建筑物以生产车间、仓储库房、办公房产为主，期末整体净值占原值 60.42%；机器设备、运输工具、其他设备综合净值占原值比例仅约 20%，资产损耗已通过折旧充分体现。而公司闲置固定资产主要集中于老城酒厂，包括原小曲酒生产车间厂房及配套机器设备；该厂区自停产以来，厂房已临时作为内部通用仓储设施，持续为公司主营业务提供仓储服务；机器设备均已封存并定期进行巡检；闲置资产结构分化明显：闲置厂房自身净值占闲置厂房原值比例 61.59%，具备仓储使用价值；闲置机器、运输及其他设备账面净值仅占对应闲置资产原值约 11%，资产价值损耗已充分通过折旧消化。

公司固定资产计提折旧年限和其他酒类上市公司对比，公司的折旧年限选取较短期限，说明公司累计折旧较为充足且充分考虑资产损耗率，具体参考数据如下：

序号	证券简称	房屋及建筑物	机器设备	运输工具	其他设备
1	酒鬼酒	30-35 年	10 年	6 年	5-10 年
2	舍得酒业	10-40 年	5-11 年	8 年	5-10 年
3	金种子酒	24-45 年	14-18 年	12 年	8 年
4	伊力特	20-30 年	8-15 年	10 年	5-10 年
5	会稽山	5-35 年	3-15 年	4-10 年	-
6	海南椰岛	20-30 年	10-15 年	5-8 年	3-5 年

对比可见，公司选取的各类固定资产折旧年限处于同行业偏短区间，折旧计提节奏更为审慎，足额覆盖资产物理损耗与功能性贬值，累计折旧计提充分。

结合资产实际使用状态、同行业折旧政策和期末净值等综合判断：报告期末公司各项固定资产不存在账面价值高于可收回金额的情形，无需新增计提固定资产减值准备。

c 长期股权减值测试：公司已建立完善的长期股权投资减值测试内部控制制度，每年年末对重要长期股权投资项目开展减值测试。针对公司持股 40%的联营企业海南椰岛阳光置业有限公司股权，公司将其列为重点减值测试对象，

委托具备证券期货相关业务资格的独立第三方资产评估机构北京亚超资产评估有限公司进行专项评估。本次评估以 2025 年 12 月 31 日为基准日，出具编号为北京亚超评报字（2026）第 A122 号的资产评估报告，采用公允价值减去处置费用后的净额法确定该股权可收回金额为 16,923.54 万元。截至 2025 年 12 月 31 日，该股权账面价值为 16,220.40 万元，可收回金额高于账面价值，不存在减值迹象。

d 计提减值准备的审批程序：重大资产减值准备的计提已报董事会审批，审批程序合规。

综上，公司存货管理及资产减值相关内部控制运行有效，能够合理保证存货管理规范、资产减值计提恰当及财务信息披露准确。

2、其他应收款的收回情况

2025 年末公司其他应收款账面余额 11,287.63 万元，坏账准备金额 8,690.67 万元，账面价值 2,596.96 万元。其中：大额其他应收款情况如下：

单位：万元

序号	名称	期末金额	占其他应收款期末余额比例（%）	款项性质	账龄	坏账金额	坏账计提比例（%）	坏账计提方法
1	幸福华夏文化产业投资发展有限公司	2,200.00	19.49	预付广告款	3 年以上	987.92	44.91	单项计提
2	中山泰牛生物科技发展有限公司	2,000.00	17.72	购地款	3 年以上	2,000.00	100.00	单项计提
3	林某某	1,897.41	16.81	往来款	2-3 年， 3 年以上	1,897.41	100.00	单项计提
4	鑫润时代（北京）文化传播有限公司	1,600.00	14.17	预付广告款	3 年以上	718.48	44.91	单项计提
5	上海恺骏贸易有限公司	991.15	8.78	贸易货款	3 年以上	991.15	100.00	单项计提
6	保立粮油（江苏）有限公司	734.06	6.50	贸易货款	3 年以上	734.06	100.00	单项计提
7	北京财富传媒文化发展有限公司	245.36	2.17	预付广告款	3 年以上	110.18	44.91	单项计提
合计		9,667.98	85.64			7,439.20	76.95	

①幸福华夏文化产业投资发展有限公司、鑫润时代（北京）文化传播有限公司及北京财富传媒文化发展有限公司

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”，已注销）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在 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（坏账计提比例为 44.91%）。上述情况详见公司 2024 年 6 月 29 日披露的《关于 2023 年年度报告信息披露监管工作函的回复公告》（2024-028 号）问题二的回复。

上述事项 2025 年度未有实质性进展，公司后续将择机与对方协商获取广告权益，或通过法律途径开展追偿，切实维护公司合法权益。虽然鑫润时代已注销，但鉴于其注销时未依法通知债权人，公司作为对其享有广告权益的债权人，有权对违法注销的鑫润时代的法定代表人及其董事、高管等依法行使追偿权。公司已就该一揽子交易在 2018 年度按预付广告费扣除酒类销售毛利后的全额预估损失计提坏账准备。后续针对该事项的处置安排，不会造成公司新增亏损。

②中山泰牛生物科技发展有限公司

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之间关于中山市椰岛饮料有限公司（以下简称“中山饮料”）建设用地使用权转让合同纠纷问题，经湛江仲裁委员会 2016 年 6 月 14 日下发《调解书》，公司合计支付 2,000 万元购回中山饮料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）、机器设备等资产。后续公

司在办理土地权属过程中向当地政府部门咨询，因该土地是国有划拨地，办理土地证难度较大，办理过户存在重大不确定性存在被政府机关无偿收回的可能性，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公司进行强制清算，中山市第一人民法院指定广东弘力律师事务所担任清算组，上述情况详见公司 2024 年 6 月 29 日披露的《关于 2023 年年度报告信息披露监管工作函的回复公告》（2024-028 号）问题二的回复。

2025 年 9 月 26 日，中山市第一人民法院作出（2020）粤 2071 强清 3 号民事裁定书，确认清算组制定的《中山市椰岛饮料有限公司强制清算案清算方案》。根据清算方案，中山饮料公司主要资产包括：位于中山市西区的工业不动产一处（评估净值 27,454,253.00 元）；清算账户货币资金 8,302,423.38 元。现金资产在支付清算费用、预留税费及法院确定的清算报酬后用于清偿公司债权；中山饮料公司不动产按现状直接移交海南椰岛，相关税费由海南椰岛处理。

截至目前，中山饮料公司持有的土地使用权证和房屋所有权证已合并更换为不动产权证。现公司正在推进将不动产权从中山饮料公司过户至海南椰岛的相关工作。

③林某某

其他应收款—林某某金额为 1,897.41 万元，为 2023 年国有控股后公司在内控合规整改专项自查中发现出纳林某某挪用公司资金事项，根据后续调查及司法鉴证，其侵占公司资金净额为 1,986.11 万元。经公安机关协助追缴，公司已收回资金 88.70 万元，剩余未追回的被侵占资金为 1,897.41 万元，在 2023 年度全额计提坏账准备 1,897.41 万元。为弥补该事项对公司及股东造成的损失，第二大股东全德能源（江苏）有限公司主动担当，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相应利息，金额合计 1,897.41 万元，全额覆盖并弥补了因上述舞弊事件给上市公司造成的损失。上述情况详见公司 2024 年 6 月 29 日披露的《关于 2023 年年度报告信息披露监管工作函的回复公告》（2024-028 号）问题四的回复。

林某某挪用资金犯罪案件，海口市秀英区人民法院于 2024 年 11 月 15 日作出一审判决：被告人林某某犯挪用资金罪，判处有期徒刑六年；责令被告人林某某在本判决生效之日起十日内退还被害单位海南椰岛酒业发展有限公司经济损

失 1,897.41 万元；该判决已于 2024 年 11 月 26 日生效。

截止目前，被挪用资金 1,897.41 万元尚未追回，该案尚在海口市中级人民法院执行中。据法院执行人员反馈，林某某名下仅有与案外人共有的房屋一套，未查询到其他可供执行的财产。该案款项全额追回的可能性较低。

④上海恺骏贸易有限公司

公司与上海恺骏贸易有限公司开展油脂类贸易业务，根据 2023 年 6 月签订的协议书，上海恺骏应退还公司于 2022 年底预付的 996.60 万元油脂贸易货款但逾期尚未归还。2023 年底公司向法院起诉并向法院申请资产保全，法院通过网络查控系统发现上海恺骏名下无资产可偿还公司该部分款项，款项收回的可能性很小，因此，基于谨慎性原则 2023 年度公司按全额计提坏账准备。上述情况详见公司 2024 年 6 月 29 日披露的《关于 2023 年年度报告信息披露监管工作函的回复公告》（2024-028 号）问题二的回复。

该合同纠纷案，海口市秀英区人民法院作出一审判决：上海恺骏于判决生效后 15 日内向公司支付 996 万元及违约金。海口市中级人民法院（2024）琼 01 民终 3888 号民事判决维持原判。案件于 2024 年 11 月在海口市秀英区人民法院立案执行。执行过程中，法院已依法冻结被执行人上海恺骏的银行存款及所持两项对外投资股权，扣划执行到位款项 5.45 万元，并对上海恺骏法定代表人采取限制消费措施。2025 年 4 月，公司申请追加上海恺骏股东吴斌、徐善伟承担股东补充责任。海口市秀英区人民法院（2025）琼 0105 民初 6479 号民事判决书判令吴斌在 1410 万元应出资额度内对上海恺骏不能清偿的债务承担补充赔偿责任。目前案件的强制执行（案号：（2026）琼 0105 执恢 227 号）已恢复。

考虑上海恺骏持有两项对外投资股权（我司已申请冻结），但鉴于涉及股权的处置及变现难度高，该案剩余款项的收回存在重大不确定性。

⑤保立粮油（江苏）有限公司

公司与保立粮油（江苏）有限公司开展油脂类贸易业务，于 2022 年-2023 年预付油脂贸易货款 737.61 万元后对方迟迟未能交付货物，双方同意解除合同但对方未退还预付货款。因此，2023 年 11 月公司对保立粮油提起诉讼，公司申请对保立粮油银行账户进行冻结，发现该公司账户无资金。经与律师确认，公司通过法院向保立粮油实施财产查询，发现保立粮油和其他实际控制人（即法定代表

人)均无可偿还资产。通过公开信息网站查询,保立粮油已被列为失信被执行人。依据律师调查的证据预计款项收回的可能性很小,因此,2023年度公司全额计提坏账准备。上述情况详见公司2024年6月29日披露的《关于2023年年度报告信息披露监管工作函的回复公告》(2024-028号)问题二的回复。

上述合同纠纷案,海口市秀英区人民法院作出一审判决:保立粮油于判决生效后15日内向公司支付524.5万元及违约金26.23万元。海口市中级人民法院(2024)琼01民终3028号民事判决维持原判。案件于2025年1月在海口市秀英区人民法院立案执行。执行过程中,法院依法冻结被执行人即保立粮油的银行及网络资金账户,扣划执行到位3.55万元,并对保立粮油的法定代表人采取限制消费措施。经穷尽财产调查,未发现保立粮油有其他可供执行财产。法院于2025年3月已裁定终结本次执行程序。近期公司查询到保立粮油对漳州傲农投资有限公司享有到期债权180.08万元,已申请恢复执行,法院审查中。

另,公司于2025年4月对保立粮油提起诉讼,海口市秀英区人民法院(2025)琼0105民初8496号民事判决书判令保立粮油返还公司货款213.11万元及利息。该案处于执行阶段,案号为(2026)琼0105执2323号。

因未查询到保立粮油的其他财产,且保立粮油对漳州傲农投资有限公司享有到期债权是否可以获得清偿具有重大不确定性,上述案款收回的可能性较低。

综上,公司基于谨慎性原则结合款项实际可收回情况,对上述其他应收款逐项单独评估并计提坏账准备,计提依据充分且合理,符合企业会计准则要求。

年审机构意见:

1、核查程序

我们执行的主要审计程序如下:

(1) 获取公司存货明细账,核对存货的账面余额、数量、库龄等;对期末存货实施现场监盘及抽盘,核实存货是否真实存在、状态完好、账实相符,重点关注是否存在毁损、报废、呆滞的存货;

(2) 获取存货跌价准备计提明细表,复核各类存货的账面余额、跌价准备及账面价值,分析期末较期初的变动原因;获取公司可变现净值测算底稿,检查估计售价(包括合同价、市场价、团购价)、至完工时估计成本、销售费用及相

关税费的取值依据及计算过程，复核测算结果的准确性；

（3）获取被审计单位的存货跌价准备政策，了解存货可变现净值的确认依据；

（4）取得被审计单位存货跌价准备转回或核销、存货盘亏与毁损资料，并对相关资料进行检查；

（5）结合盘点程序、存货分析性程序，关注质量问题、呆滞、过期存货是否已经计提合理的跌价准备；抽查计提存货跌价准备的项目，检查其可变现净值是否低于原成本，以及是否已记录在跌价准备明细表中；

（6）期末监盘关注存货库龄情况，关注库龄超过 1 年的存货金额、长库龄原因、是否存在滞销或前期销售退回，结合未来变现方式（回收/出售）等分析期末可变现净值的确定依据和存货跌价准备计提的充分性；

（7）针对房地产开发产品，借助第三方专业评估机构的工作，对房地产价值进行重新评估，并与账面价值进行比对，核实跌价准备计提的充分性；

（8）获取公司前期存货会计差错更正资料及账务凭证并进行检查，确认调整金额及会计处理是否恰当；

（9）了解公司存货管理的关键内部控制，评价其设计合理性，并测试相关内部控制运行的有效性；

（10）获取其他应收款明细表及坏账准备计提明细，对大额其他应收款获取相关合同、法院判决书、执行裁定等资料，复核公司单项计提坏账准备的依据及计提比例的恰当性。

2、核查意见

（1）根据我们执行的审计程序及获取的审计证据，足以支持对相关资产减值计提充分性、合理性的评价。

（2）公司 2025 年度存货管理、资产减值相关关键内部控制（出入库审批、定期盘点、存货减值计提审批等）设计合理、执行有效。

特此公告。

海南椰岛（集团）股份有限公司董事会

2026 年 7 月 31 日